

ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ НА РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Носач А.Г., гр. МЕ-49

Науковий керівник – ст. викл. Н.Ф. Соболєва

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Сьогодні готельний бізнес – одна з найбільш перспективних і швидкозростаючих галузей, що приносить по всьому світу багатомільйонні прибутки. Готельний бізнес як підгалузь туристичного несе в собі величезний потенціал для українського ринку. Жорстка конкуренція на ринку готельних послуг змушує менеджерів вдаватися до різних PR акцій з неординарними маркетинговими ідеями. Спеціально націлена політика PR покращує зв'язки з клієнтами і допомагає підприємству профілювати свою пропозицію. Досить актуальним в даний час питання про те, чи є PR частиною маркетингу, або навпаки.

Загальна глобалізаційна тенденція реалізується в готельному господарстві, перш за все, в нових формах партнерства між підприємствами. Саме спільна робота має вирішальне значення, оскільки жоден виробник послуг не може одноосібно приймати туристів і забезпечувати комплексний розвиток. Дія об'єднувальної тенденції, як правило, реалізується через злиття і приєднання, які є найбільш популярними методами, що використовуються готельними підприємствами для зміцнення свого становища на глобальному ринку, також відзначається збільшення кількості договорів франшизи та обсягів зовнішніх інвестицій до сфери готельної індустрії. Об'єднання капіталу готельного бізнесу відрізняється від аналогічних процесів в сфері товарних ринків тим, що тут жодна з компаній не претендує на повну диверсифікацію. Глобалізація знаходить свій вираз у тому, що компанії прагнуть досягти певної критичної маси: зміцнити свою торгову марку на новому ринку, приєднати інші готелі до своєї торгової марки. Процес глобалізації готельних послуг веде до серйозного збільшення обсягів інформації, яку необхідно збирати, оновлювати, структурувати. При цьому визначне значення має широке використання мережі Інтернет, яку в свою чергу, можна розглядати і як дистрибутивний канал, і як додатковий інформаційний ресурс дистрибутивної системи.

Таким чином, формується своєрідний глобальний простір готельного господарства.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВИХ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

Панферова О.О., гр. ГРС-48

Науковий керівник – асист. Н.В. Бархатова

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Сучасний розвиток світової готельної індустрії характеризується централізацією та інтеграцією управлінських процесів. Практично всі готельні ланцюги світу, незалежно від їхнього рейтингу, зазнаючи на собі постійний тиск жорсткої конкурентної боротьби, шукають будь-які можливості для збільшення свого потенціалу за рахунок поширення впливової позиції на ринку.

Серед сучасних тенденцій розвитку світових готельних мереж головною є загострення конкурентної боротьби з метою отримання лідируючих ринкових позицій. В умовах конкурентних відносин у світі склалося більше 300 готельних мереж. За даними, приведеними на сайті www.top-hotel.ru, на їх частку припадає більше 7 млн номерів серед майже 13 млн готелів світу. У таблиці наведено 10 найкрупніших готельних мереж світу, які володіють найбільшою кількістю номерів.

Таблиця – Тенденції розвитку світових готельних мереж

Назва готелю	Кількість номерів, тис.	Темпи зростання (зменшення) номерів, %
InterContinental Hotel Group	600	5,9
Wyndham Hotel Group	541	3,6
Marriott International	500	4,7
Hilton Hotels	480	2,8
Accor Group	400	3,7
Choice Hotels	320	4,5
Best Western	300	-1
Starwood Hotels & Resorts	215	3
Carlson	150	2
Global Hyatt	125	1,2

Таблиця свідчить, що темпи зростання номерів мають неоднозначну тенденцію, так у готельній мережі Best Western вона характеризується від'ємним показником, а лідируючі позиції займають такі готельні мережі як Inter Continental Hotel Group, Marriott International, Choice Hotels. Однією з основних причин такої неоднозначності у темпах зростання світових готельних мереж можна визначити прояви світової фінансової кризи. Таким чином, особливим фактором розвитку світових готельних мереж слід називати конкурентне середовище. А займання лідируючих позицій на ринку готельних послуг засновано на процесі укрупнення готельних мереж.