

УДК 338.48

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНЫХ ЦЕПЕЙ В УКРАИНЕ

И.М.Малахова, 4 курс

*Научный руководитель - С.В. Сорокина, старший преподаватель
Севастопольский национальный технический университет*

В современных условиях становление рыночной экономики и дальнейшее развитие гостиничного хозяйства требует повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий,

как на внутреннем, так и мировом туристическом рынке. На сегодняшний день, в секторе гостиничного бизнеса предложение превышает спрос, а это свидетельствует о том, что предприятиям приходится бороться не только за клиентов, но и за рынки сбыта и сферы влияния. В этих условиях оптимальной формой организации бизнеса является создание гостиничных цепей.

Целью данного исследования является изучение особенностей создания и функционирования гостиничных цепей.

Понятие гостиничные цепи возникло в США в 30-х годах прошлого века.

В литературе дается много определений данного термина. Так, по мнению Рябовой И.А., гостиничная цепь – это объединение нескольких гостиничных предприятий, принадлежащих одному владельцу, имеющих общее управление, выступающих под одним фирменным знаком и соблюдающим единые жесткие стандарты высококачественного обслуживания.[4] Подобное же определение предлагает и Кабушкин Н.И. гостиничная цепь – это группа предприятий, которые осуществляют коллективный бизнес и находятся под непосредственным контролем руководства цепи.[2] По мнению зарубежных ученых Х.Адлера и Дж. Р. Рузелли под гостиничной цепью подразумевается группа предприятий (два и более), осуществляющая коллективный бизнес и находящаяся под непосредственным контролем руководства цепи.[1] Таким образом, определения, данные и отечественными и зарубежными авторами совпадают.

В мировой практике для более эффективного ведения гостиничного бизнеса сформировалось несколько моделей объединения гостиниц: соглашения о франчайзинге; контракты на управление; контракты по маркетингу; совместные предприятия. При использовании франчайзинговых соглашений малоизвестная гостиница включается в сбытовую сеть крупной гостиничной цепи. Одними из активных сторонников этого метода являются компании Holiday Inn и Hilton. Так, например, из 2800 отелей и курортов в 80 странах мира, которые ведут деятельность под именем Hilton Hotels Corporation, компания полностью или частично владеет около 110 отелями, остальные же работают по контракту на управление и франчайзинг, а также по лизинговому договору.[3]

Контракты на управление представляют собой передачу оперативного контроля над гостиницей специалистам другой компании за определенную плату. Такие соглашения могут касаться управления производством туристических услуг или кадрами, маркетинга или финансового управления. В Украине эффективно функционирует 5-ти звездочный InterContinental Kyiv – отель международной сети InterContinental Hotels & Resorts, расположенный в историческом центре Киева, с номерным фондом в 272 номера.

Контракты по маркетингу похожи на соглашения о предоставлении управленческих услуг: начинающая туристская организация делегирует крупной компании индустрии туризма ответственность за все виды деятельности, связанные со сбытом всего или части ее туристского продукта за определенную плату. Известная сеть Best Western развивается по уникальной маркетинговой стратегии. Получить лицензию и присоединиться к сети может любая гостиница (и даже сеть гостиниц), соответствующая стандартам и требованиям Best Western. При этом обладатель лицензии сохраняет свою независимость, финансовую и хозяйственную самостоятельность.[5]

Еще одной формой создания гостиничных цепей являются совместные предприятия, которые обеспечивают инвестору следующие преимущества: совместные предприятия чаще всего образуются в форме акционерных компаний, что позволяет привлекать дополнительные заемные средства. Помимо этого, привлечение регионального партнера позволяет получить определенные льготы со стороны принимающего государства: льготные условия приобретения земельного участка, прямые государственные субсидии, налоговые льготы и т.д.

Важно отметить, что гостиничные цепи способствуют распространению и значительному повышению уровня организации производства и обслуживания туристов, создание определенного образа гостиничного обслуживания.

Особенностями гостиничных цепей является:

- 1) соблюдение единого архитектурного стиля;
- 2) быстрая регистрация гостей;
- 3) гибкая система тарифов;
- 4) специальные номера для постоянных клиентов;
- 5) наличие «шведского стола»;
- 6) конференц-холл и др.

Национальные гостиничные цепи в Украине представлены сетью отелей Premier Hotels, в состав которой входят 6 гостиниц: «Премьер Палас» (Киев), «Ореанда» (Ялта), «Днистер» (Львов), «Стар» (Мукачево), «Лондонская» (Одесса), «Cosmopolit» (Харьков) и др.

В ближайшее время на рынок отелей Украины собираются выйти такие международные сети, как Marriott, Hilton, Sheraton, Accor и другие, которые составят конкуренцию единственной отечественной сети Premier Hotels.

Таким образом, увеличение конкурентных преимуществ украинских гостиниц можно достичь за счет создания гостиничных цепей, которые в свою очередь имеют ряд преимуществ: во-первых, возможность приобретения крупных партий товаров и услуг по оптовым ценам; во-вторых, экономия затрат на подготовку персонала; эффективное продвижение гостиничных услуг на рынок и экономия на рекламных кампаниях; использования централизованной системы бронирования; использования централизованной системы бухгалтерского учета и др.

В любом случае создание собственной современной и конкурентоспособной гостиничной цепи в Украине будет означать переход на новую ступень в развитии украинской индустрии гостеприимства.

Список использованных источников

1. Адлер Х., Рузелли Дж.Р. Основы управления в индустрии гостеприимства/Х.Адлер, Дж.Р.Рузелли.- М.: Аспект Пресс,1995.- С. 58
2. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов/Н.И.Кабушкин.-М.: Новое знание,2001.- С.9
3. Ляшенко В. И. Развитие франчайзингового режима в Украине / В. И. Ляшенко // Вісник економічної думки в Україні. – 2007. – № 1. – С. 79-82.
4. Рябовая И.А., Исмаев Д.К.Словарь международных туристских терминов/И.А.Рябова, Д.К. Исмаев.- М., «Книгодел»: МАТГР,2005.- С. 263
5. Альтернативные формы создания гостиничных сетей в Украине Елистратова А.И.-2011.- (<http://www.stattionline.org.ua/index.php/ekonom/39/3725-alternativnye-formy-sozdaniya-gostinichnyx-setej-v-ukraine.html>)
6. gostinichnyx-setej-v-ukraine.html)