

ГОТЕЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Олійник В. Д.

*кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
Міжнародний гуманітарний університет
м. Одеса, Україна*

Велику роль у сучасній індустрії гостинності відіграють міжнародні готельні мережі, за допомогою яких на світовому туристичному ринку діють високі стандарти обслуговування. Готельні мережі, які історично виникли, розвивалися протягом багатьох століть як особливий та інноваційний елемент сфери економічної діяльності і, наразі, придбали міжгалузевий та міжнародний характер.

Готельна індустрія зарекомендувала себе однією з найдинамічніше розвинутих галузей у світі. В структурі світового готельного бізнесу виділяють два сегменти – незалежні підприємства та готельні мережі. Незалежне готельне підприємство знаходиться у володінні, розпорядженні та користуванні власника, який отримує прибуток від даного виду діяльності. Готельний ланцюг являє собою групу готелів (два і більше), маючих спільне керівництво, єдину концепцію просування продукту та торговий бренд. Дослідники розглядають готельну мережу, як складну багаторівневу систему, що складається з різних підприємств готельної галузі і характеризується їх стратегічним співробітництвом як основною властивістю даної системи. Варто зазначити, що готельні мережі впливають на поширення та підвищення рівня організації виробництва і обслуговування туристів, а також створюють певні норми та стандарти готельного обслуговування.

Як свідчить статистика, спільне ведення справ у готельному бізнесі економічно ефективніше, ніж керування незалежними готелями. Єдине управління групою готелів в результаті приносить найбільшу вигоду як власникам об'єктів, так і їх операторам. Головною перевагою приєднання готелю до ланцюга є, насамперед, зниження загальних витрат, що в свою чергу допомагає мережам легше проникати на світовий ринок, тим самим поширюючи сферу свого впливу. Комерційний успіх ланцюгових готелів складається з багатьох чинників, починаючи з єдиної системи бронювання та закінчуючи централізованими постачаннями витратних матеріалів. Дослідження, проведені британськими фахівцями, показали, що при

об'єднанні готелів у ланцюги прибутковість одного номера в 7 разів вище, ніж у незалежних готелях.

Сучасний розвиток готельного бізнесу базується на формуванні так званих готельних ланцюгів, які об'єднують велику кількість готелів і в основу своєї діяльності ставлять необхідність надання якісних послуг своїм клієнтам. Об'єднання готелів у ланцюги із встановленням єдиних стандартів обслуговування й централізованим наданням готелем ряду послуг, у тому числі з бронювання місць, матеріально-технічного оснащення, безпеки й ін., значною мірою знижують витрати управління й підвищують рентабельність готельних підприємств. Ланцюг, як показує закордонна практика – найбільш ефективний спосіб ведення господарства в готельному бізнесі. Сьогодні у світі налічується понад 100 міжнародних готельних корпорацій, від дрібних з декількома десятками об'єктів до всесвітньовідомих, що включають у себе тисячі готелів. Управління готелем, робота з людьми, технологіями бронювання, резервування, підготовки кадрів для управлінського бізнесу й багато чого іншого – невід'ємна частиною готельного бізнесу в усьому світі.

Однією з найвідоміших готельних мереж є – готельна мережа Marriott – це міжнародна компанія на ринку готельних послуг, що включає більше 6 333 готелів, розташованих у США і 126 інших країнах, номерний фонд якої перевищує 1 195 141 номерів. Американська мережа готелів Marriott входить до п'ятірки найбільших та найпотужніших готельних мереж світу. Готелі Marriott настільки різноманітні, що розраховані на задоволення потреб гостей різних класів. Всі готелі мережі відрізняються незмінним сервісом, який базується на чіткій взаємодії всіх структур і підтримуються жорстким контролем з боку головного офісу.

Marriott використовує кілька нових технологій, включаючи доповнену реальність, II, Інтернет речей (IoT), хмара, великі дані та робототехнічні технології серед інших, для цифрової трансформації своїх операцій. Річні витрати Marriott на ІКТ оцінюються у 1,5 млрд доларів у 2023 році.

Лаконічність, технологічність, гнучкість та послуги «за вимогою» – є інноваційним девізом компанії [1].

Література:

1. Marriott international completes acquisition of delta hotels and resorts®; becomes the largest full-service hotelier in canada. Marriott International Newscenter (US). Джерело: URL: <https://news.marriott.com/news/2015/04/01/marriott-international-completes-acquisition-of-delta-hotels-and-resorts-becomes-the-largest-full-service-hotelier-in-canada> (Дата звернення 15.03.2025).