



ГОТЕЛЬНА ІНДУСТРІЯ УКРАЇНИ

Сучасні тенденції розвитку світової індустрії гостинності

На сучасному етапі світове готельне господарство сформовано орієнтовно **350 тисячами** комфортабельних готельних підприємств. Номерний фонд становлять понад **14 млн номерів (~ 20 млн місць)**. З кожним роком кількість номерів збільшується на **3-4%**. Провідне місце в готельному господарстві займає Європа, готельний фонд якої становить **45% від світового**.

ТЕМПИ ЗРОСТАННЯ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ РОЗРІЗНЯЮТЬ ЗА РЕГІОНАМИ

Європа - 2-2,5% на рік (45% світового готельного фонду);

США - 3-4% на рік (30% світового готельного фонду);

Азія - 15-20% на рік (14% світового готельного фонду);

Африка- 10-12% на рік (3% світового готельного фонду);

Австралія й Океанія - 3-4% на рік (3% світового готельного фонду).

ЛІДЕРАМИ ЩОДО КІЛЬКОСТІ ГОТЕЛЬНИХ НОМЕРІВ Є:

- США - 3,5 млн номерів;
- Японія - 1,65 млн номерів;
- Італія - 1 млн номерів;
- Франція, Іспанія, Англія, Китай - по 0,5 млн номерів;
- Австрія, Мексика, Канада, Греція - по 0,3 млн номерів;
- Таїланд, Росія, Туреччина, Індонезія - 0,15-0,23 млн номерів;
- Швейцарія, Бразилія, Аргентина - менше 0,15 млн номерів.

Лідери щодо темпів зростання готельних підприємств - Китай, Малайзія, Іспанія, Німеччина, Аргентина та Сінгапур.

ТЕНДЕНЦІЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ОСТАННІХ ДЕСЯТИЛІТЬ Є:

- поглиблення спеціалізації готельної пропозиції;
- утворення міжнародних готельних ланцюгів;
- процес глобалізації;
- розвиток мережі малих підприємств;
- впровадження комп'ютерних технологій.

ПОГЛИБЛЕННЯ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОЇ ПРОПОЗИЦІЇ.

У готельному господарстві спеціалізація виявляється як поглиблення орієнтації на обслуговування визначеного споживачів, оскільки постійно розширюються та змінюються цілі поїздки. Саме вони формують основні характеристики на готельні послуги: ціну на послуги, місце розташування підприємства, комфортність номерного фонду, оснащеність номерів тощо.

СТВОРЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ГОТЕЛЬНИХ ЛАНЦЮГІВ

Операційний ланцюг (мережа) – це група підприємств, що здійснює колективний бізнес і знаходиться під безпосереднім контролем керівництва ланцюгом.

МІЖНАРОДНА ГОТЕЛЬНА АСОЦІАЦІЯ (МГА) ПОДІЛЯЄ ГОТЕЛЬНІ ЛАНЦЮГИ НА ТРИ ГРУПИ:

- перша – корпоративні ланцюги – готельні корпорації, що володіють великою кількістю підприємств;
- друга – ланцюги незалежних підприємств, які об'єднуються для використання спільної системи бронювання, концепції маркетингу, реклами та інших послуг;
- третя – ланцюги, що надають управлінські послуги.

ОБ'ЄДНАННЯ ПІДПРИЄМСТВ У ГОТЕЛЬНІ ЛАНЦЮГИ ДАЄ МОЖЛИВІСТЬ:

- Інтеграції стратегії продажів і маркетингових зусиль учасників ланцюгів за рахунок просування спільного бренда.
- Розроблення і впровадження спільного логотипа й торгової марки. Застосування прямого маркетингу, просування бренда окремого готелю як члена локального готельного ланцюга.
- Участі у виставковій діяльності з централізованою презентацією учасників ланцюга.

ОБ'ЄДНАННЯ ПІДПРИЄМСТВ У ГОТЕЛЬНІ ЛАНЦЮГИ ДАЄ МОЖЛИВІСТЬ:

- Вивчення споживчих потреб та
потенційного попиту для кожного окремо
взятого готельного підприємства завдяки
формуванню:

єдиних програм для постійного гостя;

єдиних бонусних програм з авіалініями;

єдиної пропозиції по пакетах;

спеціальних акцій і програм.

ОБ'ЄДНАННЯ ПІДПРИЄМСТВ У ГОТЕЛЬНІ ЛАНЦЮГИ ДАЄ МОЖЛИВІСТЬ:

- До створення комплексних програм лояльності
споживачів за допомогою:

управління каналами збуту, надання можливості користування єдиною корпоративно-договірною базою;

оптимізації прибутковості номерного фонду за рахунок перегляду пакетного розміщення оптимізації попиту за рахунок єдиного представлення і просування по каналах Інтернет-ресурсів;

централізованої презентації в міжнародній комп'ютерній системі бронювання;

централізованої презентації в туристичних каталогах, рекламно-інформаційних матеріалах.

ОБ'ЄДНАННЯ ПІДПРИЄМСТВ У ГОТЕЛЬНІ ЛАНЦЮГИ ДАЄ МОЖЛИВІСТЬ:

- Розроблення комплексних програм для оптимізації обороту й і завантаження номерного фонду, а також інших послуг готельного і підприємства на основі:
 - впровадження єдиних підходів до ціноутворення готельних послуг;
 - використання і розвитку єдиної клієнтської бази; презентації в глобальних системах бронювання на парі умовах;
 - використання додаткових онлайн-каналів збуту;
 - загального аналізу економічних показників і управління доходами.

ФРАНЧАЙЗИНГ

Найпоширенішою формою організації готельних ланцюгів є франчайзинг. За визначенням Міжнародної організації франчайзингових організацій франчайзинг - це спосіб ведення бізнесу, при якому провідний суб'єкт господарської діяльності надає передові технології і можливість функціонувати під його маркою іншим організаціям.

ПРОЦЕС ГЛОБАЛІЗАЦІЇ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ЦЕ:

- Посилення ролі міжнародного туризму як форми співробітництва між країнами,
- Розвиток мережі малих готельних підприємств

ВПРОВАДЖЕННЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІНДУСТРІЮ ГОСТИННОСТІ

- Основними напрямками використання інформаційних технологій в діяльності готельних підприємств є:
- формування готельного продукту з використанням міжнародних систем бронювання та резервування;
- інтерактивний діалоговий режим (on-line) спілкування зі споживачами;
- формування програм визначення лояльності клієнта;
- формування програми налагодження взаємостосунків із клієнтом;
- створення сайтів для презентації готельного підприємства споживачам;

ВПРОВАДЖЕННЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІНДУСТРІЮ ГОСТИННОСТІ

- формування програми для реалізації гнучкої цінової політики;
- формування системи електронних каталогів туристичних подорожей по країнах;
- формування уніфікованих електронних баз нормативно-правових актів;
- створення автоматизованих систем взаєморозрахунків;
- участь в електронній торгівлі (електронному бізнесі);
- застосування електронного документообороту;
- підвищення рівня комунікації;
- активізація реклами та просування турпродукту.