

Михайленко Д.О., ст.. гр. ЕП 11-1зт,
Науковий керівник: **Ровенська В.В.**, к.е.н., доцент,
ДВНЗ «Донбаська державна машинобудівна академія»

ФОРМИ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНИМ БІЗНЕСОМ

Готельний бізнес - один із найперспективніших і успішно розвинутих напрямків бізнесу в Україні. Особливістю цього бізнесу є орієнтація на Європейські сервісні стандарти й стрімкий перехід до них. Як і будь-який бізнес готельний бізнес прагне до збільшення доходу й шукає ефективні шляхи для досягнення бажаного фінансового результату.

Як свідчить світовий досвід, лідерство в конкурентній боротьбі за ринки готельного бізнесу захоплює той, хто вміло користується основними розробками та рекомендаціями, методами і принципами закордонного досвіду.

У сучасній готельній індустрії склалися наступні основні форми господарства: незалежний готель, готельний ланцюг і франчайзинг. [1]

Незалежний готель — це готель, який знаходиться в незалежному володінні, розпорядженні і користуванні власника, який одержує прибуток від своєї власності. В основному ці готелі розташовані в малих містах, курортних селищах, де їх діяльність не піддається конкуренції з боку готельних ланцюгів [2].

Найпоширеніший тип незалежного готелю — родинний готель. Клієнтура незалежного готелю віддає перевагу персоніфікованому обслуговуванню, індивідуальним характеристикам інтер'єру, місцевій домашній кухні.

Готельні ланцюги - явище не нове в готельному бізнесі. Готелі, що управляються з єдиного центру, з'явилися більш за півстоліття назад. Готельний ланцюг є групою готелів (два і більш), що мають загальне керівництво, концепцію просування продукту і торгівельну марку.

Більшість готельних підприємств світу входять в той або інший готельний ланцюг. Під ланцюгом мається на увазі група готелів (два або більше), що здійснює колективний бізнес і що знаходиться під безпосереднім контролем керівництва ланцюга. Ланцюг може мати власні будівлі і землю або орендувати їх. Основними причинами успіху ланцюгів є постійність як продукт і обслуговування, їх ідентичність на різних підприємствах, а також доступність цін [3]

Готельні господарства можуть бути утворені за принципом франчайзингу. Існують десятки варіантів співпраці між франчайзинговою мережею і готелем, що розрізняються взаємними зобов'язаннями.

Франчайзинг – договір між готельним ланцюгом і окремим готелем про використання торгівельного знаку ланцюга, їх операційних систем і системи бронювання в обмін на долю прибутку готелю на користь адміністрації цього ланцюга плюс деякі інші винагороди [4].

Суть цього договору полягає в тому що франчайзодавець здатний досягти глибшого проникнення на ринок з мінімальними інвестиціями, тоді як франчайзоотримувач взмозі розвернути свою підприємницьку діяльність з меншим ризиком.

Успіх системи контрактних угод у сфері туризму обумовлений тим, що в ній поєднуються фінансова і технічна потужність крупної фірми з гнучкістю і маневреністю дрібного підприємства, майстерністю, талантом і заповзятливістю оператора, а також з його матеріальною зацікавленістю в результатах діяльності фірми. Франчайзинг пропонує сучасні відпрацьовані технології ведення бізнесу, що дозволяє уникнути помилок організаційно-технічного характеру.

Використання закордонного досвіду функціонування підприємств готельного господарства є одним із шляхів підвищення ефективності діяльності готельних підприємств України. Готельний бізнес в Україні є перспективним за наступними причинами. В країні спостерігається підвищення ділової активності, що, як правило, неминуче викликає збільшення обсягів "ділового туризму", причому не лише внутрішнього, але й в'їзного. Україна, що заявила про свою інтеграцію до європейського простору, поступово стає привабливою для європейців. Представники іноземного капіталу в цілому оцінюють український ринок готельного бізнесу як складний, але перспективний для інвесторів і більше уваги приділяють можливості реалізації проектів у регіонах країни [5].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гарбера О. Є. *Сучасні тенденції розвитку світової готельної індустрії*. Економічний часопис - XXI. 2010. № 11-12. с. 37-41.
2. Байлік С.І., Писаревський І. М. *Організація готельного господарства: підручник*. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 329 с.
3. Рябова І.А., Ісмаєв Д.К., Путіліна С.Н. *Словник міжнародних туристських термінів (русько-английсько-французько-німецький)*, М., «Кнігодел»: МАТГР, 2005. с. 263.
4. Морозов В.А. *Отдавая имя. Франчайзинг в организации и управлении гостиничным бизнесом*. Российское предпринимательство. 2004. N1. С. 58-64
5. Дешевенко Л. *Готельний бізнес – складова сучасної індустрії туризму*. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. 2015. Вип. 40(1). с. 129-133.