

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ МИРОВОГО ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Сегодня мировая индустрия туризма и гостеприимства находится в жестких условиях конкурентной борьбы за каждого клиента и вынуждена крайне стремительно реагировать на внешние изменения условий хозяйствования. На сегодняшний день огромное количество факторов влияет на конкурентоспособность туристической деятельности: географическое положение, размер и разнообразие номерного фонда, звездность, инфраструктура, инновационные технологии, стоимость отдельного номера, материально-техническое оснащение, уникальность гостиничных услуг, квалификация персонала, наличие памятников и исторических мест рядом с отелем и другие факторы.

Основная цель управления процессом развития гостиничного предприятия заключается в том, чтобы достичь высокого уровня качества услуг и удовлетворения потребностей клиентов, превзойти современные мировые стандарты и стать лидером в данной сфере. Для осуществления данной цели в современном мире предприятия гостиничного бизнеса руководствуются следующими тенденциями:

1) углубление специализации гостиниц: обслуживание категорий клиентов с определенными целями въезда приводит к облегчению работы службы маркетинга, гостиничного менеджмента посредством обработки четкого сегмента рынка, а также к максимальному удовлетворению определенного спектра потребностей совокупного спроса (диверсификация внутри сегментов гостиничной индустрии) [1];

2) глобализация гостиничного бизнеса: объединение нескольких гостиниц в консорциумы для оптимизации деятельности в условиях современных жесточайших конкурентных отношений отельеров зарубежного гостиничного хозяйства; амплификации экспансии на иностранные рынки услуг размещения [1];

3) тотальное внедрение инновационных информационных технологий, экспертных систем в операционном управлении и обучении персонала гостиниц, формировании финансовой отчетности, построении оперативной системы бронирования номеров и т.д. [1];

4) распространение сферы интересов гостиничного бизнеса на продукты и услуги, ранее предоставляемые предприятиями других отраслей (например, организации питания, досуга, развлечений, выставочной деятельности и др.) [2];

5) развитие новых видов туризма, в частности экотуризма, основной идеей которого является глубокая связь человека с природой; стимулирует строительство гостиниц в экологически чистых районах и формирование зеленых этажей и номеров в традиционных городских гостиницах;

6) глубокая персонификация обслуживания и полная концентрация на запросах и потребностях клиентов. В дорогих отелях для этих целей создаются карты постоянных клиентов, в которых собирается информация об их вкусах, предпочтениях и привычках. Такая база данных позволяет предупреждать желания гостей [2].

Индустрия гостеприимства требует новых импульсов для укрепления своих позиций в конкурентной борьбе. Анализ и использование мировых тенденций, в особенности информационных технологий и программ, помогают улучшить качество обслуживания, повысить конкурентоспособность и привлекательность для клиентов гостиничного предприятия.

Источники

1. *Мачалкин, С. Е.* Современные тенденции развития и модели организации гостиничного бизнеса: зарубежный опыт / С. Е. Мачалкин // Вестн. Тамбов. ун-та. Сер.: Гуманитар. науки. — 2012. — С. 83–84.

2. *Джанджугазова, Е. А.* Маркетинг в индустрии гостеприимства : учеб. пособие / Е. А. Джанджугазова. — М. : Акад. — 2003. — С. 44–46.