

ТЕНДЕНЦІ І ОЗНАКИ ЕВОЛЮЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Іванова Л.О.

Львівська комерційна академія

Еволюція готельного господарства стала можливою завдяки зміні середовища, в якому розвивалося і яке водночас можна розглядати як рушій його розвитку, передусім впливу низки чинників економічного, соціального, культурного та інших спрямувань. Звичайно, еволюцію готельного господарства можна оцінювати з різних точок зору: технічної, технологічної, архітектурної тощо. Однак ми намагаємося здійснити спостереження з позиції, що є предметом маркетингу. Тому вважаємо, що особливим фактором динаміки готельного бізнесу слід називати конкурентне середовище. Тоді стане зрозумілою роль та значення філософії бізнесу, заснованого на засадах маркетингу як основного інструмента боротьби у конкурентному середовищі. Безумовно, що кожному з етапів розвитку готельного господарства властиві свої, специфічні засоби та інструменти конкурентної боротьби. Не вдаючись в детальне дослідження окремих етапів в еволюції готельного господарства, спробуємо виділити декілька очевидних.

Перший безтоварний етап, коли послуги з притулку перехожих, мандрівників, паломників, гінців, поштовиків тощо надавалися монастирями, церквами безкоштовно або ж витрати з утримання таких закладів несла держава. Основна ознака цього періоду, праперіоду зародження готельного господарства, відсутність оплати готельної послуги.

Другий товарний етап розвитку готельного господарства починається з часів надання платної готельної послуги, коли діяльність, пов'язана з обслуговуванням людей в їх подорожах, оплачувалась, а, значить, стала джерелом одержання доходів. Спочатку такі платні послуги надавали ті ж церкви, монастирі, ями, а пізніше, зі збільшенням інтенсивності пересування людей, розширенням та удосконаленням засобів транспортування, обсяг готельних послуг досягнув параметрів, які дозволили готельному господарству виділитися в окрему галузь. Отже, для цього етапу розвитку готелів характерна конкуренція, хоча на перших порах її засоби були достатньо примітивними.

З часом арсенал засобів конкурентної боротьби розширювався і в період капіталістичного розвитку господарства він набував сучасного змісту та ознак, серед яких набір послуг поза основною, готельною, рівень якості пропонованих послуг, цінова варіативність послуг, реклама тощо.

Третій, маркетинговий, період еволюції готельного господарства характеризується жорсткою конкуренцією у сфері готельного бізнесу, з одного боку, та вишуканими, маркетинговими способами – конкурентної боротьби готелів, готельних груп, з другого.

Слід пам'ятати, що пропонований підхід дослідження розвитку готельного господарства достатньо абстрагований. Зрозуміло, що перелічені періоди не можна зіставити за часовим виміром. Приміром, тривалість другого етапу вимірюється декількома тисячоліттями, тоді як останньому, третьому, періоду не виповнилося ще й століття. Ми також є свідками того, що готельне господарство континентів та окремих країн мало свою специфічну еволюцію.

Серед сучасних тенденцій розвитку світового готельного господарства можна виділити наступні: загострення конкурентної боротьби; зміцнення позицій готельних послуг міжнародних готельних концернів та об'єднань на ринку; запровадження нової політики торговельних марок готельних об'єднань, в основі якої – простота і функціональність обладнання готельних номерів, територіальне поширення послуг; зміна пріоритетів в інвестиційній політиці міжнародних готельних об'єднань.