

Секция «География»

Пространственно-временные аспекты развития ведущих гостиничных цепей мира

Иевская Юлия Михайловна

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Географический факультет, Москва, Россия
E-mail: tourist-007@yandex.ru*

Гостиничные цепи, успешно преодолев катаклизмы XX века (войны, экономические кризисы), стали ярким примером глобализации, распространив свое влияние по всему земному шару. Сегодня в мире насчитывается свыше 200 гостиничных сетей – от мелких, с несколькими десятками объектов, до гигантов, включающих в себя тысячи отелей.

Зародившись в США в середине 20-х годов (корпорация Конрада Хилтона), наибольшее развитие и распространение гостиничные сети получили после Второй мировой войны. В 50-е годы на американском континенте действовали три гостиничные компании, лидировавшие по количеству входящих в них гостиниц (Hilton, Statler и Sheraton). А к 1980 году восемь из десяти ведущих международных гостиничных компаний были американскими. В европейском регионе гостиничные цепи формируются лишь в конце 50-х годов. Период 60-х – 80-х гг. вошел в историю европейского гостиничного бизнеса как «золотая эра»: это эпоха высокой загрузки гостиниц и масштабного строительства новых средств размещения, создания таких европейских гостиничных цепей, как Assog, Sol Melía, Le Meridien. Эпоха расцвета имела экономическую природу: практически во всех европейских государствах наблюдался повышенный уровень инфляции, что повышало стоимость недвижимости, и доходность гостиничных предприятий, во многом, была обусловлено тарифной политикой. В конце 80-х годов страны Юго-Восточной Азии, т. н. «азиатские тигры», резко продвинулись в социально-экономическом развитии, что повысило уровень жизни населения в них, активизировало международное взаимодействие и, соответственно, повлияло на формирование и развитие гостиничных цепей.

Таким образом, к началу 90-х годов основные центры развития гостиничных цепей были приурочены к странам «Триады»: США – Западная Европа (Франция, Великобритания) – Япония. География штаб-квартир гостиничных цепей подтверждает тот факт, что процесс глобализации в гостиничном бизнесе берет начало в странах, генерирующих туристские потоки и осуществляющих зарубежное инвестирование.

Помимо экономических предпосылок существует еще ряд факторов, которые влияют на географию распространения той или иной гостиничной сети: место и время возникновения цепи; культурно-этнические, социально-экономические и политические связи страны «рождения» цепи с другими государствами; политика государств по привлечению иностранных инвесторов; целевые рынки гостиничной цепи. В настоящее время около 70% американских отелей и 30-40% европейских входят в гостиничные цепи. Процесс глобализации имеет противоречивый характер: с одной стороны, укрупняются ведущие международные гостиничные цепи, с другой стороны, все большее число стран создает собственные гостиничные корпорации, успешно конкурирующие с интернациональными монополиями.

Литература

1. Лесник А. Л. Организация и управление гостиничным бизнесом: Учебник / Под ред. А. Л. Лесника, И. П. Мащицкого, А. В. Чернышева. - М.: Интел Универсал, 2000.
2. www.arbat-15.ru/01100030.php (Международная Ассоциация Франчайзинга в России и СНГ)
3. www.accor.ru (Accor)
4. www.hilton.com (Hilton Hotels & Resorts)
5. www.ichotelsgroup.com (InterContinental Hotels Group)