

Ассоциации и союзы
в гостиничной
индустрии

Первые ассоциации образовались в Европе XIV в., когда организовывались первые гильдии трактирщиков. На рубеже XIX–XX вв. создавались синдикаты, корпорации и акционерные общества, объединяющие различные предприятия, осуществлялся процесс первоначального накопления капитала в гостиничном бизнесе.

В Лондоне в 1906 г. был организован «Союз владельцев гостиниц», он объединил 1700 отелей Европы. Тенденция к объединению капиталов в значительной мере способствовала созданию и, соответственно, предложению более качественных гостиничных услуг.

Основными целями создания ассоциаций являются:

- ✓ обмен информацией через средства масс-медиа;
- ✓ создание имиджа у членов ассоциаций;
- ✓ представительство на федеральном уровне (региональном);
- ✓ льготное групповое страхование;
- ✓ периодические рекламные компании;
- ✓ совместный контроль цен;
- ✓ помощь в совершенствовании управления предприятием;
- ✓ протекционирование постоянных членов в продвижении по служебной лестнице.

Наиболее известные ассоциации, которые успешно развиваются на рынке гостиничных услуг:

1. ХОРТЕК (конфедерация национальных ассоциаций гостиниц и ресторанов) – 1200 гостиниц и ресторанов, 22 национальные организации.
2. АН & МА (американская ассоциация отелей и мотелей). Организована в 1910 г. Объединяет 70 американских и 33 зарубежных национальных ассоциаций, 675 предприятий-смежников. Эта ассоциация способствовала появлению МАФО.
3. МАФО (американская ассоциация франшизных ассоциаций).
4. «The Leading Hotels of the World» (1927 г.) включает 315 отелей класса «ЛЮКС».
5. МГА (международная гостиничная ассоциация).

ХОРТЕК (конфедерация нац-х ассоциаций гост-ц, ресторанов, кафе и подобных учреждений в Европейском союзе и Европейской зоне) – одна из типичных весьма региональных организаций нрава. ХОРТЕК бурно выражает интересы 35 национальных ассоциаций в индустрии гостиниц, ресторанов и кафе 19 европейских стран.

Задачи ХОТРЕК в соответствии с ее уставными положениями: объединять представительские отраслевые организации индустрии гостиниц, ресторанов и кафе государств – членов ЕС, способствовать их тесному сотрудничеству; обеспечивать их представительство в институтах ЕС и координировать предпринимаемые действия с соответствующими правительствами; обеспечивать выполнение принципов и задач Римского договора в соответствии с интересами гостиничной и ресторанной индустрии государств – членов ЕС; организовывать регулярные встречи членов ХОТРЕК с целью поддержания уровня их информированности по всем вопросам профессиональных интересов, а также вопросам, находящимся на рассмотрении одного из официальных органов ЕС или ХОТРЕК в целом; поддерживать регулярные контакты с др. европейскими правительственными и неправительственными организациями, а также с др. секторами профессиональной деятельности, связанной с туризмом; публиковать материалы, отвечающие интересам членов ХОТРЕК.

АН & МА(американская ассоциация отелей и мотелей). Организована в 1910г.. Объединяет 70 ам-х и 33 заруб-х нац-х ассоциаций + 675 предприятий-смежников. Эта ассоциация активно способствовала появлению МАФО.

– федерация, объединяющая более чем 70 американских и 33 зарубежных ассоциаций индустрии гостеприимства. Ее членами являются руководители, представляющие 8900 предприятий размещения (1,3 млн гостиничных номеров – более 50 % всей гостиничной базы и свыше 80 % валового дохода гостиничной индустрии США). Имеет собственный учебный центр некоммерческого характера (Ист-Лансинг, шт. Миннесота), создающий учебные материалы и пособия, необходимые для индустрии гостеприимства, и организующий специальные курсы повышения квалификации. Издает официальный ежемесячный журнал «Lodging», имеет собственную компьютерную информационную систему, следящую за появлением новейшей информации по гостеприимству.

Международная гостиничная ассоциация (МГА) — ведущая международная организация в сфере гостеприимства — была создана в 1946 г. Основной задачей МГА является защита интересов ее членов в международных правительственных и неправительственных организациях. С этой целью ведутся регулярные исследования в области международного законодательства, в области маркетинга, много внимания уделяется проблемам строительства гостиниц, их классификации, эффективности капитальных вложений.

Спасибо за внимание