

# РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ имени Г. В. ПЛЕХАНОВА



## Корпоративный менеджмент в индустрии гостеприимства

- ➔ **ТЕМА:** Стратегические альянсы и партнерства в корпоративном менеджменте
- ➔ **АВТОР:** д.э.н. профессор Зайцева Н.А.

# План материала по теме



**Определение понятия «стратегический альянс»**

**Четыре основных вида альянсов в гостиничном бизнесе**

**Основной мотив создания стратегических альянсов в гостиничном бизнесе**

**Факторы, учитываемые при выборе вида стратегического альянса**

**Краткая характеристика гостиничных альянсов**

# Определение понятия «стратегический альянс»



- **Стратегические альянсы** — это соглашения об относительно продолжительной кооперации двух или более партнеров для достижения коммерческих целей, идущие дальше обычных торговых операций, но не доходящие до слияния
- **Стратегический альянс** - объединение независимых компаний, которые намерены заняться специфическим родом производства или хотят реализовать проект, используя интеллектуальные и материальные ресурсы друг друга, чтобы действовать

# Определение понятия «стратегический альянс»



Стратегический альянс представляет собой объединение усилий нескольких компаний по совместному сбыту продукции и услуг, разделу между собой рынков сбыта и сбытовой сети, проведение совместного маркетинга, научно-исследовательских работ и финансовых вложений.

# Четыре основных вида альянсов в гостиничном бизнесе



- **полные альянсы**, обеспечивающие не только маркетинговые исследования и обслуживание, но и помогающие в управлении персоналом, проведении закупок;
- **маркетинговые альянсы**, обеспечивающие маркетинговые исследования и разработку маркетинговых программ;
- **альянсы системы бронирования**, обеспечивающие центральную систему бронирования;
- **направленные альянсы**, представляющие объединения отелей с авиакомпаниями и их системами бронирования.



# **Основной мотив создания стратегических альянсов в гостиничном бизнесе**

**Основной мотив создания стратегического альянса** заключается в том, чтобы покупка продукции или услуг одной организации стимулировала приобретение продукции в другой. В рамках стратегических союзов продукция одной компании открывает возможность другой выйти на рынок и путем разделения финансового риска уйти от банкротства при неблагоприятном спросе.

# Факторы, учитываемые при выборе вида стратегического альянса



Выбор той или иной формы стратегического альянса определяется рядом факторов, среди которых можно выделить следующие:

- стратегические цели партнеров и т.д.
- желаемая степень гибкости во взаимоотношениях партнеров;
- размеры расходов и рисков, связанных с организацией сотрудничества и другие факторы.

# Краткая характеристика гостиничных альянсов (фрагмент)



№ п/п	Название альянса	Год создания	Участники, партнеры	Цель создания альянса	Дополнительная информация
1	Ведущие Отели мира (The Leading Hotels of the World)	1928	Независимые отели, интегрированные отели	Маркетинговая стратегия	432 гостиницы в 80 странах мира
2	Маленькие роскошные отели мира (Small Luxury Hotels of the World)	1991	Эксклюзивные отели, замки и виллы	Маркетинговая стратегия	В более 50 странах мира
3	Маленькие Ведущие Отели мира (The Small Leading Hotels of the World)	1999	Независимые отели, интегрированные отели	Маркетинговая стратегия	



# Краткая характеристика гостиничных альянсов (фрагмент)



№ п/п	Название альянса	Год создания	Участники, партнеры	Цель создания альянса	Дополнительная информация
4	Национальный фонд исторических отелей Америки	1989	Исторические отели старше 50 лет	Объединение исторических памятников культуры	203 отеля 41 штат США
5	Объединение Исторических отелей Европы	1997	Исторические отели Европы	Маркетинговый союз	11 стран Европы более 1000 отелей
6	Best Eastern Hotels (БЕН)	1998	Отели России, стран СНГ и Балтии; «Академсервис», «Аэрофлот»	Продвижение российских отелей на мировом рынке	Более 300 отелей, 3,5 тыс. тур. агентств

# Краткая характеристика гостиничных альянсов (фрагмент)



№ п/п	Название альянса	Год создания	Участники, партнеры	Цель создания альянса	Дополнительная информация
7	Роскошный альянс (Luxury Alliance)	2000		LHW, Relais & Chateaux; Abercrombie & Kent, Inc; Orient-Express Trains & Cruises	Предоставление богатого выбора роскошных отелей по всему миру
8	Great Hotels Organization (GHO)	2001	2 крупных альянса: Великие отели мира (GHOTW) и Специальные отели мира (SHOTW)	Объединение маркетинговых стратегий и усиление ориентации на отдельные сегменты рынка	
9	Hilton Hotels Corporation & Expedia, Inc	2003	Отели ННС и Expedia, Inc	Увеличение загрузки отелей и специальные предложения по ценам	

# Краткая характеристика гостиничных альянсов (фрагмент)



№ п/п	Название альянса	Год создания	Участники, партнеры	Цель создания альянса	Дополнительная информация
10	Visa и Le Meridien	2003	Отели Le Meridien и клиенты компании Visa	Проведение совместных кампаний по продвижению торговых марок	
11	Marriott и компания Bulgari	2001	Отели Marriott и торговая марка Bulgari	Специальный альянс по поддержанию имиджа и торговой марки	
12	Исторический альянс между Национальным фондом исторических отелей Америки и Объединением Исторических отелей Европы.	2004	Национальный фонд исторических отелей Америки и Объединение исторических отелей Европы	Развитие культурно-познавательного туризма как в Америке, так и в Европе	

# Краткая характеристика гостиничных альянсов (фрагмент)



№ п/п	Название альянса	Год создания	Участники, партнеры	Цель создания альянса	Дополнительная информация
13	Ведущие SPA-отели мира» (The Leading SPAs of the World)	2004	Гостиницы, предоставляющие SPA-услуги	Объединить все SPA-отели	85 гостиниц по всему миру
14	Глобальный Гостиничный Альянс (Global Hotel Alliance)	2004	Гостиницы и курорты Кемпински; Гостиницы и курорты Пан Пасифик; Гостиницы и курорты Риджес; Гостиницы и курорты Уиндхэм	Совместный маркетинг с целью предложить клиентам более широкий диапазон услуг по размещению в международном масштабе	235 гостиниц на пяти континентах



# Выводы

1. Стратегический альянс представляет собой объединение усилий нескольких компаний по совместному сбыту продукции и услуг
2. Стратегические альянсы заключаются для того, чтобы покупка продукции или услуг одной организации стимулировала приобретение продукции в другой.
3. Первый стратегический альянс Ведущие Отели мира (The Leading Hotels of the World) был создан в 1928 году
4. В настоящее время практически все гостиничные сети входят в стратегические альянсы



# Рекомендуемая литература по теме

## Основная литература:

- Орехов С. А. Корпоративный менеджмент: Учебное пособие / С. А. Орехов, В. А. Селезнев, Н. В. Тихомирова; под общ. ред. д.э.н., проф. С. А. Орехова. — 3-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013.
- Псарева Н.Ю. Холдинговые отношения: теоретические и методические аспекты: монография. – Изд. 2-е . – М.: ИД «АТИ-СО», 2012.
- Лейкин Дм. Ключевые вопросы управления группой компаний. 2-е изд. – М.: Альмина Паблишер, 2012.
- Мазур И. И., Ольдерогге Н.Г., Шапиро В.Д., Шеин В.И. Корпоративный менеджмент. М.: Омега-Л, 2011.
- Корпоративный менеджмент. Бараненко С. П., Дудин М.Н., Лясников Н.В. М.: Центрполиграф, 2010.

# Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы студентов



- Корпоративное управление: Учебник / Бочарова И. Ю. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014.
- Распопов В. М., Распопов В. В. Корпоративное управление: учебник. - М.: Изд-во Магистр, 2014.
- Корпоративное управление: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям экономики и управления / Тепман Л.Н. - М.: Изд-во: ЮНИТИ\_ДАНА, 2014.
- Корпоративное управление. Учебник. Веснин В. Р., Кафидов В. В. - М.: Изд-во: ИНФРА-М, 2014.
- Михайлов Д.М. Эффективное корпоративное управление (на современном этапе развития экономики РФ): учебно-практическое пособие / Д.М. Михайлов. — М. : КНОРУС, 2013.
- <http://www.skrin.ru> (сайт раскрытия финансовой информации российских компаний).
- <http://www.mergers.ru> (портал по вопросам слияний и поглощений).
- <http://www.rid.ru> (сайт Российского института директоров).
- <http://www.ma-journal.ru> (электронная версия журнала «Слияния и поглощения»).



Спасибо за внимание

Ваши вопросы

Контакты: [Zaytseva.NA@rea.ru](mailto:Zaytseva.NA@rea.ru)