

Нікітіна Т.А.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу
Національного університету харчових технологій, Київ

Богуславський О.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри екологічного менеджменту та підприємництва
Національного університету імені Тараса Шевченка, Київ

ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОНСОЛІДАЦІЇ КАПІТАЛУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Сучасні підприємства індустрії гостинності широко застосовують консолідацію капіталу для одержання найкращого ефекту від своєї діяльності. Метою здійснення консолідації капіталу є підвищення ефективності, максимізації прибутку підприємства та посилення його конкурентних переваг на ринку. Найбільш розповсюдженими формами здійснення консолідації капіталу в готельній й індустрії є стратегічні альянси та злиття і поглинання. Така консолідація втілюється у створення готельних мереж. Готельні мережі створюються як в середині країни, так і виходять за її межі. Причому відбувається об'єднання капіталів як між самими готельними підприємствами, так і з підприємствами суміжних галузей. До таких світових лідерів готельного бізнесу які здійснюють консолідацію капіталів відносяться: «InterContinental Hotels Group (IHG)», «Hilton Worldwide», «Starwood», «Marriott International», «Accor Group», «Choice Hotels International», «Carlson Rezidor Hotel Group» та ін. У 2016 році відбулося злиття «Marriott International» з «Starwood Hotels & Resorts». Підприємства готельного бізнесу України також входять до міжнародних готельних мереж, таких як «Inter Continental Hotel», «Marriot International», «Hyatt Hotels Corporation» та багато інших.

В той же час, здійснення консолідації капіталів підприємств готельної індустрії не завжди є вдалим та призводить до бажаного ефекту. Постає

питання про розрахунок корисності від потенційно можливої консолідації капіталів

Ефективність у загальному вигляді визначається як співвідношення отриманого результату (доходу) до витрат, необхідних для досягнення результату. Отже, визначення коефіцієнта ефективності діяльності готельних підприємств в результаті консолідації їх капіталів можна представити наступним чином:

$$E = \frac{Д}{\sum B_{KK} + \sum B_{пк}} , \quad (1)$$

де Е – ефективність готельного підприємства в результаті проведення консолідації капіталу;

Д – доход отриманий після здійснення консолідації капіталу;

$\sum B_{KK}$ – сукупні витрати підприємства готельного господарства в результаті здійснення консолідації капіталу;

$\sum B_{пк}$ – сукупні витрати на безпосереднє здійснення самої процедури консолідації капіталу.

У разі наявності альтернативи вибору при здійсненні консолідації капіталу з різними компаніями (як з готельними підприємствами так з підприємствами суміжних галузей) обирають на користь тієї компанії, консолідація капіталу з якою надасть можливість максимізувати коефіцієнт ефективності.

Окрім показника ефективності діяльності новоствореної компанії, враховують також вартість самого підприємства після здійснення консолідації капіталу. Вартість новоствореної компанії (після здійснення консолідації капіталу) повинна перевищувати суму вартостей підприємств до консолідації.

Однією з вагомих причин що спонукають готельні підприємства до проведення консолідації капіталів з іншими компаніями є прагнення до досягнення синергетичного ефекту.

Як зазначає Б. Карлоф, «...синергія – це стратегічні переваги, що виникають при об'єднанні двох або більшого числа підприємств у порівнянні з

їх діяльністю окремо, що може бути виражено в зростанні продуктивності та (або) зниження витрат виробництва» [1, с.26].

Отже, здійснення розрахунку ефекту синергії від проведенні потенційної консолідації капіталів підприємств готельного бізнесу потрібно для прийняття рішення що до консолідації. Визначення ефекту синергії консолідації капіталів підприємств можна представити як суму наступних ефектів: ефект синергії масштабу виробництва; ефект синергії від збільшення прибутку на акціонерний капітал; ефект синергії від монопольного стану підприємства на ринку та його впливу на постачальників сировини, комплектуючих та на споживачів; ефект синергії економії поточних витрат за рахунок позбавлення від дублювання певних робіт; ефект синергії оптимізації менеджменту; ефект синергії при проведенні диверсифікації виробництва, через підвищення обсягів реалізації готельних послуг через зростання збуту та розширення асортименту готельних послуг і підвищення попиту на них. Здійснення консолідації капіталу буде більш доречно з тими компаніями, консолідація капіталів з якими дасть найбільший ефект синергії.

Список використаних джерел:

1. Кемпбелл Э., Саммерс Лачс. Стратегический синергизм. СПб.: Питер, 2004. 416 с.