



Aleksandras Stulginskis University
Business and Rural
Development Management Institute

MULTI-AUTHORED MONOGRAPH

INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY: GLOBAL TRENDS AND NATIONAL FEATURES

Kaunas, Lithuania
2018

ALEKSANDRAS STULGINSKIS UNIVERSITY
BUSINESS AND RURAL DEVELOPMENT MANAGEMENT INSTITUTE

**INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY:
GLOBAL TRENDS AND NATIONAL FEATURES**

**Collective monograph
edited by J. Žukovskis, K. Shaposhnykov**

Kaunas, Lithuania
2018

*Recommended for publication
by the Academic Council of Aleksandras Stulginskis University*

Reviewers:

Olga Galtsova – Professor, Dr. of Economics, Head of the Department of Economics, National and International Economy, Classical Private University, Ukraine.

Natia Gogolauri – Professor, Dr. of Economics, Head of Faculty of Business, Sulkhani-Saba Orbeliani Teaching University (SABAUNI), Georgia.

Scientific Board:

Jan Žukovskis – Associate Professor, Dr. of Economics, Head of Business and Rural Development Management Institute, Aleksandras Stulginskis University, Kaunas, Lithuania.

Andrzej Pawlik – Dr. hab., Professor Head of the Institute for Entrepreneurship and Innovation, State University of Jan Kochanowski, Poland.

Olga Chwiej – Associate Professor, Dr. of Economics, freelancer scientist, Poland.

Kostiantyn Shaposhnykov – Professor, Dr. of Economics, Head of Black Sea Research Institute of Economy and Innovation, Ukraine.

Vilma Atkociuniene – Professor, Dr. of Economics, Business and Rural Development Management Institute, Aleksandras Stulginskis University, Kaunas, Lithuania.

Martina Diesener – Professor, Dr. of Economics, Faculty of Economics and Management Science, Leipzig University, Germany.

Hélder Ferreira Vasconcelos – Professor, Dr. of Economics, NOVA School of Business and Economics, Lisbon, Portugal.

Xavier Martínez-Giralt – Professor, Ph.D, Dr of Economy, Dean at Departament d'Economia i d'Història Econòmica at the Universitat Autònoma de Barcelona, Spaine.

Yuri Safonov – Doctor of Economics, Professor, Professor of Macroeconomics and Governance Department, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Ukraine.

The authors of articles usually express their own opinion, which is not always comply with the editorial Board's opinion. The content of the articles is the responsibility of their authors.

Innovative development of the economy: global trends and national features. – Collective monograph. – Lithuania: Publishing House “Baltija Publishing”, 2018. – 716 p.

CONTENTS

1. INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY

Тітомир Л. А., Данилова О. І. ІННОВАЦІЇ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ	353
---	-----

Cisko L. QUALITY OF LAW-MAKING AND CONCEPTUAL ECONOMIC SOLUTIONS AS ESSENTIAL DETERMINANTS OF DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY	377
---	-----

Шедяков В. Е. РАЗВИТИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ НАУЧНО-ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА В ОСУЩЕСТВЛЕНИИ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ	394
---	-----

2. TERRITORY DEVELOPMENT: INNOVATIVE CONTEXT

Vinogradchyi V. I., Nekriach A. I. CURRENT LOCAL GOVERNMENT REFORMS IN THE EU AS A “ROAD MAP” FOR UKRAINE	406
--	-----

Primachev N. T., Golubkova I. A. CONDITIONS OF EFFECTIVE POSITIONING OF THE NATIONAL TRANSPORTATION SPACE IN THE STRATEGY “THE NEW SILK ROAD”	419
---	-----

Єрмакова О. А. МЕТОДОЛОГІЧНИЙ БАЗИС ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ГЛОКАЛІЗАЦІЇ	432
--	-----

Zaika S. O., Kuskova S. V., Gridin O. V. ESSENCE AND MAIN COMPOSITION OF INNOVATIVE POTENTIAL OF THE REGION	447
--	-----

Залунина О. М. РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИИ ВО ВЗАИМОСВЯЗИ СО СТРОИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ.....	462
---	-----

Lavrynenko S. O., Zelinskaya A. M. THE ROLE OF THE CLUSTER IN SHAPING THE COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES: A REGIONAL ASPECT	476
---	-----

Мольчак Я. О., Андрощук І. В., Мисковець І. Я. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ІНТЕГРОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ТПВ У РЕГІОНАЛЬНОМУ КОНТЕКСТІ.....	491
--	-----

Улицкая Н. Ю., Акимова М. С., Улицкая М. В. СТРУКТУРИРОВАНИЕ ЗЕМЕЛЬНО-ИМУЩЕСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ РАЗВИТИЕМ ТЕРРИТОРИЙ (НА МАТЕРИАЛАХ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ)	506
--	-----

3. INNOVATIVE BUSINESS MANAGEMENT

Boiko M. H., Vedmid N. I., Hopkalo L. M. THE VECTOR OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTERPRISES IN THE HOTEL BUSINESS	530
--	-----

Гудзь Ю. Ф. ОСОБЛИВОСТІ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЄВРОПЕЙСЬКІ РИНКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	544
Zaporozhets I. M., Fateev N. V., Kozyr B. Yu. MECHANISMS OF MANAGEMENT OF SHIPBUILDING CLUSTER SYSTEMS	563
Зацепіна Н. О., Гресь-Євреїнова С. В., Шелеметьєва Т. В. SOCIAL MEDIA MARKETING ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....	575
Irtysheva I. O., Tubaltseva N. P., Potkin O. O. WAYS OF INCREASING COMPETITIVENESS OF MARINE TERMINALS OF UKRAINE	590
Ковальчук С. В., Семенов К. Л. МАРКЕТИНГ-ЛОГІСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ У ІННОВАЦІЙНОМУ УПРАВЛІННІ БІЗНЕСОМ	604
Kuzmin O. V., Chemakina O. V., Kuzmin A. O. THE QUALITY MANAGEMENT SYSTEM OF THE RECEPTION SERVICE – AS ONE OF THE ELEMENTS OF THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE HOTEL-RESTAURANT INDUSTRY	619
Melnychenko S. V., Mykhailichenko G. I., Kravtsov S. S. INNOVATIVE GROWTH OF INTEGRATED TOURISM COMPANIES	634
Moskvichova O. S., Hryhoruk I. O. IMPACT OF ECONOMIC INSTABILITY ON THE FINANCIAL STRATEGY OF THE ENTERPRISE	644
Sukhonos M. K., Dymchenko O. V., Syncheskul I. L., Mozgovyi Ie. V. THE DIVERSITY OF ECONOMIC CONFLICTS: CAUSES, RISK AND MANAGEMENT (ON THE EXAMPLE OF HEATING ENTERPRISES OF UKRAINE)	658
Тютюнникова С. В., Рябовол Д. А. КРИПТОВАЛЮТА КАК ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ СОВРЕМЕННЫХ ЭЛЕКТРОННЫХ ДЕНЕГ	671
Filipishyna L. M., Bessonova S. I. METHODOLOGICAL BASES OF STRATEGIC CLIMATE ASSESSMENT FOR THE FORMATION OF SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES	688

1. INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY

Тітомир Л. А.

*кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу
Одеської національної академії харчових технологій*

Данилова О. І.

*кандидат хімічних наук, старший науковий співробітник,
начальник відділу нормативно-технічного забезпечення та метрології
Одеської національної академії харчових технологій*

ІННОВАЦІЇ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ

Анотація

Підвищення конкурентоспроможності і зміцнення позицій на ринку послуг можливо завдяки розвитку “зеленого туризму”, етнотуризму, послуг із креативними творчими складовими та доброзичливою толерантною атмосферою. Для цього необхідно розширити асортимент та якість послуг, покращити інформатизацію на всіх етапах. Важливим фактором сервісу є врахування менталітету гостей та бажання їх отримати максимальне задоволення і користь від подорожі. Маркетингові стратегії повинні бути гнучкими, піддаватися постійному контролю. Розширення спектру засобів розміщення (апартаменти, вілли, будинки для відпочинку, заміські та гостьові будинки, шале тощо) дозволяє якнайкраще зорієнтувати різні групи туристів та урізноманітнити види відпочинку. Аналіз стану готельної індустрії та інноваційних процесів у цьому сегменті бізнесу в Україні дозволив позитивно оцінити перспективи розвитку індустрії гостинності. Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці наукових та практичних підходів до ефективної організації готельно-ресторанного господарства в різних регіонах України з огляду на роботу сталих підприємств. Зроблені висновки і рекомендації можуть бути основою для формування стратегічних напрямів раціонального використання підприємств індустрії гостинності.

Вступ

В умовах жорсткої конкуренції готелі змушені шукати нові шляхи підвищення привабливості та доступності своїх послуг. Недооцінка інноваційного управління в діяльності українських готельних підприємств призвела до зниження рівня їх конкурентоспроможності, порушення

принципів і методів управління, зниження якості готельних послуг. Інновації виступають в якості стимулу для подальшого розвитку готельного бізнесу, дають змогу підприємствам не тільки займати лідируючі положення у своїх ринкових сегментах, але й відповідати світовим стандартам готельного обслуговування [1]. В Україні наявні всі умови та екскурсійні можливості для розвитку туризму та підприємств індустрії гостинності, а саме [2-4]: природна та культурна спадщина; історико-культурні комплекси; пам'ятки архітектури і археології; парки, дендропарки; місця поширення народних ремесел; заказники, пам'ятки природи тощо.

У зв'язку із процесами Євроінтеграції які, на вимогу часу, в Україні активно стартують або розвиваються в усіх сферах, вивчення та адаптація позитивного зарубіжного досвіду побудови комплексної моделі розвитку виступає важливим елементом системи управління [1]. Підприємства сфери гостинності можуть стати конкурентоспроможними лише за наявності чітких стратегій розвитку, підкріплених економічними розрахунками. Проведення аналізу та вивчення тенденцій розвитку індустрії гостинності є важливим етапом у формуванні економічної діяльності, перспективної для розвитку України. Одним з найбільш проблемних місць є відсутність стратегічного планування на більшості готельно-ресторанних підприємств, неузгодження планів розвитку окремих регіонів із потребами та сучасними реаліями і неефективне використання трудових ресурсів. Складність об'єкту, який представляє собою організація управління індустрією гостинності, визначається її багатогранністю, неявні взаємозв'язки та взаємовідношення характеристик. А також складність у формалізації економічних і соціальних параметрів породжує проблемну ситуацію, що потребує вирішення. Для визначення основних критеріїв, що породжують протиріччя в організації управління необхідно з'ясувати загрози та ризики, сильні і слабкі сторони в кожному регіоні для формування можливих тенденцій стратегій управління і розвитку.

Актуальність теми обумовлена величезним значенням впровадження інновацій у сфері гостинності в умовах ринкової економіки. Саме від цього залежить сталий розвиток підприємств, конкурентоспроможність, оскільки інновації дозволяють оптимізувати технологічний процес надання послуг, розширити асортимент послуг, забезпечити умови комфортнішого перебування туристів в готелях.

Розділ 1. Стан індустрії гостинності на сучасному етапі в Україні

За останні роки ринок надання послуг гостинності значною мірою змінюється, оскільки туристи мають змогу порівнювати сервісне обслуговування в Україні та за кордоном і вимагають певного рівня комфорту. Це змушує керівництво готелів або докорінно змінювати стратегію з використанням різних інновацій або нести збитки та виходити з бізнесу. Сектор готельної індустрії на сьогоднішній день – найбільш динамічний сектор економіки України, здатний приносити реальний прибуток. Зважаючи на сьогоднішні тенденції розвитку галузі, інновації в

готельному бізнесі відіграють чи не головну роль у висококонкурентній боротьбі готелів за кожного клієнта. Застосування новітніх технологій дозволяє готельерам підвищити ефективність свого господарства, знаходити нові резерви підвищення якості обслуговування, ефективної охорони номерів і майна гостей, надання нових послуг. Вивченню проблем розвитку готельно-ресторанного господарства приділена велика увага науковців, фахівців [4-6]. У цих роботах розглядаються організація та розвиток готельно-ресторанного господарства, аналізуються чинники, що впливають на ринок готельно-ресторанного бізнесу в Україні.

Однак, незважаючи на глибину наукових розробок, ряд теоретичних питань щодо стратегічного управління підприємством готельного господарства не знайшли свого повного висвітлення в наукових працях учених. А проблеми обґрунтування методичних підходів та розробка методичного інструментарію для вирішення проблемної ситуації не привернули достатньої уваги науковців.

Серед основних напрямків щодо перспектив розвитку індустрії гостинності, виявлених в ресурсах світової наукової періодики, можуть бути виділені [5; 6]. Але в них розглянуті лише загальні маркетингові стратегії та тенденції щодо розвитку інформаційних технологій у відповідності до побажань туристів без конкретизації і узагальнень, які можливо поширити на всю галузь гостинності. Робота [7] присвячена маркетинговим стратегіям готелів Великобританії та Європи, проте підкреслюється наявність значного конкурентного тиску і залишаються невирішеними питання розвитку бюджетних засобів розміщення, особливо без залучення додаткових коштів інвесторів або об'єднання в ланцюги.

Авторами роботи [8] наведений теоретичний та емпіричний аналіз диференціації готельних номерів із урахуванням цінової політики, але наведена модель із використанням теорії ігор залишає поза увагою питання стратегічного планування розвитку готелів. Як зазначено в роботах [9-11], конкурентні відносини в міжнародному туризмі стосуються всіх сфер індустрії гостинності, починаючи із стандартних послуг, кількості та заповнення номерів, при цьому різноманітність використаних стратегій не забезпечує сталої рентабельності і лише унікальні пропозиції та гарантії рівня послуг відомими готельними ланцюгами здатні привернути увагу гостей. Однак у цих роботах не до кінця розкриті можливості використання природних ресурсів та привілеї комбінування роботи готелів як підприємницької ланки та влади і відповідних державних структур як партнера стратегічного планування. Автори роботи [10] підкреслюють важливість удосконалення технологічних підходів для сталого розвитку гостинності та відсутність систематичного тривалого дослідження основних компонентів туристичної галузі у більшості країн світу.

Спробам оцінити структуру туристичних потоків та інфраструктури готелів, визначенню пріоритетності деяких показників присвячується невеликий відсоток робіт [12-14]. Однак описані параметри показують лише

велику кількість факторів, які впливають на ступінь задоволення гостей, лише у [13] підкреслюється важливість наявності зворотного зв'язку. Частіше розглядають конкретні готелі [15; 16] і на їх прикладі пропонуються варіанти стратегій, що не передбачає поширення аналогічних підходів в галузі. Лише наголошується на необхідності наявності екологічної складової і під час надання послуг, і в інфраструктурі, і у відповідальності щодо навколишнього середовища. Автори роботи [17] підкреслюють важливість визначення співвідношення різних маркетингових дій для урахування мотивації, пристрастей гостей, поширення інформації про послугу та її рівень. На думку авторів роботи [18] управління у сфері гостинності має бути спрямованим на залучення і задоволення потреб потенційних клієнтів та забезпечення конкурентних переваг на ринку готельних послуг.

Таким чином, результати аналізу дозволяють зробити висновок про те, що для формування маркетингових стратегій необхідний аналіз змін і коливань основних туристичних потоків. Безпосереднє використання досвіду закордонних засобів розміщення буде неефективним, оскільки стратегії інноваційного розвитку підприємств індустрії гостинності повинні враховувати багато чинників, основним із яких є задоволення потреб гостей.

1.1. Передумови для розвитку індустрії гостинності в Україні

Потреба в готельних місцях і різних регіонах специфічна внаслідок того, що її значення не пов'язані прямо з числом жителів, розвитком промисловості, розмірами поселень і іншими статистичними чинниками. Набагато більше формування потреби в готельних місцях пов'язане з інтенсивністю міграційних процесів.

Потреба в готельних місцях також залежить від суб'єктивних чинників, дуже часто випадкового характеру, а також використання маркетингових заходів. Визначена потреба враховує попит, коригований пропозицією, і перспективні зміни попиту. Категорія попиту включає вимоги до кількісних і якісних характеристик готелів. В структуру попиту входять: цілі подорожей, організації, які займаються відправленням та прийомом туристів, контингенти подорожуючих, економічні і економіко-географічні чинники. Категорія пропозиції складається з ліжкового фонду засобів розміщення з урахуванням амортизації і допустимих об'ємів простою. Практика готельно-ресторанного бізнесу, конкуренція в галузі, економічні реалії з їх складними внутрішньогосподарськими умовами та відносинами значно ускладнили підприємницьку діяльність на ринку послуг, зумовили нові закономірності його розвитку [1]. Це вимагає постійного вдосконалення і поглиблення існуючих наукових теорій. Зокрема, перегляду підходів і принципів управління та розвитку підприємницької діяльності в регіональному туризмі, адаптації наукових концепцій та інструментів у підприємницькому середовищі до сучасних економічних умов з урахуванням галузевої специфіки [4].

Дослідження обсягу інвестицій в основний капітал туристичних регіонів України показує, що:

– у 2016 р. понад 78% загального обсягу капіталовкладень спрямовано у розвиток готелів та інших місць для короткотермінового проживання, 14% – у розвиток ресторанів та припадає на Київ, Київську, Одеську, Львівську області;

– у 2017 р. ситуація майже не змінилася: 79% капіталовкладень спрямовано на розвиток готельно-ресторанного бізнесу;

– за 9 місяців 2018 р. 77% капіталовкладень спрямовано на розвиток підприємств тимчасового розміщення, найбільше – в Дніпропетровській, Київській, Львівській, Одеській, Харківській областях [19].

Важливою запорукою розвитку готельної індустрії є поступове збільшення кількості іноземних туристів, які отримали послуги суб'єктів туристичної діяльності (рис. 1). Зростає й кількість “внутрішніх” туристів, зокрема, за рахунок сімейних подорожей та поєднання ділових поїздок із відпочинком [20-22]. В той же час, кількість активних підприємств, що надають готельно-ресторанні послуги в регіонах України зменшилася. Це пов'язано із продовженням проведення бойових дій на Сході України та тимчасово окупованих територіях, а також анексією Криму із його унікальним природно-рекреаційним потенціалом. Економічним чинником є висока конкуренція, яка виступає передумовою для активізації внутрішнього туризму та впровадження інновацій.

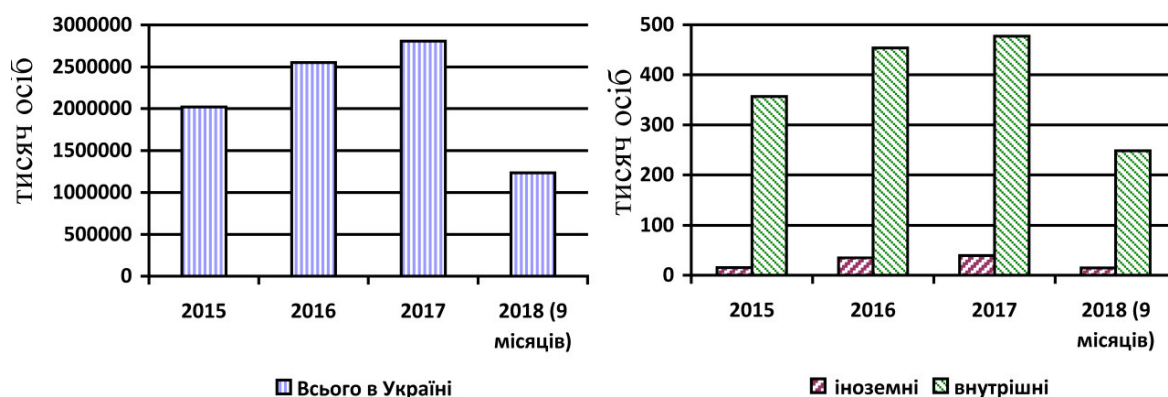


Рис. 1. Кількість розміщених осіб, обслуговуваних суб'єктами індустрії гостинності

1.2. Розвиток індустрії гостинності в різних регіонах України

Що стосується перспективних для розвитку регіонів – відбувається поступове зміщення в бік об'єктів туристичної інфраструктури та рекреаційно-туристичного господарства країни, зокрема, регіональних здравниць. Основні напрямки – на південь (в Одеську, Миколаївську, Херсонську, Запорізьку області) та на захід (Карпатський, Поліський рекреаційні регіони) [19-21]. Про це свідчать численні сюжети засобів масової інформації, які сповіщають про збільшення туристичних потоків у зазначені регіони. Така тенденція не може в подальшому не вплинути на

одночасний притік грошового капіталу від активізації туристичного бізнесу, який змістив свої уподобання до зазначених регіонів, та рівень доходів місцевих бюджетів [3; 21]. Якщо здійснити аналіз по окремим областям, то потоки іноземних туристів переважають в м. Київ, Одеській, Львівській областях. В Закарпатській області кількість іноземних туристів за останні 3 роки зросла вдвічі. В деяких регіонах (Рівненська, Тернопільська, Черкаська, Херсонська, Миколаївська області) за останні роки іноземних туристів взагалі не було [19]. Причиною цього є недостатній рівень розвитку фінансових послуг і систем зв'язку, самої туристської інфраструктури і низька якість надання послуг, відсутність маркетингових стратегій, спрямованих на розвиток індустрії гостинності і відсутність підготованих кадрів.

Розподіл підприємств, які надають послуги з тимчасового проживання та харчування в Україні по регіонах нерівномірний (рис. 2), але, із урахуванням клімато-географічного положення регіонів та наявності загальновідомої культурної спадщини цілком зрозумілий. Розділ областей України на основні регіони (табл. 1) за географічним розташуванням, дозволив провести аналіз стану індустрії гостинності в кожній з них, а потім узагальнити ці відомості.

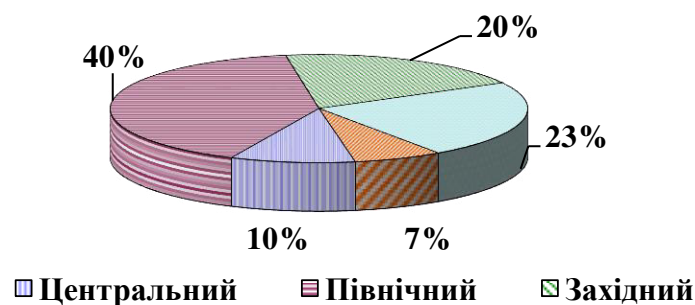


Рис. 2. Розподіл підприємств тимчасового розміщення і харчування по регіонах України у 2018 р.

Готелі та інші засоби розміщення в Україні за останні 3–5 років певною мірою змінювали концепції свого розвитку, що знайшло відображення в зменшенні на 7–12% кількості санаторіїв і пансіонатів із лікуванням. Хоча за 2017 – початок 2018 р. ця тенденція зменшилася до 1,5–2,6%. Кількість санаторіїв-профілакторіїв зменшилася на 30% і вони значною мірою використовуються лише як засоби для розміщення. Кількість готелів з 2015 р. поступово зростає (рис. 3), в основному, за рахунок апартаментів, міні-готелів та гостьових будинків. Поступово збільшується і кількість бюджетних засобів розміщення (хостелів та готелів без категорії). Їх послугами користуються динамічні невибагливі туристи переважно молодого віку, або ті, хто подорожує із діловою метою, оскільки кількість гуртожитків, в яких вони раніше зупинялися поступово зменшується.

Розподіл областей України за основними регіонами

Назва регіону та віднесених до нього територій				
Центральний	Північний	Західний	Південний	Східний
Вінницька	Житомирська	Волинська	Запорізька	Харківська
Дніпропетровська	Київська	Закарпатська	Миколаївська	—
Кіровоградська	м. Київ	Івано-Франківська	Одеська	—
Полтавська	Сумська	Львівська	Херсонська	Донецька*
Хмельницька	Чернігівська	Рівненська	—	Луганська*
Черкаська	м. Київ	Тернопільська	—	—
—	—	Чернівецька	АР Крим*	—

Примітка: * – відомості не наводяться і не враховуються внаслідок анексії Криму та бойових дій на території областей.

Розподіл засобів розміщення по регіонах нерівномірний і відповідає економіко-географічному розташуванню, ступеню розвитку транспортної мережі та інфраструктури, природно-кліматичним умовам, наявності цікавих місць для відвідувань: пам'яток природи, архітектури, історії та культури. Необхідно відмітити, що в усіх областях України недостатньо розвинуті маркетингові засоби залучення туристів, інформація щодо багатьох видів послуг в індустрії гостинності або недостатня або відсутня, оскільки спектр послуг дуже обмежений.

Про недостатнє використання маркетингових заходів свідчить той факт, що на основних туристичних сайтах відомості про засоби розміщення набагато скромніші і наявна інформація лише про половину підприємств індустрії гостинності. Так, на відомому міжнародному інтернет-ресурсі Booking.com наявна інформація лише по половині підприємств по всій Україні у порівнянні із відомостями держкомстату. Аналіз розподілу місць розміщення за даними інтернет-ресурсів [20-22] свідчить, що лише у Львівській, Київській (за рахунок м. Київ), Одеській та Харківській областях наявна інформація про 70–85% засобів розміщення. Це свідчить про непродумані маркетингові стратегії або про їх відсутність взагалі.

Розподіл засобів розміщення в центральному регіоні (рис. 4), за винятком Кіровоградської області, майже пропорціональний. Стан матеріального забезпечення також середній, послуги стандартні і не відрізняються різноманітністю.

Станом на кінець 2015 р. кількість колективних засобів розміщування Дніпропетровської області складала 253 одиниці, порівняно з 2014 р. їх

чисельність скоротилась на 12 одиниць. Кількість місць в таких засобах в 2015 р. складала 25,5 тис. одиниць, а кількість розміщених осіб – 418,3 тис. осіб [19]. На 1 півріччя 2018 р. у Дніпропетровській області стало працює 160 підприємств [22], більшу частину з яких складають готелі (50%), бізнес готелі (27,3%), з'явилися 4 мотелі та 11 хостелів. Стан готельної індустрії цього регіону характеризується незначною кількістю готелів високої категорії, поодинокі готелі мають “родзинку”, що стає їх “візитівкою” і приваблює клієнтів. Сегмент середнього рівня обслуговування представлений достатньою кількістю закладів. Перспективи розвитку готельної сфери Дніпропетровської області пов'язують зі збільшенням кількості сертифікованих готельних підприємств бюджетної цінової категорії, зокрема, костелів та однозіркових готелів.

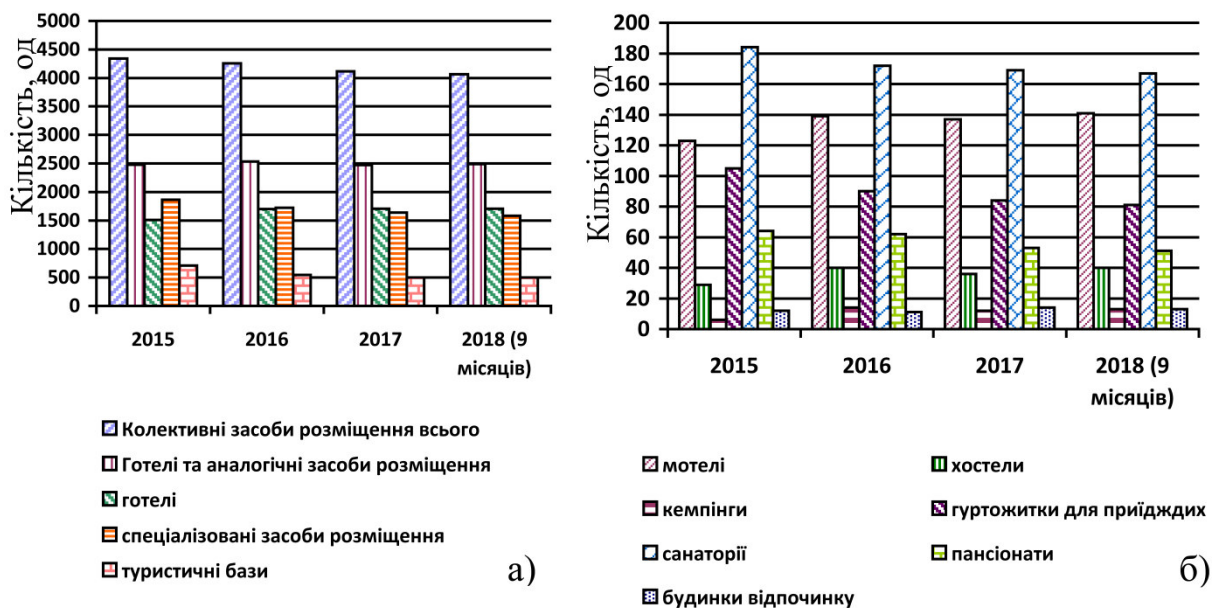


Рис. 3. Розподіл засобів розміщення за різними категоріями

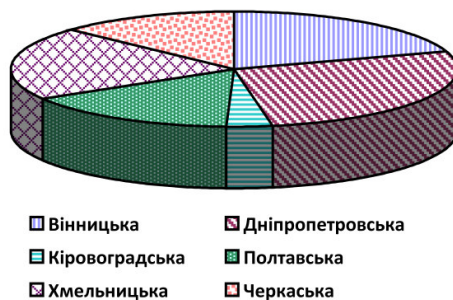


Рис. 4. Розподіл засобів розміщення в областях центрального регіону

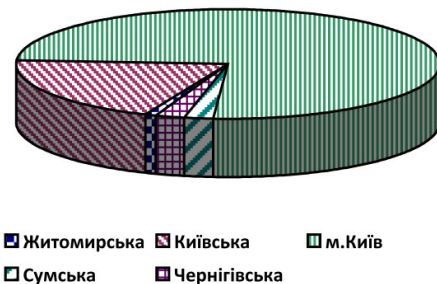


Рис. 5. Розподіл засобів розміщення в областях північного регіону

Серед усіх областей північного регіону (рис. 5) лідером є Київська область за рахунок самого Києва, в якому наявні готелі високої категорії: тенденція до зірковості 4–5* складає 83%, наявна й найбільша кількість мереж готелів – 10. Проте основною метою подорожей в м. Київ є ділові, знайомство з культурою та відпочинок майже відсутні.

Західний регіон є найбільшим за кількістю областей. Розподіл засобів розміщення в областях західного регіону наведено на рис. 6. Лідером з прийому гостей, згідно даних офіційної статистики та інтернет-ресурсів, є Львівська область. Впродовж останніх п'яти років по кількості туристів вона займає четверте місце в Україні [19] і приймає майже 65% всіх гостей західного регіону. Згідно офіційних даних обласного управління статистики, Львівську область щороку з різною метою відвідує від 130 до 200 тис. туристів. Оператори ринку вважають, що реально область приймає більше півмільйона гостей [19, 21, 22]. На Тернопільщині знаходиться третина з усіх замків і замкових споруджень, що збереглися в Україні. Для відпочинку і лікування в Тернопільській області наявні 20 санаторіїв, створених на базі місцевих цілющих мінеральних вод.

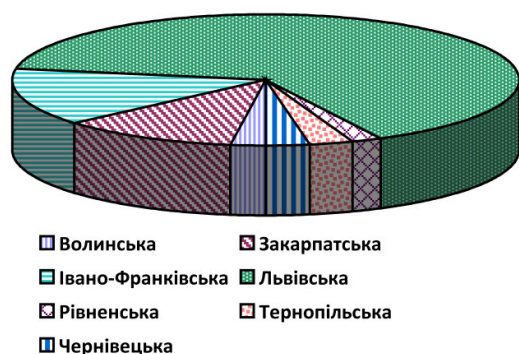


Рис. 6. Розподіл засобів розміщення в областях західного регіону

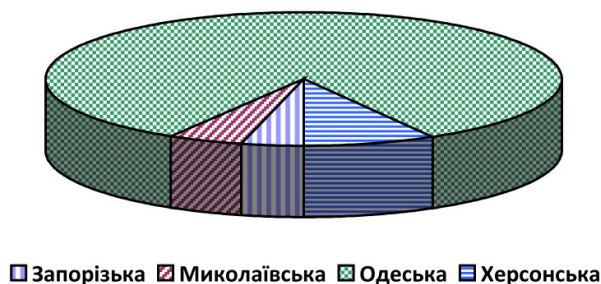


Рис. 7. Розподіл засобів розміщення в областях південного регіону

Незважаючи на величезні рекреаційні і туристичні ресурси, інфраструктура, супутня туризму знаходиться у стадії розвитку. Основними, яскраво вираженими напрямками розвитку туризму є: рекреаційний, пізнавальний, екскурсійний, сільський, зелений, водний, спелеотуризм, гірський і екотуризм. У Рівненській області наявні сприятливі природні умови і необхідна інфраструктура для розвитку екстремального і спортивно-оздоровчого видів туризму, оскільки наявні 127 озер, 12 водосховищ. А також є потенціал і для розвитку паломництва, бо на території області в селі Онішківці (Дубенський район) є чудодійне джерело Святої Ганни з цілющою водою.

У усіх областях західного регіону, крім Львівської, слабо розвинена інфраструктура, недостатня кількість додаткових послуг, будівлі підприємств готельно-ресторанної справи вимагають повної реконструкції, мало уваги

приділяється відкриттю нових підприємств сфери гостинності. Проте, у цьому регіоні активно практикують зелений туризм, рекреаційний і спелеотуризм з гірським (у Чернівецькій області), паломницький (Рівненська область). Більшість готелів розміщуються в головних адміністративних центрах. Багато садиб, будинків розміщені за містом. В цілому можна надати рекомендації поліпшити інфраструктуру, розвивати готельні підприємства і відкривати нові. Почати фінансування – екотуризм, рекреаційний туризм, паломницький туризм, для яких розробити нові маршрути і внести удосконалення в існуючі.

Матеріальна база засобів розміщення в південному регіоні достатньо непогана, оскільки цей регіон є традиційно курортним та має давні традиції прийому гостей з різними потребами (рис. 7).

У Миколаївській області за даними туристичних сайтів переважає категорія “варіант для відпустки” і готелі без зірок. В основному туристичні потоки спрямовуються у м. Коблево. В Херсонській області наявний вихід на два моря – Азовське і Чорне, але останнім часом лікувальний потенціал і унікальні природні об’єкти майже не використовуються. Великою проблемою цієї області є мала тривалість туристичного сезону. На повну потужність заклади відпочинку завантажені лише протягом 2 місяців, а реальна тривалість купального сезону – 3,5 місяці. Тому необхідно більш інтенсивно розвивати “зелений” та етнотуризм, залучаючи до нього фермерські господарства. Не зважаючи на наявність санаторно-курортної бази в Одеській області, мета поїздки “лікування” займає вкрай низьку позицію. Жоден іноземний турист не купив тур до Одеської області заради покращення здоров’я, що знайшло своє відображення в зменшенні кількості санаторіїв і будинків відпочинку з оздоровчими процедурами. Внутрішні туристи також майже перестали користуватися санаторно-курортним лікуванням, але це більше пов’язано із низькою купівельною спроможністю населення України та відсутністю соціальної підтримки як профспілкових організацій, які опікувалися раніше цією сферою, так і держави взагалі. Матеріально-технічний стан підприємств сфери гостинності в Одеській області достатньо пристойний, останнім часом активно працюють з надання послуг в Затоці, Білгород-Дністровському та інші курортні міста.

В Харківській області готельні підприємства знаходяться переважно у самому Харкові і це туристичні готелі і апартаменти [22]. Загальна їх кількість – 352. Розподіл за основними типами розміщення у відсотках представлений на рис. 8.

Цікавим є те, що завантаження готелів в більшості регіонів України є сезонним (в областях, що не належать до активних туристичних зон, влітку вона найнижча, в курортних же зонах – влітку та взимку вона найвища). Також завантаження готелів протягом року, як правило, ще нерівномірне і за днями тижня – на вихідних воно знижується, зростаючи в будні за рахунок тих осіб, яких перебувають у відрядженні. Суттєву конкуренцію підприємствам готельного господарства, у т. ч. великим готелям, створюють

фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які переважно утримують невеличкі готелі та є власниками приватних будинків і квартир [1]. Жорстку конкурентну боротьбу витримують лише ті готелі, котрі можуть запропонувати своїм клієнтам високоякісне обслуговування, а це неможливо без професійно підготовленого персоналу.

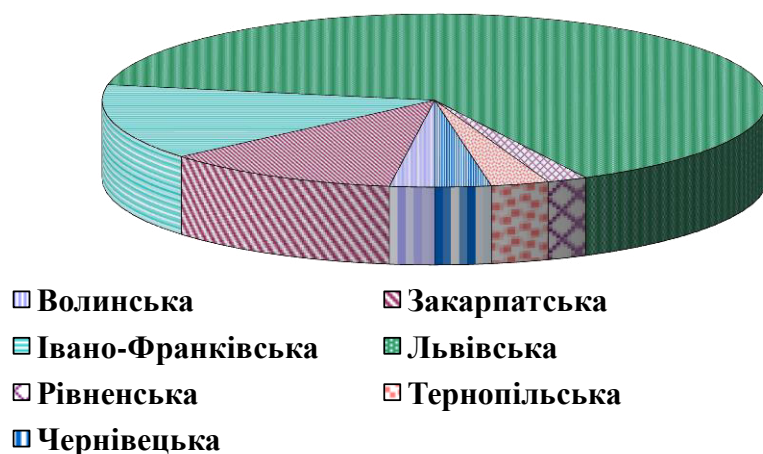


Рис. 8. Розподіл засобів розміщення в Харківській області

Для покращення стану в усіх областях України, незалежно від орієнтації на іноземних або внутрішніх туристів необхідним є:

- розширення видів (асортименту послуг) та їх якості;
- збільшення різноманітності засобів розміщення (бутік-готелі, гостьові будинки, хостели, створення мереж індустрії гостинності);
- розвиток транспортного обслуговування (розширення асортименту та якості послуг) і підвищення якості транспортної інфраструктури;
- розвиток асортименту і підвищення доступності фінансових послуг (як інвестиційних для розвитку підприємств, так і послуг для туристів);
- розвиток послуг та систем зв'язку (у тому числі в області інформатизації та телекомунікацій, розвиток online-послуг) для створення комфортних умов перебування;
- розвиток туроператорської діяльності та підготовки мережних, комплексних і тематичних турпродуктів, можливості їх комбінування за індивідуальними замовленнями;
- розвиток інформаційного забезпечення індустрії гостинності, маркетингу, створення нових і реклама вже відомих туристських маршрутів;
- підсилення ролі оздоровчо-лікувального напрямку та орієнтація на потреби різних категорій туристів;
- законодавча та інвестиційна підтримка державою готельно-ресторанних підприємств, у першу чергу тих, які впроваджують інновації.

Загальною тенденцією, з'ясованою в результаті проведених досліджень у всіх регіонах України є визначення необхідності впровадження інновацій та нових партнерських взаємовідносин. Зокрема, між турагенствами та

готельно-ресторанними підприємствами, органами влади та державного самоврядування для ефективного розвитку регіональних інфраструктур. Це насамперед, має реалізовуватись через механізми співробітництва із залученням різних джерел фінансування. Необхідно покращувати якість послуг із одночасним розширенням їх асортименту із використанням передових технологій, що пов'язано з постійно зростаючими вимогами споживачів. Значне розширення спектру засобів розміщення (апартаменти, вілли, будинки для відпочинку, замиські та гостьові будинки, шале тощо) дозволяє якнайкраще зорієнтувати різні групи туристів та урізноманітнити види відпочинку.

За останні роки значно змінилася структура та стратегія розвитку готельних підприємств. В регіонах, де спостерігається зростання їх кількості, відбулася значна диференціація. Значною мірою вона залежить від економічної спроможності внутрішніх туристів і збільшення кількості підприємств високої категорії для заможних туристів та іноземців. В Україні з 2015 р. зменшилася загальна кількість спеціальних засобів розміщення на 11,9%, в той же час, наявне зростання загальної їх кількості у Львівській області на 3,4%. Кількість колективних засобів розміщення, що надають юридичні особи та підприємці в цілому по Україні зменшилася на 5,2%, в той же час наявне зростання у Івано-Франківській області на 19,1%, Київській області – на 2,5% (значною мірою за рахунок м. Київ, у якому наявне зростання на 6,4%), у Хмельницькій області на 3,4%. В інших областях значні зміни відбулися в самому розподілі засобів розміщення: майже вдвічі збільшилася кількість апартаментів, поступово зростає кількість хостелів. Керівництво багатьох готелів переглядає політику надання послуг і більш прискіпливо починає ставитися до визначення категорії готелів і їх відповідності світовим стандартам. Позитивним є й поширення ланцюгів готелів, які почали з'являтися і в регіонах, де необхідно розвивати інфраструктуру, зокрема, шляхи для автотранспорту.

1.3. SWOT-аналіз результатів дослідження сучасного стану індустрії гостинності в Україні

Strengths. Особливості економіко-географічного розташування України є однією із важливих передумов для розвитку індустрії гостинності. Важливими критеріями, що створюють передумови для формування й розвитку високорентабельної інфраструктури гостинності є:

- наближення меж ЄС до кордонів України, поступова інтеграція держави в європейське та світове товариство;
- підвищення бізнес-активності всередині країни внаслідок зростання конкуренції;
- благодатні та різноманітні природно-кліматичні умови, ландшафтна різноманітність різних регіонів;
- наявність пам'ятників природи, архітектури, історії та культури;

– достатній розвиток транспортної мережі, яка продовжує поступово розвиватися.

Важливою складовою при цьому є персонал, якому притаманний високий динамізм розвитку. Він проявляється не тільки в прискоренні процесу оновлення професійних знань, умінь і навичок, але й в неухильному підвищенні ролі професійно важливих і ділових якостей працівників. Освіта, кваліфікація і рівень розвитку професійно важливих якостей виступають сьогодні основними якісними характеристиками персоналу.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у аналізі ситуації та розгляді перспектив розвитку індустрії гостинності та розробці рекомендацій щодо інноваційного розвитку готельно-ресторанного господарства різних регіонів на основі обґрунтованих тенденцій розвитку галузі гостинності в світі.

Weaknesses. Дослідження сучасного стану індустрії гостинності в Україні свідчить, що саме від підвищення інвестування в значній мірі залежить реальний стан туристичної інфраструктури і готельно-ресторанного бізнесу.

Основними факторами, що заважають покращенню конкурентоспроможності підприємств сфери гостинності в усіх регіонах України та їх стабільному розвитку є:

- недосконалість законодавства щодо інвестування та оподаткування підприємств сфери гостинності;
- недостатнє ініціювання громадськістю, у тому числі, союзом готельєрів, розвитку місцевої інфраструктури;
- невідповідність цін рівню якості готельних послуг;
- низький рівень диференціації готельних послуг та слаборозвинена мережа хостелів, мотелів, кемпінгів та пансіонатів;
- неефективні та ненадійні системи захисту;
- відсутність сучасних засобів зв'язку та інформаційних комунікацій світового рівня;
- обмеженість використання електронних та автоматизованих систем бронювання готельних номерів;
- недостатнє використання новітніх технологій у процесі здійснення обслуговування в готелях та інших закладах розміщення;
- неефективне використання трудових ресурсів і недостатня кількість кваліфікованих працівників готельних підприємств, що впливає на неналежний рівень обслуговування та низький рівень надання готельних послуг.

До негативних факторів, які заважають розвитку більшості готельних підприємств можна віднести:

- недостатня кількість додаткових послуг;
- невелика кількість договорів із посередниками та слабкі зв'язки із турфірмами;
- проблема сезонності;
- значні витрати на енергоносії;
- неефективне використання трудових ресурсів;

– відсутність широкого спектру спеціальних послуг (розважальних, оздоровчих).

Opportunities. Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці наукових та практичних підходів до ефективної організації готельно-ресторанного господарства в різних регіонах України з огляду на роботу сталих підприємств. А також висновки і рекомендації, які можуть бути основою для формування стратегічних напрямів раціонального використання готельно-ресторанних ресурсів. Це сприятиме вирішенню економіко-соціальних проблем та забезпечить функціональну роботу підприємств індустрії гостинності. Такий аналіз є достатньо важливим, оскільки стратегії розвитку, які прийняті у всіх регіонах України до 2020 року передбачають тією чи іншою марою розвиток туристично-рекреаційного потенціалу областей.

Для реалізації стратегій важливим є економічне та податкове заохочення українських інвесторів в напрямку створення національних готельних мереж. Одним із перспективних рішень проблеми залучення інвестиційних ресурсів у розвиток сфери гостинності є кооперація ресурсів інвесторів та підприємств. Позитивним фактором є поширення міжнародних готельних ланцюгів та мереж в Україні. Проведений аналіз стану індустрії гостинності може стати у пригоді закордонним інвесторам для визначення, який саме сегмент ринку в кожному регіоні є перспективним для розвитку туристичних послуг.

Threats. Дія підприємств готельно-ресторанного бізнесу в умовах мінливого бізнес-середовища України передбачає, що компанії для підвищення конкурентоспроможності прагнуть підвищити результативність своєї діяльності, а це, у свою чергу, веде до додаткових ризиків. Тому виникає об'єктивна необхідність забезпечення стратегій поступового розвитку, який розділений на етапи. Здійснюється об'єктивний аналіз кожного етапу, основою якого повинно стати зростання економічних показників. При його відсутності необхідно передивлятися стратегію і приймати нову.

Аналіз ситуації на регіональних рівнях показав, що вкрай важливим є не тільки підтримка влади шляхом прийняття відповідних рішень але й суспільна підтримка розвитку. Відсутність груп ентузіастів, які підтримують туристичну діяльність та регіональних осередків, що об'єднують туроператорів і готельєрів призводить до неповної реалізації планів розвитку індустрії гостинності. Вкрай важливим є маркетинг діяльності, що враховує потреби різних споживчих сегментів ринку. При розробці стратегій необхідно зважати на багатовекторність індустрії гостинності та особливості управління туристичними продуктами. Для формування позитивного іміджу необхідним є широке залучення інформаційних технологій та ЗМІ.

Розділ 2. Впровадження інновацій в індустрію гостинності на Україні

Головною метою будь-якого комерційного підприємства є прибуток, оскільки саме він визначає ефективність функціонування всіх служб в цілому. Ріст прибутку визначає ріст потенційних можливостей підприємства,

підвищує міру його ділової активності, створює фінансову базу для самофінансування, розширеного відтворення, рішення проблем соціальних і матеріальних потреб трудових колективів. Він дозволяє здійснювати капітальні вкладення у виробництво (тим самим розширюючи і оновлюючи його), впроваджувати нововведення, вирішувати соціальні проблеми на підприємстві, фінансувати заходи з науково-технічного розвитку. Окрім цього прибуток є важливим чинником в оцінці потенційним інвестором можливостей компанії, служить показником ефективного використання ресурсів, тобто важливий для оцінки перспектив діяльності. Прибуток є ресурсом підприємства, який можна направити на розвиток виробництва, на створення резервів.

У сфері гостинності її можна збільшити наступними методами:

1. понизивши витрати на надання послуг;
2. збільшивши об'єм послуг, що виробляються, піднявши їх якість, для більшого задоволення очікування клієнтів;
3. розширюючи асортимент послуг, що надаються;
4. провівши вдалу рекламну кампанію [1; 3].

Технологічні інновації надають прекрасну можливість реалізації цих методів збільшення прибутку.

Для кращого розуміння шляхів впровадження інновацій необхідно враховувати мету різних інновацій: технічних, технологічних, організаційних, соціальних і з'ясувати основні чинники що є негативними для цієї діяльності.

2.1. Основні види інновацій, наявні в індустрії гостинності України

Інновації в готельному бізнесі розвиваються швидкими темпами, оскільки важливо збільшити кількість гостей, зацікавивши своїм готелем, своїм брендом, викликати прихильність і тим самим перевести в категорію постійних споживачів послуг, розширити клієнтську базу, збільшити прибуток підприємства.

Технічні інновації в готельному бізнесі можна розділити умовно на дві категорії. До першої категорії належать інновації пов'язані з технічним оснащенням для внутрішньої і зовнішньої роботи готелю. Ці технології дозволяють оптимізувати і спростити роботу персоналу готелю, а також полегшити доступ і користування послугами готелю безпосередньо самому гостю.

Окрім систем, що дозволяють управляти роботою готелю і здійснювати взаємодії співробітників з клієнтами, існує технічне устаткування що забезпечує комфорт і безпеку того, що проживає в готелі, а що так само допомагає в роботі обслуговуючого персоналу. Це устаткування і складає другу категорію технічних інновацій в готельному бізнесі.

На сьогодні велика кількість готелів світу використовує різні високотехнологічні інновації, починаючи із інтернет-бронювання, тобто забезпечення легкості отримання повної інформації та надання

високотехнологічних інформаційних послуг, так і автоматизованих систем управління, які більше можна віднести до технічних. Основними із них є:

Системи управління електроенергією (Energy Management System) – контроль подання світла, температури в кімнатах готелю.

Система управління внутрішніми службами готелю (Back – office) – персонал отримує доступ до даних: який номер треба прибрати, що слід відремонтувати, брати до уваги особливі бажання гостей.

Швидкісний безпроводний доступ в інтернет (Wi-Fi) – готель може контролювати параметри надання доступу, трафік/час/швидкість.

Системи інтерактивного телебачення (Interactive TV Systems), система візуального відображення інформації (Digital Signage) – повідомляє гостям корисну інформацію, місце і час проведення заходів, конференцій.

Мультимедійні технології – технологія “віртуальний тур”, можна подивитися в тривимірному зображенні номера готелю, холи, ресторани, оцінити комфорт і затишок готелю. На сьогодні недостатньо забезпечити туристів зручними апартаментами і зручним географічним розташуванням. Стає необхідністю мати такий набір технічних послуг, як: супутникове телебачення, безкоштовний безпроводний Інтернет, телефони і це далеко не повний набір.

Інформаційна доступність сучасних засобів розміщення, призводить до двоякого результату: з одного боку, готель стає максимально відкритим і доступним для потенційного клієнта, з іншою, подібна відкритість призводить до швидкого копіювання різних типів інновацій конкурентами. Особливо актуально це у сфері використання маркетингових прийомів та управлінні. У подібній ситуації конкурентну боротьбу можуть виграти тільки готелі, що постійно застосовують інновації різних типів та мають певні особливості, що відрізняють їх від конкурентів.

2.2. Інформаційні технології в управлінні готелями

Для підприємств готельного бізнесу інноваційний підхід проявляється, передусім, у вдосконаленні інформаційного забезпечення діяльності засобу розміщення. Для забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності очевидна необхідність використання новітніх інформаційних технологій при впровадженні нових видів основних і додаткових послуг, а також розширення застосування нових каналів комунікацій для просування готелю.

У управлінні готельними комплексами, особливо готелями, що входять у великі міжнародні мережі, є можливість широкого застосування усього спектру сучасних інформаційних технологій – від систем автоматизованого управління службами готелю до програм бронювання номерів в мережі Інтернет. Невеликі готелі для залучення гостей широко використовують цю мережу, а також розширюють рекламу завдяки тур агентам. Такі системи дозволяють виходити на ринок бронювання послуг для індивідуальних туристів, а також вбудовуватися в системи глобального бронювання через

спеціалізовані портали. Наступним кроком в розвитку системи є використання платіжних терміналів для продажу номерів не тільки в Україні, але й у світі.

В Україні ресурсні інновації представлені фірмами “Inter Hotel”, “Lodging Touch Libica”, “Intellect Service” (БесТ Про) “UCS-UKR”, “Галактика”, “СІТЕК”, які пропонують комплексні програмні засоби автоматизації ІТ готелів, тобто свій програмний продукт і сервісне обслуговування в комплексі.

Інновації при управлінні продажами. Готель повинен прагнути отримати доступ до максимально широкого набору каналів продажів. У яких каналах і коли здійснювати продажі – питання політики просування, це залежить від сезону, поточного завантаження готелю і безлічі інших чинників. Зокрема, представляти себе в глобальних (GDS) і/або альтернативних (ADS) системах бронювання, в першу чергу, необхідно готелям, орієнтованим на бізнес-сегмент. Проте це можуть бути не лише міські бізнес-готелі, але і засоби розміщення будь-якого формату: замиські готелі і будинки, SPA-готелі, готелі для любителів екстремального відпочинку, туристичні кемпінги, апартаменти, тобто всі сегменти ринку, із урахуванням рівня достатку та уподобань гостей. Серед основних функціональних можливостей системи можна виділити наступні:

- 1) управління відділом продажів і маркетингу готелю;
- 2) управління взаємовідносинами з клієнтами;
- 3) управління програмами лояльності і заохочення постійних гостей;
- 4) управління продажами і заходами в готелі, як діловими, так і розважальними, розрахованими на різні групи туристів.

Власний сайт готелю надає можливості не лише бронювання номерів безпосередньо, але і широкі маркетингові можливості, серед яких: віртуальні екскурсії по готелю, форми зворотного зв'язку, анкети, спрямовані на отримання інформації про оцінку сервісу гостем, можливість підписатися на розсилку спеціальних пропозицій і інші. Сайт сучасного готелю може бути не лише засобом бронювання проживання, але й інформаційним порталом, що дозволяє замовити квитки в театр, прокласти маршрут екскурсії, замовити додаткові послуги, наприклад, столик у ресторані.

Інновації в забезпеченні комфорту і безпеки клієнтів. Розробка презентаційних матеріалів готелів поступово переходить з формату друкарської продукції в категорію мультимедійних продуктів від традиційних каталогів, з якими можна ознайомитися на сайті готелю, до відео та віртуальних екскурсій у форматі 3D. Клієнт зі свого комп'ютера за допомогою Інтернету може проглянути меню ресторану готелю, ознайомитися з асортиментом послуг SPA-салону і роздрукувати купон, що надає право на знижку. Отримання оперативної інформації дозволяє швидко і точно вибрати необхідну послугу.

Безпека гостей – одна із основних вимог комфортного перебування в готелі, тому інноваційні підходи торкнулися цієї сфери в першу чергу. Наявність системи відеоспостереження не лише на території готелю, але і на довколишній території, електронні замки на дверях номера і програмовані

сейфи стали широко поширеними засобами захисту клієнтів. Особливо актуальні питання безпеки в невеликих готелях з мінімумом персоналу або його відсутністю. Зважаючи на загальну тенденцію в Україні до створення саме невеликих гостьових будинків або апартаментів для гостей, відео спостереження та зручний для гостей формат електронних замків відразу закладається при переобладнанні приміщень під комфортні готельні номери або при заснування нових підприємств сфери гостинності. Так, у великих містах (Київ, Харків, Львів, Одеса, Дніпро) навіть у готелях з двома зірками або без зірок, в апартаментах впроваджені електронні замки та засоби безпеки завдяки відеоспостереженню та датчикам сигналізації, які спрацьовують у разі небезпеки.

Підвищенню якості обслуговування сприяє впровадження готельних ланцюгів. В Україні вже присутні міжнародні готельні мережі Fairmont, Hilton, Holiday Inn, Hyatt, Ibis, Intercontinental, Premier, Radisson, Ramada Encore та інші. У 2018 році до них додався Marriott International, що відкрив перший в Україні готель мережі під брендом Aloft. Необхідно відмітити, що у сегменті сервісних апартаментів Києва близько 50% припадає на мережевих операторів, серед яких можна відзначити Reikartz Hotel Group, Senator Apartments і Royal Hospitality Group. На сучасному етапі економічного розвитку в Україні існує тільки два національних готельних оператора – Premiere-Hotels International та Reikartz Hotels & Resorts. До складу Premiere-Hotels входять готелі: “Прем’єр Палас” (Київ), “Дністер” (Львів), “Стар” (Мукачеве), “Лондонська” (Одеса), “Аврора” і арт-готель “Космополіт” (Харків). В Одесі наявні і ефективно працюють готелі, поєднані у ланцюги: “Чорне море” (4 готелі) і мережа міні-готелів “GEORG” (3 готелі). До ланцюга готелів Reikartz Hotel Group восени 2018 ввійшов курортний готель VitaPark Станіславський Ярмче (м. Ярмче).

Готельний бізнес має значний об’єм роботи з обліку, контролю і статистичної обробки інформації, тому завдяки системам управління та програмним комплексам, наявності баз даних постійних клієнтів можливо більш ефективно реагувати на попит, здійснювати розсилання необхідної інформації та відомостей про бонуси, знижки тощо. Інноваційними можуть бути методи використання вже існуючої технічної бази. Оптимізація витрат, як і збільшення доходності, на сучасному етапі розвитку готельного бізнесу, можуть бути гарантовані при створенні системи інноваційного менеджменту, що сприяє ефективному і конкурентоздатному бізнесу в індустрії гостинності.

Використання і впровадження цих і інших інновацій сприяє поліпшенню якості обслуговування, підвищенню конкурентоспроможності і іміджу готелю, дозволяє стати унікальною. За допомогою правильно введених в діяльність готелю інновацій досягається збільшення числа постійних клієнтів, оскільки комфортні умови перебування, сервіс при наданні основних і додаткових послуг викликають у гостей приємні емоції і бажання завітати до готелю наступного разу.

2.3. Концептуальні інноваційні готелі України

Новою тенденцією розвитку сектору розміщення є створення (завдяки перебудові і модернізації) або будівництво незвичайних і екстравагантних готелів, які мають неповторні особливості не тільки завдяки розташуванню, але й завдяки оформленню, особливостям сервісу, тематичній спрямованості. Такі підприємства викликають додаткове зацікавлення у гостей та прагнення на власному досвіді пережити незвичайні відчуття.

Інноваційні еко-готелі. Однією із інноваційних тенденцій є використання принципів екологічності не лише при проектуванні і будівництві, але і в поточній діяльності готелю. Як правило, інноваційний еко-готель має сонячні панелі на даху для нагріву води та вироблення електроенергії; обладнання, меблі, всі матеріали повністю зроблені з перероблених екологічних матеріалів, використовуються нетоксичні фарби, дизайнові рішення дозволяють відразу зрозуміти спрямування готелю. Всі відходи піддаються переробці, тобто збереження екології навколишнього середовища.

Частка екоготелів в країнах Західної Європи та США відносно невелика і рідко перевищує 20% від загальної кількості готелів [24-27]. В Україні їх набагато менше – на теперішній час лише декілька тисяч таких об'єктів. Зазвичай у світі екоготелі відкривають поблизу моря, але в Україні їх найбільше в екологічно чистих місцях Карпат, а також у Черкаській і Полтавській областях. Останнім часом з'являються підприємства готельної індустрії, що дотримуються вимог екологічності в Одеській, Миколаївській, Херсонській областях. В західному регіоні України дуже часто екоготелі являють собою просто дерев'яні будиночки, невеликі заклади без особливих відзнак, для яких додатково характерна наявність етнічного стилю як в дизайні, так і в харчуванні. Першими екомаркованими об'єктами індустрії гостинності в Україні стали готель Radisson Blu Resort (м. Буковель – сертифікація “Green Key”), туристичний готель “Косів” та приватна садиба “Живиця” (обидва – у м. Косів – сертифікація, розроблена “Зеленим досє”). Взагалі Івано-Франківська область є лідером за кількістю підприємств сфери гостинності, що передбачають чуттєву часту екологічної складової (сімейний табір в еко-готелі “Красна Поляна”, етно-готель “Історія” та ін.). Під Києвом знаходиться відомий екоготель “ШишкіNN”, у Дніпропетровській області – “FriendHouse”. Взагалі, створення та розвиток екоготелів є новим трендом функціонування сфери готельного господарства для нашої країни. Найбільшою перепорою для збільшення кількості готельних закладів екологічного спрямування є фінансова сторона, яка потребує значних інвестицій.

Дизайн та етно-готелі. Дуже часто екологічній складовій супутні етнічні мотиви та особливості дизайнових рішень: відпочинковий етнокомплекс “Усад” (Чернівецька область), етно-велнес готель “Унгварґський” (м. Ужгород), етно-готель “Українське село” (Ethno Complex Ukrayinske Selo – Київська область), готель “Етна” (м. Львів). Дизайн-готель “11 Mirrors” (м. Київ) є багаторічним лідером з надання якісних послуг в Україні [22; 24; 27].

Значним попитом користуються комплекси для відпочинку і релаксації із наявністю spa-центрів, до яких належать “Хижина СПА” (Львівська обл.), Radisson Blu Resort (м. Буковель), “Брістоль” (Одеса), Kharkiv Palace Premier Hotel та ін. Необхідно відмітити що всі ці підприємства зорієнтовані на достатньо забезпечену категорію гостей, що добре обізнана із спектром сервісу найкращих готельних підприємств світу.

Готелі “Стара правда” (стиль казкових маленьких хатинок), “Історія” (дизайн номерів відповідає різним періодам української історії), “Чорний замок” (середньовіччя), готель Kanada із будиночками, вкритими соломою та кемпінг – “Білий бізон” з бунгало – типові представники етнічного стилю в Івано-Франківській області.

Бутік-готель – модний, стильний готель, розташований найчастіше в діловій частині міста, з невеликим номерним фондом. Проте, завдяки неповторності інтер’єру зі ставкою на ексклюзивність такі готелі набувають популярності, тим більше, що основною метою їх є надання персоніфікованого цілодобового сервісу для своїх гостей. За концепцією бутік-готель в Україні найбільше їх у м. Одеса – 7, зокрема, такі відомі, як “Фредерік Коклен”, “Отрада”. У Львові їх два – “Леополіс” та “Kavalier”, у м. Київ – “Театр Апартаменти”. Дуже цікавий заклад із використанням в інтер’єрних рішеннях стилю різних країн “Радомисль” (Житомирська область) [22; 27].

Ботель – це готель на кораблі, яскравим представником в Україні є один з найкращих готелів Києва – арт-готель “Баккара”.

Отже, розвиток концептуальних готелів в Україні відбувається в декількох напрямках: стилізація “під старовину”, екологічний стиль та арт-стиль.

Розділ 3. Основними тенденціями інноваційного розвитку готельного господарства України на сучасному етапі є:

- 1) впровадження автоматизованих систем управління діяльністю систем готелю із використанням комп’ютерних технологій та енергозбереження;
- 2) розвиток мережі малих підприємств із поглибленням спеціалізації готельних закладів;

- 3) утворення готельних ланцюгів, розширення спектру додаткових послуг та орієнтація на екологічність.

Інновації в енергозбереженні, економії ресурсів перш за все здійснюються шляхом використання світлодіодних ламп і світильників як джерел світла, оскільки вони мають низьке енергоспоживання, довгий термін служби від 30 000 до 50 000 і більше годин, їх просто установити, вони більш безпечні за рахунок більш низької температури корпусу достатньо яскраві, мають високу механічну міцність і невеликі габарити.

Для підсилення економії використовують автоматизовані синхронізовані системи, що включають: датчики руху, температури, вологості, освітлення тощо. Детектори руху встановлюють для “розумного” і економного включення світла в місцях загального користування – сходові майданчики,

двори, парковки при ресторанах і готелях, у вбиральнях для дотримання санітарно-гігієнічних норм і економії на воді та інших ресурсах. Наприклад, їх встановлюють на кранах для води, сушарках для рук і дозаторах мила для того щоб клієнти не торкалися до приладів і тим самим убезпечили себе від бактерій. З тієї ж причини датчики ставлять на унітази і пісуари при змиві води. Таким чином регулюється електроенергія шляхом використання взаємовигідного кількості світла, води і т. д.

Часто до автоматизованих систем управління включають статичні перетворювачі Smart Boy – електронні енергозберігаючі пристрої, що дозволяють економити від 10 до 30% щомісячних витрат по оплаті електроенергії. Для опалення використовують інфрачервоні обігрівачі, а для нагріву води, роботи ресторанного комплексу, використовують геліосистеми та сонячні батареї. Значна економія спостерігається при впровадженні припливно-витяжної вентиляції з рекуперацією тепла та теплових насосів.

Цікаво, що першими стали встановлювати сонячні батареї невеликі готельні підприємства, оскільки проблема самоокупності у них стоїть надто гостро. Так, в Одеській області обладнані ними понад десяток підприємств, у тому числі, арт-готель “Відпочинок у капітана”, база відпочинку “Пелікан”, що спеціалізується на зеленому туризмі, в Херсонській області – готельно-оздоровчий комплекс “Орхідея” туризм, у Львові – “Villa Stanislavskyi”, обладнаний сонячними батареями, генераторами та системою очистки води, що дозволяє економити на енергоносіях, на Черкащині – готель “Росява”. Але найуспішніше використовуються технології виробництва електроенергії і тепла з відновлюваних джерел у готелі “Ковчег”, що розташований на вершині гори Мегура в Буковинських Карпатах: два вітрогенератори, шість сонячних фотопанелей та геліосистеми для нагріву води – цього достатньо, щоб почуватися в безпеці навіть під час стихійного лиха.

Оскільки екологічні аспекти є достатньо важливими, низка готелів використовує системи очищення повітря і поверхонь нового покоління – іонізатори (стерилізатори) повітря. До них відносять озонатори і іонізатори, як вітчизняного виробництва, так і закордонні. Прилади нейтралізують неприємні запахи, статичну електрику, позбавлять від шкідливих бактерій, грибків, цвілі і пилу.

Незважаючи на те, що в багатьох готелях підвищується якість обслуговування, розширюється обов’язкова супутня інфраструктура, а басейнами, розкішними spa-центрами, наявністю інших додаткових послуг, зокрема, з туристичного обслуговування, надання гіда, рівень оснащеності готелів і комфортність проживання є проблемою, що до кінця не вирішена. Якщо в 5-4-зіркових готелях рівень обслуговування і проживання вже наближений до європейських зразків, то в сегменті 2–3-зіркових готелів ситуація залишає бажати кращого. Хоча не всі готелі адаптовані до впровадження технічних інновацій, однак усі вони незалежно від терміну функціонування, можуть знайти можливість для використання новітніх технологій. Таким чином, інвестиції та витрати на перетворення бізнесу і

готелів зокрема, нехай і в довгостроковій перспективі, є виправданими. Отже, на підприємствах сфери послуг на перших етапах діяльності доцільно впроваджувати нетехнологічні інновації, які, з одного боку, є джерелом конкурентних переваг, а з іншою, не можуть скопійовані, дозволяють розпізнати готель або ланцюг. Крім того, такі інновації не вимагають значних капіталовкладень. Лише після розробки стратегії розвитку готелю вже можна переходити до більш технологічних, зокрема, адаптації до конкретних потреб досягнень автоматизованих систем обробки інформації та управління технологічними процесами, а також технічними інноваціями. Автоматизація дозволяє збільшити ефективність діяльності за рахунок автоматизованих і Інтернет-систем, забезпечити максимальну присутність на споживчих ринках і тим самим, максимально наблизити свої послуги до туристів і потенційних гостей. Наступник, етапом, що вимагає вкладення коштів є технічні інновації, які виступають як запорука успішної боротьби з конкурентами і можливість розвинути готельне підприємство із отриманням пристойного місця на ринку туристичних послуг.

Висновки

Проведені дослідження сучасного стану індустрії гостинності України довели нерівномірність розвитку підприємств сфери гостинності в різних регіонах України. Західний регіон, наближений до кордонів з ЄС, розвивається більш інтенсивно, наявне зростання надання послуг гостинності в середньому на 8%. У північній та центральній частини України, за винятком м. Київ, кількість засобів розміщення зменшилася на 6-8%. Традиційно стабільно розвивається південний регіон, в якому, на вимоги часу, пройшов перерозподіл засобів розміщення із більш чіткою їх диференціацією.

Виявлено, що однією з основних проблем в діяльності більшості готелів є неефективне стратегічне планування. Це пов'язано як із відсутністю завдань та цілей при стратегічному плануванні, так і спробами використання неадаптованих методів із закордонної практики. Відсутність контролю за етапами виконання стратегічних планів та брак висококваліфікованих фахівців заважає стабільному поступовому розвитку як конкретних підприємств, так і самої галузі. Подолання вказаних проблем дозволить покращити стан сфери обслуговування, буде сприяти підвищенню конкурентоспроможності готельно-ресторанних підприємств і зміцненню їх позицій на ринку послуг.

Основні маркетингові стратегії повинні враховувати не тільки гендерні чинники, але й стиль життя та уподобання гостей. Найбільш затребуваним є розвиток "зеленого", етнотуризму, послуг із креативними творчими складовими та доброзичливою толерантною атмосферою. При цьому найголовнішою складовою є безпека гостей та якість послуг. Показано, що закордонний досвід повинен бути творчо опрацьований із урахуванням місцевого менталітету. Відомі стратегії необхідно загострити на пропозиції гостям отримати позитивний досвід, який буде викликати бажання відвідати

нові місця та зробити їх бажаним місцем відпочинку і оздоровлення. Для успішного розвитку індустрії гостинності необхідною умовою є забезпечення сприятливого середовища для формування і розвитку індустрії гостинності, розширення ринку туристських послуг, зокрема, створення умов для розвитку інформаційних систем управління, що дозволяють підвищити прозорість готельного бізнесу, розвиток реклами готельних послуг і освітлення проблем розвитку готельного бізнесу в ЗМІ, законодавча база для залучення інвесторів.

Запропоновані стратегії та їх наповнення для підприємств індустрії гостинності, які дозволять отримати конкурентні переваги і, як наслідок, збільшення прибутковості і рентабельності. Інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності при розробці маркетингових стратегій повинні включати інфраструктурні, матеріально-технічні, технологічні, організаційно-управлінські, інтелектуальні компоненти.

При формування стратегій інноваційного розвитку індустрії гостинності необхідно враховувати екологічні, економічні, соціальні чинники. Важливо зберегти баланс між додатковими витратами та прибутком для сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Домінська О.Я., Батьковець Н.О. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. 2017. Вип. 52. С. 39-41.
2. Індустрія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку: монографія / колектив авторів; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої; Запорізький національний технічний університет. Запоріжжя : Просвіта, 2017. 240 с.
3. Проноза П.В. Аналіз стану туристичної галузі в Україні // Управління розвитком. 2015. № 3 (181). С. 56-63.
4. Мальська М.П., Кізима В.Л., Жук І.З. Управління сферою готельного господарства: теорія та практика: підручник. Київ: "Центр учбової літератури", 2017. 336 с.
5. Gilmore A Quality and Quantity in Tourism // J Hotel Bus Manage. 2017. 6: 164. doi:10.4172/2169-0286.1000164.
6. Buhalis Dimitrios & Amaranggana Aditya Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services // Information and communication technologies in tourism. 2015. 10.1007/978-3-319-14343-9_28.
7. R. Imrie, A. Fyall Independent mid-market UK hotels: Marketing strategies for an increasingly competitive environment // Journal of Vacation Marketing. 2001. Vol. 7, 1: P. 63–74.
8. Mathur S., Dewani P.P. Influence of cultural heritage on hotel prices, occupancy and profit // Tourism Economics. 2015. 1. Volume: 22. P. 1014–1032. URL: <https://doi.org/10.5367/te.2015.0487>.
9. Chen J.-L. An Empirical Study of Tourist Hotels: Difference Analysis between International Tourist Hotel and Standard Tourist Hotel in Taiwan // International Journal of Business and Management. 2018. Vol 13, No 3. P. 67–74. URL: <https://doi.org/10.5539/ijbm.v13n3p67>.
10. Hall C. M., Dayal N., Majstorovi D., Mills H., Paul-Andrews L., Wallace C., Truong V. D. Accommodation Consumers and Providers' Attitudes, Behaviours and Practices for Sustainability: A Systematic Review // Sustainability 2016, 8, 625; doi:10.3390/su8070625.

11. Palmatier R. W., Dant R. P., Grewal D., Evans K. R. Factors Influencing the Effectiveness of Relationship Marketing: A Meta-Analysis // *Journal of Marketing*: October 2006, Vol. 70, No. 4, pp. 136–153. URL: <https://doi.org/10.1509/jmkg.70.4.136>.
12. D'Mello C., Kamat K., Weiermair K., Pillai S.K.B., Scaglione M., Pah J.G. Tourists assessment of infrastructure availability in Goa (India): A gap analysis // *Anais Bras. de Est. Tur / ABET, Juiz de Fora*. 2016. V. 6, n. 1, p. 42–57.
13. Chung G., Ngan C. A shift in culture sparks innovation at the Miramar Hospitality Group's flagship Mira Hong Kong Hotel // *Global business and organizationae excellence*. 2018. V. 37, issue 4. P. 37–47.
14. Khatri K., Shrestha R.K., Mahat U. A Study of Accessibility in Hotel Chains, Public Transportation, and Ferry Companies in Helsinki // *Kerava*: 2012. – 52 p.
15. Mensah I., Dei Mensah R. International Tourists' Environmental Attitude towards Hotels in Accra // *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* May 2013, Vol. 3, No. 5. P. 444–455.
16. Goryushkina N.Y., Shkurkin D.V., Petrenko A.S., Demin S.Y., Yarovaya N.S. Marketing Management in the Sphere of Hotel and Tourist Services // *International Review of Management and Marketing*, 2016, 6(S6) 207–213.
17. Hyun S.S., Perdue R.R. Understanding the dimensions of customer relationships in the hotel and restaurant industries // *International Journal of Hospitality Management*. 2017. V. 64. P. 73–84.
18. Michopoulou E., Buhalis D. Information provision for challenging markets: The case of the accessibility requiring market in the context of tourism // *Information & Management*. 2013. 50, 229–239.
19. Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
20. Туристичний портал TripAdvisor. URL: <https://www.tripadvisor.ru>.
21. Стан та перспективи розвитку інфраструктури регіонів України – 2013 р. – 117 с. URL: <http://www.fes.kiev.ua/new/wb/media/InfraSTRUKTURA.pdf>.
22. URL: <https://www.booking.com>.
23. 2018 рік у сфері готельної індустрії: гра у проривні інновації. URL: <https://cushmanwakefield.com.ua/uk/2018-rik-u-sferi-gotelnoi-industrii-gra-u-prorivni-innovacii>.
24. Портал гостиничного и ресторанного бизнеса. URL: <http://prohotelia.com/>.
25. Как выглядит гостиница будущего. URL: http://tourlib.net/statti_otdyh/gostinica-budushego.htm.
26. Перспективи розвитку готельно-ресторанної індустрії України: теорія, практика, інновації розвитку: тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції. Мукачево: РВВ МДУ, 2018. 114 с.
27. Інформаційний портал. URL: <https://hotels24.ua/>.

Izdevniecība "Baltija Publishing"
Valdeķu iela 62 - 156, Rīga, LV-1058

Iespiests tipogrāfijā SIA "Izdevniecība "Baltija Publishing"
Parakstīts iespiešanai: 2018. gada 27. decembris
Tirāža 300 eks.