

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства**

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри

_____ **Дудник І.М.**
«_____» _____ 2021 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»
на тему:

**Інноваційні можливості у сфері готельного
господарства України**

Виконавець: здобувач вищої освіти 413 групи **Грицюк Вікторія Андріївна**

Науковий керівник: к. геогр. н., доцент кафедри міжнародного туризму та
країнознавства **Мархонос Світлана Миколаївна**

Нормоконтролер: _____
(підпис)

Борисюк Оксана Анатоліївна
(П.І.Б.)

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

Спеціальність: 242 «Туризм»

ОПП: «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.

«___» _____ 2021р.

ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Грицюк Вікторії Андріївни

Тема дипломної роботи: «Інноваційні можливості у сфері готельного господарства України», затверджена наказом ректора № 688 /ст від «29» квітня 2021 р.

2. Термін виконання роботи: з «17» травня 2021 р. по «20» червня 2021 р.

3. Вихідні дані до роботи: дослідження має теоретичний і практичний характер, виконане на основі аналізу матеріалів періодичних видань, нормативно-правових актів, статистичних даних Головної статистики України та інформаційних ресурсів мережі Інтернет,

4. Зміст дипломної роботи:

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МОЖЛИВИХ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу: рис 1.1 Стандартна класифікація засобів розміщення (версія ВТО), рис 1.2.

Технологічний цикл обслуговування гостей готелю, рис 1.3. Етапи виникнення інновацій в готельному господарстві, рис. 1.4. Інноваційні процеси в індустрії гостинності, рис.1.5. Розвиток інноваційної діяльності готельних господарств(відповідно до положення Генеральної угоди про торгівлю послугами), табл.1.1 Види інновацій у сфері готельного бізнесу за об'єктами інновацій, табл.1.2 Типи інновацій в готельних господарствах, рис 2.1. Динаміка засобів розміщення в Україні за 2014-2019рр, рис 2.2 Структура закладів готельного господарства в областях України в 2019р, рис 2.3 Структура готелів за зірковістю в 2019 році, рис 2.4 Розподіл готелів між регіонами України за їхньою зірковістю, табл..2.1 Рейтинг найкращих готелів України за версією Booking та TripAdvisor, табл..2.2 Засоби розміщення України, які отримали еко-сертифікат Green Key (2019 р.), табл..2.3 Комплексна оцінка інноваційної діяльності готельних господарств в регіонах України, рис 2.5 Комплексна оцінка інноваційної діяльності серед найкращих готелів України, рис 3.1 Основні проблеми фінансування інноваційного розвитку підприємств України, рис 3.2. Шляхи щодо удосконалення інноваційної діяльності готельних господарств, рис 3.3 Переваги використання інновації створення мобільного додатку для готельного господарства, рис 3.4 Алгоритм впровадження додатку для готелю, рис 3.5 Шкала оцінки ефективності інновації додатку для готелів «IntelContinental» та «Надія».

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	29.04 - 02.05 2021 р.	Виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	03.05 - 07.05 2021 р.	Виконано
3.	Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо теоретичних основ розвитку управління інноваційною	08.05 - 10.05 2021 р.	Виконано

	діяльністю в готельному господарстві. Написати перший розділ.		
4.	Проаналізувати сучасний стан розвитку інноваційних можливостей розвитку готельного господарства України. Написати другий розділ роботи.	11.05 - 15.05 2021 р.	Виконано
5.	Виявити основні проблеми та перспективи інноваційної діяльності готельного господарства України Написати третій розділ роботи та висновки	16.05 - 22.05. 2021 р.	Виконано
6.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки	23.05 - 28.06 2021 р.	Виконано
7.	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	29.05 - 01.06 2021 р.	Виконано
8.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	02.06 - 06.06 2021 р.	Виконано
9.	Захист дипломної роботи.	16. 06. 2021 р.	

7. Дата видачі завдання: «29» квітня 2021 р.

Науковий керівник дипломної роботи _____ Мархонос С.М.
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____ Грицюк В.А.
(підпис випускника) (П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Інноваційні можливості у сфері готельного господарства України»: 64 сторінок пояснювальної записки та 4 сторінки додатків, 15 рисунків, 5 таблиць, 47 використане джерело.

Мета роботи: дослідження сучасного стану та перспектив розвитку інноваційної діяльності готельного господарства в Україні.

Об'єкт даного дослідження: готельне господарство України

Предмет дослідження: інноваційні можливості у сфері готельного господарства України

Методи дослідження: метод статистичного аналізу, теоретичний аналіз джерел інформації з проблеми дослідження, метод порівняння, графічний метод.

Інформаційна база дослідження. У роботі використані наукові дослідження з готельного господарства, законодавчо-нормативні джерела, дані Державної служби статистики України, Інтернет-джерела, науково-практична література з основних проблем роботи.

Практичне значення одержаних результатів. Матеріали дипломної роботи можуть бути використані вищими навчальними закладами, для курсів із підготовки та перепідготовки майбутніх фахівців, при викладанні курсів «Інноваційні можливості готельного господарства». Отримані результати можуть бути корисними для роботи готельних господарств України, а також при складанні стратегії інноваційної діяльності розвитку готельних господарств в Україні.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ	9
1.1 Готельне господарство: поняття, завдання, складові.....	9
1.2 Сутність та складові інноваційної діяльності в готельному господарстві.	15
1.3 Характеристика видів інновацій в готельному господарстві.....	22
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ	27
2.1. Аналіз розвитку готельного господарства України	27
2.2 Інновації в готельному господарстві України	34
2.3. Комплексна оцінка інноваційної діяльності готельного бізнесу України	42
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ	47
3.1 Проблеми та перспективи інноваційної діяльності готельного господарства України	47
3.2 Розробка інновації для удосконалення інноваційної діяльності готельного господарства України	51
ВИСНОВКИ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	59
ДОДАТКИ	64

ВСТУП

Актуальність дослідження. Нині інновації стають головною рисою сучасної економіки. Це виправдано тим, що фундаментальні нововведення в умовах кризових явищ - найпотужніша стратегія і антикризовий інструмент. Швидка глобалізація світу ринок, скорочення життєвого циклу продукту, необхідність оновлення якісних характеристик товарів і послуг визначає актуальність інноваційних технологій. Технології в галузі гостинності розвиваються стрімко. Це пов'язано з тим, що перед готельними підприємствами стоять два основні завдання: отримати більше клієнтів і зробити їх постійними відвідувачами. Здійснити ці завдання без інноваційних рішень неможливо, що потребує від готелів модернізації в технологіях, заощадження часу, грошей та енергії.

В конкурентному середовищі готельного бізнесу важливо знаходити нові шляхи вдосконалення та отримання конкурентної переваги. На шляху впровадження інноваційних технологій є достатньо перешкод, які пов'язані з ціною технології, або її розробки; кількістю ресурсів, які будуть витрачені для навчання цієї технології; не бажанням керуючого персоналу щось змінювати для отримання прибутку. Положення сучасної науки вказують, а практика підтверджує, що позбутися від існуючих проблем можливе лише шляхом проведення постійних і безперервних інновацій. Навіть невеликі зміни забезпечать конкурентоспроможність підприємства на сучасному ринку і високий прибуток. Стає зрозумілим, що інновації є основоположним фактором економічного росту, конкурентоспроможності, що допоможе готельному господарству також адаптуватися та змінюватися відповідно до змін в системі.

Об'єкт дослідження: готельне господарство України.

Предмет дослідження: інноваційні можливості у сфері готельного господарства України

Метою роботи є дослідження сучасного стану та перспектив розвитку інноваційної діяльності готельного господарства.

На основі мети сформовано такі **завдання**:

- проаналізувати теоретичні аспекти розвитку інноваційної діяльності готельного господарства;
- визначити передумови розвитку готельного господарства України та впровадження інновацій в них;
- проаналізувати динаміку розвитку готельного господарства та провести комплексну оцінку ефективності інноваційної діяльності готельного бізнесу України;
- виявити проблеми та перспективи інноваційної діяльності готельного господарства України та знайти шляхи для їх усунення.

Інформаційна база. Для написання дипломної роботи було проаналізовано праці таких вчених, як: Шаповалова О.М, Мазур В.С, Мальська М. П, Круль Г.Я для визначення теоретичних аспектів індустрії гостинності та трактування терміну гостинності. Вивчаючи праці О.Мельника та Н.Бакаренка було сформовано визначення терміна «готель» , його основні функції та завдання. Проаналізувавши праці Журавльової Л. та Саненка Л. було визначено основні фактори, що виступають передумовами розвитку інноваційної діяльності готельного господарства.

Методи дослідження. Під час написання дипломної роботи було використано загальнонаукові та спеціальні методи наукового дослідження: метод статистичного аналізу; теоретичний аналіз джерел інформації з проблеми дослідження; метод порівняння; графічний метод.

Практичне значення отриманих результатів. Матеріали дипломної роботи можуть бути використані вищими навчальними закладами, для курсів із підготовки та перепідготовки майбутніх фахівців, при викладанні курсів «Організація інноваційної діяльності готельного господарства». Отримані результати можуть бути корисними для роботи готелів та аналогічних засобів розміщення, а також при складанні програми розвитку готельних господарств.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

1.1. Готельне господарство: поняття, завдання, складові

Інтенсивний розвиток туризму, його провідне місце серед інших галузей економіки посилює попит на послуги гостинності, які надаються спеціалізованими підприємствами готельного господарства та формує ринок цих послуг. Тому надзвичайно важливим є вивчення змісту поняття "готельне господарство". Глибина теоретичного розуміння цього питання сприяє ефективній організації діяльності, розвитку матеріально-технічної бази, правильному укомплектуванню штатів, повному задоволенню потреб туристів.

Спочатку під "готельним господарством" розуміли таку господарську діяльність, яка надавала платні послуги з розміщення. Згодом, після зростання вимог туристів і бажання готелів розширити комплексність обслуговування, послуги розміщення стали доповнювати харчуванням і продажем напоїв. Сьогодні це допомагає розглядати готельне господарство у двох напрямках діяльності, а саме – в широкому та вузькому його розумінні. У першому випадку воно охоплює дві основні групи послуг – розміщення та харчування, а в другому – тільки розміщення[1]. Готельний бізнес є складним багатофункціональним видом діяльності, соціальним за своєю суттю, може стати вагомим фактором економічного зростання регіону та його матеріального добробуту населення, сприяти подоланню територіальної дисгармонії на рівні економічного розвитку, розвитку підприємництва в даному сегменті, додатковим надходженням до місцевого та державного бюджетів, виступати джерелом створення нових робочих місць і створювати сприятливий туристичний імідж.

За кордоном багато авторів досліджували поняття «готель». Так, Марсель Готьє називав «готельну справу» сукупністю діяльностей, що надає послуги, які забезпечують людині розміщення та харчування. Це стосується, пояснює автор, послуг, яких потребує турист під час подорожі за межами постійного місця

проживання з діловими цілями чи сімейними інтересами й дедалі більш під час відпочинку[2].

За визначенням ВТО, що має рекомендаційний характер, засіб розміщення - це будь-який об'єкт, який регулярно чи епізодично надає туристам місця для ночівлі. При цьому готелі розглядаються як основний класичний тип підприємств розміщення, що характеризується такими специфічними ознаками: номерним фондом, що перевищує певний мінімум; набором обов'язкових послуг (прибирання номерів і санвузлів, обслуговування в номерах, щоденне застеляння ліжок та ін.); певним асортиментом додаткових послуг[3]. На Рис 1.1 зображені стандартна класифікація засобів розміщення за версією ВТО, якою користується весь світ.



Рис 1.1 Стандартна класифікація засобів розміщення (версія ВТО)

Джерело:[3]

Готельна сфера – це провідна складова туристичної індустрії за масштабом матеріальних і фінансових ресурсів, кількістю зайнятих в сфері, доходом у туристичній галузі. Важливою складовою діяльності в туризмі є готельне господарство. Рівень матеріально-технічної бази, розгалуженість та різноманітність мереж, якість обслуговування в готельному господарстві безпосередньо розвиває вітчизняний та міжнародний туризм, готельні

підприємства виконують одну з основних функцій у сфері обслуговування туристів: забезпечення сучасним житлом і побутовими послугами.

Готельний сервіс містить цілий комплекс послуг для туристів і є ключовим чинником, що визначає перспективи розвитку туризму. Туристичні послуги, зокрема в межах готельного обслуговування, належать до соціально-культурних послуг. Вони створюються на принципах сучасної гостинності, що підвищує їхню роль у розвитку вітчизняного туризму, а також зумовлює необхідність професійної підготовки кадрів для туристичного і готельного сервісу. Сфера гостинності стосується надання місць для проживання людей. Вони варіюються від помешкань, призначених для проживання на одну або дві ночі, таких як готель чи хостел. Вони можуть запропонувати такі послуги для комфорту: проживання, прибирання номерів, харчування, розваги та додаткові послуги. Досить важко побачити різницю між готельним господарством та індустрією гостинності. Хоча існує їхній взаємозв'язок, різниця полягає в тому, що індустрія гостинності ширша за своїм обсягом і включає безліч інших галузей, включаючи і готельне господарство[4].

Важливо розуміти, що готельна індустрія – це загальний термін, який використовується для опису послуг, пов'язаних з розміщенням гостей. З огляду на це, варто зазначити, що існує безліч різних типів житла, які підпадають під цей термін. Основні типи готельного господарства:

1. Готелі (найпоширеніший тип розміщення – це заклад, що пропонує ночівлю, харчування та інші послуги. Вони в основному орієнтовані на мандрівників або туристів, адже надають приватні номери і майже завжди мають окремі ванні кімнати);
2. Мотелі (форма ночівлі, пристосована для автомобілістів. З цієї причини вони, як правило, розташовані біля узбічч доріг і пропонують безкоштовну автостоянку);
3. Хостели (форма проживання, як правило, орієнтована на тих, хто має малий бюджет, де багато гостей спить на різних ліжках в одній житловій кімнаті, гості платять за ліжко, а не за приватну кімнату) [5].

У даний час в світі нараховується більше 30 систем класифікації готельних господарств, причому в кожній країні прийняті свої національні стандарти. Національні системи класифікації, підтримувані державою або національними готельними асоціаціями шляхом національних стандартів і узаконених правил сертифікації готельних послуг, торкаються в основному кількісних характеристик матеріальної бази, повноти сервісу, рівня і якості готельних послуг. У готелях є різні категорії номерів, що відрізняються один від одного площею, меблюванням, устаткуванням, оснащенням і т.д. Проте незалежно від категорії готельний номер повинен мати: меблі й устаткування, ліжко, стілець і крісло, нічний столик, шафа для одягу, загальне освітлення, кошик для сміття. Крім цього, в кожному номері повинна міститися інформація про готель і план евакуації на випадок пожежі [3,5].

Готельна послуга передбачає дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також іншу діяльність, пов'язану з розміщенням і тимчасовим проживанням. Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, що надаються споживачу при розміщенні та проживанні в готелі. Основні послуги – це обсяг послуг готелю (проживання, харчування тощо), що включається до ціни номера (місця) і надається клієнтові згідно з укладеним договором, а додаткові послуги - обсяг послуг, що не належать до основних послуг готелю, замовляються та сплачуються споживачем додатково за окремим договором. Зважаючи на те, що готель передусім є типом тимчасового житла, де проживають туристи, які прибули до населеного пункту, і який забезпечує їх можливість харчування та різними видами послуг, можна виділити проживання як основну послугу. Вона охоплює такі складові: бронювання та інші види замовлення місць, підготовку номерів до заселення та підтримання їх у належному стані, прийом і розміщення гостей (оформлення, реєстрація та облік, розрахунки), збереження майна гостя, виїзд. На друге місце можна поставити організацію харчування, послуги побутового характеру, яких існує велика кількість відповідно до потреб гостя, послуги культурного, спортивного

характеру, зв'язку та інформації тощо. Поділ послуг залежить від того, які потреби гостя вони задовольняють. Усі вони можуть надаватися в сучасному готелі, але їхні обсяги та асортимент не однакові у різних підприємствах, різною є й організація їх надання, тобто обслуговування. На Рис 1.2 схематично зображений технологічний цикл обслуговування, який проходить гість під час проживання в готелі.

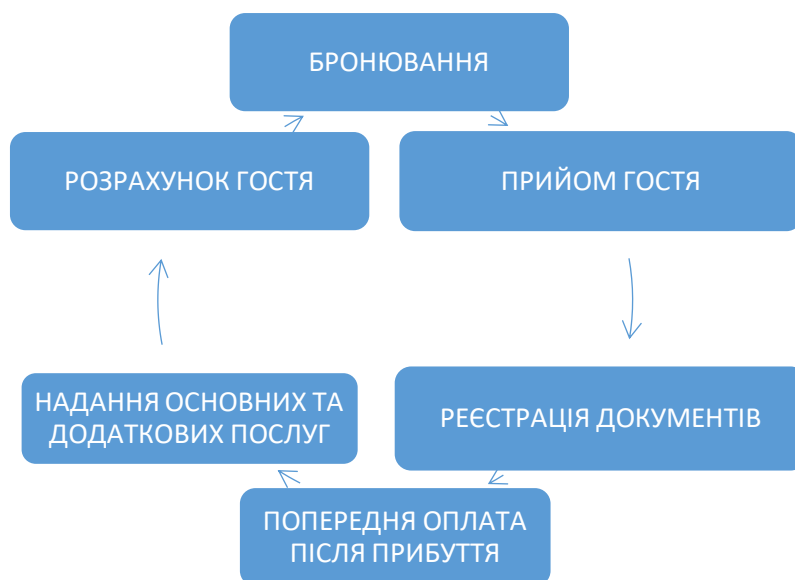


Рис 1.2. Технологічний цикл обслуговування гостей готелю

Джерело: [4]

Прискорений розвиток туризму та бажання отримати більші прибутки, а також зростаюча платоспроможність клієнта сприяли розширенню та урізноманітненню готельної діяльності. До перших двох груп послуг додаються й нові додаткові послуги для обслуговування ділових зустрічей, лікування, розваг тощо. Це приводить до збагачення змісту поняття "готельне господарство", що поряд з основними послугами охоплює й додаткові (спортивні, медичні, посередницькі, комунально-побутові та ін.). При цьому готельне господарство вже надає послуги не тільки власного виробництва, а й інших галузей господарства. З точки зору особливостей процесу обслуговування в готельному господарстві, де поєднуються виробництво та споживання послуг, досить часто цей процес називають "наданням послуг". Проте це не зовсім доцільно, оскільки надання послуг здійснюється як платно, так і безкоштовно.

Тому варто підкреслити, що ця діяльність охоплює продаж і надання послуг. Однак діяльність готельних підприємств активно сприяє зростанню національного доходу та збільшенню надходження валютних коштів у країну за рахунок обслуговування іноземних туристів.

Повні операційні процеси готелю складаються з виробничих процесів та сервісної діяльності. Метою виробничої діяльності є надання послуги, що мають характеристики товару, як-от: різноманітна їжа, напої, різноманітність номерного фонду. Метою сервісної діяльності є надання гостю готелю як от: розміщення, подача страв та напоїв, розваги, продаж товарів, прання білизни, прасування одягу тощо. Найважливіші операційні процеси розбиваються на різні його види діяльності. Опис кожного робочого процесу супроводжується графічним тлумаченням, яке ілюструє їхній взаємозв'язок. Охорона та безпека відповідають за підтримку спокійної атмосфери в готелі. Якщо гості панікують за свою безпеку та безпеку свого особистого майна, клімат буде надзвичайно напруженим, перебуваючи в такому ненадійному готелі.

Аналіз характеру та змісту готельного господарства дозволяє визначити його як господарську діяльність виробничої сфери, що виробляє та надає послуги (основні та додаткові), продаж яких дає доходи. З-поміж основних завдань сучасного розвитку готельних комплексів можна виокремити:

- ✓ поглиблена спеціалізації та диверсифікація готельних послуг;
- ✓ утворення великих корпоративних форм ;
- ✓ готельні ланцюги, які стають транснаціональними;
- ✓ широке використання інформаційних систем управління, технологічного забезпечення та маркетингу;
- ✓ інтеграція капіталу готельних підприємств з капіталом фінансових, страхових, будівельних, транспортних та інших сфер економіки;
- ✓ науковий менеджмент в організації й управлінні готельним бізнесом;
- ✓ розвиток мереж невеликих готельних підприємств, зорієнтованих на конкретний сегмент ринку[7].

Економічна сутність готельної діяльності полягає в тому, що їй притаманний нематеріальний характер. Результатом виробничо-експлуатаційної діяльності готелів є не готовий продукт, а пропозиція особливого виду послуг. При цьому послуги не можуть вироблятися окремо від існуючого матеріального продукту, тобто експлуатація матеріально-технічної бази (будівель, споруд, устаткування, інвентарю) є основою виробництва та реалізації послуг. Продуктом підприємств індустрії гостинності є комплекс фізичних, соціальних і емоційних компонентів, готельних послуг значно більше, ніж просто проживання і їхнє значення значно ширше.

Отже, готельне господарство є суттєвою складовою індустрії гостинності, яке, в свою чергу, є невід'ємною частиною туристичної індустрії. У складі індустрії гостинності готельне господарство виконує ключові функції, оскільки пропонує відвідувачам комплекс послуг, у формуванні та реалізації яких беруть участь усі сектори та елементи індустрії гостинності.

1.2. Сутність та складові інноваційної діяльності в готельному господарстві

Інноваційна діяльність є основною характеристикою сучасної економіки. У час, коли науково-технічний прогрес інновацій в готельному бізнесі відіграє одну з головних ролей у конкурентній боротьбі готелів за кожного гостя. Застосування новітніх технологій у готельному бізнесі дозволяє, в першу чергу, підвищити ефективність готельного господарства, знайти нові резерви для покращення якості обслуговування, ефективно охороняти номери та майно гостей, надавати нові ексклюзивні послуги.

Для інновації притаманні наступні основні ознаки:

- 1) науково-технічна новизна;

2) здатність інновації до матеріалізації у нові технічно досконалі види промислової продукції, засоби і предмети праці, технології і організації виробництва;

3) здатність до комерціалізації самої інновації і (або) результатів її впровадження. Результат науково-технічної діяльності (новація) перетворюється на інновацію з моменту використання на ринку. Багато новацій можуть бути не придатними до впровадження на ринку і тому не матимуть комерційної привабливості; такі новації не можна вважати інноваціями[8,10].

Інновація в готельному господарстві – система організаційно-економічних, науково-дослідних, технологічних та інших заходів і їх результатів, спрямованих на докорінне перетворення і оновлення продукту, механізму його просування та реалізації з метою досягнення економічного, соціального, екологічного або іншого ефекту Обґрунтовуючи той чи інший варіант інноваційної стратегії, необхідно враховувати й те, що вона має відповідати загальній стратегії розвитку готелю, бути прийнятною для нього за рівнем ризику й передбачати готовність ринку до сприйняття нововведень [11]. На Рис 1.3 зображено схематичний шлях від ідеї до інновації в готельному господарстві.

Інноваційний підхід в готельному бізнесі може зводитися до використання не лише прогресивних інформаційних технологій і випуску нових послуг, але і цілого комплексу нововведень, що зачіпають усі сфери в області управління (управління якістю, фінансами, персоналом і так далі). При цьому найбільш ефективною інноваційна політика підприємства буде у разі одночасного впровадження різних типів інновацій. На кожному підприємстві існує набір стандартних технологій по здійсненню поточних операцій і обслуговуванню гостей. Але їх наявність не забезпечує підприємству конкурентних переваг. Тому керівництво кожного великого готелю намагається знайти нові технологічні розробки для своїх проєктів. Якщо ще кілька років тому такі технологічні нововведення були пов'язані з можливими змінами в проведенні операції без втручання комп'ютерних технологій, то зараз цей процес немислимий без останніх новітніх розробок в області інформатики. На ринку з'являється безліч

автоматизованих систем управління, які дозволяють полегшити роботу персоналу і зробити її ефективнішою.



Рис 1.3. Етапи виникнення інновацій в готельному господарстві

Джерело: [7]

Завдяки застосуванню інновацій у сфері гостинності значно полегшується процес надання туристичних послуг, який починається з інформування про них та закінчується їх кінцевим споживанням. Існує широкий спектр факторів, що впливають на застосування та розвиток інновації, а саме:

- певні галузеві проблеми;
- специфічний менталітет споживачів;
- культурні та національні примхи клієнтів, які використовують готельні послуги[8].

Інноваційна тенденція в готельних господарствах проявляється через генерування різних ідей, щоб забезпечити успіх та розвиток готелю. Масштабне застосування нових знань, а також їх поєднання в майбутньому породжують нові послуги, продукти або технології. Якщо готель не бере участь у жодному інноваційному процесі, його ефективність рано чи пізно зменшиться, а його конкурентоспроможність буде втрачена. Здатність аналізувати відгуки клієнтів дозволяє готелям підтримувати певну кількість гостей; ключовим критерієм ефективності є насамперед те, наскільки задоволені гості послугами готелю.

Поява веб-сайтів через інтернет-бронювання змусило багато традиційних туристичних агентств припинити свою діяльність. Багато традиційних готелів стурбовані зростанням популярності таких послуг, як Airbnb. Тому готельні компанії часто приймають стратегічні рішення щодо інновацій, що призводить до інноваційних конфігурацій однієї або більше інноваційних дій для того, щоб не тільки конкурувати з суміжними сервісами, а і співпрацювати та доповнювати один одного. Саме спільна робота має вирішальне значення, оскільки жоден виробник послуг не може одноосібно приймати туристів і забезпечувати комплексний розвиток. Дія об'єднувальної тенденції, як правило, реалізується через злиття і придбання, які є найбільш популярним методом, що використовується готельними підприємствами для зміцнення свого становища на глобальному ринку, відзначається збільшення кількості договорів франшизи та зовнішніх інвестицій.

Впровадження нових послуг часто вимагає від фірм прийняття нових послуг та процесів, організаційні практики, дизайн послуг, просування та розміщення тощо. Організація може вибрати впровадження одного або декількох з чотирьох типів інновацій – продукт, процес, організація та маркетинг, поєднання їх усіх разом. Впровадження одного з чотирьох видів інновацій являє собою просту інноваційну стратегію, тоді як поєднання чотирьох типів інновацій являє собою складну стратегію, яка може підвищити привабливість готельних господарств.

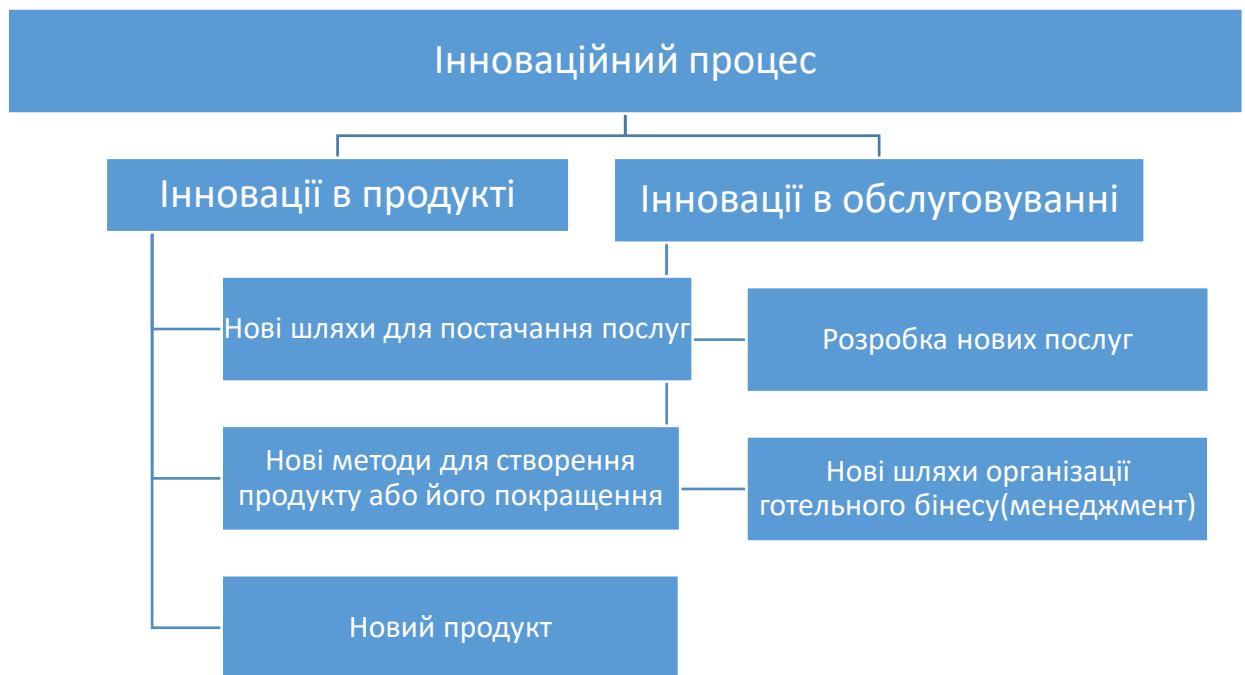


Рис. 1.4. Інноваційні процеси в індустрії гостинності

Джерело:[7]

Інновації в індустрії гостинності та туризму слідує траєкторією інновацій в сфері послуг, що відрізняється від інновацій продукту. Такі нововведення підвищили операційну ефективність, а також створили більшу цінність для споживачів. В результаті постійних інновацій фірми, що надають послуги, покращують якість своїх послуг та пропонують більш індивідуальний підхід та досвід. Це досягається прогнозуванням потреб і бажань споживачів, підвищенням лояльності за допомогою різних програм, розширенням клієнтської бази при одночасному зменшенні невикористаних потужностей та підвищенням ефективності та продуктивності. Інновації у сфері послуг визначають способи створення та надання більшої цінності споживачам за допомогою технологій або процесів. Це передбачає постійне вдосконалення та впорядкування ідей для розширення можливостей працівників, акціонерів та споживачів. В результаті інновацій з'являються нові типи взаємодії з клієнтами.

Інноваційна діяльність багатогранна і охоплює різноманітні сектори, адже нововведення можуть проявлятися у різних формах. Іноземні та українські вчені розробили різні класифікації нововведень для регулювання концепції.

Базуючись на положеннях Генеральної угоди про торгівлю послугами (ГАТС), в туристській сфері розвивається інноваційна діяльність за трьома напрямками.

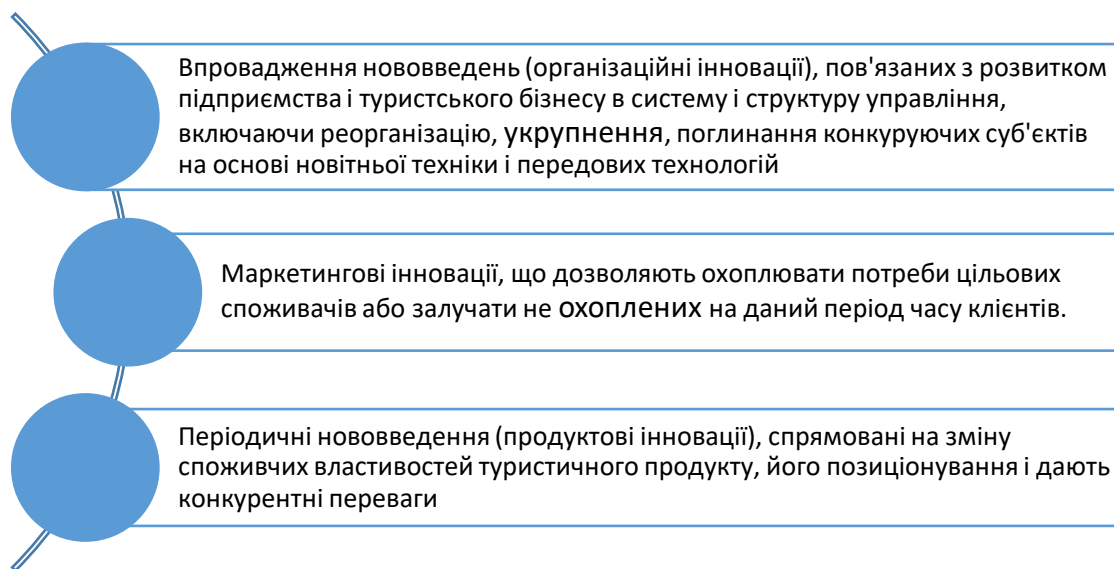


Рис.1.5. Розвиток інноваційної діяльності готельних господарств(відповідно до положення Генеральної угоди про торгівлю послугами)

Джерело: [1]

Інновації в готельних господарствах з'являються регулярно. Головні їхні завдання – це залучення нових клієнтів та утримання тих клієнтів, які відвідували готель раніше. Впровадження нових технологій може бути ускладнене за рахунок небажанням власника, великою вартістю для оновлення, труднощами з адаптацією до оновлень. У індустрії гостинності мережа та незалежні підприємства змушені постійно шукати шляхи підвищення якості та репутації, скорочення витрат, а також збільшення продажів і прибутку. Додається до цих викликів і жорстка конкуренція між місцевою та міжнародною організаціями гостинності. Тому інновації стали стратегічною зброєю обох успішних мереж та незалежних підприємств гостинності, тому стратегія розвитку готелю повинна бути базою інноваційних процесів. Інноваційний процес можна розбити на наступні етапи:

- 1) інноваційне визначення потенціалу готелю;

- 2) обов'язкова постановка цілей і завдань впровадження інновацій;
- 3) генерування, аналіз і відбір ідей;
- 4) створення на базі кращих ідей інноваційних концепцій;
- 5) запуск процесу впровадження інновацій;
- 6) інтеграція інновацій в корпоративну культуру готелю[12].

Розвиток передових технологій поступово починає витісняти друковані видання, замінюючи їх публікацією інформації і реклами в Інтернеті або іншими формами. Більш ефективні можливості пошуку потрібної інформації, нові портативні бездротові пристрої, розширення кількості та якості інформації про туристських центрах, готельних підприємствах і послуги, що надаються, ведуть до значних змін у сфері туризму і гостинності. Використання телекомунікаційних систем дозволяє клієнту самостійно планувати поїздку: скласти маршрут, замовляти і оплачувати готель, екскурсії, квитки на літак, потяг і ін. Для того щоб полегшити отримання інформації користувачами, корпорація Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) розробила новий домен спеціально для туристського бізнесу ".travel", який успішно функціонує зараз[3].

Таким чином, інноваційні технології виконують кілька функцій:

- 1) відтворювальну - одержуваний прибуток від інновацій буде використовуватися в якості джерела ресурсів;
- 2) інвестиційну - отриманий прибуток може направлятися на фінансування наступних інноваційних розробок;
- 3) стимулюючу - впровадження інновацій стимулює подальший рух в даному напрямку, розвиток і пошук нових відкриттів[11].

Отже, готельне господарство займає провідне місце в індустрії гостинності, проте його роль та значення може бути всебічно розкрито тільки крізь призму його зв'язків та відносин з функціонально взаємопов'язаними сферами. Забезпечення потреб клієнта вимагає вкладення відповідних коштів, інноваційних нововведень та постійного розвитку. Сучасні технології та

інновації дозволять підтримати високий рівень обслуговування, розширити аспект надаваних послуг, вдосконалювати систему управління готелем.

1.3 Характеристика видів інновацій в готельному господарстві

Інновації в готельних господарствах – це нововведення, що збільшують конкурентоспроможність підприємства. Такі рішення повинні або покращувати якість задоволення вже існуючої потреби гостей, або створюють послугу, що задовольняє бажання, якого раніше не було в асортименті. Існує кілька цілей інноваційної діяльності, розробляються і впроваджуються нові продукти для туристів, ресторанів, готелів. Вводяться в експлуатацію сучасні технічні пристрої, нові технології застосовуються при будівництві готельних комплексів або експлуатації різних матеріалів[14].

Розширенням прийняття рішень щодо інноваційних процесів у секторі послуг стало проявляються протягом останнього десятиліття. Дослідження показують, що інноваційні практики мають диференційований вплив на результати фірми. Інноваційний потенціал готельного підприємства найчастіше має пріоритетний напрям, він відбиває не лише інноваційну активність нині, але і здатність до її посилення в перспективі. Крім того, вважається, що спочатку будь-яке стратегічне рішення має інноваційний характер і спрямоване на реалізацію не лише технологічних, але і організаційних, соціальних інновацій. При цьому набір характеристик інноваційного потенціалу підприємства може бути досить широкий.

У сфері гостинності відбулося значне зростання та трансформація. Останні два десятиліття здається, що нові операції в галузі гостинності освоїли складні ринкові умови. Нова ланцюгова афілійована гостинність операції процвітали по всьому світу і продовжують розвивати свої позиції як лідери ринку у сфері гостинності. Які фактори впливають на інновацію успіх корпоративних організацій гостинності? Це їхня фінансова міцність, їхні потужні та досконалі

маркетингові системи або більш структурований підхід до інновацій? Порівняно з мережевими операціями, незалежні фірми гостинності менші, часто мають менш ієрархічну систему, що призводить до менш структурованого підходу до інновацій. Однак це означає, що незалежні фірми можуть бути більше пристосовані до мінливих умов, надаючи їм гнучкість швидшої реакції до потреб і проблем споживачів[12].

Комунікація з керівниками підприємств гостинності свідчать про те, що найбільш важливим аспектом інновацій у сфері гостинності є їх співробітники, їхня готовність до змін. Готелі часто мають одне й те саме «апаратне забезпечення», так що цікаво, адже працівники є модераторами для розмежування послуг. Це означає, що при оцінці виконання нових послуг, важливо включити критерії, що охоплюють працівника управління гостинністю. В цілому інновації в готельному бізнесі можна класифікувати за такими ознаками:

- за об’єктами інновацій(див таб 1.1);
- за рівнем технологічності;
- за методом управління[15].

Таблиця 1.1

Види інновацій у сфері готельного бізнесу за об’єктами інновацій

Вид інновацій	Зміст інновацій
<i>Застосування широкого спектра сучасних інформаційних технологій</i>	Від систем автоматизованого управління службами готелю до програм бронювання номерів в мережі Інтернет. Наявність подібної системи дозволяє готелю підтримувати швидку взаємодію з туроператорами і турагентами, виходити на ринок бронювання послуг для індивідуальних туристів, а також вбудовуватися в системи глобального бронювання через спеціалізовані портали.
<i>Забезпечення безпеки клієнтів</i>	Наявність системи відеоспостереження не тільки на території готелю, але і на прилеглий території, електронні замки на дверях номера і програмовані сейфи, як засоби захисту клієнтів
<i>Екологічні інновації</i>	Впровадження в готельний бізнес екологічних інновацій у вигляді

Джерело: [10]

У готельній діяльності нововведень, можна навести багато прикладів для різних сфер. Більш зручним можна зробити бронювання номерів або можливість вибрати номер і оплатити проживання в ньому можна надавати в інтернеті, спеціальна система резервування дозволить вибрати відповідну кімнату, часовий проміжок, вказані ціни. Крім того, зручна можливість на деякий час закріпити за собою номер, відклавши оплату на більш пізній термін. Вигоду приносить і створення спеціальних номерів, передбачених для сну, приміщення можуть бути невеликими, у них є комплекс пристосувань, що сприяють сну: можливість прийняти ванну з ароматичними маслами, спеціальні музичні композиції, заспокоює нервову систему освітлення[18].

Створення інноваційної інфраструктури в готельній індустрії залежить від рівня технологічного та економічного розвитку економіки. Країни, що мають розвинену виробничу інфраструктуру, характеризуються підвищенням ролі нематеріальних факторів виробництва, інформатизацією суспільства, випереджаючим розвитком сфери послуг. Таким чином, формуються реальні можливості створення мережі консалтингових, сервісних, інформаційних послуг, що сприяють підтримці інноваційних процесів. В умовах трансформаційного суспільства інноваційна інфраструктура повинна сприяти входженню науки в ринкове середовище, розвитку підприємництва в науково-технічній сфері, тому її формування багато в чому визначається станом ринкової інфраструктури. В цілому інноваційна інфраструктура в готельній індустрії є організаційну, матеріальну, фінансово-кредитну, інформаційну базу для створення умов, що сприяють ефективній акумуляції та розподілу коштів, а також надання послуг високої якості[17].

Таблиця 1.2

Типи інновацій в готелях

Тип інновацій	Характеристика	Конкретні способи для реалізації
Технологічні інновації	Створення нових матеріалів, продуктів, послуг та технологій, нові способи	Розширення асортименту спеціалізованими та еквівалентними

	надавати послуги і удосконалення старих	зкладами розміщення відповідно до потреб туристів
Організаційні інновації	Нові рішення та підходи в управлінні або організації робочого процесу	Реалізація у формі вдосконалення моделей гостинності за допомогою організацій сфери гостинності інших моделей, які використовуються.
Економічні інновації	Виникнення нових ринків, які дозволяють ввести нові продукти або технології, створення нових способів купувати і продавати товари, розвивати економічні процеси та інноваційний процес	Розширення індустрії гостинності організації від центру до периферія, стираючи "порожні плями" в географічному просторі країни індустрія гостинності
Маркетингові інновації	Нові або значно вдосконалені маркетингові методи охоплення нових аудиторій, упаковка продуктів, розробка нових методів продажу та товарів чи послуги, презентація та просування їх на ринках, що розвиваються, створення нових цінових стратегій	Впровадження результатів дослідження ринку, спільно з експертами, дослідження конкурентів. Наприклад, розробка та впровадження концепція сенсорного маркетингу
Правові інновації	Нові закони чи нормативні акти Введено або ж суттєві зміни в існуючих.	Одночасно впровадження міжнародних конвенцій та національного законодавства у сфері гостинності, що включає система міжнародного права
Соціальні інновації	Нові ідеї та рішення з метою вирішення соціальних та культурних проблем, з якими стикається суспільство.	Впровадження нових концепцій для розширення видів туризму (діловий туризм, освітній туризм, екотуризм, паломництво, космічний туризм)

Джерело: [13]

Інноваційний підхід в готельному бізнесі може зводитися до використання не лише прогресивних інформаційних технологій і випуску нових послуг, але і цілого комплексу нововведень, що зачіпають усі сфери в області управління (управління якістю, фінансами, персоналом і так далі). При цьому найбільш ефективною інноваційна політика підприємства буде у разі одночасного впровадження різних типів інновацій. Цей процес може бути виражений як новий продукт послуги, технологія або окремі елементи його реалізації; як нові підходи до управління або маркетинг готелю. Інноваційні технології в готельному господарстві націлені на ефективне задоволення потреби споживачів та підвищення конкурентоспроможності послуг організації.

Отже, в умовах жорсткої конкуренції готелі змушені шукати нові шляхи підвищення привабливості та доступності своїх послуг. Недооцінка інноваційного управління в діяльності вітчизняних 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 .

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

2.1. Аналіз розвитку готельного господарства України

Успішний розвиток туристичної галузі забезпечує вагомий внесок у ВВП кожної країни, надає можливість працевлаштування населенню, сприяє поживленню соціально-економічного розвитку, піднімає її рейтинг у міжнародному співробітництві. Україна посідає одне з провідних місць у Європі за рівнем забезпеченості цінними природними та історико-культурними ресурсами, здатними генерувати значний туристичний інтерес у вітчизняних та іноземних подорожуючи, тому країна володіє всіма передумовами, щоб увійти в число лідерів світового туризму, хоча є ряд перепон на цьому шляху.

Щороку зростає зацікавленість іноземних туристів до України, збільшується кількість як зовнішніх, так і внутрішніх туристів, кількість осіб, що перебувають у закладах готельного господарства. Загальну динаміку розвитку представників готельних послуг України за 2014-2019 рр. відображено на рис. 2.1



Рис 2.1. Динаміка засобів розміщення в Україні за 2014-2019рр.

Джерело: побудовано автором за даними [26]

Україна повільними, але впевненими кроками збільшує різноманітність готельних господарств, про що свідчать дані вказані вище. У результаті аналізу розміщення підприємств готельного господарства встановлено, що найбільша їх кількість розташована в курортних регіонах та областях з багатою історичною спадщиною та розвинутою туристичною індустрією (рис. 2.2).

Рис 2.2 Забезпечення закладами готельного господарства в областях



України в 2019р.

Джерело: побудовано автором за даними [26]

Можна визначити групу регіонів-лідерів за кількістю готелів (рис. 2.3), це Львівський, Одеський, Херсонський Івано-Франківський, Закарпатський регіони та м. Київ. Дані регіони за досліджений період постійно знаходились в групі лідерів.

В середній групі рейтингу відбувались різноспрямовані коливання.

В групі аутсайдерів знаходяться Тернопільський, Донецький, Рівненський, Сумський, Чернігівський, Кіровоградський та Луганський регіони.

Класифікація готелів позначає якість та рівень обслуговування, які надають в готелі та відрізняється кількістю привласнених «зірок», від 1 до 5. Тому буде доцільно дослідити цей показник на ринку готельних послуг України. Державне агентство з розвитку туризму України навели дані щодо

кількості сертифікованих готелів та їх розподілу між областями України, які можна побачити на Рис 2.3 і 2.4.

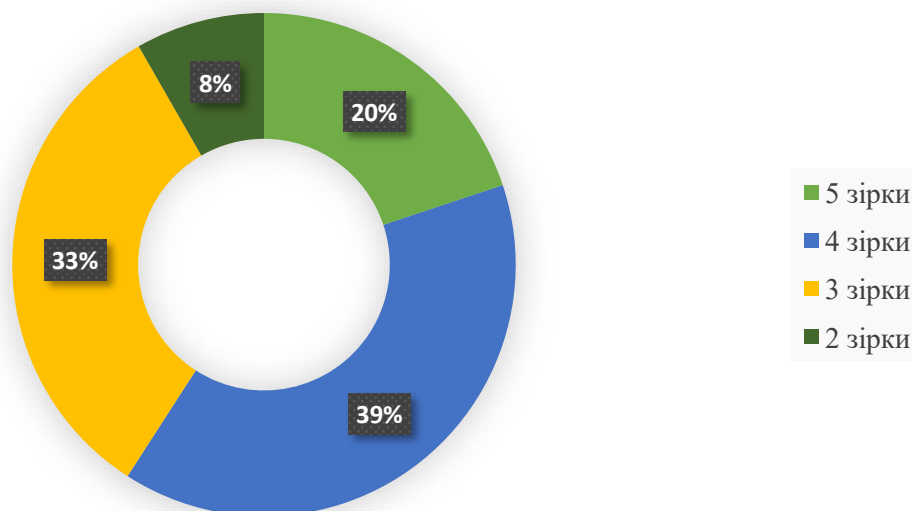


Рис 2.3 Структура готелів України за зірковістю в 2019 році

Джерело: побудовано автором за даними [26]

Аналізуючи ці дані, можна зробити такі висновки: на території України та її регіонів найбільша різноманітність готелів представлена серед готелів з 4 та 3 зірками, для яких цільовою аудиторією будуть клієнти середнього класу. Якщо ж орієнтуватись на розподіл цих готелів серед регіонів, то одразу можна помітити, що у переліку лідерів немає таких областей: Івано-Франківська, Закарпатська, Херсонська, при тому, що у загальному рейтингу закладів розміщення вони посідають провідні місця. Саме в цих областях дуже популярними закладами розміщення для туристів є мотелі, приватні садиби, які не оцінюються зірковістю.

Розподіл готелів між регіонами України за їхньою зірковістю

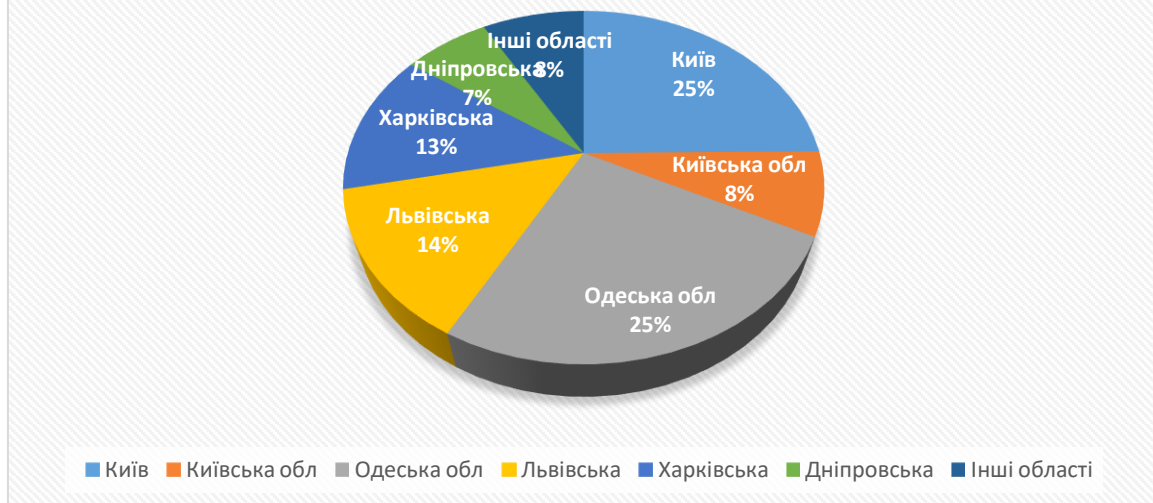


Рис 2.4 Розподіл готелів між регіонами України за їхньою зірковістю

Джерело: побудовано автором за даними [26]

На рівень використання готельних можливостей здійснює вплив велика кількість факторів, серед яких можна виділити ті, що стимулюють активізацію використання потенціалу, та фактори, що її обмежують. Серед обмежуючих чинників можна виділити такі:

- відсутність належного фінансування готельної сфери на державному та регіональному рівнях;
- політична ситуація в країні та взаємовідносини між країнами в сфері туризму;
- нечіткий розподіл функцій управління готельною сферою в регіоні, і як наслідок, відсутність відповідної мотивації до вжиття заходів, спрямованих на комплексну взаємодію всіх структурних елементів, і на цій основі створення якісного продукту та ін.

Серед стимулюючих чинників можна виділити такі:

1. Існування значної кількості ініціативних осіб, що формують позитивне бачення того, як може існувати готельна сфера;

2. Періодичне надходження спонсорської допомоги на організацію заходів, що демонструє зацікавленість представників бізнесових структур у розвитку готелів в регіоні та країні;
3. Інтерес міжнародних мереж до України як перспективної країни для розвитку готельної діяльності;
4. Загальносвітові тенденції підвищення уваги до інновацій та їх позитивний вплив на готельну сферу і туристичну активність[20].

Актуальними проблемами розвитку і територіальної організації готельного господарства на найближчу перспективу визначено:

а) удосконалення державної політики у готельній сфері, яка має бути скерована на підтримку готельного бізнесу шляхом створення сприятливого інвестиційного клімату для залучення внутрішніх та іноземних інвестицій.;

б) підтримка та розвиток інноваційних процесів, які на сучасному етапі вже позначені транснаціоналізацією та монополізацією діяльності, що проявляється в наявності таких суб'єктів ринку, як міжнародні (Radisson, Hyatt, InterContinental, Rixos) та національні (PremierHotels, хостел-асоціація) готельні мережі, інтернаціоналізацією праці (введення нових стандартів якості готельних послуг, технологічних та інформаційних систем, оволодіння якими стимулює рух робочої сили у сфері гостинності), що призводить до розширення мережі, переформатування елементів територіальної структури у напрямку підвищення частки високих рангів за рахунок територіальної концентрації закладів, сприяє організаційно-управлінській перебудові галузі;

в) науково обґрунтований розвиток мережі закладів гостинності має опиратися на дослідження зовнішнього та внутрішнього попиту, інновацій в технологічній, інформаційній, управлінській діяльності для впорядкування галузевої структури, удосконалення організаційно-управлінських засад функціонування, обґрунтування напрямків розбудови ринку послуг гостинності[24].

Готельна сфера в Україні розвивається повільно, тому що основна ставка інвесторів робиться на будівництво торгових і розважальних комплексів,

офісних і житлових центрів, адже терміни окупності для готелів вищі. Однак ці проблеми поступово долаються, існуюча інфраструктура галузі ще не відповідає вимогам міжнародних стандартів. У більшості готелів відсутні сучасні засоби зв'язку та комунікацій, конференц-зали з відповідною аудіовізуальною технікою та технічними засобами для синхронного перекладу[28].

Крім зірковості готелів, важливо і виокремити лідерів української готельної індустрії, які опираються на зворотній зв'язок від гостей готелю. Лідерами серед бронювань готельних послуг є Booking і TripAdvisor, які збирають відгуки про найцікавіші місця, готелі та тревел-пам'ятки в усьому світі. Щорічно вони оприлюднюють свої рейтинги найкращих готелів(див табл 2.1) .

Таблиця 2.1

Рейтинг найкращих готелів України за версією Booking та TripAdvisor

№	За версією Booking	За версією TripAdvisor
1	Radisson Blu Resort Bukovel	11 Mirrors (Київ)
2	Grand Hotel Lviv Casino & Spa	Hyatt Regency, Київ
3	M1 Club Hotel, Одеса	Senator Apartments Maidan, Київ
4	BANKHOTEL, Львів	Kharkiv Palace Premier Hotel, Харків
5	Mirotel Resort and Spa (Трускавець)	Fairmont Grand Hotel , Київ
6	Готель Прем'єр Палац, Київ	InterContinental, Київ
7	Fairmont Grand Hotel, Київ	Leopolis Hotel, Львів
8	Гранд Адмірал Резорт енд СПА (Ірпінь)	M1 Club Hotel, Одеса
9	Hyatt Regency, Київ	HEMO, Одеса
10	Riviera House, Київ	Radisson Blu Hotel, Київ

Джерело: [19, 27]

Рейтинг Tripadvisor формується напівавтоматично: він базується на оцінках мандрівників, які після подорожі діляться враженнями про готель. Зокрема, вони оцінюють співвідношення ціни та якості, розташування готелю, комфортність кімнат, чистоту й рівень сервісу.

Covid-19 безпосередньо вплинув на готельну індустрію в Україні, проте готельні комплекси за допомогою інновації, співпраці та швидкої адаптації змогли зберегти свої позиції. Заміські готелі, у яких гості проводили відпустку, досить успішно закрили свої сезони й досі успішно працюють. З непоганими показниками за чистим прибутком виходили готелі в Яремче, Славському, Верховині, Буковелі. Успішним був сезон для об'єктів чорноморського узбережжя сегмента «середній плюс» і вище. Аудиторія, яка з року в рік вибирала відпочинок у закордонних готелях, з відомих причин попрямувала до готелів чорноморського та азовського узбережжя: від Курортного (Одеська область) до Бердянська (Запорізька область). Готелі на відстані 1-2 годин їзди від таких великих міст, як-от Дніпро, Київ, Харків, Вінниця, Львів, Одеса, Івано-Франківськ, також мали успіх завдяки турам вихідного дня. Непогано себе відчували й заміські готелі в радіусі 50-70 км від Києва. Багато з них були завантажені на 80-100% фактично з початку карантину й до кінця літа 2020 року. А попит на внутрішні напрямки для проведення відпусток, навіть попри побоювання підхопити вірус, був вельми стабільним фактично впродовж усього літнього сезону, тому влітку середнє завантаження готелів в Одесі було від 60 до 75%. Тому готельні господарства України під час Covid-19 змушені бути адаптуватися та знаходити нові способи залучення клієнтів, більшості високого рівня та середнього вдалось вистояти та продовжити свою діяльність[30].

Для розвитку готельного сектора необхідно створення сприятливого інвестиційного клімату на макrorівні (привабливі і передбачувані умови економічної діяльності в країні в цілому) і мікрорівні (податкові, митні та інші пільги для підприємств, що спеціалізуються на наданні готельних послуг) в цілях припливу вітчизняного та іноземного капіталу, безпосередня участь і підтримка держави у здійсненні великих інвестиційних проєктів; збільшення переліку додаткових послуг; підвищення якості та культуру обслуговування клієнтів; приведення автошляхів в належний стан, що відповідає міжнародним стандартам; розробити проєкт Закону України щодо розвитку готельного господарства[31].

Таким чином, підводячи підсумок всьому вищесказаному, можна зробити висновок, що за умови розвитку національних українських мереж Україна може представляти собою не тільки нові місткі ринки, але і стати новим рівноправним учасником світового ринку готельних послуг.

2.2 Інновації в готельному господарстві України

Успішний процес інноваційної діяльності створюється завдяки чіткій, добре комунікаційній стратегії та баченням менеджерів, які підтримують та координують проект. Зі швидкістю зміни обставин в Інтернеті вкрай важливо йти в ногу з останніми маркетинговими тенденціями гостинності, щоб адаптувати свій підхід до того, куди орієнтується ринок. Наприклад, пандемія COVID-19 мала великий вплив на те, коли і як споживачі подорожують, а також на важливість таких факторів, як безпека, чистота та репутація. Важливо досліджувати і застосовувати загальні тенденції цифрового маркетингу для індустрії гостинності, а також ті, що пов'язані з проблемами, які спричинила пандемія.

Основними видами маркетингових інновацій є:

- ✓ інформаційні технології в системі бронювання готельних номерів;
- ✓ використання Інтернет ресурсу в цілях реклами та надання клієнтам додаткової інформації про
- ✓ готель, в тому числі створення та просування власного сайту;
- ✓ розширення каналів збуту, в тому числі використання франчайзингу;
- ✓ створення віртуальних екскурсій по готелю, створених у форматі 3D;
- ✓ налагодження комунікаційних зв'язків[32].

Споживання відео в Інтернеті зростає швидкими темпами. Як очікується, споживач буде переглядати в середньому 100 хвилин відео на день у 2023 році. Тож не дивно, чому 92% маркетологів кажуть, що відео є важливим маркетинговим інструментом для маркетингової стратегії. Facebook Live,

Youtube, Instagram, Snapchat та інші платформи соціальних медіа - одні з найкращих засобів для відеореклами готельного або туристичного бізнесу. Красиві пейзажі та чудові місця навколо курорту чи готелю можуть легко привернути увагу аудиторії, особливо якщо це представлено у захоплюючому відео.

Станом на 2019 рік у більшості готелів України (75%) впровадження автоматизованих інформаційних технологій (АІТ) управління є необхідним і вже стало реальним фактом, вкрай важливим для успішного розвитку бізнесу. Як в усьому світі, так і в Україні використання сучасних АІТ стає засобом конкурентної боротьби готелів. Не оцінити ефективний вплив ІТ на діяльність неможливо, оскільки вплив на управління готелем є величезним. Він пов'язаний із підвищенням ефективності роботи як кожного працівника окремо, так і готелю загалом. ІТ прямо впливають на конкурентоспроможність на сьогоdnішньому ринку. Сьогодні найвідомішими фірмами, що пропонують комплексні програмні засоби автоматизації ІТ готелів, є: «InterHotel», «LodgingTouch Libica»- (Лібра Інтернешнл), «IntellectService» (Вест Про) «UCSUKR», «Галактика», «СІТЕК». Ці фірми пропонують свій програмний продукт і сервісне обслуговування [34].

Чат-боти є відносно новою технологією, але швидко стали ключовим компонентом стратегії цифрового залучення багатьох підприємств. Очікується, що використання чат-ботів зростатиме зі швидкістю 30% на рік. Чат-боти можуть бути особливо корисними для підприємств сфери гостинності, оскільки вони дозволяють швидко реагувати на запити клієнтів, незалежно від того, чи є у вас персонал для відповіді на ці питання. Чат-боти також можуть бути використані, щоб допомогти потенційним клієнтам пройти етапи бронювання, запропонувати заохочення для завершення бронювання, а також для підтримки питань, що виникають під час процесу бронювання. Наприклад, Telegram-бот Hotelhunt допомагає відстежувати зміни цін на готельні номери. За допомогою бота користувачі зможуть не стежити за знижками самостійно, це зробить за них програма. Розробники кажуть, що у майбутньому бот зможе

автоматично підбирати варіанти готелів відповідно до вподобань користувачів, перевірятиме наявність вільних місць у разі їх відсутності. Соціальні мережі – це ефективні способи просування для готельних мереж. Однак сьогодні величезна частина готелів не використовують цю можливість. За результатами дослідження TravelClick – одного з провідних постачальників послуг електронної комерції для готелів, тільки 20% готельних об'єктів використовують мережу Instagram, 10% – Groupon та інші сервіси колективних знижок, тільки 8% – Геосервіс FourSquare. Найпопулярнішою мережею серед готельєрів став Facebook, який використовують близько 65%. Особливо слід відмітити такий інструмент популяризації готелю, як робота з відгуками. «Відгуки про готелі» – дуже популярний запит, а записи на розкритих сервісах потрапляють в топ видачі. Для цього створюються сторінки на TripAdvisor і аналогічних ресурсах, персонал готелю може просити кожного від'їжджаючого клієнта залишити відгук. Цю можливість прекрасно використовують українські готелі 5 і 4 зірок, але цю інформацію потрібно постійно оновлювати та генерувати весь зворотній зв'язок. За допомогою Foursquare, Swarp, TripAdvisor, Facebook Places, Google Місця та Twitter готелі можуть ділитися спеціальними знижками, пропозиціями та рекомендаціями про те, чим зайнятися, де перекусити або розважитися в святкові дні поблизу з конкретним готелем[37].

За останній рік світовий ринок інфлюенсер-маркетингу виріс практично вдвічі. 63 % світових брендів планують у найближчі 12 місяців збільшити свої маркетингові бюджети, заклавши у них витрати на інфлюенсер-маркетинг. А довіра споживачів до рекомендацій лідерів думок сягла небувалої цифри: 92 % швидше повірять блогерові, ніж традиційній рекламі[33]. Не без винятку і готельна індустрія, яка також потребує нових маркетингових інновацій. Готель Shelest, який знаходиться у передмісті Києва став надзвичайно популярним для жителів Києва, після того як його відвідало більше 10 блогерів, які присвятили свої пости для того, щоб описати переваги саме цього готелю. Такі і, як інфлюенсери Аліна Френдій, Даша Квіткова, Валерія Бородіна змогли не просто

відпочити, а і показати найкращі послуги готеля Shelest та зробити візуальний контент (див Додаток Б).

Щоб пережити кризу, готельєрам доводиться адаптувати продукт до нових реалій. Наприклад Ribas Hotels Group, світові готельні мережі, як-от Radisson і Accor, практикують поєднання готелів з офісними центрами, коворкінгами. У Ribas Hotels Group розглядають таку можливість і для українського ринку.

У бачать потенціал у сегменті екотуризму, тому запустили роботу мережі глемпінгів MANDRA. Перший глемпінг побудували в Затоці і зловили хвилю попиту. Зараз глемпінг, попри низький сезон, повністю завантажений до кінця листопада. Вірять готельєри й у сегмент апарт-готелів. За словами Лупашка, сьогодні з ними ведуть переговори сім девелоперів із різних частин України, які планують будівництво апарт-готелів під брендом Ribas на умовах мікроінвестування: кожен номер — це індивідуальний осередок, об'єкт нерухомості, який інвестор може придбати(Додаток В).

Піклування про оточуюче середовище та екологічна безпека нині стали невід'ємною частиною сучасної сфери гостинності. Екологічний готель не тільки данина сучасній моді, передові технології дозволяють суттєво скоротити витрати на ресурсне забезпечення підприємства. Використання енергозберігаючих технологій, сортування сміття та передача його в переробку, застосування екологічних миючих засобів, використання екологічно чистих продуктів харчування, використання екологічно чистих будівельних матеріалів, використання відновлюваних джерел енергії створює позитивний імідж «екологічного» готелю, що стає конкурентною перевагою.

Одним із яскравих прикладів застосування інноваційних технологій у своїй діяльності є готель «Premier Hotel Rus», який розташований в самому центрі бізнес-туристичних кварталів м. Києва. Готель орієнтований для ділових туристів з метою організації ділових бізнес-зустрічей, має високотехнологічну оснащеність конференц-залів різної конфігурації. Гостям надаються гіпоалергенна постільна білизна. Має міжнародний сертифікат Green Key. Він одним із перших у Києві почав впроваджувати для гостей «зелені» програми

лояльності і встановив на своїй території зарядну станцію для електромобілів. Плата за дану послугу для гостей готелю відсутня, а інші водії – платять тільки за парковку [34].

Значною перевагою саме еко-сертифікації Green Key є наявність критеріїв, спрямованих на екологічне навчання, формування дружньої до довкілля свідомості гостей, працівників і постачальників готелю. Щоб отримати еко-сертифікат, готель має відповідати п'ятдесяти обов'язковим критеріям та в подальшому щорічно проходити аудіювання та тренінги за критеріями програми. На кінець 2013 р. Україна посідала четверте місце за кількістю еко-готелів та налічувала 14 готелів з наявними еко-сертифікатами. Сьогодні тільки дев'ять українських готелів мають сертифікат і наразі Україна посідає двадцять п'яте місце (див таб. 2.2)

Таблиця 2.2

Засоби розміщення України, які отримали еко-сертифікат Green Key
(2019 р.)

Дестинація	Суб'єкт готельного бізнесу
Київ	Radisson Blu Hotel; Radisson Blu Hotel, Podil; Maison Blanche; Hotel Galera; Park Inn by Radisson Kyiv Troyitska; InterContinental, Fairmont
Київська область	Maison Blanche (Mytnitsa) Ecohouse; Maison Blanche (Berezovka) Ecohouse
Івано-франківська область	Radisson Blu Resort, Bukovel

Джерело: [29]

Ця тенденція продовжує розвиватися, з метою збереження екосистем готель Fairmont підтримує такі ключові ініціативи:

- Екологічно безпечні дизайн і технології будівництва та підтримка біорізноманіття;
- Впровадження екологічного процесу закупівель;

Дані принципи знаходять своє вираження в скороченні вуглецевого сліду, споживання електроенергії та переробку відходів. Всі поля для гольфу, керовані

готелем Fairmont, беруть участь в програмі «Audubon International Cooperative Sanctuaries» і слідуєть її правилам щодо збереження навколишнього середовища. Керівництво готелю вважає, що кожне прийняте бізнес-рішення грає важливу роль в зусиллях по збереженню навколишнього середовища. Турбота про планету вимагає активного захисту навколишнього середовища. Fairmont Hotels & Resorts вважає зміну клімату глобальною проблемою, для вирішення якої потрібна участь кожного. Готель слідує чотирьом пріоритетам екологічності:

- Скорочення споживання електроенергії
- Скорочення споживання води
- Скорочення кількості відходів
- Скорочення викидів парникових газів[31]

Тенденція до здорового способу життя спровокувала переорієнтацію багатьох готелів на цей сегмент і змусила їх відкрити тренажерні зали, фітнес-центри, spa-салони, побудувати басейни, оновити меню (безглютенове, дієтичне) або відкрити додаткові ресторани зі «здоровою кухнею».

Готельна індустрія широко відкрита до всього різноманіття комп'ютерних технологій, починаючи від спеціалізованих програмних продуктів управління готельним підприємством до застосування глобальних комп'ютерних мереж. Тому у сучасних реаліях, готельна індустрія використовується досить багато новітніх інформаційних технологій: глобальні комп'ютерні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, інформаційні системи менеджменту та ін. А ще сучасні інформаційні технології мають величезний вплив на просування готельного продукту. Крупні готельні корпорації з розгалуженою мережею підприємств використовують єдину систему бронювання місць, інтегрованих у глобальну систему Інтернет. З-поміж найвідоміших систем вирізняють "Amadeus", "Worldspan", "Galileo", "Sabre", "Fedelio Hotel Bank", "Amadeus" – найпопулярніша система бронювання, що пропонує скориговану, чітку інформацію про близько 35 тис. готелів та інших засобів розміщення у всьому світі, зокрема про розташування готелю, його

номерний фонд, послуги, тарифи, окремі відомості стосовно поселення, в якому розташоване готельне підприємство.

У сучасній готельній сфері широко застосовують інформаційні електронні системи управління та резервування місць. Спеціальні системи, розроблені для готельного сервісу, забезпечують виконання систем управління і контролю за номерним фондом, використання технічних засобів, ведення рахунків, безпеки тощо. Завдяки технічним засобам в автоматизації й інформаційному забезпеченні готельної сфери почали застосовувати кваліфіковану працю, серед персоналу збільшилась кількість операторів з інформаційного управління, програмістів, порт'є-операторів. Мобільні пристрої перетворюють процес реєстрації в готелі на зовсім інший зручний процес. Наприклад, у деяких готелях Hyatt лобі-кіоски дозволяють гостям обходити лінії, отримувати картки ключів та оформлювати інформацію про своє перебування. У деяких випадках співробітники iPads підходять до гостей, щоб полегшити реєстрацію, відповісти на запитання, повністю виключаючи необхідність встановлення стійки реєстрації. Послуги ресепшюніста традиційно пропонуються готелями найвищого рівня, а виконують їх добре обізнані люди, які допоможуть гостям. Цікавим прикладом є додаток Virgin Hotels, персоніфікований на ім'я Люсі, яка допомагає знайти інформацію про розташування, новини, погоду, деталі подорожей та карти, яка є доступною для гостей, а ще можна використовувати її для управління термостану своєї кімнати, замовлення обслуговування номерів та відтворення фільмів та музики. Інформаційні системи призначені для підвищення ефективності праці, зменшення помилок при виконанні однакових робіт, підвищення комфортності працівників за рахунок автоматизації процесів отримання та обробки інформації. Сучасний стан комп'ютерної техніки та програмування дозволяє створювати інформаційні системи для автоматизації всього виробництва: від придбання товарів і послуг до продажу готових виробів.

Мережа готелів Marriott, яка являється одним із технологічних лідерів в сфері гостинності, впровадила програму HotSOS Housekeeping. Ця програма полегшує роботу прибиральниць. Кожного ранку працівниці отримують

повідомлення, в якому вказано який номер слід прибрати. За допомогою програми можна відслідкувати час, яких йде на прибирання одного готельного номеру, що буде корисним в організації продуктивного робочого процесу. Також можна легко зв'язатися з прибиральницями, якщо усі працівниці розкидані по різних куточках двадцятидвохповерхового готеля, зробити це з програмою набагато легше ніж без неї. Можливість використання різних технологічних рішень є дуже привабливою. Якщо гостям дати можливість використовувати те, в чому вони навіть не мають потреби, вони матимуть приємне враження, що стане корисним в довготривалій перспективі[40].

Співробітники готелів мережі Ribas спілкуються з гостями під час проживання і виселення лише через Telegram і WhatsApp, комунікація віч-на-віч – обмежена. Окрім месенджерів, у мережі Ribas для ведення робочих процесів створили чат-бота в Telegram, а також першими в Україні почали використовувати штриховий код із застосунку Дія під час реєстрації. Такий спосіб реєстрації дозволяє уникнути спілкування безпосередньо біля стійки рецепції та зайвий раз не шукати паспорт у валізі. В готелях мережі Ribas Hotels Group встановлені сканери, за допомогою яких адміністратори зчитують штрихкод документа в Дії для реєстрації. Гостю потрібно лише підтвердити запит у застосунку на передачу копії цифрового документа. Цифрові копії документів передаються до інформаційної системи готелю Servio HMS. У процесі передачі отримувачу даних надається цифрова копія електронного документа у форматі PDF (підписана КЕПом Дії та з накладенням позначки дати, часу та назви отримувача даних), а також метадані у форматі JSON із відповідними полями з документа[42].

Документи в застосунку Дія – це цифрові аналоги паперових; вони мають таку ж юридичну силу. Відповідно копії цифрових документів – це підписані та зашифровані файли у форматі PDF із даними користувача, які формуються з інформації з державних реєстрів та надсилаються через застосунок Дія. Окрім PDF-файлів, передаються також метадані у форматі JSON із відповідними

полями з документа. Впровадження цифрових технологій у роботу готелю – ще один крок до поліпшення рівня сервісу в країні.

Завдяки цим інноваціям, українська готельна справа активно розвивається навіть під час пандемії коронавірусу. Так, наприклад, у грудні 2020 року було відкрито готельний комплекс Ribas Karpaty в Буковелі. Тренди підвищеного рівня турботи щодо безпеки гостей у готелях тепер стали провідними у веденні робочих процесів. В епоху поширення коронавірусу спілкування онлайн є найбільш правильним рішенням для дотримання карантинних заходів і водночас ведення звичного способу життя[43].

На сьогоднішній день чітко простежується тенденція надбудови над стандартними digital-послугами. Це нормально, оскільки технології прискорюються, а потрібних фахівців більше не стає. Дуже важливим видається у даному контексті, щоб українські готельєри наздогнали просунутих західних колег як щодо рівня сервісу, так і щодо використання технологій у своєму бізнесі. Україна інтегрує в свої системи нові і нові інновації. Це, в свою чергу, принесе готелю повне завантаження та шквал позитивних відгуків.

2.3.Комплексна оцінка інноваційної діяльності готельного бізнесу України

Стратегія успішного розвитку національних економічних систем країн лідерів останніми роками тісно пов'язана з лідерством у дослідженнях і розробках, появою нових знань, розвитком високотехнологічного виробництва і створенням масових інноваційних продуктів. Розвиток інноваційного потенціалу – це не тільки шлях динамічного розвитку та успіху, а й засіб забезпечення безпеки та суверенітету країни, її конкурентоспроможності у сучасному світі.

За даними Всесвітнього економічного форуму – «Звіту про глобальну конкурентоспроможність 2017-2018 рр.», Україна посіла 81 місце серед 137 досліджуваних країн, піднявшись на чотири позиції. За компонентами

підіндексу, який характеризує ефективність ринків – ключового фактору на стадії інвестиційного зростання (індустріалізації) – Україна посідає 101 місце за ефективністю товарних ринків серед 137 країн, 120 – за ефективністю фінансових і 86 – за ефективністю ринку праці. Готовність до адаптації технологій та інновацій оцінена на рівні 81 місця. При цьому за показником «Ринкові інституції» наша країна посідає 118 місце, а за розвиненістю бізнесу – 90. Серед факторів, важливих для розвитку промисловості, сприятливими є хіба що розмір доступного ринку (за ємністю ринку Україна посідає 47 місце) та освіта (наша країна посідає 35 місце). Це говорить, що інноваційна діяльність у всіх сферах, і зокрема у готельних господарствах розвивається досить повільними темпами[46].

Компонентний аналіз свідчить, що Україна має значні нереалізовані можливості в інноваційному розвитку, особливо щодо комерціалізації нововведень і у сфері захисту прав на інтелектуальну власність. Головними перевагами України є вигідне географічне положення, ємний ринок, наявність поглибленої та всебічної зони вільної торгівлі між Україною та ЄС та відносно високий рівень розвитку людського потенціалу. За даними Глобального індексу інновацій (Global Innovation Index), у 2018 році Україна посіла у рейтингу найвищу позицію за останні сім років – 43 місце, покращивши його з минулого року на сім позицій, а в попередньому Україна піднялася на шість пунктів, що обумовлено високим коефіцієнтом інноваційної ефективності – співвідношенням отриманого результату до інноваційних ресурсів[45].

Для виміру окремих видів ефекту використовують специфічні показники, які кількісно чи якісно характеризують результати, їх врахування відображає полімотивацію інноваційних процесів. Обґрунтовуючи ефекти від інноваційної діяльності, по-перше, необхідно сформулювати критерії та показники, за допомогою яких можна оцінити результати інноваційної діяльності, і, по-друге, слід врахувати об'єктивно існуючі взаємозв'язки й ієрархічну супідрядність ефектів від інноваційної діяльності. Важливо індивідуально обирати принцип

оцінки ефективності, за допомогою якого буде доцільно і ефективно оцінювати нововведення.

Автором була розроблена система оцінювання ефективної інноваційної діяльності серед регіонів України, 5 балів говорить про те, що інноваційна діяльність стрімко розвивається і постійно вводяться нові ноу-хау, відповідно 1 бал означає, що інноваційна діяльність готельних господарств не відчутна. Для комплексної оцінки було прийнято, що 13-15 балів – це високий рівень розвитку інноваційної діяльності готельного господарства в регіоні, 9-12 – це середній рівень, а нижче говорить означає, що інноваційний процес розвивається дуже повільно і дає ледь відчутні результати.

Якщо говорити про оцінку найбільш розвинених регіонів України, то певною закономірністю є те, що найвищий бал щодо інноваційних нововведень належить регіонам, які відвідують найчастіше туристи та де знаходяться світові мережі, а саме: Київ, Львівська та Одеська області. Середній рівень розвитку інноваційної діяльності готелів сформувався в Івано-Франківській, Харківській, Дніпропетровській областях, а інші області отримати 9 балів, в них також інноваційна діяльність удосконалюється середніми темпами, але ще не так ефективно як в областях-лідерах (табл 2.3).

Таблиця 2.3

Комплексна оцінка інноваційної діяльності готельних господарств в
регіонах України

<i>Область</i>	<i>Маркетингові інновації</i>	<i>Технологічні інновації</i>	<i>Інфраструктурні інновації</i>	<i>Загальний бал</i>
Київ	5	5	4	14
Львівська область	5	5	4	14
Київська область	4	5	4	13
Одеська область	5	4	4	13
Івано-Франківська область	4	4	4	12
Харківська область	4	4	3	11
Дніпропетровська область	3	4	3	10
Інші області	3	3	3	9

Джерело: складено автором за власними дослідженнями

Також важливо буде дослідити розвиток інноваційної діяльності в готелях, які вважаються найкращими за версією Trip Advisor, адже від ставлення до інновацій кожного готелю окремо, складається певна ситуація, яка характеризує інноваційний розвиток готельних господарств всієї країни.

Оцінка окремих готельних комплексів також проводилася за системою оцінювання, створеною автором. Найвищі бали отримали готелі, які є частиною світових готельних мереж, а саме: Hyatt Regency і Fairmont Grand Hotel, адже світовий досвід дуже швидко і переходить до українських готелів, а ще однією позитивною складовою їх успіху є фінансова підтримка інноваційної діяльності, вони отримали по 14 балів. Середній рівень розвитку інноваційної діяльності мають інші 3 готелі, але різницею між ними є кількість балів, готелі M1 Hotel Club і 11 Mirrors у сумі отримують 13 балів, а готель Kharkiv Palace Premier Hotel набрав 11 балів. Це пов'язано з тим, що він є частиною української мережі готелів Premier Hotels and Resorts, які не так швидко адаптуються під зміни і приділяють інноваціям не таку велику увагу (Рис 2.5).



Рис 2.5 Комплексна оцінка інноваційної діяльності серед найкращих готелів України

Джерело: складено автором за власними дослідженнями

Отже, розвиток інноваційної діяльності – один з основних шляхів виходу економіки України з кризової ситуації і отримання високого рівня прибутку підприємствами. Саме інноваційна діяльність готельних господарств підвищить туристичну привабливість країни та збільшить туристичні потоки до України. Важливо постійно проводити комплексні оцінювання інноваційної діяльності готелів України, адже це дозволяє побачити лідерів, їхні шляхи та різні варіанти для покращення привабливості країни та окремих регіонів для туристів за рахунок розвитку інноваційної діяльності.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

3.1 Проблеми та перспективи інноваційної діяльності готельного господарства України

Інноваційна сфера є надзвичайно важливою для усіх галузей України, але існують проблеми, з якими стикається ця сфера на шляху до реалізації(рис 3.1).



Рис 3.1 Основні проблеми фінансування інноваційного розвитку підприємств України

Джерело: розроблено автором

Вітчизняні готелі, як правило, намагаються розвиватися відповідно до світових тенденцій, однак у них є власні особливості. Серед них:

- ✓ активне освоєння ринку західними мережами, які переважно «захоплюють» висококласні сегменти і пропонують свої послуги статусним гостям;

- ✓ відсутність чіткої «зірковості» готелів – незважаючи на ту чи іншу кількість «зірок», готелі можуть не відрізнятися один від одного за якістю.

В цілому, готельна сфера в Україні розвивається повільно і це обумовлено тим, що основну ставку інвестори роблять на будівництво торгових і розважальних комплексів, офісних і житлових центрів. Готелі ж відкладаються на потім, оскільки терміни їх окупності вище. Однак, ці проблеми в готельному бізнесі Україна поступово долає, і якщо вона як і раніше буде орієнтуватися на європейські тенденції, їй вдасться вийти з багатьох проблемних ситуацій без втрат. Також до головних наслідків впливу пандемії коронавірусу для готельного бізнесу в Україні, крім відсутності гостей, закриття та падіння доходів фахівці включають касовий розрив, адже доходи, почали стрімко знижуватись до нуля. Це викликало необхідність багатьом компаніям відпустити майже всіх співробітників у відпустку за власний рахунок до закінчення карантину, а також упинити рекламні кампанії та інші витрати[46].

Відсутність розвиненої та офіційно облікованої мережі альтернативних засобів розміщення економічного класу (хостелів, малих та міні-готелів, апартаментів). Частково задовольнити попит на місця розміщення могли б малі готелі, апартаменти та хостели, вартість проживання у яких значно нижча. Проте мережа хостелів в Україні розвинена недостатньо, згідно даних Всеукраїнської молодіжної хостел асоціації функціонує лише 27 хостелів (в Європі офіційно зареєстровано 18 тис. хостелів, з них 4,5 тис. об'єднані єдиною системою бронювання)[47].

У маркетингу інноваційна діяльність, як правило, здійснюється по всьому циклу відносин в ланцюгу «виробник - покупець». Однак тут існують певні обмеження, які гальмують впровадження інновацій у сфері маркетингу: - наявність державних і соціальних обмежень, які звужують рамки використання інноваційних ідей (безпека продукту для споживача, екологічна сумісність);

- дорожнеча процесів розробки і реалізації маркетингових проектів; -
- недолік капіталу у підприємств;

- скорочення життєвого циклу товарів у результаті копіювання новинки конкурентами та ін.
- зростання витрат на розвиток нових продуктів;
- глобалізація конкуренції; зниження рентабельності торгових марок компаній-послідовників;
- невдале позиціонування нового товару, неефективна рекламна кампанія або занадто завищена ціна[43].

Наявність технологічних проблем підтверджується недостатнім рівнем використання новітніх інформаційних технологій у готельній сфері, а саме: низьким рівнем розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури; відсутністю баз даних готельного профілю в окремих регіонах країни; обмеженістю інформації та реклами продукту на міжрегіональному, національному та міжнародному ринках; недосконалістю механізму інформаційного обміну суб'єктів господарювання у сфері туризму і зовнішнього середовища за допомогою мереж; низьким рівнем розвитку віртуальних готельних підприємств; відсутністю державної електронної системи забезпечення суб'єктів туристичної діяльності оперативною інформацією про попит, пропозицію, ціни, тарифи на готельні послуги. Дуже важливо не тільки знаходити проблеми та недоліки системи, а і шляхи їх подолання або їх зменшення впливу на всю систему(рис 3.2).



Рис 3.2. Шляхи щодо удосконалення інноваційної діяльності готельних господарств

Джерело: розроблено автором

Отже, ці шляхи до подолання проблем інноваційної діяльності готельних господарств допоможуть пришвидшити темпи розвитку сфери, вплинуть безпосередньо на економічну ефективність галузі, відкриють шляхи до нових можливостей на інвестицій. Ефективність впровадження наукових розробок забезпечуватиме українському бізнесу достойне місце на світовому ринку

готельних послуг, підвищуватиме значимість для зростання національної економіки та міжнародної інтеграції, зокрема у європейському напрямі.

3.2 Розробка інновації для удосконалення інноваційної діяльності готельного господарства України

Використання сучасних мобільних додатків в готелях – це потужний маркетинговий інструмент, який може вирішити багато місій та задач: створити свій власний імідж, підтримати бренд, завоювати лояльність з боку споживачів, щоб оптимізувати комунікаційні процеси та створити певний інформаційний простір. Сьогодні, в Україні власників пристроїв з операційними системами IOS та Android налічується понад 600 тис. Частка смартфонів у загальних продажах мобільних телефонів зросла у 1,6 рази. Українці більше віддають перевагу системі Android з різноманітними мобільними додатками[48].

Технологія мобільних додатків - це відносно нова форма інновацій, яка тільки виходить на український ринок готельних послуг, а значить, його можливості, переваги і недоліки використання готельних послуг на внутрішньому ринку є недостатньо вивчені. Це вчасно і продуктивно можна використати та створити додаток, які буде об'єднувати готелі України для більшої зручності для гостя. Мобільні додатки мають багато переваг, які говорять про їх актуальність використання та можливість зробити український ринок готельних послуг ще доступнішим і легшим у використанні(Рис 3.3)



Рис 3.3. Переваги використання інновації створення мобільного додатку для готельного господарства

Джерело: розроблено автором

Для удосконалення розвитку готельного господарства України, автор пропонує створити новий унікальний мобільний додаток. Додаток буде мати назву «HelperUA». Головними його перевагами буде:

- ✓ об'єднання усіх готелей України в одному додатку для бронювання номерів;
- ✓ замовлення додаткових різноманітних послуг;
- ✓ безконтактний check-in та check-out;
- ✓ можливість в певній категорії номерів за допомогою мобільного пристрою змінювати температуру в кімнаті, відкривати чи закривати вікна, тобто повністю керувати кімнатою за допомогою додатку;
- ✓ наявність всієї додаткової інформації для туриста.

Головна місія додатку: зробити життя подорожуючого максимально комфортним та надати усі можливі туристичні та готельні послуги за максимально короткий час. «HelperUA» вміщуватиме в собі не тільки надання готельних послуг, але і можливі туристичні послуги, послуги сфери харчування та можливість купити враження, перебуваючи у новому місті чи дестинації. Також додаток «HelperUA» буде містити усю актуальну та нову інформацію про готелі, їх цікавинки та даруватиме користувачам, які мають додаток – промокоди для послуг та накопичувальну систему, яка дозволить вигравати можливість переночувати в номері найвищої категорії у вибраному готелі.

В першу чергу, додаток найкраще підійде для готелів із зірковістю 4 і 5, щоб використовувати весь спектр можливих послуг, але і всі готелі категорій нижче також можливі для використання, просто користувач зможе придбати послугу, яка можлива в тому чи іншому місці розміщення. В подальшому, це буде перший в Україні додаток, який буде пропонувати більше 1000 готелів для відпочинку. Додаток матиме досить мінімалістичний інтерфейс, для того, щоб не відволікати гостя від вибору готелю та можливих послуг(Додаток Г).

Мобільний додаток матиме три основні розділи:

1. «Готелі»;
2. «Все для туриста»;
3. «Послуги».

За допомогою додатку можна самостійно провести реєстрацію в готелі, адже мобільний гід допоможе заповнити всі дані, підкаже, де можна поїсти, відпочити чи яким транспортом краще скористатися, а також «розповість» про визначні місця території. За допомогою push-повідомлень про акції, знижки і бонуси можна мотивувати клієнтів робити правильний вибір. Завдяки технології геолокації можна буде відправляти спецпропозиції клієнтам, які знаходяться в безпосередній близькості біля того чи іншого готелю в офлайн.

Важливою особливістю додатка буде обов'язковий зворотній зв'язок, аналітика цих даних та створення рейтингу найкращих готелів за версією користувачів. Також, будуть запускатися голосування, проводитися опитування

та даватися можливість користувачам повідомляти про помилки чи пропонувати вдосконалення.

За допомогою мобільного додатку можна збирати безліч корисної інформації для подальшого аналізу. Що найчастіше купують клієнти? Скільки часу вони проводять в додатку? Які функції найбільш затребувані, а якими практично ніхто не користується? Відстежуючи то як люди взаємодіють з додатком, можна зрозуміти яким чином можна буде його покращити, щоб забезпечити більш якісний досвід взаємодії, зробити програму більш корисною. Розуміння клієнтів - запорука успіху в будь-якій ніші бізнесу. Щоб стати частиною «HelperUA», готелям потрібно лише підписати угоду про співпраці та надати вигідні умови для цього (Рис 3.4).

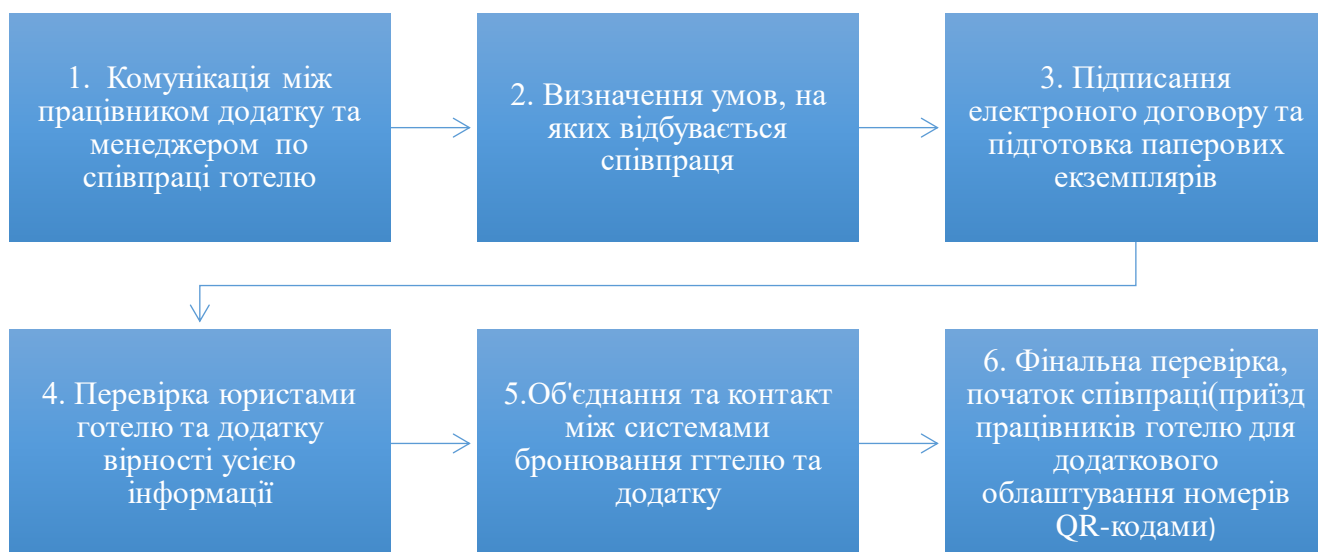


Рис 3.4 Алгоритм впровадження додатку для готелю

Джерело: розроблено автором

Для створення додатку у середньому потрібно 5000\$, розробники зможуть його створити протягом 4-5 місяців. І економічна ефективність додатку буде залежати прямопропорційно від кількості зареєстрованих користувачів та рекламних інтеграцій. Для швидшого розвитку додатка буде реалізована

маркетингова стратегія залучення блогерів, які будуть проводити ревізію готелів та оцінювати їх. Весь цей процес буде зроблений у вигляді інтерактивного відео, яке буде привертати увагу аудиторії за допомогою YouTube.

В майбутньому також будуть додані системи доповненої реальності. Однією з найбільш футуристичних і в той же час вже реальних технологій супроводу туристів є системи доданої реальності (ДР, AR - augmented reality). В рамках цієї технології за допомогою спеціального програмного забезпечення реальність додається різними віртуальними елементами. Наприклад, будучи ще вдома та обираючи готель для відпочинку, користувач зможе віртуально потрапити в готель та оцінити, обрати варіант місця розміщення, який буде підходити гостю краще.

Також автором була розроблена шкала оцінювання інновації для різних готелів. За допомогою неї можна досліджувати усі інновації, які пропонуються для реалізації, знаходити найбільш ефективні підходи для реалізації в обраному готелі. Також шкала допомагає порівнювати інноваційну діяльність готелів-конкурентів та робити конструктивні висновки для подальшої діяльності. Або її можна використати, щоб зробити оцінку користі додатку для обраних готелів. Наприклад, додаток починає співпрацювати з 2 готелями: «Intercontinental» (Київ, 5 зірок) та готелем «Надія» (Івано-Франківськ, 3 зірки), шкала допомагає побачити переваги впровадження додатку та проблеми, з якими може стикнутися готель (Рис 3.5). Тому, для готелю «Intercontinental» використання додатку зможе додати юних клієнтів та зменшити завантаженість для працівників готелю, але комунікація на рахунок співпраці буде тривати довше, так як це міжнародна мережа, яка не так швидко розглядає подібні пропозиції. А для готелю «Надія» в Івано-Франківську додаток допоможе бути доступними ще більшій цільовій аудиторії, показати усі додаткові послуги, які готель може надати і комунікація щодо співпраці буде швидкою та продуктивною. Проте готель не зможе використати усі можливі послуги, які пропонує додаток через свою зірковість.

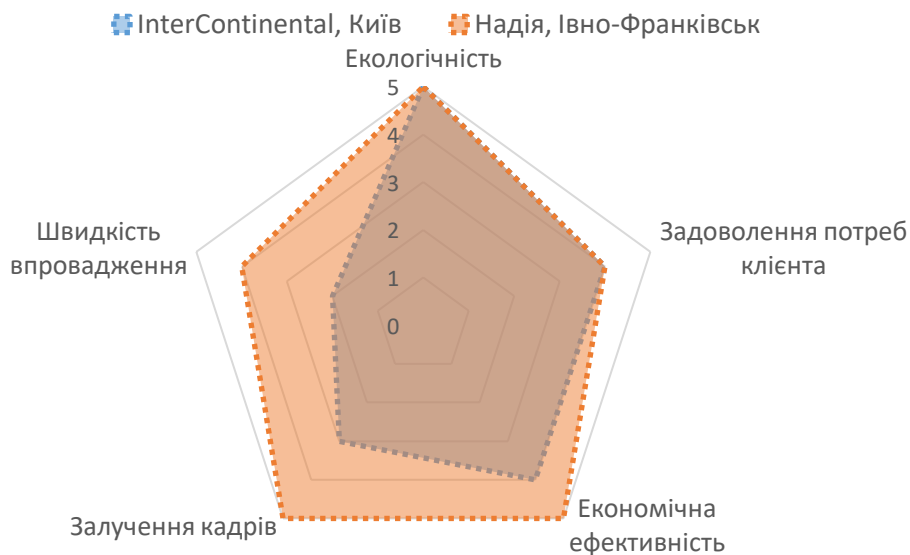


Рис 3.5. Шкала оцінки ефективності інновації додатку для готелів «IntelContinental» та «Надія».

Джерело: розроблено автором

Для українського ринку дуже корисно створити український додаток саме з акцентом на готельну індустрію, додаток «HelperUA» допоможе вивести індустрію гостинності України на новий цифровий рівень розвитку. Ця інновація дозволить скоротити час і для користувачів додатком, і для працівників готелю.

Отже, потрібно постійно моніторити та аналізувати усі інновації готельних господарств та переймати світовий досвід задля розвитку індустрії. Український ринок є дуже сприятливим для інноваційної діяльності, адже ресурси є привабливими для туристів, а створення туристичної інфраструктури, зокрема готельної є одним із найперших кроків для покращення ситуації. Важливо віддавати чільне місце інноваційній діяльності, адже створення одного додатку, а саме «HelperUa» дасть хороші результати у розвитку готельного господарства України.

ВИСНОВКИ

Готельне господарство є суттєвою складовою індустрії гостинності, яке, в свою чергу, є невід'ємною частиною туристичної індустрії. У складі індустрії гостинності готельне господарство виконує ключові функції, оскільки пропонує відвідувачам комплекс послуг, у формуванні та реалізації яких беруть участь усі сектори та елементи індустрії гостинності.

В умовах жорсткої конкуренції готелі змушені шукати нові шляхи підвищення привабливості та доступності своїх послуг. Недооцінка інноваційного управління в діяльності вітчизняних 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. Такі нововведення підвищують операційну ефективність, а також створюють більшу цінність для споживачів.

Готельне господарство України повільними, але впевненими кроками збільшує різноманітність готельних господарств, про що свідчать дані статистики України. У результаті аналізу розміщення підприємств готельного господарства встановлено, що найбільша їх кількість розташована в курортних регіонах та областях з багатою історичною спадщиною та розвиненою туристичною індустрією, а саме: м.Київ, Львівська, Одеська, Харківська та Івано-Франківська області. Самі ці регіони є найбільш відкритими до інновацій та мають високий рівень інноваційних нововведень. Тобто саме їх найкраще розглядати для того, щоб розробляти нові проекти та їх запроваджувати. Якщо говорити про окрему діяльність кожного готелю, то найшвидше і найефективніше їх використовують готелі, які є частиною світових мереж, або одиничні готелі, які мають певну айдентику, а саме: Fairmont Grand Hotel, Hyatt Regency, 11 Mirror.

Умови розвитку національних українських мереж Україна може представляти собою не тільки нові місткі ринки, але і стати новим рівноправним учасником світового ринку готельних послуг. Сама ж інноваційна діяльність готельного господарства України розвивається у різних напрямках, це і: поширення екологічних готелей нового типу, залучення блогерів та різних технічних помічників для поширення популярності готелю, спрощення процесів check-in and check-out. Великий вплив на інноваційну діяльність готельних господарств України мають світові мережі, які диктують тенденції.

Технологія мобільних додатків - це відносно нова форма інновацій, яка тільки виходить на український ринок готельних послуг, а значить, його можливості, переваги і недоліки використання готельних послуг на внутрішньому ринку є недостатньо вивчені. Саме на ринку українських додатків, «HelperUA» є інноваційним додатком, який зможе підвищити привабливість готельних господарств України. Важливою особливістю саме його – є те, що додаток допомагає зберегти час користувачів та об'єднати усі можливі готелі України, використовувати усі послуги готелю та продавати їх комфортнішим способом.

Аналіз і моніторинг інноваційних тенденцій дозволить готельному господарству України іти в ногу з часом, розширювати усі можливі послуги, знаходити нові способи для комунікації з гостями та створювати нові готелі чи інші засоби розміщення, що підвищить туристичну привабливість країни, відповідно і економічну ефективність України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. The official site of World Tourism Organization. URL: <http://www.unwto.org>.
2. Мазур В. С. Індустрія гостинності – ефективний інструмент розвитку туристичного бізнесу. Журнал європейської економіки. Тернопільський національний економічний університет. 2015. Т. 14 (№ 3). С. 273-286.
3. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 472 с
4. Ковешніков В.С. Організація готельно – ресторанної справи: навчальний посібник / В.С. Ковешніков, М.П. Мальська, Х.Й. Роглев.-К.: Кондор, 2015.-752с.
5. Круль Г.Я. Основи готельної справи. Навч посібник. Текст/Г.Я. Круль .- К.: Центр учбової літератури, 2017-367
6. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі. Вісник львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2014. Випуск 34. URL: [http:// file:///C:/Users/User/Downloads/VLNU_Mv_2014_34_33.pdf](http://file:///C:/Users/User/Downloads/VLNU_Mv_2014_34_33.pdf)
7. Тімар І.В. Інноваційна складова іміджу підприємств сфери готельних послуг. – Вісник Львівського політехнічного національного університету. №2. URL: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/32300/1/197-355-356.pdf> 5. Юрченко О. Інновації в готель
8. Кожухівська Р. Використання міжнародного досвіду впровадження інновацій у сферу готельного бізнесу / Р. Кожухівська // Науковий журнал «Вісник Донецького національного університету». Сер. В: Економіка і право. 2015. Вип.1. С.160-164.
9. Журавльова С.М. Стратегія інноваційної діяльності на підприємства готельного господарства. URL: <http://infotour.in.ua/zhuravljova.htm>
10. Шаповалова О.М. Інноваційна діяльність як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства / О.М. Шаповалова // Вісник

Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. - 2013. - №16. - С.224-228.

11. Саненко Л.І. Принципи впровадження інноваційних технологій в готелях та їх переваги [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/sanenko.htm.

12. Інноваційні технології в готельному бізнесі [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/6_PNI_2014/Informatica/3_160394.doc.htm.

13. Особливості використання сучасних методів управління змінами у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Л.О. Гончар, І.О. Єфіменко, Ефективна економіка № 10, 2015. <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6214>

14. Завідна Л.Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку : монографія. Київ, 2017. 600 с

15. Ціхановська В. Тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах посилення глобалізаційних процесів / В. Ціхановська, С. Ковальчук // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 7. – С. 86–89. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/issue-7-2015/15-vipusk-7-veresen2015-r/1189-tsikhanovska-v-m-kovalchuk-s-ya-tendentsiji-rozvitkusvitovogo-rinku-turistichnikh-poslug-v-umovakh-posilennyaglobalizatsijnikh-protsesiv>

16. How technology is changing the hotel industry and the impact on guest experiences [Електронний ресурс] // Rentokil. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.rentokil.com/blog/hotel-industry-technology/#.YKTcQ3tR3IX>.

17. Управління інноваційною діяльністю : [монографія] / Г. В. Верещагіна, Н. М. Омелаєнко, Т. Є. Сігаєва та ін. ; під заг. ред. О. М. Ястремської та Г. В. Верещагіної ; Харк. нац. екон. ун-т. – Х. : ІНЖЕК, 2010. – 402 с.

18. Огляд ринку готелів: як відновлюються готелі України [Електронний ресурс] // Нерухомість. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://thepage.ua/ua/real-estate/gotelnij-rinok-ukrayini-golovni-trendi-za-1-pivrichchya-2020-roku>.

19. Booking [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.booking.com/index.uk> .

20. Пархименко В., Стреж В., Бондаренко М. Маркетинг інформаційних технологій: особливості і розробки електронного навчання. – 2018 Бізнес-Інформ.

21. Рега М.Г. Управління маркетинговою діяльністю підприємства готельно-ресторанного бізнесу. Серія Економіка. Випуск 1(1). 2016. URL: <https://msu.edu.ua/visn/wp-content/uploads/2016/02/1-4-1-2014-23.pdf>

22. Ковальчук С.В. Сучасні тренди маркетингу гостинності. Вісник Хмельницького національного університету. 2018. URL: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/6725/1/7.pdf>

23. Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Організація готельного господарства: навчально-практичний посібник. К.: ФОП Гуляєва В. М., 2019. 204 с

24. Постова В. В., Лук'янець А. В. Особливості формування та підтримка іміджу підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Підприємництво та інновації. 2020. №. 14. С. 63-67.

25. Інноваційні технології в готельному бізнесі. URL : http://www.rusnauka.com/6_PNI_2014/Informatica/3_160394.doc.htm

26. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>

27. Trip Advisor [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.tripadvisor.ru>.

28. Шувар Н.М., Закалик Г.М., Удуд І.Р. Перспективи розвитку екоготелів в Україні: економічний і психологічний аспекти. Економіка і суспільство. 2018. Вип. 15. С. 322-323.

29. The Green Key organization. URL : <http://www.greenkey.global>.

30. Reframing the Infrastructure: How Hotels Navigate the New Normal [Електронний ресурс] // ECOSystem. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://blog.ecosystem360.com/hotels-new-normal-hospitality-industry/>.

31. Five Contactless Hotel Technology Trends for 2021 [Електронний ресурс] // Skift + zingle. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://skift.com/wp-content/uploads/2020/12/Five-Contactless-Hotel-Technology-Trends-for-2021.pdf>

32. Перепеліцина В.Л. Світові тенденції розвитку інновацій на підприємствах готельного господарства : матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції «Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2017. – 500 с

33. 10 Hospitality Marketing Trends To Be Prepared For In 2021 [Електронний ресурс] // Improve&Grow. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://improveandgrow.com/blog/tourism-marketing/hospitality-marketing-trends/>.

34. Інноваційні технології в готельному господарстві: основи теорії: навчальний посібник / Т.В. Капліна, В.М. Столярчук, Л.П. Малюк, А.С. Капліна. — Полтава: ПУЕТ, 2018. — 357 с.

35. Домінська О.Я. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні / О.Я. Домінська, Н.О. Батьковець // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. — 2017. — Вип. 52. — С. 39—41. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2017_52_8/

36. Павленко І.А. Економіка та організація інноваційної діяльності. Навч. посібник. – Вид-во 2-ге, без змін. – К.: КНЕУ, 2006. – 204с.

37. Будкін В. Інноваційна модель розвитку національних економік / В. Будкін // Економіка України. – 2010. – № 6. – С. 61–68.

38. Білик Р.С. Моделі інноваційного розвитку національних економік в умовах глобальної конкуренції / Р.С. Білик // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. Випуск 2 (48). – 2016. – 16–23 с.

39. Давидова О. Ю. Формування системи інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства / О. Ю. Давидова // Бізнес Інформ. – 2017. – № 11. – С. 459-464.

40. Шаповалова О.М. Інноваційна діяльність, як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства / О.М. Шаповалова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2013. – № 16. – С. 224–228.

41. Орлова О. М. Актуальні проблеми туристичного бізнесу в Україні / О. М. Орлова // Бізнесінформ. – 2017. – № 1. – С. 153–160.

42. Балацька Н. Ю. Особливості та перспективи розвитку готельного бізнесу в Україні / Н. Ю. Балацька, В. М. Репринцева // Молодий вчений. – 2016. – № 1 (28). – С. 12– 15.

43. Стратегія інноваційного розвитку України на період до 2030 року [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.businesslaw.org.ua/strategiya-innovaciinogo-rozvtuku-ukrainy/>.

44. Давидова О. Ю. Інноваційне управління розвитком підприємств готельноресторанного господарства: методологія, теорія і практика: монографія / О. Ю. Давидова. – Харків: Вид-во Іванченка І.С., 2018. – 448 с

45. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 472 с.

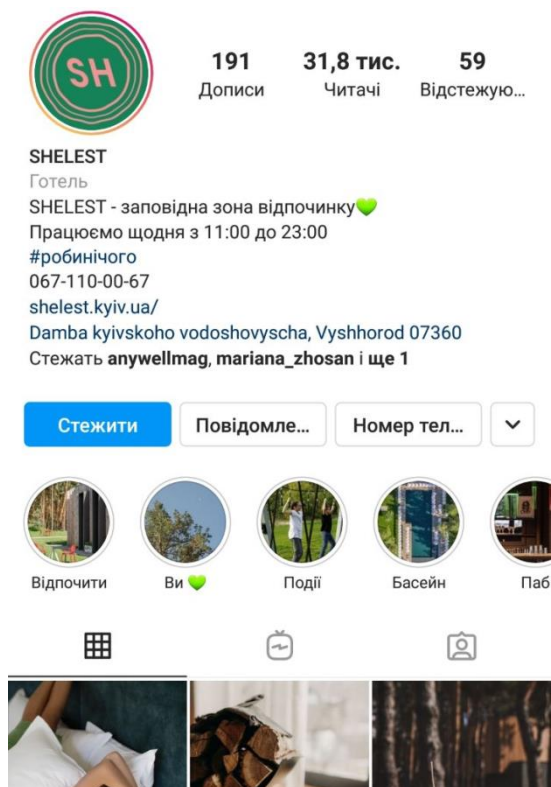
46. Данько Н. І. Оцінка економічної ефективності інвестицій у готельний бізнес / Н. І. Данько, В. П. Новіков // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2017. – Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм; Вип. 6. – С. 153–160.

47. Берещак В. Як COVID-19 змінить готельний бізнес в Україні [Електронний ресурс] / В. Берещак // The Page. – 2020. – Режим доступу: <https://thepage.ua/ua/exclusive/sho-stanetsya-z-gotelyami-cherez-koronavirus>.

ДОДАТКИ

Додаток А

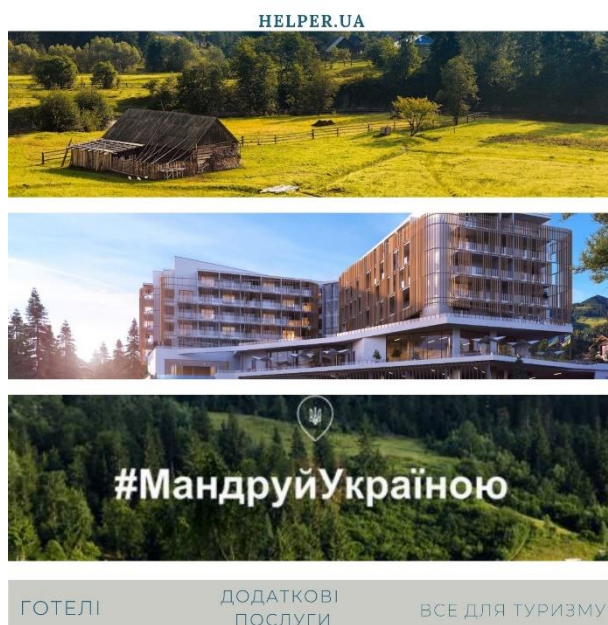
Загальна кількість місць у колективних засобах розміщування за регіонами України у 2019 році			
	Усього	У тому числі в	
		готелях та аналогічних засобах розміщування	інших засобах розміщування
Україна	186840	75667	111173
Вінницька	1869	1272	597
Волинська	3309	864	2445
Дніпропетровська	13070	4464	8606
Донецька	10884	2193	8691
Житомирська	1615	1108	765
Закарпатська	4672	3638	1034
Запорізька	17938	1493	16445
Івано–Франківська	5912	4487	1425
Київська	10184	4464	5720
Кіровоградська	2377	1080	1297
Луганська	952	491	461
Львівська	13188	11430	1758
Миколаївська	12081	1450	10631
Одеська	26151	6961	19190
Полтавська	3453	2345	1108
Рівненська	1588	910	К
Сумська	1424	760	664
Тернопільська	1392	960	432
Харківська	7824	3389	4435
Херсонська	16594	2014	14580
Хмельницька	2606	1513	1093
Черкаська	4308	1760	2548
Чернівецька	2108	889	1219
Чернігівська	1722	793	929
м.Київ	19619	14939	4680



Готель «Shelest» та його маркетингові інновації



Готель «MANDRA» Ribas Hotels Group



ГОТЕЛІ

ДОДАТКОВІ
ПОСЛУГИ

ВСЕ ДЛЯ ТУРИЗМУ

ТВІЙ КОМФОРТ ПЕРШ ЗА ВСЕ

Додаток «HelperUA» та його інтерфейс