

ШИФР: «ГОТЕЛЬ»

НАУКОВА РОБОТА

на тему:

**«Сучасні та інноваційні технології в готельному господарстві для
підвищення їх конкурентоздатності»**

АНОТАЦІЯ

Актуальність теми. Готельні підприємства України в сучасних умовах функціонують в середовищі багатовимірної конкуренції, при якій ефективно господарювання залежить від своєчасного впровадження інновацій. Зростання конкуренції у сфері готельного господарства вимагає використання інноваційних методів управління персоналом, матеріальними ресурсами, інформацією, впровадження інфраструктурних і технологічних та інших інновацій в діяльність готельних підприємств.

У світі накопичено гігантський досвід успішного ведення готельного бізнесу на основі систематичного впровадження інновацій. Його не можна відкидати, його треба вивчати, дбайливо переносити на вітчизняний ґрунт із урахуванням національної специфіки

Питання, пов'язані з проблемами функціонування, аналізом діяльності та тенденціями розвитку готельних підприємств досліджено у наукових працях таких вчених, як: О.Л. Горіна, А.М. Расулова, В.Г. Герасимчук, В.О. Василенко, А.Г. Охріменко, М.Г. Бойко, Г.О. Кравчук, Р.С. Ладиженська, Г.А. Яковлєв, І.О. Бланк, О.М. Гаранін, К.П. Максимець, М.П. Мальська, Г.І. Михайліченко та інші.

Метою наукової роботи є розробка теоретичних основ дослідження інноваційних технологій України в готельному господарстві для підвищення їх конкурентоздатності.

Досягнення цієї мети зумовило необхідність комплексного вирішення наступних **задач**:

- визначити поняття та сутності конкурентоспроможності підприємств готельного господарства;
- охарактеризувати класифікацію інноваційних технологій в готельному господарстві;
- проаналізувати сучасний стан готельного господарства України;

- провести моніторинг конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії України та визначити основні тенденції її розвитку;
- визначити перспективи розвитку підприємств готельної індустрії;
- виявити напрями підвищення конкурентоспроможності та ефективності закладів готельного господарства в сучасних умовах реаліях бізнес-середовища.

Об'єкт дослідження – інноваційні технології в готельному господарстві для підвищення їх конкурентоздатності.

Предмет дослідження – сукупність теоретико-методологічних та прикладних засад формування та впровадження інноваційних технологій в готельному господарстві для підвищення їх конкурентоздатності.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань у роботі використано такі загальнонаукові методи: аналізу та синтезу (при проведенні аналізу існуючих теоретичних і методологічних підходів та положень, наукових розробок з проблем впровадження інноваційних технологій в готельні підприємства); структурно-логічний (при систематизації чинників, які впливають на інноваційні технології; при розробці класифікації інноваційних технологій, а також удосконаленні взаємозв'язків між різними інноваційними технологіями); узагальнення (при удосконаленні змісту дефініцій „інновація”, „готельне господарство»).

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативно-правові акти, статистичні матеріали Всесвітньої туристичної організації, Міністерства економіки України, Міністерства культури і туризму України, воєводських управлінь, державних органів влади та місцевого самоврядування, обласних головних управлінь статистики в Україні, наукові публікації провідних українських та інших зарубіжних вчених з проблем розвитку туризму.

Загальна характеристика роботи. Розглянуто теоретичні основи інноваційних технологій в готельному господарстві та наведено їх класифікацію. Проаналізовано сучасний стан та інноваційні процеси готельного господарства в

Україні. Виділено 4 напрями використання інновацій на підприємствах готельного господарства. Проведено SWOT-аналіз конкурентоспроможності туристичної діяльності в Україні. Визначено моніторинг конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії України та основні тенденції її розвитку. Визначено перспективи розвитку підприємств готельної індустрії. Виявлено напрями підвищення конкурентоспроможності та ефективності закладів готельного господарства в сучасних умовах реаліях бізнес-середовища.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	6
1.1. Сутність інноваційних технологій в готельному господарстві.....	6
1.2. Особливості конкурентоспроможності на ринку готельних послуг в сучасних умовах господарювання.....	9
Висновки до розділу 1.....	12
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ.....	13
2.1. Сучасний стан та інноваційні процеси готельного господарства України.....	13
2.2. Аналіз готелів України	16
Висновки до розділу 2	20
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ.....	21
3.1. Конкурентоспроможність підприємств готельної індустрії.....	21
3.2. Перспективи впровадження соціальних інновацій в діяльність підприємств готельного господарства.....	26
Висновки до розділу 3	27
ВИСНОВКИ.....	28
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	30

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

1.1. Сутність інноваційних технологій в готельному господарстві

Готельна господарство на сьогоднішній день є важливою частиною сфери туризму, позитивна діяльність якого може активізувати економіку, а також підняти імідж України на міжнародній арені.

Термін «готельне господарство» інтерпретовано вченими як форма підприємництва, що здійснюється суб'єктами господарювання, які представлені готелями або аналогічними засобами розміщення для надання готельних послуг з обслуговуванням. «Підприємство готельної сфери» - це заклад готельного господарства, що функціонує у вигляді юридичної особи та займається господарською діяльністю і зареєстрований згідно діючого законодавства.

Виділимо тенденції готельного бізнесу:

- підвищення спеціалізації готельного бізнесу, яка допомагає краще орієнтуватися на деякі сегменти туристів;
- персоніфікація обслуговування і повна увага на потреби та запити туристів;
- широке впровадження засобів передачі інформації та сучасних інформаційних технологій, які сприяють проведенню економічного аналізу;
- впровадження сучасних технологій у стратегію готелів, тобто використання Інтернет для просування готельних продуктів і послуг.

На сьогоднішній день можна відслідкувати залежність економічного розвитку країни залежно від масштабу і ступеня впровадження новацій. Проаналізувавши визначення поняття «інновація» різними вченими, зазначимо, що інновації в готельних підприємствах – це конкурентоспроможні готельні послуги, технології, а також маркетингові та організаційно-управлінські заходи, які підвищують рівень обслуговування.

Останнім часом особливо актуалізовано погляди систематизації інновацій, що сприяють результативності прийняття управлінських рішень та їх

ефективності. Дослідження підходів до систематизації інновацій виявило існування різних поглядів до набору ознак, наявності або відсутності ознак системності при їх групуванні. Підсумовуючи наукові погляди на інноваційний потенціал готелів, нами у роботі систематизовано напрями використання інновацій (рис. 1).



Рис. 1 – Систематизація напрямів використання інновацій у готелях

Як бачимо, для підприємств готельного господарства у роботі систематизовано та додано слідуєчі напрями використання інновацій, як: новітні послуги, сервісні методи, інтер'єр і дизайн (продуктові інновації), формування та

просування готельної послуги, інноваційні програми для розширення клієнтів (маркетингові інновації), методика управління та набору персоналом, скорочення функціонально-ієрархічної та територіальної структури підприємств, розвиток партнерських відносин (управлінсько-організаційні інновації), технології управління готелем, інформаційні системи та технології у системі бронювання та резервування, види технічно-матеріального забезпечення обслуговування, екологічні напрями обслуги туристів (процесні інновації).

Серед пріоритетних напрямів інноваційного розвитку в Україні, які визначені Законом України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні», можна зазначити такі, що знайдуть відображення в готельному господарстві. Це означає слідує засоби розміщення не менше як інші сектори економіки потребують діяльності та розвитку саме на інноваційній основі. У зв'язку з цим визначено об'єктивну необхідність в розробленні, сприяння і впровадженню, а також реалізації комплексу заходів для покращення інноваційної діяльності готелів.

Отже, в умовах жорсткої конкуренції готельєри змушені шукати нові шляхи зростання привабливості, доступності та якості своїх послуг. Недооцінка інноваційного управління в роботі вітчизняних готельних підприємств призводить відповідно до зниження рівня їх готельної конкурентоспроможності, порушення методів і принципів управління, зниження якості пропонованих готельних послуг. Інновації виступають в якості стимулюючого фактора для подальшого розвитку готельної сфери, дають змогу підприємствам займати лідируючі положення у своїх ринкових сегментах та відповідати світовим стандартам готельного обслуговування.

1.2. Особливості конкурентоспроможності на ринку готельних послуг в сучасних умовах господарювання

Конкурентоспроможність це складне багаторівневе визначення, аналіз і оцінку якого потрібно найтісніше пов'язувати з конкретним рівнем. Ієрархічна структура конкурентоспроможності має чотири рівні (рис. 2) [6].

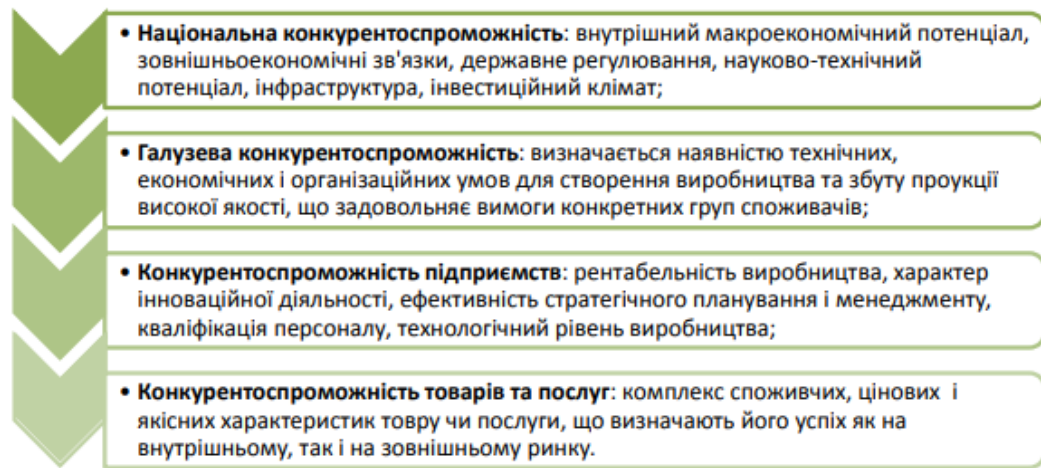


Рис. 2. Ієрархічна структура конкурентоспроможності

Між усіма цими рівнями є тісна внутрішня і зовнішня взаємозалежність. Конкурентоспроможність країни та галузі у остаточному підсумку залежить від спроможності конкретного товаровиробника випускати конкурентоспроможний продукт.

Конкурентоспроможність підприємств готельного господарства складає великий комплекс соціально-економічних ознак, що визначають становище суб'єкта господарського на ринку. З одного боку, це сума характеристик самого підприємства, яка може визначатися рівнем використання його виробничого, маркетингового і кадрового потенціалу. З іншого боку, це зовнішні до відношення до нього організаційних та соціально-економічних умов, що дозволяють створювати саме такі послуги, які за ціновими і неціновими ознаками більшим чином привабливіші для споживачів, ніж у конкурентів.

Бути конкурентоспроможним в умовах ринкової системи означає забезпечувати рівні з міжнародними стандартами споживчі, цінові та якісні характеристики послуги відповідно для зовнішнього або внутрішнього ринку [10].

Систематизуємо у таблицю 1 методи для оцінювання рівня конкурентоспроможності готелів

Таблиця 1

Методи оцінки конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії

№ п/п	Найменування методу	Характеристика	Можливість застосування для готельних підприємств
1	SWOT-аналіз	Дозволяє проаналізувати слабкі й сильні сторони підприємства, потенційні небезпеки й загрози, виявити існуючі можливості для розвитку	Можливо в повній мірі
2	Профіль полярностей	В основі методу лежить визначення показників, за якими підприємство випереджає або відстає від конкурентів	Показує напрямки, на які повинне звернути увагу керівництво готелю для виживання в конкурентній боротьбі
3	Метод експертних оцінок	Заснований на узагальненні думок фахівців-експертів про ймовірність ризику	Допомагає отримати інформацію, необхідну для вироблення управлінського рішення
4	Метод "4P"	Дозволяє дати кількісну оцінку окремих факторів і всіх факторів у цілому. Заснований на порівняльному аналізі підприємств конкурентів за наступними факторами: продукт, ціна, просування на ринку, регіон і канали збуту	Дозволяє гнучко реагувати на зміни й зміцнювати власні конкурентні позиції
5	Оцінка на базі якості продукції	Даний метод складається в зіставленні ряду параметрів продукції, що відображають споживчі властивості	Дає можливість одержати ряд "параметричних" індексів, що характеризують ступінь задоволення потреби в готельних послугах

Конкурентоспроможність готельних підприємств можна оцінити комплексно за всіма критеріями і напрямками діяльності, отже, можливе застосування кількох методів одночасно.

На основі вищевказаного можна відзначити, що конкурентоспроможність виступає найважливішою умовою забезпечення ефективного та прибуткового господарювання підприємств індустрії гостинності. Саме ця категорія визначає спроможність готельних підприємств функціонувати не лише в поточних фінансово-економічних та політичних умовах, а й у умовах фінансово-економічної кризи. Тому управління конкурентоспроможністю є дуже необхідним та передбачає сукупність дій щодо систематичного вдосконалення послуг, сталого пошуку нових видів реклами, сучасніших груп потенційних клієнтів, поліпшення якості наданих послуг та інше.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ I

Технології в галузі гостинності швидко розвиваються. На нашу думку, це насамперед залежить від того, що готельєри на сьогоднішій день стоять перед вибором: отримати найбільше клієнтів, організувавши максимум продажів, або переманити гостя, щоб він став постійним клієнтом, задіявши при цьому систему знижок. Здійснення цих завдань без інновацій неможливо. Саме тому, конкуренція за кожного туриста, потребує від підприємств готельної індустрії модернізації технологій та впровадження інновацій.

Використання сучасних інноваційних технологій в готельному обслуговуванні стає невід'ємною частиною розвитку готельного сервісу в умовах конкуренції. Сучасні технології дозволяють підтримувати найвищий рівень обслуговування, розширювати спектр наданих послуг в готелі, удосконалювати управлінську систему та забезпечити високий рівень безпеки для гостей.

Запровадження в Україні інноваційних технологій в готелях, якими користуються зарубіжні країни призведе до високої конкурентоспроможності даних закладів на ринку готельних послуг, а також можливості отримання більшого доходу за рахунок іноземних інвестицій.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

2.1. Сучасний стан та інноваційні процеси готельного господарства України

Розглянемо деякі тенденції та показники підприємств готельного господарства України. Дослідження обсягу інвестицій у основний капітал регіонів туристичних України показує, що станом на 1 січня 2019 року понад 78% загального обсягу капіталовкладень було спрямовано в розвиток готелів та аналогічних засобів розміщення, 14% спрямовано на розвиток ресторанів та припадає на Київ, Київську, Одеську, Львівську області. Станом на 1 січня 2019 р. прибуток, який спрямований на розвиток матеріально-технічної бази туристичних підприємств, склав 16976,0 тис. грн, або 17,3% від загального балансового прибутку туристичних підприємств [6].

За даними Держкомстату України станом на 01.01.2019 р. в сфері готельно-ресторанної діяльності зареєстровано понад 20368 суб'єктів, які проводять підприємницьку діяльність, що складає 1,71% від всього обліку зареєстрованих суб'єктів ЕДРПОУ, в тому числі 19389 з юридичним статусом, а 2209 - фізичних осіб – підприємців. За даними Держстату ще у 2016 р. підприємства готельно-ресторанної справи по Україні були збиткові, а починаючи з 2017 року справи покращилися і стала прослідковуватися позитивна динаміка.

В останні роки значну конкуренцію підприємствам готельного господарства, а саме, великим готелям, становлять фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, що переважно утримують міні-готелі або є власниками приватних будинків та квартир, кількість яких за останні роки стрімко зростає. Саме вони і

пропонують відвідувачам при нижчій вартості повний перелік основних та додаткових готельних послуг.

Загальновідомо, що в світі і в Україні саме величезна конкуренція є головною проблемою у сфері готельно-ресторанного справи і діяльності. Ринок перенасичений, пропозиція більша за попит, тому готелям важко утримувати свої інтереси. У цьому випадку тільки покращення якості обслуговування і пропозиція готельних послуг можуть врятувати становище, але дрібним готелям часто доводиться відстоювати своє право на виживання і працювати собі у збиток. Ще однією проблемою є не відшкодування інвестицій. Вчені припускають, що в готельному бізнесі окупність вкладень становить біля 6 років, але насправді малі готелі просто не зможуть впоратися за цей термін. Все тому, що ми не враховуємо всіх ризиків, тобто не прораховуємо ризики до кінця, а бізнесмени не завжди правильно передбачають напрямок роботи та й клієнти вибирають конкурентів, підшукуючи собі кращі варіанти. Вітчизняні готелі, як правило, стараються розвиватися відповідно до світового, міжнародного рівня, але у них є свої національні особливості. Серед них: активне освоєння готельного ринку західними мережами, що переважно “захоплюють” висококласні сегменти, пропонуючи послуги вір-гостям; відсутність чіткої “зірковості” готелів – незалежно на ту чи іншу кількість “зірок”, готелі можуть не відрізнятися за якістю.

У цілому готельна сфера у Україні розвивається повільно, що обумовлено тим, що основний підхід інвестори роблять на будівництво торгово-ірозважальних комплексів, а також офісних і житлових центрів. Будівництво готелів відкладаються на пізніше терміни, так як терміни їх окупності вищі. Але з цими проблемами у готельно-ресторанному бізнесі Україна справляється, і якщо вона, буде орієнтуватися на європейські тенденції, то їй вдасться уникнути непорозумінь та вирішити проблемні ситуації. Та інфраструктура туристичної галузі, яка існує на даний час в Україні ще не відповідає вимогам міжнародних

стандартів. На даний час не всі готелі забезпечені новітніми засобами зв'язку і комунікаціями, а конференц-зали аудіовізуальною технікою і технічними засобами для перекладу.

Подальший розвиток готельного господарства без сучасного обладнання та впровадженні новітніх технологій неможливий. Сучасні інновації коштують недешево, але власники готелів все одно впроваджують їх, тому що саме це забезпечить виживання готелю в сучасних ринкових. Однією із найпопулярніших на сьогоднішній день інноваційною розробкою вважається електронне управління готелем. Для готелю під замовлення розробляється спеціалізована система, до якої підключені всі співробітники. За допомогою веб-ресурсу співробітники можуть отримувати всю актуальні інформаційні дані про готель в будь-який момент; у режимі on-line переглядати зміни, що у ньому відбулися; бронювати номери для туристів; отримати доступ до каналів продажів. Прагнучи запропонувати клієнтам ексклюзивний набір послуг, багато готелів замовляють розробку сучасних, новітніх систем роботи, що дуже розширюють функції готелю. Серед них, виділемо наступні:

- система автоматизації роботи працівників відділу продажів. Передбачає управління цією сферою, планування зустрічі з партнерами і клієнтами, ведення календаря і розкладу роботи менеджерів та полегшує виконання різних вказівок;

- система роботи з клієнтами. Включає нові технології в готельному бізнесі, що передбачають проведення аналізу розміщення гостей в готелі і видають аналітику по кожному клієнту;

- система управління програмами лояльності туристів. Дозволяє готелю розробляти різні види заохочення для вір або постійних клієнтів, клубні і дисконтні картки, преміальні сертифікати тощо.

Готельна індустрія дозволяє застосовувати всі новинки комп'ютерних технологій, починаючи від спец. програмних продуктів управління готелем до впровадження і застосування глобальних комп'ютерних мереж. Зараз у готельну

сферу впроваджується багато новітніх інформаційних технологій: глобальні комп'ютерні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, інформаційні системи менеджменту тощо. Але найбільший вплив сучасні інформаційні системи мають на просування готельного продукту.

2.2. Аналіз готелів України

В 2019 році готельний ринок України поповнився двома новими традиційними готелями із загальною кількістю 110 номерів. Водночас набирає вагу девелопмент гібрид-готелів і концептуальних хостелів. У Києві 2019 року відкрилося кілька оригінальних об'єктів, а також перший у світі хостел у колишніх вагонах метро на Подолі.

Номерний фонд готелів столиці збільшився протягом 2019 року лише на 110 номерів. Після реконструкції ввели в експлуатацію butik-готель Riviera House (65 номерів) і другий корпус Amarant Hotel 3* (45 номерів).

У Colliers International (Україна) зазначили, що загальна пропозиція готелів різних категорій станом на 2019 рік складає приблизно 10 900 номерів. З них найбільше пропозиції в сегменті 3* — 3927 номерів, трохи менше у готелях 4* — 3624 номери і значно менше пропозиції в сегменті 5* — 1518 номерів. (рис. 2.1).

За даними DEOL Partners, саме 5-зіркові та 4-зіркові готелі Києва продемонстрували позитивну тенденцію завантаження. У порівнянні з 2018 роком цей показник виріс на 3-4% (категорія 5 зірок) і 5-6% (категорія 4 зірки). «Київ переважно відвідують бізнес-туристи. Високу заповнюваність готелів ми бачимо переважно протягом робочого тижня.

При цьому, показник середньої ціни за номер (показник ADR) був нестійким, середня різниця його коливань становила до 10 доларів щомісяця. Показники середньої ціни за номер були найвищими у вересні й традиційно нижче у січні. В 2019 році показник ADR в сегменті 5-зіркових готелів Києва знизився на 9-10%, до близько 175 доларів, і на 7-8%, до 115 доларів, у категорії 4-зіркових готелів.



Рисунок 2.1. Готельна нерухомість м. Києва, 2019 рік

У регіонах показник завантаженості, за результатами першого півріччя, мав негативну динаміку (-2,9%) і знизився до 53%. За результатами повного року для регіонів також було характерним максимальне наближення до показників 2018 року», — зазначила аналітик.

У середньому турист залишає в готелі від 50 до 150 євро в залежності від класу готелю. Йдеться про 3,4 та 5 зіркові готелі.

У сегменті Luxury ціна на минулого року закріпилася на рівні \$426 (-\$24 за рік), Upper Upscale — \$220 (-\$9 за рік), Upscale — \$118 (-\$54 за рік), Upper Midscale — \$139 (-\$21 за рік), Midscale — \$82 (+\$9 за рік), Economy — \$40 (+\$8 за рік).

На динаміку rack rates у доларовому еквіваленті значний вплив має валюта, в якій фіксується ціна за номер: для готелів вищої категорії характерною є фіксація в іноземній валюті, для готелів нижньої цінової категорії — у гривні.

Головними трендами 2019 року стали нестандартні формати. Конкуренцію традиційним готелям можуть скласти апарт-комплекси, які з'явилися на ринку

саме минулого року. Цей вид нерухомості набирає популярність як серед приватних інвесторів, так і серед туристів.

Графік – Динаміка зміни номерного фонду м. Києва: фактична та прогнозна



*До аналізу включені готелі з загальним номерним фондом більше 18 номерів.
Джерело: Cushman & Wakefield*

Рис. 2.2. Динаміка зміни номерного фонду м. Києва: фактична та прогнозна

Останнім подобається «домашня» атмосфера і багатофункціональна інфраструктура, якої немає у звичайних готелях. Саме тому готельному бізнесу доводиться диверсифікуватися і розвиватися: девелопмент гібрид-готелів та hostelів для активної молоді, мандрівників, шукачів пригод, так званих бекпекерів і флешпекерів, стає все привабливішим для інвесторів — не тільки в Києві, а також і в інших містах України.

В 2018 році в м. Києві з'явилося кілька оригінальних об'єктів, наприклад, капсульний готель «А-ХОСТЕЛ», The Tower Hostel, футуристичний простір Monotel Space (мережа капсульних готелів Monotel), а також перший у світі hostel, розташований у колишніх вагонах метро на Подолі».

Також минулого року компанія DEOL Partners теж готувалася до запуску нового нішевого проекту і до початку 2020 року відкрила Globe Runner. Це нестандартний формат готельної нерухомості з елементами готелю, приватних апартаментів та сучасного hostела. Він трансформує засіб розміщення у

дизайнерський lifestyle простір з креативним оформленням і пропонує різні варіанти проживання — від окремих номерів до капсульних норм.

Серед світових трендів у сегменті готельної нерухомості експерти виділяють:

- зростання ролі інтернету у формуванні споживчих переваг і поведінки;
- відкриття коворкінгів у готелях (наприклад, компанія Accor Hotels повідомила про плани з відкриття в готелях мережі коворкінгів під брендом WOJO);
- зростання популярності ділових поїздок, суміщених з дозвіллям, зокрема серед міленіалів (Bleisure Travel by Millennials).

Тобто, на сьогоднішній день, гостей приваблюють не метри, а враження та досвід, які вони можуть отримати під час перебування в готелі. Тому важливими стають такі фактори, як унікальна локація, вражаюча архітектура, нестандартний дизайн, зв'язок з локальною культурою і занурення у життя міста.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ II

Туризм — дивовижний сектор економіки з величезним мультиплікативним ефектом. Він здатний дати поштовх розвитку не тільки готельного ринку, ритейлу та сфери послуг, але й економіки України загалом. Приїжджаючи в країну, туристи фактично дивяться у дзеркало інвестиційного клімату. Якщо нам вдасться створити умови для торгівлі очікуваннями і надію на можливість заробити і розвивати бізнес в Україні і підкріпити їх реальними діями з боку влади, приплив міжнародних інвестицій зросте. Україні потрібна потужна реклама, гарантії навздогін до обіцянок для інвестора і чітке виконання зобов'язань.

Крім того, сучасний розвиток індустрії гостинності направлений на створення інноваційних технологій, що сприятимуть залученню більшої чисельності клієнтів, максимальній кількості продажів, збільшення довіри гостя, формуванню позитивного стану діяльності та іміджу підприємства.

Одним із основних напрямків інноваційних технологій у готельноу господарстві є впровадження мультимедійних технологій, а саме буклетів, довідників, каталогів. Сьогодні в мережі Інтернет готелі розміщують каталоги та електронні довідники. Електронні каталоги готелю дозволяють в режимі онлайн подорожувати номерами різних категорій, ресторанами, конгрес-центрами, вестибюлями, подивитися всю інформацію про готель та ознайомитися з послугами, а також системою пільг і знижок.

Також використання мультимедійних технологій дозволяє оперативно надавати потенційному гостю інформаційні послуги про готель, а також швидко і безпомилково вибрати готельну послугу, яку бажає гість.

Поштовхом до зростання потоку туристів у Україну може стати саме диверсифікація туризму — він може бути зелений, гастрономічний, медичний, екстремальний, розважальний, спортивний і т. д.

РОЗДІЛ III. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

3.1. Конкуреноспроможність підприємств готельної індустрії

Ефективне функціонування підприємств готельного господарства можливе завдяки конкурентним перевагам. Не зважаючи на більшість факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, головним залишається його здатність продукувати високоякісну продукцію чи послуги та забезпечувати сприятливі умови для їх виходу на ринок.

Ринок послуг гостинності відкритий та конкурентоздатний, здійснює великий тиск на готельну сферу, змушуючи її постійно удосконалювати надання своїх послуг. Зважаючи на це, одним із головних напрямів управлінської діяльності готельного підприємства є пошук дієвих стратегічних варіантів для забезпечення конкурентоспроможності послуг. Стратегія підвищення конкурентоспроможності сучасних готелів повинна враховувати весь рівень конкурентоспроможності країни в цілому і у відповідних областях.

Конкуреноспроможність готельних підприємств знаходиться у залежності від сезонності, природних, політичних і інших зовнішніх факторів. В цілому, конкурентоспроможність готелю вчені описують наступною формулою: конкурентоспроможність готелю=конкуреноспроможність готельних послуг+імідж (бренд), де конкурентоспроможність готельних послуг=якість+ ціна + обслуговування.

Наведені залежності стверджують про те, що саме якість послуг на сьогоднішній день є найголовнішим пріоритетом в діяльності підприємств готельної сфери. Можна стверджувати, що керувати конкурентоспроможністю означає забезпечувати оптимальне порівняння названих складових та направляти свої зусилля на надання якісних послуг, зниження витрат виробництва,

збільшення економічності та рівня обслуговування. Можливість забезпечення необхідного рівня розвивання складових елементів конкурентоспроможності визначається слідуючими базовими виробничими факторами, як рівень технічний готелю та організації виробництва управління і послуг.

Зазначимо, що для того, щоб готельне підприємство було конкурентоспроможне, необхідно проводити дослідження по формуванню принципів управління готельним бізнесом; використовувати у процесі розробки та прийнятті управлінських рішень наукові підходи; впроваджувати інновації та формувати рівень ціни і якість послуг.

Основними рекомендаціями при вирішенні завдань в сфері конкурентоспроможності готелю є слідуючі:

- 1) розробка організаційно-економічного механізму управління якістю наданих готельних послуг;
- 2) формування єдиної системи контролю якості цих послуг на рівні держави;
- 3) впровадження стандартів міжнародних, а також інших нормативних документів у практику готелів;
- 4) організація системи навчання та підвищення кваліфікації кадрів щодо питань управління діяльністю готельних підприємств.

Ми вважаємо, що це дисциплінує надавати якісніші послуги, що на сьогоднішній день є необхідністю для підвищення ефективної діяльності і підвищення конкурентоспроможності готелю. Погоджуємося з вченими і пропонуємо готельним підприємствам на сьогоднішній день застосовувати слідуючі стратегії:

1. ВТL-стратегія – це стратегія готелю, що направлена на цілеспрямовану діяльність впливу на споживача у момент прийняття рішення про купівлю послуги. Вона включає в себе - промоакції, семплінг, демонстрації, тестові використання, надання знижок, бонусів тощо. ВТL-стратегія готельного

підприємства включає дієвий набір інструментів, форм та методи впливу на потенційного туриста, ніж пряма реклама.

2. Бізнес-стратегія передбачає розроблення загального плану управління, що передбачає зміцнення становища готельного підприємства на ринку та забезпечує координацію зусиль, щодо залучення і задоволення потенційних туристів, успішну конкуренцію та досягнення глобальних цілей. Вироблення бізнес-стратегії готельного підприємства ґрунтується на вивченні існуючих можливих варіантів розвитку і діяльності готелю та полягає у виборі окремого напрямку, методу конкуренції та моделі бізнесу. Бізнес-стратегія означає вибір готельним підприємством шляху свого розвитку, методу конкуренції і ведення бізнесу.

3. Стратегія диференціації передбачає надання туристичним послугам особливих властивостей, що важливі для гостей готелю і які відрізняються від послуг конкурентів. Надання послугі специфічних особливостей вимагає додаткових витрат, які компенсуються за рахунок того, що готельний ринок готовий взяти вищу ціну. Тобто, особливі якості послуги дозволяють залученню більшої кількості клієнтів. Ця стратегія здатна забезпечувати захист готельного підприємства від стратегій конкурентів.

4. Інноваційна стратегія. Інноваційні технології впливають на конкурентоспроможність готелю на сьогоднішньому ринку. Використання інтернет-технологій та комп'ютерних на сьогоднішній день не просто питання лідерства і конкурентних переваг, а також і виживання на готельному ринку в майбутньому. Впровадження новітніх програмних продуктів в готельні підприємства підвищить його конкурентоспроможність та конкурентоздатність, якість наданих послуг, і це в кінцевому підсумку вплине позитивно на імідж підприємства, збільшуючи при цьому потік постійних клієнтів, що стовідсотково гарантує отримання прибутку.

5. Стратегія аутсорсингу на сьогоднішній день на ринку готельних послуг а дуже важливою. Аутсорсинг – це передача неосновних функцій підприємства і

усіх активів в управління професійному підряднику (аутсорсеру). Готелі починають використовувати схеми аутсорсингу з ІТ-аутсорсингу, а це: web-хостинг, забезпечення різних видів – internet-послуг, web-дизайн, розробка, упровадження й підтримка інформаційних систем. Це дуже важливо, але варто не залишати поза увагою аутсорсинг бізнес-процесів, управління проектами, аутсорсинг у сфері послуг тощо.

6. Стратегія конкуренції готелів, що знають свою нішу на ринку, направлена на пошук і зайняття тих місць на ринку, які не визивають зацікавлення або тимчасово не зайняті конкурентами. Стратегія конкуренції компанії включає в себе підходи до бізнесу і ініціативи, яку вона використовує для заохочення туристів, ведення конкурентної боротьби, а також утверджує своєї позиції на ринку.

7. Стратегія маркетингу готельного бізнесу – формування цілей, їх досягнення та розв'язування задач готельного бізнесу до кожного окремого готельного продукту для окремого ринку на певний час. Дана стратегія передбачає що готельне підприємство, незважаючи ні на що, має декілька варіантів дій: проникнення або захоплення нового готельного ринку; створення нового готельного ринку; розроблення і впровадження нових готельних продуктів; диверсифікація готельного продукту до даного туриста і готельного ринку.

8. Стратегія маркетингу персоналу готельного персоналу передбачає особливе ставлення до персоналу: кожен працівник готелю виступає в ролі безпосереднього споживача послуг готелю. Ця стратегія передбачає, що готелі є інструментом залучення працівників, для яких є комфортно працювати в даному готелі і які будуть досконально виконувати покладені на них обов'язки, що буде впливати на якість послуг.

9. Стратегія бенчмаркінгу для підприємств готельної сфери має важливе значення. Бенчмаркінг розвиває аналіз конкурентоздатності та обмежується вивченням готельних конкурентів та їх продукції, витрат і технологій,

характеристик, фінансових і економічних показників, відносин з клієнтами та постачальниками. Все це є необхідністю для пошуку найвигіднішої продукції для підприємства.

SWOT-аналіз конкурентоспроможності України щодо розвитку туризму для виявлення найсильніших та найслабших місць сторін України як об'єкта туризму наведено в на рисунку 3.1.

Критерії проведення SWOT-аналізу конкурентоспроможності туристичної діяльності в Україні

Сильні сторони	Можливості
<ol style="list-style-type: none"> 1. Багата історія. 2. Широка географія. 3. Розмаїття ландшафту. 4. Історичні пам'ятки архітектури. 5. Сім чудес України, які можна порівняти зі світовими. 6. Доброзичливе населення. 7. Наявність ресурсів до створення оздоровчих комплексів. 8. Рівномірна густина населення 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток туристичної інфраструктури. 2. Покращання рівня обслуговування. 3. Покращання екологічної ситуації. 4. Розширення асортименту надаваних послуг. 5. Розроблення нових видів турів. 6. Створення іміджу країни як стабільної та безпечної. 7. Зниження цін на відпочинок
Слабкі сторони	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Неякісні дороги. 2. Нестабільний рівень сервісу. 3. Висока вартість обслуговування. 4. Негативне відношення великої кількості українців до внутрішнього туризму. 5. Відсутність сформованого цілісного бренда України. 6. Високий рівень захворювання на СНІД, туберкульоз, гепатит тощо. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нестабільна політична ситуація. 2. Техногенні катастрофи. 3. Конфлікт між західними та східними регіонами. 4. Можливість виникнення епідеміологічних захворювань. 5. Можливе підвищення цін на відпочинок. 6. Розвиток закордонного туризму в близько розташованих країнах

Рис. 3.1. SWOT-аналіз конкурентоспроможності туристичної діяльності в Україні

Підсумовуючи, зазначимо, що на сьогоднішній день головною метою підприємства готельної сфери є досягнення конкурентних переваг у довгостроковому періоді, що забезпечуватиме стабільне економічне зростання та високий рівень прибутку. Зрозуміло, що без ретельно сформульованої стратегії розвиток готелів втрачає сенс, що призводить до зупинення діяльності і погіршення фінансових результатів діяльності. Оптимальне поєднання наведених стратегічних факторів дозволить готелям отримати позитивні результати, такі як збільшення числа постійних туристів готелю, підвищення популярності його торгової марки, формування лояльності споживачів, зростання прибутку тощо.

3.2. Перспективи впровадження соціальних інновацій у діяльність готелів

У сучасних умовах господарювання одна із конкурентних переваг для готелів є досягнення 100% «індексу задоволеності клієнта» або безвідмовності сервісного обслуговування для широкого сегмента споживачів. Дослідження вчених підтверджують, що один клієнт, який не задоволений послугами даного готелю приведе до втрати 300 потенційних клієнтів. Враховуючи соціальну складову готельних послуг, яка базується на сприйнятті готельного продукту в процесі контакту туриста із організацією (тобто вплив на тіло людини, його майно, розум, а також обробка інформації), можна дуже збільшити цільовий ринок готельного підприємства. Одним з варіантів розширення туристичного цільового ринку може бути вихід на споживачів, які не охоплені деяким сервісом або обмежених в ньому. До цього сегменту споживачів відносять людей з обмеженими можливостями та маломобільні групи населення.

Однією із інноваційних тенденцій в сучасному сервісному обслуговуванні, здатною визначити проблему доступності сервісу для людей з обмеженими можливостями, є впровадження «Концепції універсального дизайну».

Універсальний дизайн (дизайн для всіх) чи інклюзивний дизайн - стратегія, спрямована на проектування і наповнення різних типів середовища, комунікацій, продуктів, інформаційних технологій та послуг, для забезпечення доступності і розуміння усіма покупцями, відповідно для загального використання без необхідності адаптації. Універсальний дизайн припускає задоволення зростаючих потреб будь-якого туриста сервісної організації на основі гнучкості, рівноправного використання, простоти і зручності у використанні, сприйняття інформації незалежно від сенсорних можливостей туристів, допустимість помилок з боку туриста, забезпечення низького рівня фізичних зусиль при споживанні туристичних послуг.

Впровадження стратегії універсального дизайну вимагає значних змін у проектуванні (універсальне проектування). Проблема виникає у неспроможності використання даного підходу готельними підприємствами, що функціонують на базі реконструйованих старих готелей. Архітектурні особливості таких туристичних об'єктів не дають змоги перетворити планувальну організацію будівлі та приміщень саме під вимоги універсального дизайну.

Універсальне проектування – це процес побудови просторів, предметів які максимально зручні для всіх клієнтів, незалежно від їхнього віку, когнітивних чи фізичних можливостей, без необхідності застосування допоміжних чи компенсаційних засобів або вузько спрямованих спеціалізованих рішень/ наведемо такий приклад, відсутність сходинок або порогів, що повинні бути розташовані при вході у будинок зробити її пристосованою і для людей з порушеннями опорно-рухового апарату, і для людей з дитячими колясками або транспортним візком; зовні стандартні, але набагато ширші двері будуть зручними і для людей на інвалідному візку, і для інших осіб з валізами у руках.

Важливим на сьогоднішній день є те, що універсальне проектування це концепція, яка виходить за рамки питань доступності і пристосованості будівель, що охоплюють також соціальні, економічні, культурні питання, і максимально сприяє об'єднанню людей. Застосування універсального дизайну дозволяє готелям та іншим сервісним організаціям звикористовувати в процесі обслуговування головні принципи і ідеї рівності та зручності для всіх потенційних клієнтів.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ III

Конкурентоспроможність готелів залежить від сезонності, природних, загальнополітичних і інших зовнішніх факторів. Вцілому, конкурентоспроможність готелю вчені представили за такою формулою: конкурентоспроможність готелю=конкурентоспроможність готельних послуг+імідж (бренд), де конкурентоспроможність готельних послуг=якість+ ціна + обслуговування.

Наведені залежності, дозволяють відзначити, що саме якість туристичних послуг на сьогоднішній день виступає основним пріоритетом в діяльності підприємств готельної індустрії. Відповідно, можна стверджувати, що керувати конкурентоспроможністю означає забезпечувати оптимальне відношення названих складових та спрямовувати головні зусилля на підвищення якості продукції, зниження витрат виробництва, підвищення економічності, ефективності і рівня обслуговування. Можливість забезпечення необхідного рівня розвивання складових елементів конкурентоспроможності визначається слідуючими базовими виробничими факторами, як рівень технічний готелю та організації виробництва управління і послуг.

Отже, у сучасних конкурентних умовах кожне сервісне підприємство повинно функціонувати за принципом «сервіс, доступний для всіх». Соціальні інновації є сучасним трендом. Саме його сьогодні підхоплюють підприємства готельної індустрії, отримуючи можливість задовольнити максимальну кількість потенційних клієнтів, включаючи такий сегмент споживачів, як люди з інвалідністю та інші маломобільні групи населення. Крім того, соціально-відповідальне ведення бізнесу дає ряд переваг готелям, це - збільшення обсягів реалізації та зміцнення позиції бренду, формування високого рівня репутації серед туристів, зменшення витрат на рекламу і можливість отримати стратегічні вигоди від соціальних інвестицій.

ВИСНОВКИ

Результати проведеного дослідження є підставою для таких висновків:

1. Узагальнюючи різні підходи до визначення дефініції «готельне господарство» уточнено як форму підприємництва, яка проваджується суб'єктами господарювання, представленими готелями або аналогічними засобами розміщення для надання готельних послуг та обслуговуванням.

2. Основними тенденціями у розвитку готельної сфери і бізнесу є:

– посилення спеціалізації готельного бізнесу, яка призведе до чіткішої орієнтації на визначені сегменти туристів чи споживачів;

– персоніфікація обслуговування і повна відповідність на запити та потреби туристів і клієнтів;

– широке запровадження найновіших засобів зв'язку і інформаційних систем технологій, які сприяють проводити повний економічний аналіз;

– використання нових технологій в готелях щодо ділової стратегії, що передбачає повне використання мережі Інтернет задля просування готельних продуктів і послуг.

3. Конкурентоспроможність виступає найважливішою умовою забезпечення ефективного та прибуткового господарювання підприємств індустрії гостинності. Саме ця категорія визначає спроможність готельних підприємств функціонувати не лише в поточних фінансово-економічних та політичних умовах, а й у умовах фінансово-економічної кризи. Тому управління конкурентоспроможністю є дуже необхідним та передбачає сукупність дій щодо систематичного вдосконалення послуг, сталого пошуку нових видів реклами, сучасніших груп потенційних клієнтів, поліпшення якості наданих послуг та інше.

4. Одним із основних напрямків інноваційних технологій у готельноу господарстві є впровадження мультимедійних технологій, а саме буклетів, довідників, каталогів. Сьогодні в мережі Інтернет готелі розміщують каталоги та електронні довідники. Електронні каталоги готелю дозволяють в режимі онлайн подорожувати номерами різних категорій, ресторанами, конгрес-центрами, вестибюлями, подивитися всю інформацію про готель та ознайомитися з послугами, а також системою пільг і знижок.

5. На конкурентоспроможність готелів мають вплив багато факторів, серед яких виділемо тактичний - фактична перевага готелю на даний час в порівнянні з конкурентами та стратегічний - потенційна перевага готелю у майбутньому. Також перерахуємо основні конкурентні переваги готельного підприємства - це: можливість надання клієнтам найякіснішого та найпривабливішого продукту в порівнянні з конкурентами; ефективність (прибутковість) готелю; кар'єрний ріст як для власників, так і для персоналу. Якщо оцінювати конкурентоспроможність готелю в конкретний час, то слід зазначити наступні важливі показники: унікальність готелю, його родзинки; інноваційна складова; ефективність процесу бронювання та продаж готельних послуг і сервісу; відкритість (відвідування туристами, які не проживають в даному готелі, місць здійснення додаткових послуг: ресторанів, барів, кафе, спортивних та оздоровчих центрів та інше); орієнтація готельного підприємства на туриста (програми лояльності, форми заохочення і стимулювання клієнтів).

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бабанчикова О.А. Управління конкурентоспроможністю готельного підприємства: теорія и практика / О. А. Бабанчикова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://rguts.ru/files/electronic_journal/number18/1.doc.
2. Грабовенська С.П. Стратегія розвитку готельного господарства / С. П. Грабовенська. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://joomla.spkneu.org>.
3. Подлепіна П.О. Підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності / П.О. Подлепіна, О.М. Пол // Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети: матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна. – С. 214-216.
4. Леонт'єва А. Ю. Дослідження можливостей використання існуючих методів оцінки конкурентоспроможності для готельних підприємств / А. Ю. Леонт'єва, К.А. Рудакова // Науково-технічний збірник. –2012. – №102. – С. 499-503.
5. Манус З. Визначення конкурентних переваг готелів Львова / З. Манус. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kerivnyk.info/2012/05/manus.html>.
6. Статистичний щорічник України за 2016 рік / Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. 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.
8. Шаповалова О.М. Інноваційна діяльність, як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства / О.М. Шаповалова // Вісник

Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. — №16 (205). — 2013. — С. 224—228.

9. Мельниченко С.В. Готельні оператори: конкурентоспроможність на національному ринку / С.В. Мельниченко, Т.В. Кудлай // Науковий вісник Ужгородського університету. — Сер. Економіка. — Випуск 1 (47). — Т. 2. — С. 171—175.

10. Донець А.А. Методичний підхід до діагностики конкурентоспроможності готельних підприємств / А.А. Донець // Європейський вектор економічного розвитку. — 2014. — № 1 (16). — С. 58—64.

11. Балацька Н.Ю. Імідж як фактор конкурентоспроможності готельного підприємства / Н.Ю. Балацька, Д.М. Кушнір // Молодий вчений. — № 11 (38). — 2016. — С. 551—554. 8

12. Малюга Л.М. Формування конкурентоспроможності готельних підприємств / Л.М. Малюга // Економіка і суспільство. — Вип. 5. — 2016. — С. 216—219.

13. Завідна Л.Д. Аналіз, проблеми та перспективи розвитку готельного господарства в Україні / Л.Д. Завідна // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. — 2015. — Т. 20. Вип. 3. — С. 91—95.

14. Поворознюк І.М. Шляхи підвищення якості готельних послуг в Україні / І.М. Поворознюк [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://dspace.udpu.org.ua:8080/jspui/bitstream/6789/5582/1/>

15. Ткаченко Т.І. Стратегічне управління розвитку суб'єктів господарювання в сфері туризму [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/tkachenko3.htm.

16. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.dnaop.com/html/29982/doc-ДСТУ_4269_2003.

17. Конкурентне середовище готельного підприємства, елементи його аналізу [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://vikidalka.ru/1121780.html> 35

