ВИКОРИСТАННЯ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У СФЕРУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

USE OF INTERNATIONAL EXPERIENCE IN IMPLEMENTATION OF INNOVATIONS IN THE FIELD OF THE HOTEL BUSINESS

УДК 338.48

Малюга Л.М.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Уманський національний університет
садівництва
Кожухівська Р.Б.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Уманський національний університет
садівництва

У статті проаналізовано динаміку та розвиток інновацій у сфері готельного господарства. Встановлено, що інновації є стимулом для подальшого розвитку готельного бізнесу, дають змогу підприємствам не тільки займати лідируючі позиції у своїх ринкових сегментах, а й відповідати світовим стандартам готельного обслуговування. Обґрунтовано необхідність упровадження інновацій у діяльність вітчизняних готельних підприємств для охоплення більшої кількості потенціальних споживачів готельно-ресторанного продукту.
Ключові слова: *інноваційна стратегія, готельне господарство, конкурентоспроможність, фінансовий ризик, процес обслуговування, довгострокова стратегія.*

В статье проанализированы динамика и развитие инноваций в сфере гостиничного хозяйства. Установлено, что инновации выступают стимулом дальнейшего развития гостиничного бизнеса, позволяют предприятиям не только занимать лидирующие позиции в своих рыночных сегментах, но и соответствовать мировым стандартам гостиничного обслуживания. Обоснована необходимость внедрения инноваций на отечественных гостиничных предприятиях для охвата большего количества потенциальных потребителей гостинично-ресторанного продукта.
Ключевые слова: *инновационная стратегия, гостиничное хозяйство, конкурентоспособность, финансовый риск, процесс обслуживания, долгосрочная стратегия.*

This article was aimed to analyse the dynamics of development and innovation in the hospitality industry. Author was established that innovation act as a stimulus for further development of the hotel business, allow companies not only to occupy leading positions in their respective market segments, but also meet international standards of hotel service. The need to introduce innovations in domestic hotel companies to reach more potential customers hotel-restaurant-sheet is grounded. Author did conclusions on the feasibility of using innovation as an important tool of development for hotel management companies on the basis of the study. The conclusions were made on the feasibility of using of innovations as an important of development tool for hotel management companies based on the research.
Key words: *innovation strategy, hotel industry, competitiveness, financial risk, process of service, long term strategy.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах особливого значення набули проблеми пошуку інвестицій, на основі яких може здійснюватися розвиток підприємств готельного бізнесу відповідно до міжнародних стандартів гостинності. Однак специфіка готельних підприємств у цьому плані поки що не повністю проаналізована та досліджена, адже економічна теорія дотепер пропонувала вирішення цих проблем переважно для галузей матеріального виробництва. Готельні інновації продовжують розглядатися лише в обмеженому спектрі додаткових послуг, а їх інвестиційне забезпечення залишається поза межами комплексного економічного аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню проблем інноваційного розвитку готельного бізнесу та дослідженню основ упровадження науково-технічного прогресу присвячено праці І.М. Грищенко, А.П. Гречан, М.П. Денисенко, Л.І. Михайлової [3], Н. Тейлор [5], Дж. Холловей [5]. Також економічну сутність науково-технічного прогресу та його взаємозв'язок із підприємницькими процесами досліджували О.С. Булко [1], К.А. Галасюк [2], Р.А. Фатхутдінов [6], А. Яхтер [7] та ін.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз динаміки інноваційного розвитку та його впливу на підприємства готельного господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туризм – складна соціально-економічна система, що включає у себе велику кількість елементів. Одним із них є високорентабельний багатогалузевий виробничий комплекс – готельно-туристична індустрія.

Міжнародний готельний бізнес – особливий сегмент готельно-туристичної індустрії, що вирізняється високим рівнем інтернаціоналізації капіталу, міжнародним характером операцій та розглядає весь світ як свою сферу діяльності. Саме тому міжнародний готельний бізнес виконує важливу роль в інтегруванні економіки будь-якої країни у світову економіку та залучення інвестицій у реальний сектор економіки.

Інноваційність є провідним атрибутом сучасної економіки та потужним стратегічним і антикризовим інструментом. Інновація в туризмі – система організаційно-економічних, науково-дослідних, технологічних та інших заходів і їх результатів, спрямованих на докорінне перетворення й оновлення туристичного продукту, механізму його просування та реалізації для досягнення економічного, соціального, екологічного або іншого ефекту [8, с. 16]. Впровадження інновацій у сферу туризму значно полегшує процес надання туристичних послуг починаючи з інформування та закінчуючи їх кінцевим споживанням. Наприклад, поява світової мережі Інтернет призвела до спрощення обміну інформацією, розвитку електронних засобів розрахунку з клієнтами, вдосконалення засобів маркетингу в туризмі тощо [2, с. 100].

Гостинність є основою туристичного бізнесу як виду економічної діяльності [5, с. 88]. Впровадження інновацій у готельному бізнесі економічно вигідне та ефективне за умови, що вони приносять готелю додаткові доходи, забезпечують конкурентні переваги на ринку, підвищують частку ринку, знижують витрати, вдосконалюють процес обслуговування, підвищують ефективність роботи окремих підрозділів та готелю у цілому [3, с. 49].

Успіх підприємництва багатьох галузей економіки прямо залежить від швидкості передачі та обміну інформацією, від своєчасності її отримання та актуальності [7, с. 133]. Стосується це й будь-якого засобу розміщення. Вдалий розвиток готельного бізнесу включає у себе широке використання інноваційних технологій як у сфері введення нових готельних послуг, так і в їх просуванні на ринок. Саме введення новітніх технологій стає головною умовою підвищення конкурентоспроможності підприємства готельного бізнесу та сприяє вдосконаленню якості обслуговування [1, с. 138].

Завдяки впровадженню та комбінуванню сучасних форм управління, таким як франчайзинг і управління за контрактом, готельні підприємства змогли зменшити витрати у процесі виходу на ринок, більш централізовано розпоряджатися фінансовими ресурсами, мінімізувати поточні витрати, проводити ефективну цінову політику [6, с. 47]. Саме тому розвиток сучасного готельного бізнесу характеризується зростанням значення у ньому міжнародного бізнесу, а у світі проходить глобальний економічний поділ на потужні блоки, такі як Європейський союз (ЄС), Північноамериканський договір про вільну торгівлю, укладений між США і Мексикою, тощо. Європейським Союзом скасовано національні обмеження не тільки на торгівлю, а й на переміщення праці і капіталу. Співпраця, що виникає між усіма країнами-учасницями, сприятливо позначається на їхньому розвитку.

Під час формування стратегії державної політики у сфері туризму національні адміністрації переважної більшості країн ураховують прогноз розвитку туризму в світі, складений UNWTO, – найбільшою міжурядовою організацією, яка є спеціалізованою установою ООН і нараховує у своєму складі 153 країни. Згідно з дослідженням UNWTO «Туризм – панорама 2020», у період 2018–2020 рр. прогнозується збільшення світових туристичних прибуттів більше ніж удвічі. Після того як показник у 996 млн. туристів у 2016 р. виріс на 39 млн. у 2017 р., число міжнародних туристичних прибуттів уперше в історії перевищило мільярд (1,035 млрд). UNWTO прогнозує, що до 2020 р. число міжнародних туристичних прибуттів у світі становитиме 1,7–1,9 млрд. [4].

В Україні вдосконалення інфраструктури готельного бізнесу визнано одним із пріоритетних напрямів розвитку національної економіки. Світові готельні корпорації активно опановують український ринок. Згідно з прогнозами Держкомтуризму, у 2019 р. в'їзний і виїзний туристичні потоки в Україні зростуть до 10%. У 2017 р. нашу країну відвідали понад 28 млн. закордонних мандрівників. Таким чином, кількість міжнародних прибуттів в Україну в 2017 р. зросла на 13% порівняно з 2016 р. Однак із туристичними цілями в Україну в 2017 р. приїхали лише 2,5 млн. іноземних туристів [10].

У багатьох містах України протягом 2010–2017 рр. відкрилися сучасні готелі. Нині в низці міст зводяться готелі, які будуть працювати відповідно до міжнародних стандартів готельного сервісу. Так, нові готелі зводяться в Харкові, Дніпрі, Львові, Запоріжжі, інших містах і регіонах.

Загалом в Україні відзначається щорічне зростання внутрішнього туристичного потоку, що спричинило ажіотаж будівництва малих готелів, особливо в курортних регіонах, а також збільшення кількості готелів міжнародних готельних ланцюгів у Києві, Харкові та інших найбільших містах країни, створення вітчизняних готельних мереж. Значно збільшилися обсяги інвестицій у готельне будівництво в регіонах України як із боку іноземних, так і вітчизняних інвесторів. Особливо слід відзначити розвиток курортно-туристичного комплексу Одеської області. Завдяки цьому здобули всесвітню популярність не тільки м. Одеса, а й уся Одеська область, що зумовлює довгостроковий бізнес-інтерес до розвитку туристичної інфраструктури цього регіону і гарантію того, що через кілька років Чорноморське узбережжя стане розвиненим курортним центром світового рівня.

На сучасному етапі основними інструментами під час формування ефективної системи управління готельним комплексом є використання передових технологій (у тому числі Інтернету), енергоефективність, адаптація до попиту користувачів, багатофункціональність, гнучкість, соціальна та екологічна відповідальність, регулювання операційних витрат. Розвиток мережі Інтернет приносить готельному і туристичному бізнесу такі переваги, як зниження витрат, зростання ефективності, полегшення доступу до споживачів навіть для невеликих компаній. Електронний маркетинг розвивається особливо швидко. Останнім нововведенням мережі Інтернет є розвиток соціальних мереж, таких як Facebook і MySpace. Тепер і готельні, і туристичні компанії беруть участь у них. Іншими словами, ефективний готельний менеджмент включає у себе однаковий облік економічних, екологічних та функціональних аспектів, а також капіталовкладень, витрат виробництва та якості процесів поряд із комфортом, здоров'ям і задоволенням потреб. Цей підхід міжнародних забудовників та інвесторів отримав назву the blue way. Поняття «блакитна стійкість», що з'явився в Україні відносно недавно, однак широко використовується спеціалістами готельного бізнесу, включає комплекс заходів щодо економії витрат, ефективного планування, підвищення рівня сервісу, переорієнтацію на

користь екологічних технологій. The blue way – це пакет послуг, у тому числі й у готельному господарстві, що формується відповідно до принципів енергоефективного та екологічного використання. При цьому екологічність, що характеризується поняттям green, входить у поняття the blue way.

Однією з популярних світових тенденцій готелів класу «бізнес» і «люкс» є залучення бізнес-туристів наявністю предметів мистецтва. Готельні оператори співпрацюють із провідними галереями і музеями, декоруючи холи, ресторани та номери предметами мистецтва та антикваріату, пропонуючи своїм клієнтам квитки на різнопланові виставки. Наприклад, готельний ланцюг Radisson Blu Edwardian (Англія, Лондон) співпрацює із Музеєм Вікторії та Альберта, пропонуючи клієнтам пакет, що включає розміщення, сніданок і квитки на виставку, присвячену легендарному музиканту Девіду Боуї. Популярний бізнес-готель Crowne Plaza Canberra у Відні пропонує квитки на виставки, які проходять у Національній галереї Австрії. У готелі Siam Kempinski Hotel Bangkok у Таїланді кожні три місяці змінюється експозиція картин місцевих художників, які виставляються паралельно з предметами мистецтва з колекції Музею тайського сучасного мистецтва, що налічує більше 4 тис. робіт [11].

Готель класу люкс Alexander, який відкрився у січні 2013 р. в штаті Індіанаполіс (США), відзначається вражаючими картинами та інсталяціями, наданими Музеєм мистецтв Індіанаполісу. Близько 40 робіт сучасних художників презентовано у приміщеннях готелю, 14 із них надано спеціально до церемонії відкриття. Готельні комплекси виставляють у своїх приміщеннях унікальні роботи Енді Ворхола, Сальвадора Далі і Пабло Пікассо, а також твори місцевих художників. Подібна практика спрямована на підвищення лояльності з боку клієнтів. Також поширеною всесвітньою практикою щодо розширення готельних послуг преміум-класу є концентрація на вузькому сегменті клієнтів для створення оригінального готельного продукту. Наприклад, у всьому світі зростає кількість готелів Women only. Перший подібний готель (Barbizon Hotel for Women) з'явився на початку XX ст. в Нью-Йорку. Цей готель «тільки для жінок» повинен був сприйматися як символ фемінізму. З 80-х років XX ст. радикальні правила були пом'якшені, у готелі змогли зупинитися всі бажаючі. Нині готель внесений до Національного реєстру історичних місць США [10]. Слід зазначити, що першопричина створення виключно жіночих готелів – ідея фемінізму – з часом поступилася місцем релігійному аспекту, який пов'язаний із правилами поведінки жінок в ісламському світі. У зв'язку із цим у 2007 р. саудівською принцесою було підтримано ініціативу місцевих бізнес-леді про відкриття особливого готелю Luhtan («Втеча в пошуках притулку») в Ер-Ріяді. Весь обслуговуючий персонал готелю теж жінки. Як зазначено на сайті booking.com, «чоловікам, парам і дітям не дозволяється перебувати в готелі».

У середині XX ст. в низці готелів з'явилися особливі готельні поверхи для жінок. Вони існують і зараз, наприклад у Grange City Hotel (Лондон), де 68 номерів, обладнані всіма необхідними предметами комфорту, виключно жіночі. У готелі Hampton Inn в Олбані (США) жінкам пропонують, окрім кави з печивом, м'які шкарпетки, зволожуючий крем, а також півгодинний сеанс масажу на масажному кріслі. Однак на вихідних чоловіки також можуть замовити номери на «жіночому» поверсі. Однією з найбільш вагомих жіночих вимог є гарантія абсолютної чистоти і гігієнічності.

Дослідження, показали, що великій кількості мандрівниць важливо, щоб до них у номері жили, користувалися сантехнікою і прибирали номер виключно жінки. Враховуючи це, у готелі Bella Sky Comwell (Копенгаген) у травні 2013 р. відкрився поверх з апартаментами виключно для жінок. Дещо по-іншому вирішили питання гігієни у Lady's First Hotel (Цюріх). Готель приймає всіх, однак SPA-салон – це територія, відвідування якої дозволено лише жінкам. Компанія Hyatt Hotels Corporation, вивчивши думки та ідеї своїх клієнтів серед різних категорій мандрівників, започаткувала зміни в готелях, завдяки яким клієнти зможуть отримувати послуги, зважаючи на індивідуальні потреби. Їх дослідження охопило більше 40 фокус-груп у всьому світі. Оскільки жінки все частіше подорожують, Hyatt сконцентрувала увагу на створенні умов, що враховують саме їхні інтереси, і запустила спеціальну програму, завдяки якій у готелі можна взяти напрокат або придбати необхідні предмети туалету та вжитку. Незважаючи на те що нові послуги зумовлені потребами жінок, усі гості зможуть скористатися перевагами від нововведень. Усі нововведення пройшли перевірку в декількох готелях Hyatt, вибраних як «лабораторії» спеціально для впровадження програми на глобальному рівні. У вітчизняних підприємствах ця послуга виявилася незатребуваною через непродуманість пропозицій та неграмотної маркетингової політики менеджерів готельної сфери.

Сучасний ринок готельних послуг є дуже динамічним, що спричинено необхідністю постійно відповідати на виникаючі запити клієнтів. Бізнес-туристи, яким необхідно зняти номер лише на декілька годин, стали основою появи на ринку нової послуги – денних готелів. Ділові люди, які приїхали в інше місто, відчувають потребу привести себе до ладу перед важливою зустріччю або просто відпочити після тривалого перельоту, а потім покинути готель. Уже більше десяти років цю послугу пропонують готелі при аеропортах; починаючи з 2010 р. така ідея поширилася серед міських готелів. Денних відвідувачів зазвичай просять виїхати до 18.00 або 19.00, щоб встигнути підготувати номери до вечір-

нього заїзду наступних відвідувачів. При цьому з відвідувача береться не погодинна оплата, а фіксована вартість номера за день. Примітно: незважаючи на те що таку послугу пропонують багато аеропортових готелів, до таких великих готельних мереж, як Holiday Inn, Ibis, Novotel, Hilton, Sheraton, на Інтернет-сайтах готелів можливість денного розміщення афішується рідко.

Існують спеціальні сайти для зручності туристів, яким необхідний денний перепочинок у готелі, такі як бельгійський Between9and5, у числі партнерів якого – готельні мережі Radisson, Hyaytt, Best Western, Marriott. У них можна забронювати «проживання» з ранку і до сьомої години вечора, а ціни залежать від завантаженості готелю в конкретний період та день.

Подібний по суті французький Dayuse-hotels, який співпрацює із 400 готелями в дев'яти країнах – від Італії до США – і безперервно розширює базу пропозицій. На цьому порталі можуть запропонувати також користуватися готельними номерами для тимчасових офісів або зберігання багажу.

Інший варіант короткочасного і бюджетного поселення у великих містах пропонують туристам капсульні готелі, що складаються з невеликих за розміром номерів. Простір у цих готелях є двох типів: спільний та індивідуальний, а обов'язкова вимога – великий суспільний простір. Хол, кімната відпочинку, бар, сауна, іноді й басейн існують спеціально для спілкування. Готелі-капсули є в Токіо, Йокогамі, Осаці, Голе, Саппоро. Найбільший капсульний готель Японії Green Plaza Shinjuku знаходиться у Токіо. Шестиповерхове приміщення містить 630 житлових капсул, установлених у два яруси. Довжина кожної кабіни, оснащеної централізованим кондиціонуванням, – 190 см, ширина – 90 см, висота – 100 см. Для зручності мешканців другого ярусу на стінах зроблено маленькі заступи.

Японська ідея капсул у Європі перетворилася з мінімалістичної на дизайнерську. Європейські капсульні готелі більше схожі на каюти сучасних круїзних лайнерів. При цьому капсульний готель – це безпосередній конкурент хостелів, які складаються з багатомісних номерів.

Велике значення в готельному бізнесі має визначення вірних оціночних критеріїв під час розроблення стратегії ціноутворення. Так, розвиток бюджетних готелів у світі безпосередньо пов'язаний із розвитком недорогих авіаперевезень (Low Cost): пасажири із середнім та низьким статками перетворилися на потенційних туристів, задовольнити запити яких можна лише двома способами: звести до мінімуму набір послуг або максимально зменшити площу номера. Так, власники компанії Yotel вирішили створити в європейських аеропортах невеликі обгороджені просторі номери-кабіни. Нині відкрито чотири готелі Yotel у Гатвіку (Лондон), Хітроу (Лондон), Схіпхолі (Амстердам) і Нью-Йорку з номерами площею 7–10 кв. м. Вони обладнані ліжком, письмовим столом, Wi-Fi, ТБ і невеликою ванною кімнатою. Їжа та напої надаються за потребою. Вартість проживання – від 50 євро за чотири години [9; 11].

На думку аналітиків, найбільше підходить для розвитку в регіонах України лідер у сфері бюджетних готелів – французька корпорація Accor, що включає у себе більше 3,5 тис. готелів, розташованих у 92 країнах світу. Готелі Accor працюють під різними брендами. Sofitel або Pullman, наприклад, представляють розкішні готелі 5* або навіть 5*+. Бренд Novotel об'єднує 3–4-зіркові готелі. У сфері економпослуг потрібно виділити також ланцюжок Ibis Budget, в активі якого – 492 готелі у Берліні, Мадриді, Парижі, Празі. У будь-якій точці світу Ibis Budget забезпечує схожі умови проживання за невисокими цінами. Основним каналом бронювання для Ibis по всьому світу є сайт ibishotel.com, що використовують більше 24 млн. осіб на рік.

До готелів зі специфічною концепцією і дизайном слід віднести і Bubble-готелі – готель-куля, що нагадує мильну бульбашку. Базовою ідеєю відкриття подібного готелю є прагнення дизайнера створити місце для тимчасового відпочинку. Розташований він у мальовничому місці на околицях Парижу і приваблює туристів тихим та затишним розташуванням, що дає змогу відчути себе ближче до природи. При цьому готель повністю відповідає усім прийнятим стандартам традиційних готелів, що забезпечує пожильців необхідними зручностями і комфортним проживанням.

Проект нового готелю-кулі ґрунтується на таких принципах: мінімум енергії, мінімум матеріалу, максимальний комфорт і максимальний вплив навколишнього середовища. Всі ці характеристики дають змогу готелю претендувати на звання екологічного готелю, заснованого на принципах дбайливого ставлення до природи і раціонального використання її ресурсів. Конструкція готелю-кулі не має жодних кутів і ребер жорсткості. Форма кулі підтримується завдяки повітрю, яке дає змогу створити всередині кулі приємну комфортну вологість. Найбільш просторі моделі колекції номерів – це Cristal Bubble і Bubble Room, які ідеально підійдуть для проживання великої родини.

Відкриття в Україні нових готельних об'єктів, у тому числі за участі іноземних інвесторів, свідчить про невпинний розвиток готельного бізнесу. Лідерами готельної сфери є Київ, Одеса, Львів. Окрім того, швидко розвивається готельна індустрія у Закарпатській, Івано-Франківській, Херсонській та Запорізькій областях. Очікується збільшення номерного фонду готелів за рахунок розвитку мережевих операторів у містах країни. При цьому найбільш активними операторами, які планують розвивати мережі в Україні, є Accor, Rezidor Hotels Group, Kempinski Hotels, Hilton Hotel Corporations.

Портфель Hilton, якщо всі заявлені проекти будуть реалізовані, планує приріст номерного

фонду на 916 номерів, французька мережа Accor має за мету вивести на ринок більше 2 500 номерів, а американська Inter Continental Hotel Group – збільшити свій номерний фонд на 1 000 номерів. Такі масштабні перспективи призведуть до значної зміни в структурі міжнародних операторів на українському ринку. Лідером до 2020 р. стане французька мережа Accor, яка, за прогнозами, займе 22% ринку проти 10% у 2017 р, змістивши з першого місця Inter Continental Hotel Group [5].

Висновки з проведеного дослідження. Розвиток вітчизняного ринку готельних послуг віддзеркалює основну сучасну практику та світові тенденції, а саме: впровадження інноваційних дизайнерських рішень; поліпшення стандартів обслуговування; формування унікального готельного продукту, орієнтованого на потреби вузького сегмента клієнтів; розвиток новітніх готельних послуг (денні й капсульні готелі); застосування принципів екологічності, зниження витрат, заощадження ресурсів тощо. Однак іноді українським підприємствам готельного бізнесу не вистачає ресурсів і продуманості маркетингової стратегії для досягнення ефективного управління готельним бізнесом, тому дослідження, адаптація та використання міжнародного досвіду інноваційних готельних концепцій є актуальними питаннями сфери готельних послуг в Україні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Булко О.С. Инновации в сфере услуг Республики Белорусь. Економічний вісник Донбасу. 2018. № 1. С. 137–142.

2. Галасюк К.А. Аналіз існуючих методик оцінки інноваційного потенціалу підприємств сфери послуг. Науковий вісник МНУ імені В.О. Сухомлинського. 2015. С. 98–102.

3. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід: монографія / М.П. Денисенко, Л.І. Михайлова, І.М. Грищенко, А.П. Гречан та ін.; за ред. д.е.н., проф., акад. М.П. Денисенка, д.е.н., проф. Л.І. Михайлової. Суми: Університетська книга, 2008. 1050 с.

4. Прогноз ВТО, приведенный в докладе «Туризм – панорама 2020» (Tourism: 2020-Vision). Доклады Всемирной туристической организации «Барометр мирового туризма» / UNWTO Tourism Barometer. Edition, 2016, 2017 (01). URL: http://www.unwto.org.

5. Холловей Дж.К., Тейлор Н. Туристический бизнес; пер. с 7-го англ. изд. К.: Знання, 2012. 798 с.

6. Фатхутдінов Р.А. Конкурентоспроможність організації в умовах кризи: економіка, маркетинг, менеджмент. М.: Маркетинг, 2002. 892 с.

7. Яхтер А. Підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства за рахунок упровадження інноваційної діяльності. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2015. Вип. 39(1). С. 132–137.

8. Balmer J.M., Thomson I. The shared management and ownership of corporate brands: the case of Hilton. Oxford, 2016. Vol. 34. № 4. P. 15–37.

9. Developments and challenges in the hospitality and tourism sector. Global Dialogue Forum for the Hotels, Catering, Tourism Sector (23-24 November 2017). Geneva, 2017. URL: https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm/public/eddialogue/sector/documents/meetingdocument/wcms_162202.pdf.

10. Official site of the organization The World Travel & Tourism Council. URL: https://www.wttc.org.

11. Tourisme international: les résultats des premiers mois 2018 sont supérieurs aux attentes. URL: http://media.unwto.org/fr/press-release/2018-06-25/tourisme-international-les-resultats-des-premiers-mois-2018-sont-superieurs.

REFERENCES:

1. Bulko O.S. (2018) Innovatsii v sfere uslug Respublika Belorus [Innovations in the service sector of the Republic of Belarus]. Ekonomichnyi visnyk Donbasu, № 1, p. 137–142.

2. Halasiuk K.A. (2015) Analiz isnuiuchykh metodyk otsinky innovatsiinoho potentsialu pidpryiemstv sfery posluh [An analysis of existing methods for assessing the innovation potential of service enterprises]. Naukovyi visnyk imeni V.O. Sukhomlynsokoho, no. 1, p. 98–102.

3. Denysenko M.P., Mykhailova L.I. (ed.) (2008) Investytsiino-innovatsiina diialnist: teoriia, praktyka, dosvid [Investment and innovation activity: theory, practice, experience]. Sumy: VTD “Universytetska knyha”.

4. WTO forecast, presented in the report “Tourism – panorama 2020» (Tourism: 2020 Vision). Reports of the World Tourism Organization Barometer of World Tourism, UNWTO Tourism Barometer. Edition, 2016, 2017 (01) Access mode: http://www.unwto.org.

5. Holloway J.K., Taylor N. (2012) Turisticheskiy biznes [Tourist business]. Kyiv. Knowledge.

6. Fatkhutdinov R.A. (2002) Konkurentospromozhnist orhanizatsii v umovakh kryzy: ekonomika, marketynh, menedzhment [Competitiveness of the organization in a crisis: economics, marketing, management]. Moskow: Vydavnycho-knyhotorhovyi tsentr “Marketynh”.

7. Yakhter A. (2015) Pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpryiemstv restorannoho hospodarstva za rakhunok uprovadzhennia innovatsiinoi diialnosti [Increasing the competitiveness of restaurants in the enterprise by introducing innovative activities]. Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu, Seriia: Ekonomichni nauky [Collection of scientific works of Cherkasy State Technological University, Series: Economic Sciences], vol. 39(1), p. 132–137.

8. Balmer J.M., Thomson I. (2016). The shared management and ownership of corporate brands: the case of Hilton. Oxford. Vol. 34. N 4. P. 15–37.

9. Developments and challenges in the hospitality and tourism sector. URL: https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm/public/eddialogue/sector/documents/meetingdocument/wcms_162202.pdf.

10. Official site of the organization The World Travel & Tourism Council. URL: https://www.wttc.org.

11. Tourisme international: les résultats des premiers mois 2018 sont supérieurs aux attentes. 2018. URL: http://media.unwto.org/fr/press-release/2018-06-25/tourisme-international-les-resultats-des-premiers-mois-2018-sont-superieurs.

Maliuga L.M.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Tourism,
Hotel and Restaurant Affairs,
Uman National University of Horticulture
Kozhukhivska R.B.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Tourism,
Hotel and Restaurant Affairs,
Uman National University of Horticulture

USE OF INTERNATIONAL EXPERIENCE IN IMPLEMENTATION OF INNOVATIONS IN THE FIELD OF THE HOTEL BUSINESS

The introduction of innovations in the hotel business is economically profitable and effective, provided they bring the hotel additional revenues, provide competitive advantages in the market, increase market share, reduce costs, improve the process of service, increase the efficiency of work of separate units and hotel in general.

In general, in Ukraine, the annual growth of the domestic tourist flow has grown, which has caused a boom in the construction of small hotels, especially in resort regions, as well as an increase in the number of hotels in international hotel chains in Kyiv, Kharkiv, and other major cities of the country, and the creation of domestic hotel chains.

Effective hotel management involves the same accounting of economic, environmental and functional aspects, as well as capital investment, production costs and quality of processes along with comfort, health and needs. This approach of international developers and investors is called “the blue way”.

One of the most popular international tendencies of hotels of the “business” and “luxury” class is the attraction of business tourists by the presence of art objects. Hotel operators cooperate with leading galleries and museums, decorating halls, restaurants, and rooms with art and antiques, offering their clients tickets for diverse exhibitions. For example, the Radisson Blu Edwardian hotel chain (England, London) collaborates with the Victoria and Albert Museum, offering customers a package that includes accommodation, breakfast, and tickets for the show dedicated to musician David Bowie. The popular business hotel Crowne Plaza Canberra in Vienna offers tickets to exhibitions in the National Gallery of Australia. Siam Kempinski Hotel Bangkok in Thailand changes the exposition of paintings by local artists, exhibited in parallel with the art objects from the collection of the Thai contemporary art museum, which has more than 4,000 works every three months. Also, the widespread worldwide practice of expanding premium hotel services is concentration on a narrow segment of clients to create the original hotel product. For example, the number of hotels Women only grows around the world.

Business tourists, who need to take a room for only a few hours, became the basis for the emergence of a new service in the market – day-care hotels. There are special sites for the convenience of tourists who need a daytime rest in the hotel, such as the Belgian Between9and5, among which partners – hotel chains Radisson, Hyatt, Best Western, Marriott. Another option for short-term and budget settlements in large cities is offered for tourists by capsular hotels, which consist of small-sized rooms.

The opening of new hotel facilities in Ukraine, including the participation of foreign investors, testifies to the steady development of the hotel business. The leaders of the hotel industry are the cities: Kyiv, Odesa, Lviv. In addition, the hotel industry is rapidly developing in the Transcarpathian, Ivano-Frankivsk, Kherson, and Zaporizhzhia regions. Thus, the number of hotel rooms is expected to increase due to the development of network operators in the cities of the country. At the same time, the most active operators planning to develop networks in Ukraine are Accor, Rezidor Hotels Group, Kempinski Hotels, Hilton Hotel Corporations.