

УДК 549.41.

Рижкова І. О.

аспірант

Харківського державного університету харчування та торгівлі

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ В СФЕРІ ІННОВАЦІЙ

У статті проаналізовано розвиток готельного господарства в Україні та вплив інновацій на нього, було встановлено, що інновації виступають в якості стимулу для подальшого розвитку готельного бізнесу, дають змогу підприємствам не тільки займати лідируючі позиції у своїх ринкових сегментах, але й відповідати світовим стандартам готельного обслуговування.

Ключові слова: інновації, готельне господарство, сегменти, світові стандарти, підприємства.

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток туристичної галузі в Україні висуває підвищені вимоги до стану матеріально-технічної бази вітчизняних готелів та якості готельного сервісу, що в свою чергу залежать від ефективності інноваційних процесів.

Напередодні проведення в Україні чемпіонату Європи з футболу Євро-2012 готельній індустрії вкрай необхідні інновації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми інноваційного розвитку готельних підприємств є малодослідженими.

Значною мірою це пов'язано з тим, що довгий час туристсько-рекреаційний комплекс залишався на периферії наукового спостереження.

В процесі аналізу теорії і практики управління підприємствами готельного бізнесу були використані праці І.В. Зоріна, Н.І. Кабушкіна, В.О. Квартальнова, В.С. Новікова та ін.

Формування цілей статті. Проаналізувати розвиток підприємств готельного господарства України та виявити вплив інновацій на нього.

Виклад основного матеріалу. В економічній літературі інноваційну діяльність часто пов'язують з впровадженням результатів наукових досліджень і розробок в практику. Проте зміст поняття «інновація» більш широкий.

Готельне господарство являє собою галузь економіки, розвиток якої забезпечує значні бюджетні надходження, сприяє підвищенню зайнятості населення, а також зростанню рейтингу держави та її окремих міст у світовому господарстві.

Виходячи з перспективи проведення чемпіонату Європи з футболу у 2012 році в містах України, цей розвиток набуває дедалі більшого значення. Згідно вимог УЄФА країна, що приймає чемпіонат з футболу, має належним чином підготувати готельну інфраструктуру.

Однак, на сьогоднішній день в сфері готельного господарства спостерігається ціла низка проблем, зокрема недостатня кількість готелів. Так, у нашій країні на тисячу жителів доводиться лише 2,9 готельних місця (при нормі 10 місць на 1000 осіб). Для порівняння в Москві цей показник дорівнює 9,3, в Парижі – 38,4, у Відні - 26. До того ж більша частина наявних готелів була побудована у 70-80 роках, які потребують значних капіталовкладень на реконструкцію.

Тож, низький рівень насичення та високий попит на готельні послуги зумовлює високі ціни на проживання в українських готелях та іноді перевищує у 2-3 рази вартість проживання в готелях аналогічного рівня країн Європи [4].

Значною проблемою для багатьох українських готелів та місць для тимчасового проживання є неспроможність забезпечити високоякісне комплексне обслуговування клієнтів. Такий стан справ в значній мірі пов'язаний з відсутністю сучасних стандартів з управління якістю готельних послуг.

Однією зі значних проблем готельних підприємств є недостатня кількість та неналежний рівень підготовки кадрів. Сьогодні в українських готелях та

інших закладах розміщення зайнято близько 120 тис. осіб. Підготовку кадрів для туристичної галузі та готельного господарства здійснюють 146 навчальних закладів, з них лише шість є класичними навчальними закладами туристичного спрямування з повноцінними тренувальними базами практики.

Загалом в навчальних закладах на різних формах навчання щорічно готують близько 6500 спеціалістів для сфери туризму та готельного господарства (40% спеціалісти готельного господарства). Згідно світової практики функціонування 10 готельних номерів мають забезпечувати від 4 до 20 спеціалістів[4].

З метою покращення діяльності та забезпечення належної підготовки до футбольного чемпіонату у 2012р. можна виділити основні напрями розвитку готельного господарства:

- будівництво нових сучасних готелів та за необхідності реконструкція існуючих готельних об'єктів;
- спеціалізація готельного бізнесу;
- диверсифікація готельних послуг;
- автоматизація управління діяльністю готелю;
- підвищення рівня професійності працівників готелів;
- глобалізація та концентрація готельного бізнесу.

Слід зазначити, що будівництво нових готелів потребує створення сприятливого кредитного та інвестиційного середовища, поліпшення податкової системи, спростування процедур отримання дозволів на будівництво.

Сфера інновацій всеосяжна, вона не тільки охоплює практичне використання науково-технічних розробок та винаходів, але й включає зміни в продукті, процесах, маркетингу, організації. Інновація виступає в якості фактора зміни, як результат діяльності, втілений в новий або вдосконалений продукт, технологічні процеси, нові послуги та нові підходи до задоволення соціальних потреб [2,4].

Інновації в готельному бізнесі є економічно доцільними та ефективними за умови, якщо 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 в цілому.

Ми відокремили чотири види інновацій, що мають місце в готельному бізнесі: продуктові, маркетингові, ресурсні та організаційні.

Продуктові інновації спрямовані на створення нових послуг та впровадження нових технологій обслуговування: застосування сучасних клінінгових технологій (дозування миючих засобів, низькотемпературна побутова хімія); встановлення енергозберігаючих технологій (автоматичні системи опалення, вентиляції та подачі води); використання екологічних матеріалів (постільна білизна з антибактеріальними і бактерицидними властивостями); ароматехнологія тощо.

Маркетингові інновації пов'язані з появою технологій дистрибуції в електронних системах бронювання, що дозволяють в режимі on-line керувати процесом бронювання.

Ресурсні інновації передбачають застосування електронної системи управління готелем та системи планування ресурсів підприємства[2,3].

Організаційні інновації пов'язані з розвитком готельного підприємства в системі та структурі управління: новітні методики навчання персоналу, купівля готельної франшизи.

Наступальна стратегія пов'язана з прагненням підприємства досягти технічного й ринкового лідерства шляхом створення та впровадження нових товарів та послуг.

Така стратегія передбачає постійну орієнтацію підприємства на світові досягнення науки й техніки, наявність наукових розробок, що фінансуються та здійснюються самим підприємством, швидке реагування та пристосування до нових технологічних можливостей.

Захисна стратегія спрямована на утримання конкурентної позиції підприємства на існуючих ринках. Даної стратегії дотримується більшість підприємств, які уникають надмірного ризику.

Вони прагнуть рухатися на крок позаду від «новаторів» та впроваджують інновації лише заздалегідь впевнившись у їх перспективності.

Імітаційна стратегія використовується підприємствами, які не є піонерами у випуску на ринок тих або інших нововведень, але долучилися до їх виробництва, придбавши у фірми-піонера ліцензію. Деколи імітація може відбуватися й без дозволу фірм-лідерів, тобто піратським способом.

Залежна стратегія відзначається тим, що характер інноваційних змін на підприємстві залежить від політики інших фірм, які виступають як основні у коопераційних технологічних зв'язках. «Залежні» підприємства не роблять самостійних спроб змінити свою продукцію, оскільки вони тісно пов'язані з вимогами, що висуває до неї провідне підприємство.

Стратегія «ніші» є реакцією керівництва на зовнішні сигнали ринку чи інституційного середовища. Інноваційна діяльність тут полягає у пошуку інформації щодо можливостей знаходження особливих ніш на існуючих ринках товарів та послуг, що мають споживача з нетиповим, але значущим різновидом потреб.

Традиційна стратегія передбачає вдосконалення форм обслуговування існуючої продукції, тому їй також притаманні риси інноваційної поведінки. Виробництво товарів стає традиційним внаслідок закріплення за ним певних інноваційних форм на тривалий період його «життєвого циклу» [1,3].

Тому, якщо підприємство на підставі ретельного аналізу ринкової ситуації та стану конкурентів цілком впевнено у сталості ринку та споживчих перевагах своєї продукції, воно може свідомо дотримуватися традиційної стратегії.

На наш погляд, саме традиційну інноваційну стратегію розвитку обирає переважна більшість вітчизняних готельних підприємств, намагаючись постійно вдосконалювати якість обслуговування.

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 нововведення.

Висновки. 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.

Список використаних джерел:

1. Інноваційний менеджмент: навч. посібник / Н.В. Краснокутська. – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с.
2. Новиков В.С. Инновации в туризме / В.С. Новиков. – М.: ИЦ «Академия», 2007. – 208 с.
3. Управління інноваціями в сучасній організації / під ред. В.А. Євтушевського. – К.: Нічлава, 2006. – 359 с.
4. Федулова Л.І. Менеджмент організацій / Л.І. Федулова. – К.: Лібра, 2007. – 484 с.

РЫЖКОВА И. А. РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА УКРАИНЫ В СФЕРЕ ИННОВАЦИЙ

В статье проанализировано развитие гостиничного хозяйства в Украине и влияние инноваций на него, было установлено, что инновации выступают в качестве стимула для дальнейшего развития гостиничного бизнеса, позволяют предприятиям не только занимать лидирующие положения в своих рыночных сегментах, но и соответствовать мировым стандартам гостиничного обслуживания.

Ключевые слова: *инновации, гостиничное хозяйство, сегменты, мировые стандарты, предприятия.*

**RYZHKOVA I.O. DEVELOPMENT OF UKRAINE BUSINESS HOTEL
IN INNOVATION**

In article the development of the hotel industry in Ukraine and the impact of innovation on it. It was found that innovation act as a stimulus for further development of the hotel business, allow businesses to not only occupy a leading position in its market segment but also meet international standards of hotel service.

Keywords: innovation, hospitality, segments, global standards of the company