

відбувається у все більшій кількості галузей, підприємству потрібен динамічний і раціональний шлях, щоб бути попереду.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Рачкован О. Д. Фактори, що впливають на адаптивність підприємств торгівлі / О. Д. Рачкован // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер. : Економічні науки. - 2014. - № 5. - С. 76-80.
2. Строкович Г.В. Адаптивність як основа довгострокового функціонування підприємства / Ганна Віталіївна Строкович // Вчені зап. Харк. гуманіт. ун-ту "Нар. укр. акад.". – Х., 2013. – Т. 19. – С. 347-354
3. Турко М. О. Теоретичні підходи до визначення категорії "економічна адаптивність підприємства" / М. О. Турко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2014. - № 6(1). - С. 38-41.
4. Ячменьова В. М. Сутність понять «адаптація» та «адаптивність» / В. М. Ячменьова, З. О. Османова // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2010. – № 684 : Проблеми економіки та управління. – С. 346–353.

Баланова Т.В.,

Викладач кафедри іноземних мов

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Голик О.К.

Студентка інституту економіки та бізнес-освіти

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Balanova T.V.

Lecturer at the Department of Foreign Languages

Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University

Holyk O.K.

Student at the Institute of Economics and Business Education

Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University

**ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ – ОСНОВА РОЗВИТКУ
СУЧАСНОГО ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ**

INNOVATIVE TECHNOLOGIES AS THE BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF THE MODERN HOTEL BUSINESS

Важливою складовою туристичної діяльності є готельне господарство. Розвиток вітчизняного та міжнародного туризму значною мірою пов'язується з рівнем матеріально-технічної бази, розгалуженістю та різноманітністю мережі, якістю обслуговування в готельному господарстві. Саме підприємства готельного господарства виконують одну з основних функцій у сфері обслуговування туристів: забезпечують їх сучасним житлом і побутовими послугами [1, с. 224].

Світове господарство нараховує близько 350 тис комфортабельних готелів, що налічують більш ніж 14 млн номерів (26 млн місць). При цьому кількість номерів щорічно зростає в середньому на 3–4 %. На початку п'ятдесятих років практично сформувався сучасний готельний ринок і бізнес. Тоді тільки випробувався досвід надання великими компаніями дрібним власникам права виступати на ринку від їхнього імені й під їхнім прапором.

В англійській мові подібні взаємини великого й дрібного бізнесу називаються *franchising*. Нині старі готельні марки запекло борються на готельному ринку. З одного боку, ніхто не зможе заперечувати, що такі імена, як Best Western, Holiday Inn, Howard Johnson або Quality Inn уже міцно урізалися на згадку практично кожного постійно подорожуючого, але й багато готелів, над якими розвиваються прапори цих готельних мереж, так само старі, як і самі ці бренди, що саме головне, виглядають відповідним чином [1, с. 226].

Розвиток готельного господарства в Україні сьогодні стримується низкою чинників: економічна криза; недоліки в роботі фінансово-банківської системи; обмежена платоспроможність населення; недосконала податкова система. Законодавчо-правова база не відповідає вимогам сьогодення, немає інструкцій та інших нормативних документів, які були б логічно взаємопов'язані і не суперечили один одному. Слід відзначити відсутність необхідної інфраструктури, відповідних сервісних умов, що, в свою чергу, позначається на рівні якості обслуговування туристів. Стан сфери послуг не відповідає потенційним можливостям держави, яка має все для розвитку туристичної інфраструктури: природні умови; історико-культурні ресурси; трудові та матеріальні ресурси [1, с. 226].

Барабаш Є. В. розглядає готельний бізнес як багатоплановий, а управління ним – складне трудомістке завдання, що потребує впровадження нових технологій. Управління будь-яким бізнесом сьогодні неможливе без активного використання інновацій. Перелік 6 найбільш високотехнологічних прогресів сьогодення:

1. Готелі, номери яких оснащені новітніми панелями Grow, які кріпляться на зовнішній стороні фасаду і акумулюють енергію сонця і вітру. Температура і вологість в будівлях регулюється за допомогою водоспаду у внутрішньому критому дворіку – атріумі. Величезна скляна стіна періодично відкривається, щоб в приміщення проникав свіжий морський бриз.

2. Окрім інноваційних сантехнічних рішень – наприклад, щоб наповнити ванну, вода ллється зі стелі, в готелях також є «безшумні електронні дверні дзвінки». Обслуговуючий персонал натискає на кнопку дзвінка біля ваших дверей, і у вашому номері включається інфрачервоний сканер. Якщо він фіксує якийсь рух, з'являється електронний сигнал «не турбувати» і службовець йде, щоб прийти пізніше.

3. Як тільки людина входить до готелю, вона стає одним з персонажів відео, що транслюється у вестибюлі і містить кадри з 2400 встановлених в готелі камер. Тут немає ключів і номерів на дверях, тільки iPhone. Кожному відвідувачеві видається телефон від Apple з технологією розпізнавання, за допомогою якого постоялець може потрапити у свій номер. З iPhone можна подзвонити консьержу, вийти в Інтернет і проглянути заздалегідь завантажену туристичну інформацію.

4. У деяких готелів, встановлений 24-дюймовий iMac, який виконує функцію «центру розваг».

5. Дійсно практичне рішення для постояльців чоловіків – дзеркало для гоління, яке не запітніває. Воно розташовано у ванній кімнаті у всіх номерах.

6. Орієнтоване на юних мандрівників, готелі організують внутрішнє співтовариство Pod Community Blog, відкрите для тих, хто забронював номер. Це дозволяє постояльцям і майбутнім постояльцям обмінюватися інформацією, ставити питання один одному [4].

Юрченко О. у своєму дослідженні здійснила аналіз еволюції готельного бізнесу, що відбулася внаслідок впровадження інноваційних технологій. Основними тенденціями його розвитку є: 1) утворення міжнародних готельних ланцюгів; 2) поглиблення спеціалізації

готельних закладів; 3) розвиток мережі малих підприємств; 4) введення комп'ютерних технологій тощо [5].

Конкурентне середовище в готельному бізнесі приводить до постійного підвищення вимог клієнтів до якості обслуговування, що вимагає від менеджменту закладу вміння швидко адаптуватися до нових умов і відповідати на численні виклики ринку. Ефективність роботи будь-якого закладу сфери гостинності значною мірою залежить від спроможності задовольнити потреби найвибагливіших клієнтів, що можливо за рахунок побудови високоефективної системи управління персоналом на інноваційних засадах.

Оскільки персонал готелю безпосередньо контактує з клієнтами та ефективність цієї комунікації впливає на кінцеву оцінку якості надання послуг, центр ваги технологій управління повинен зміститись від традиційного стимулювання праці до уважного та ретельного ставлення до особистостей працівників, розкриття їхньої індивідуальності та продуманої мотивації роботи. За ознаками інтелекту, психологічної толерантності, ввічливості, моральної відповідальності та сумлінного виконання своєї роботи персонал готелю в системі управлінських рішень посідає провідну позицію [2, с. 143].

Рижкова І. О. виділяє 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.

Організаційні інновації пов'язані з розвитком готельного підприємства в системі та структурі управління: новітні методики навчання персоналу, купівля готельної франшизи [3].

Отже, беручи до уваги наведений матеріал, вважаємо за доцільне зазначити, що інновації в готельному бізнесі, особливо в сучасних умовах господарювання, виступають одним з основних факторів, що суттєво впливає на підвищення рівня конкурентоспроможності продукції на вітчизняному та світовому ринках готельних послуг.

ЛІТЕРАТУРА:

1. 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.
2. Снігур, Х. А. Впровадження інноваційних технологій в систему управління персоналом готельного закладу / Х. А. Снігур // Бізнес Інформ. – 2014. – № 10. – С. 143–147.
3. Рижкова, І. О. Розвиток підприємств готельного господарства України в сфері інновацій / І. О. Рижкова // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – № 1. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_1_91.
4. Барабаш, Є. В. Інноваційні технології в готельному бізнесі [Електронний ресурс] / Є. В. Барабаш // Матеріали конференції «Перспективные научные исследования – 2014». – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/barabash.htm.
5. Юрченко, О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі / О. Юрченко // Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини. – 2014. – Вип. 34. – С. 292–301.

¹Баннікова С.О.,

доцент кафедри економічної кібернетики,

²Безрук М. В.

студентка кафедри товарознавства та торговельного підприємництва,

^{1,2}Київський національний торговельно-економічний університет

¹Bannikova S.O.

associate professor, department of economic cybernetics,

²Bezruk M.V.

student of department of commodity and commercial activities,

^{1,2}Kyiv National University of Trade and Economics