

УДК 338.48

## ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ, ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Шаповалова О.М.

### INNOVATIVE ACTIVITY AS A BASIS FOR IMPROVING COMPETITIVENESS HOSPITALITY

Shapovalova O.

*В статті розкрито значення інновацій в готельно-му сервісі та їх вплив на розвиток туризму. Виявлені чинники, що впливають на подальший розвиток готельного господарства в сфері послуг України.*

**Ключові слова:** готельні інновації, готельні послуги, готельне господарство, інноваційна діяльність, готельна індустрія, готельний бізнес.

**Вступ.** 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.

Основними якісними показниками, що відображають економічну ефективність підприємства готельного господарства, його фінансовий стан, успіхи та можливості у виконанні розробленої програми економічного та соціального розвитку є прибуток і рентабельність. До законодавства України внесено зміни згідно яких, тимчасово, строком на 10 років, починаючи з 1 січня 2011р., звільняється від оподаткування прибуток підприємств, отриманий ними від надання готельних послуг у готелях категорій «п'ять зірок», «чотири зірки» та «три зірки» у разі, якщо такі готелі (у тому числі новозбудовані чи реконструйовані або в яких проведено капітальний ремонт чи реставрація існуючих будівель і споруд) були введені в експлуатацію до 1 вересня 2012р. [1]. В умовах ринкової економіки, з переходом готелів на самофінансування, будь-яке підприємство готельного господарства може існувати тільки за умови прибуткової, рентабельної діяльності. Готельне підприємство своїми грошовими ресурсами має забезпечити всю свою експлуатаційну діяльність, розвиток і технічне вдосконалення матеріально-технічної бази, соціальне та матеріальне заохочення працівників. Тому підприємствам готельного господарства для того, щоб вижити, необхідно правильно визначити свою стратегію та тактику поведінки на ринку та систематично проводити управління діяльністю підприємства з метою підвищення ефективності діяльності та отримання прибутку.

Актуальність даної теми полягає в тому, що в

даний час в нашій в країні індустрія гостинності розвинена не належним чином. Рівень обслуговування туристів в підприємствах готельного господарства не відповідає світовому рівню. Підприємства готельного господарства потребують значного оновлення своїх послуг. Саме тому в даний час вирішальне значення в забезпеченні ефективності готельного підприємства відіграють інновації. Проблеми інноваційного розвитку готельних підприємств є малодослідженими. Готельні інновації продовжують аналізуватися лише у вузькому спектрі додаткових послуг, які може зробити готель своїм клієнтам, а її інвестиційний розвиток продовжує залишатися за межами комплексного економічного аналізу. В умовах підвищеного попиту на послуги розміщення для різних категорій туристів незмірно зростає потреба в дослідженні інноваційного розвитку з погляду організації інноваційних процесів у середині підприємства і їхньої державної підтримки, обґрунтування критеріїв новизни при впровадженні інвестиційних проектів у готелях різної категорії, формування й використання інвестиційних ресурсів. Дотепер у регіональній економіці недостатньо враховуються й реалізуються інвестиційні можливості для розвитку рекреаційно-туристського комплексу, засобів розміщення, особливо, готелів.

Таким чином, актуальність статті визначається: відсутністю системних досліджень інноваційного розвитку готельних підприємств; недостатньою вивченістю процесів інвестування інновацій у системі інфраструктурних підрозділів засобів розміщення рекреаційно-туристського комплексу.

**Аналіз останніх досліджень.** Для дослідження проблеми інноваційного розвитку готельної індустрії досліджувалися фундаментальні основи впровадження заходів науково-технічного прогресу, його економічна сутність, взаємозв'язок з підприємницькими процесами. Це обумовило звертання до праць Й. Шумпетера, К. Оппенлендера, П. Ф. Друкера, А. И. Анчишкіна, Н. Кондратьєва, М. Делягіна, Д. И. Кокурина, Ю. В. Яковца. Проблеми інвестиційного розвитку підприємств різних галузей економіки представлені в працях В.М. Аньшина, В.С. Барда, И.А. Бланка, В.А. Колоколова, Р.А. Фатхутдінова. Однак у перерахованих джерелах проблеми інноваційного розвитку готельних підприємств або одержували непряме висвітлення, або не висвітлювалися взагалі. Недостатня вивченість процесів впровадження ін-

новацій і інвестиційного розвитку готельних підприємств, готельних послуг, фрагментарне й неповне висвітлення цієї проблеми в наукових публікаціях визначили вибір теми дослідження, її ціль, завдання.

Питання ефективності інновацій підприємств готельного господарства в своїх працях розглядали такі автори, як Балабанов І.Т., Забалдіна Ю.Б., Аніпін В. М., Данильченко І. В., Ільдеменов С. В., Завлін П.Н., Ільєнкова С. Д. та інші.

**Метою статті** є визначення особливостей інноваційної діяльності у сфері послуг готельного господарства, основних напрямків та чинників, що впливають на інноваційну діяльність підприємств готельного господарства.

**Результати дослідження.** Готельне господарство є однією з складових туристської індустрії. Матеріальна база, що призначена для розміщення туристів, посідає одне з перших місць при формуванні туристичної інфраструктури, бо якість проживання та відповідне обслуговування рішуче впливають на рівень туристичного сервісу. Готельна індустрія стає швидко зростаючим бізнесом, що приносить значні грошові надходження, в тому числі валютні. Вітчизняна готельна галузь стає невід'ємною складовою світового готельного господарства.

Такий швидкий темп інтеграції до європейського суспільства пояснюється зручним географічним положенням України (розташована в центрі Європи на перехресті транзитних шляхів) та не менш швидким зростанням українського бізнесу, що також активізує приїзд до нашої країни бізнесменів та людей у справах з різних куточків світу. Тому саме зараз стає актуальним питання відновлення та приведення готельного господарства країни до європейських стандартів. З підвищенням ділової активності країни зростає потреба й у більшій кількості готелів, оскільки першим питанням, яке незмінно виникає перед кожним приїжджим, є «де зупинитися в незнайомому місті?»

Україна може пишатися значним рекреаційним потенціалом, історико-культурною базою, природним багатством територій та традиційно-культурною спадщиною. Але щоб задовольнити всі потреби європейського споживача цього замало. Потрібно забезпечити комфортність проживання, високу якість обслуговування та створити такі умови, щоб людям хотілося повертатися на відпочинок до нашої держави. Щоб справити позитивне враження на відвідувачів України потрібно усунути основні перешкоди розвитку готельного господарства і зробити це в максимально короткі строки.

До основних недоліків готельної індустрії на даний час можна віднести багато економічних і законодавчих чинників. По-перше, в нашій державі кількісно не вистачає готелів високого рівня обслуговування. Здавалося б, основна рекреаційна база є і вкладати кошти для інвесторів було б вигідно та через несприятливу державну політику та складність виходу на ринок будівництво нових готельних комплексів перетворюється на довгу та нудну процедуру,

яка включає: проблематичну можливість отримання земельної ділянки під будівництво через необхідність отримання великої кількості дозволів та повноважень; велику кількість трансакційних витрат, які становлять іноді майже половину капіталовкладень. Показник забезпеченості готелями в Україні низький (при нормі 10 місць на 1000 осіб в Україні є лише 2,9 готельних місця (для порівняння: у Москві - 9,3; у Санкт-Петербурзі - 6,4; у Парижі - 38,4; у Відні - 25,6) [2].

По-друге, ціни не відповідають рівню якості готельних послуг. Вартість проживання в українських готелях в 2-3 рази перевищує вартість проживання в готелях аналогічного рівня країн Європи, що зумовлено неналежним державним регулюванням цієї сфери.

По-третє, в Україні готельна індустрія характеризується низьким рівнем конкуренції. На сьогодні в Україні існує лише один національний мережевий готельний оператор - Premier-Hotels, до складу якого входять сім готелів. Інші готелі існують в індивідуальному порядку та функціонують самостійно і без чіткого централізованого керування. Ще однією суттєвою проблемою для розвитку готельного господарства є низька кваліфікація персоналу. Створення законодавчих актів є основою для розвитку готельної індустрії в економічному, правовому та соціальному аспектах. Після отримання незалежності в Україні почали запроваджуватися програми розвитку готельного бізнесу, проекти будівництв нових об'єктів готельного господарства.

Ще в 1995р. було прийнято Закон «Про туризм» [3], який був гарним поштовхом для розвитку цієї галузі, а також ряд інших нормативних актів щодо регулювання туристичної діяльності. Закон України «Про туризм» містить статтю 18, яка носить назву «Сертифікація і стандартизація у сфері туристичної діяльності», а про категорії об'єктів туристичної інфраструктури йдеться у статті 19 зазначеного Закону: «Встановлення категорій об'єктів туристичної інфраструктури». Необхідно зазначити, що сертифікація готельних послуг вже передбачена чинним законодавством України, а саме: Законом України «Про підтвердження відповідності», Декретом Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію та сертифікацію» (№ 46-93 від 10.05.1993), Правилами обов'язкової сертифікації готельних послуг, затвердженими Держстандартом (№ 37 від 27.01.1999).

За 12 років існування Правил обов'язкової сертифікації послуг з тимчасового розміщення категорію отримали лише 503 засоби розміщення. Водночас переважна кількість готелів по категоризацію ще досі не звернулася. Таке співвідношення переконливо свідчить про неефективність раніше впровадженої системи категоризації. Крім того, ця процедура не відповідає вимогам щодо оперативності та прозорості, що викликало обґрунтовані нарікання суб'єктів підприємницької діяльності. Загалом брак категорії у засобах розміщення негативно впливає на якісні параметри ринку готельних послуг в Укра-

їні і заважає свідомому вибору їх споживачем. Отже Держтуризмкурортом на виконання Закону України «Про внесення змін до статті 19 Закону України «Про туризм» розроблено проект постанови Кабміну, яким передбачено інноваційний прозорий механізм встановлення категорії на основі принципів дерегуляції, а також вільного доступу споживачів до інформації про готель.

Індустрія гостинності - це індустрія, що працює на благо людей. Це - потужний механізм, що активно функціонує та розвивається, вимагаючи при цьому максимальної підтримки з боку держави та більших інвестицій. Індустрія гостинності є найважливішим елементом соціальної сфери. Вона відіграє важливу роль у підвищенні ефективності громадського виробництва, та відповідно, росту життєвого рівня населення. Гостинність як науковий термін визначає систему заходів та порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших побутових, господарських і культурних запитів гостей туристських підприємств, їх запобігливого обслуговування, надання низки послуг. Термін «гостинність» введений в 1982 р. на конференції національних асоціацій готелів і ресторанів ЄЕС.

В Україні на даний час функціонує 2573 сертифікованих готелі, з яких 503 мають категорію: «п'ять зірок» - 15; «чотири зірки» - 77; «три зірки» - 215; «дві зірки» - 100; «одна зірка» - 96; 2070 готелів - не мають категорії.

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 заклопують боротьбу 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.

З іншого боку, більше молоді готельні компанії й марки, навпроти, не можуть похвалитись подібним реноме на готельному ринку, їхні назви маловідомі, але вони володіють новими сучасними готелями, побудованими з врахуванням останніх архітектурних і технологічних досягнень, що є значною перевагою в боротьбі за клієнта. Деякі фахівці готельної справи, такі, наприклад, як Патрик Форд, президент відомої в США корпорації Lodging Econometrics Hotel realty, вважають, що для переважної більшості споживачів слово «новий» має магичне значення й найчастіше визначає результат конкурентної боротьби. Форд

упевнений, що якщо говорити про марки, сорти, імена, товарних знаках у глобальному аспекті, а не тільки стосовно до готельного бізнесу, то зовсім очевидно, що такі споживчі асоціації мають універсальний характер: нове й свіже, безперечно, краще старого, що встиг ґрунтовно набриднути клієнтові. Для підтримки конкурентоздатності готельної марки необхідно мати реальну програму відновлення. Бажано надавати готельній мережі кредити, пільги й бонуси для здійснення різних поліпшень і нововведень, а також підвищувати стандарти якості й установлювати більше тверді вимоги до їхнього дотримання всіма готелями мережі. Сьогодні готельні марки мають використовувати можливості економіки, що розвивається швидкими темпами, й пропонувати ринку нові продукти й послуги. Зараз для готельних марок існують унікальні шанси якими неможливо не скористатися. Беручи до уваги готельний ринок, який так інтенсивно змінюється й розвивається, в результаті появи на ньому нових «імен», а також розширення й інтеграції всесвітньо відомих мереж. Це нове та актуальне, і особливо корисно для визначення перспективних напрямків розвитку готельної індустрії України, з використанням досвіду світових брендів, чия історія та аналіз діяльності послугують прикладом для вітчизняних готелів.

Розвиток готельного господарства в Україні сьогодні стримується низкою чинників: економічна криза; недоліки в роботі фінансово-банківської системи; обмежена платоспроможність населення; недосконалість 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.

Орієнтиром у роботі приведення готельного сектора до міжнародних стандартів є рекомендації, затверджені у листопаді 1989р. секретаріатом Всесвітньої туристичної організації (ВТО). У сучасній економіці з'явилися тенденції до швидкого розвитку туристичних послуг. Новий статут одержали готельні послуги, критерієм якості яких став принцип гостинності.

Прийняття нової редакції закону про туризм дозволяє не лише створити професійну систему в сфері формування і продажі туристичного продукту, але й сформувати основи діяльності всіх засобів розміщення, закласти фундамент для розвитку всіх складників туристичної індустрії. Бізнес відповів на ініціативи влади будівництвом десятків нових готелів в усіх регіонах країни, формуванням першої вітчизняної готельної мережі, створенням аквапарків і розважальних центрів, збільшенням в багатьох ре-



гіонах об'ємів обертань у внутрішньому та в'їзному туризмі.

Важливо зауважити, що останнім часом як вітчизняні так і зарубіжні інвестори виявляють зацікавленість можливостями вкладень в туристичну інфраструктуру країни. У зв'язку з усіма вказаними факторами необхідно для більшої інформативності наявних та потенційних інвесторів, споживачів, теперішніх та майбутніх фахівців та професіоналів, а також для вдосконалення комплексного розвитку індустрії відтворити повний огляд організацій та робітників, які працюють на створення нового іміджу України в частині надання туристичних послуг, послуг розміщення та харчування.

Готельний бізнес України сприятиме презентаціям регіональних інвестиційних ідей та проєктів, пропозиціям готелів, ресторанів для потенційних інвесторів, розвитку франчайзних мереж, інвестуванню в рекреаційний і санаторно-курортний сектор, формуванню маркетингових систем, рекламно-інформаційному забезпеченню, а саме: владні структури представників державних організацій, асоціації, які безпосередньо приймають участь у створенні стратегії розвитку галузі; органи, які сприяють розвитку індустрії гостинності; керівників засобів розміщення, підприємств харчування; керівників туристичних організацій; відомих фахівців та професіоналів галузі; осіб та організацій, які сприяють забезпеченню готелів та ресторанів товарами та послугами.

Разом з тим існуюча інфраструктура туризму ще не відповідає вимогам міжнародних стандартів. У більшості готелів відсутні сучасні засоби зв'язку та комунікацій, конференц-зали з відповідною аудіовізуальною технікою та технічними засобами для синхронного перекладу.

Подальший розвиток готельного господарства неможливий без сучасного обладнання і новітніх технологій, про що нагадує девіз Всесвітньої туристської організації: «Технологія і природа - два актуальних аспекти розвитку туризму на початку двадцятого століття». Це стосується насамперед інформаційних технологій, ефективних і надійних систем захисту, без чого неможливо досягти високого рівня якості послуг.

Послуги підприємства гостинності мають видозмінюватись відповідно до потреб і запитів гостей.

Кількість готелів в Україні порівняно з туристськими країнами світу незначна. У Великій Британії, наприклад, функціонує близько 260 тис. готелів. У країнах Європи число великих готелів становить 15-25 % загальної кількості готельних господарств, 75-85 % - мотелі та готелі сімейного типу. За даними аналізу структури готельного господарства України, такі форми готельного господарства, як мотелі, кемпінги, молодіжні бази, надзвичайно поширені в інших країнах, в Україні практично не розвинуті. Як свідчить міжнародний досвід, саме такі підприємства могли б дати істотний поштовх розвитку галузі та створенню додаткової кількості робочих місць.

**Висновок.** У наш час готельна індустрія яв-

ляє собою галузь із високим рівнем конкуренції. Всі частіше ми стаємо свідками того, як відкриваються новий ресторан або готель. Нові концепції створюються з метою максимально повного задоволення потреб певних груп споживачів. Підприємства створюються, а через якийсь час частина з них не витримує конкуренції й виходить із бізнесу. У готельному господарстві слово «сервіс» означає систему мір, що забезпечують високий рівень комфорту, що задовольняють найрізноманітніші побутові, господарські й культурні запити гостей.

Важливим відповідальним завданням для готелів є створення репутації підприємства високої якості обслуговування. Висока якість обслуговування гостей забезпечується колективними зусиллями працівників всіх служб готелю, постійним і ефективним контролем з боку адміністрації, проведенням роботи з удосконалювання форм і методів обслуговування, вивчення й впровадження передового досвіду, нової техніки й технологій, розширенню асортименту і вдосконаленню якості наданих послуг.

В умовах сьогоденної конкуренції підприємства індустрії гостинності, якщо вони хочуть вижити, не можуть більше опиратися на традиційні, неефективні, консервативні форми культури виробництва.

Згідно даним Всесвітньої туристичної організації, щорічно компанії, що займаються міжнародним туризмом, збільшують свої доходи на 9%. Крім того, з кожним роком росте на 4% і кількість міжнародних туристів. У цілому інтерес до динаміки розвитку готельного бізнесу з усіх боків проявляють банки, страхові компанії, будівельні компанії, навіть великі гравці туристичного ринку - усі будують свої готелі. Останнім часом в Україні спостерігається бурхливий ріст внутрішніх і іноземних інвестицій у розвиток готельної сфери.

Чинне законодавство України нечітко визначає готельне господарство, його належність до сфери туристських послуг та відомче підпорядкування. Тому для розвитку готельного господарства України, підвищення попиту на ринку споживання готельних послуг, створення і входження на ринок малих готельних підприємств доцільним є розробка проєкту Закону України про розвиток готельного господарства. Положення Закону мають визначити правові, економічні та організаційні засади створення і подальшого розвитку конкурентних відносин на цьому ринку.

При проведенні інноваційної діяльності в готельному комплексі особлива увага повинна приділятися підвищенню рівня гостинності. Без відчуття, що про неї піклуються, людина, що переступила поріг туристичного підприємства, є скоріше споживачем, ніж гостем, скоріше прохачем, чим постійним покупцем, скоріше неживим предметом, чим людиною. Гостинність як добрі особисті відносини персоналу до клієнтів, часто забувається і стає втраченим мистецтвом. Пояснення цьому шукають чи у поведженні службовців, чи в ігноруванні потреб клієнтів, чи в більшій зацікавленості керівників туристичних

підприємств в збільшенні прибутку.

Для збереження своїх позицій на ринку підприємство гостинності має впроваджувати передові технології, шукати нові форми в умовах зовнішнього середовища, що постійно змінюється.

### Література

1. Закон України від 08.07.2010р. № 6309 «Про внесення змін до деяких законів України щодо розвитку та підготовки готельної інфраструктури до проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу».

2. Туризм і ресторанный бізнес: сучасні тенденції та перспективи розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф.: [тези доповідей]/ відп. ред. А.А. Мазаракі.-К.: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2009. - 350 с.

3. Закон України «Про туризм» від 15.09.95р. № 324 у редакції Закону України від 18.11.2003р. № 1282 //Вісник Верховної Ради України, 2004р.- ст. 23.

4. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес.- Ростов на Дону, «Феликс», 2004.

5. Захарин С. Почему невыгодно строить гостиницу или что ждёт рынок гостиничной недвижимости в Украине//Зеркало недели. -№ 45 (724) 29 ноября — 5 декабря 2007.

6. Лесник А.Л., Чернышев А.В. Организация и управление гостиничным бизнесом. Учебник. -М.: Изд. дом «Альпина», 2001.

7. Морозов Ю.П. Инновационный менеджмент: Учебное пособие для вузов. -М.: ЮНИТИ-Диана, 2001. -446с.

8. Сенин В.С., Денисенко А.В. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения: Учебное пособие. -М.: Финансы и статистика, 2006. -144с.

9. Филипповский Е.Е., Шмарова Л.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства.- М.: «Финансы и статистика», 2003.

10. Чернышев А.В. Гостиничная индустрия: проблемы теории и практики технологии управления.-М., 2000.

11. Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме.- М.: «Финансы и статистика», 2002.

12. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки: Закон України від 9 січня 2007р. № 537 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/537-16>.

13. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент/ Н.В. Краснокутська.- К.: КНЕУ,2005.- С. 504.

14. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів (проектів) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.gov.ua>.

15. Севастьянова С.А. Регіональне планування розвитку туризму й готельного господарства: навчальний посібник / С.А. Севастьянова. - М.: КНОРУС, 2007.- 250с.

### References

1. Zakon Ukraini vid 08.07.2010r. № 6309 "Pro vnesennja zmin do dejakih zakoniv Ukraini shhodo rozvitku ta pidgotovki gotel'noї infrastrukturi do provedennja v Ukraini final'noї chastini chempionatu Evropi 2012 roku z futbolu".

2. Turizm i restorannij biznes: suchasni te-ndencii ta perspektivi rozvitku: materialy mizh-nar. nauk.-prakt. konf.: [tezi dopovidej]/ vidp. red. A.A. Mazaraki.-K.: Kiiv. nac. torг.-ekon. un-t, 2009. - 350 s.

3. Zakon Ukraini «Pro turizm» vid 15.09.95r. № 324 u redakcii Zakonu Ukraini vid 18.11.2003r. № 1282 //Visnik Verhovnoi Radi Ukraini, 2004r.- st. 23.

4. Volkov Ju.F. Vvedenie v gostinichnyj i turisticheskij biznes.- Rostov na Donu, «Fe-likс», 2004.

5. Zaharin S. Pochemu nevygodno stroit' gostinicu ili chto zhdjot ryнок gostinichnoj ne-dvizhimosti v Ukraine// Zerkalo nedeli. -№ 45 (724) 29 nojabrja — 5 dekabrja 2007.

6. Lesnik A.L., Chernyshev A.V. Organiza-cija i upravlenie gostinichnym biznesom. Ucheb-nik. -M.: Izd. dom «Al'pina», 2001.

7. Morozov Ju.P. Innovacionnyj menedzh-ment: Uchebnoe posobie dlja vuzov. -M.: JuNITI-Diana, 2001. -446s.

8. Senin V.S., Denisenko A.V. Gostinich-nyj biznes: klassifikacija gostinic i drugih sredstv razmeshhenija: Uchebnoe posobie. -M.: Fi-nansy i statistika, 2006. -144s.

9. Filippovskij E.E., Shmarova L.V. Jeko-nomika i organizacija gostinichnogo hozjajstva.- M.: «Finansy i statistika», 2003.

10. Chernyshev A.V. Gostinichnaja industrija: problemy teorii i praktiki tehnologii uprav-lenija.-M., 2000.

11. Jankevich B.C., Bezrukova N.L. Marke-ting v gostinichnoj industrii i turizme.- M.: «Finansy i statistika», 2002.

12. Pro osnovni zasady rozvitku informa-cijnogo suspil'stva v Ukraini na 2007-2015 roki: Zakon Ukraini vid 9 sichnja 2007r. № 537 [Elektro-nnij resurs]. – Rezhim dostupu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/537-16>.

13. Krasnokuts'ka N.V. Innovacijnij mene-dzhment/ N.V. Krasnokuts'ka.- K.: KNEU,2005.- S. 504.

14. Strategija innovacijnogo rozvitku Ukra-їni na 2010-2020 roki v umovah globalizacijnih viklikiv (proektiv) [Elektro-nnij resurs]. – Re-zhim dostupu: <http://www.zakon.gov.ua>.

15. Sevast'janova S.A. Regional'ne planu-vannja rozvitku turizmu j gotel'nogo gospodarst-va: navchal'nij posibnik / S.A. Sevast'janova. - M.: KNORUS, 2007.- 250s.

*В статті розкрито значення інновацій в готельно-му сервісі і їх вплив на розвиток туризму. Виявлені чинники, що впливають на подальший розвиток готельного господарства в сфері послуг України.*

*Ключові слова: готельні інновації, готельні послуги, готельне господарство, інноваційна діяльність, готельна індустрія, готельний бізнес.*

*In the article the values of innovations in hotel service and their influence are exposed on development of tourism. Found out factors which influence on subsequent development of hotel economy in the sphere of services of Ukraine.*

*Keywords: hotel innovations, hotel services, hotel economy, innovative activity, hotel industry, hotel business.*

**Шаповалова Олена Миколаївна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Луганськ).

**Рецензент:** Заблодська Інна Володимирівна, доктор економічних наук, професор, директор Луганського філіалу Інституту економіко-правових досліджень НАН України (м. Луганськ).