

УДК 338.48.

О. М. Шаповалова,
к. е. н., доцент, доцент кафедри обліку і аудиту,
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, м. Луганськ
С. С. Козьякова,
к. е. н., доцент, доцент кафедри туризму та готельного господарства,
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, м. Луганськ

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ПОСЛУГ НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

E. Shapovalova,
c. of e. s., associate professor, associate professor of department of account and audit, Skhidnoukrainskiy national university of the name of Volodymyr Dalya, m. Lugansk
S. Kozyakova,
c. of e. s., associate professor, associate professor of department of tourism and hotel economy, Skhidnoukrainskiy national university of the name of Volodymyr Dalya, m. Lugansk

ANALYSIS OF INNOVATIVE ACTIVITIES IN THE SPHERE OF SERVICES ON THE EXAMPLE OF HOSPITALITY MANAGEMENT

У статті розглянуто проблеми готельного господарства і шляхи підвищення його ефективності. Проаналізовано діяльність сфери послуг, у тому числі готельного господарства.

The article considers the problems of hospitality management and ways to improve its effectiveness. The activity sphere of services, including hotel management.

Ключові слова: інноваційна діяльність, інноваційна сфера, готельне господарство, послуги, інноваційна активність, інноваційна політика, інноваційні процеси.

Key words: innovative activity, innovative sphere, hotel economy, services, innovative activity, innovative policy, innovative processes.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Вибір інноваційної поведінки соціоекономічних систем різного рівня (підприємств, науково-технічних альянсів, регіонів, держави) визначається рівнем знань про можливості інновацій, тенденції прискорення їхнього впливу на зміни навколишнього середовища, здатність до поширення, забезпечення ефективності і конкурентоспроможності економічної діяльності, розвиток соціосистем.

Починаючи з 60-х років, валове виробництво товарів і послуг у розвинених країнах подвоюється кожні 15 років, нині періоди подвоєння зменшуються. Високорозвинені країни, і перш за все США, Японія, деякі країни Європи, перейшли до згортання суто промислових виробництв у традиційному їх розумінні і швидкими темпами розвивають високотехнологічні інтелектуальні галузі. Це науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи, управління фінансовими ринками, розширення сфери послуг, інформатика, медицина, оптимізація процесів освіти, дослідження навколишнього середовища.

Під впливом інноваційних процесів відбувається прискорення структурних зрушень у всіх сферах. Вони постійно реорганізуються, утворюються нові галузі, види діяльності, підприємства, економічна орієнтація яких змінюється — від виробництва товарів до виробництва послуг.

Актуальність даної теми полягає в тому, що українська інноваційна сфера ще не має належної привабли-

вості для вітчизняних та зарубіжних інвесторів. Інноваційно-активними галузями залишаються сировинні та енергетичні галузі, нафтогазова промисловість, чорна металургія, електроенергетика, вугільна промисловість. Сьогодні основним джерелом фінансування є кошти підприємства.

Відзначається спонтанність і безсистемність організації інновацій як окремих підприємств, так і цілих галузей промисловості. Прогнозування та оцінка результатів інноваційних процесів є найбільш слабкою ланкою інноваційної діяльності на малих підприємствах. Технічні інновації оцінюються на рівні здорового глузду, коли відсутні серйозні економічні розрахунки інноваційної діяльності.

Економічний аналіз структури експортного потенціалу України показує недостатній розвиток наукоємних підприємств та неконкурентоздатність продукції, послуг на світовому ринці. З цих позицій особливу актуальність набуває наукове обґрунтування основних напрямків державної політики формування та нарощування в стислі терміни інноваційного потенціалу. Необхідна реалізація стратегії інноваційного прориву, котра будується на інших постулатах і передбачає інші наслідки. Загальною закономірністю розвитку економіки та її матеріально-технічної бази є інноваційне оновлення використовуємих технологій і виробляємої продукції як основи економічного росту та задоволення потреб у різноманітних і якісних товарах і послугах.

Особливо очевидним і пріоритетним це стає в умовах формування постіндустріального суспільства, заснованого на знаннях, тобто інноваційного за своїм характером. Основою освоєння і поширення інновацій служать інвестиції в основний капітал, адже тільки на базі додавання інвестиціям інноваційного характеру можна забезпечити фінансову базу для інноваційного прориву, конкурентоспроможність товарів та послуг. Орієнтація на принципово нові технології дозволить здійснити модернізацію економіки на сучасній науково-технічній базі, замінити фізично і морально застарілі основні фонди у всіх сферах економіки на новітні ефективні технологічні системи, що забезпечують збереження ресурсів і підвищення конкурентоспроможності продукції.

Формування ефективного механізму реалізації стратегії інноваційного прориву дозволить на ділі здійснювати стратегічно-інноваційну функцію держави у ринковій економіці. Необхідно зробити все для інноваційного прориву України, визначивши перспективні інноваційно-ринкові ніші, де технологічний прорив може дати найбільший ефект, виходячи з потреб економічного та соціального розвитку країни і її місця в глобальному просторі.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Ці проблеми відображені у низці сучасних публікацій М. Пересічного, А. Магалецького, Р. Лозинського та ін. Проблеми розвитку туристичної діяльності, зокрема готельного господарства, досліджували І. Бочан, Д. Яровий, С. Клубчук, О. Мартин, Н. Каипов та ін. Проте в економічній літературі недостатньо уваги приділено аналізу готельного господарства як однієї з галузей туристичної діяльності та шляхам підвищення конкурентоспроможності вітчизняного готельного продукту.

Різні аспекти проблеми інноватики відображені в численних публікаціях як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників. Серед зарубіжних науковців цю проблему розробляли Й. Шумпетер, Г. Менш, Б. Твіс, К. Фрімен, Р. Фостер, А. Кляйнкнехт, Е. Менсфілд, Р. Уотерман, А. Анчишкіна, С. Ільєнкова, А. Пригожин та інші. В Україні питаннями інноваційного розвитку як на рівні підприємств, так і економіки в цілому займалися Ю. Бажал, В. Василенко, В. Геєць, В. Грінюв, С. Ілляшенко, Н. Краснокутська, І. Павленко, Л. Федулова та інші.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є оцінювання розвитку інноваційної діяльності в сфері послуг, дослідження динаміки інновацій у реалізації послуг готелями населенню.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕНЬ

Інновації у наш час — одне з найскладніших явищ, яке визначає економічне зростання, розвиток і стійкість фінансово-господарської діяльності будь-якого підприємства. За своєю сутністю "інновація" є синонімом нововведення і дефініціюється як творчий процес у вигляді створення нових споживчих вартостей, застосування яких вимагає, щоб користувачі змінили звичайні стереотипи діяльності, навички. У більш широкому розумінні — це прогресивні техніко-технологічні, соціально-економічні зміни, нововведення у фінансовій, науково-дослідницькій та інших сферах, поява нових способів виробництва, видів

продукції та послуг, освоєння нових ринків збуту, будь-яке вдосконалення, що забезпечує економію витрат або створює умови для такої економії. Тобто інноваціями є кінцевий результат інтелектуальної діяльності (науково-технологічних досліджень, науково-технологічних відкриттів і винаходів та наукових ідей) у вигляді нового об'єкта (системи, технології, обладнання, товарів і послуг) або у вигляді об'єкта, що якісно відрізняється від попереднього аналога.

Інновації вважаються засобом, який бізнес застосує для того, щоб вистояти в умовах високої конкуренції, впоратися з уповільненням темпів зростання і зниження рентабельності. Інновації по суті своїй — це нововведення, які підвищують ефективність наявних систем (конкретна компанія, бізнес і економіка в цілому, освіта та людський розвиток). Інновація полягає не тільки в новій ідеї, скільки в реалізації цієї ідеї.

Готельний бізнес є одним з основних складових економіки України. Ефективне функціонування сфери гостинності є індикатором позитивних змін в економіці держави, важливою передумовою інтенсифікації міжнародних зв'язків та інтеграції країни у світове співтовариство. В умовах радикальних перетворень і ринкових методів господарювання, що відбуваються за останні роки, в Україні потрібен комплексний розвиток і формування готельного комплексу, а також індустрії туризму і розваг. Однією з головних передумов розвитку готельного бізнесу є створення сприятливого інвестиційного клімату та пошук джерел фінансування для будівництва нових та реконструкції вже діючих підприємств. Планомірний і повномірний розвиток неможливий без істотних інвестицій в діяльність цієї сфери.

До тенденцій розвитку підприємств індустрії гостинності, що набули розвитку за останні десятиліття, належать: поглиблення спеціалізації готельної та ресторанної пропозиції; утворення міжнародних готельних ланцюгів; розвиток мережі малих підприємств; упровадження в індустрію гостинності нових комп'ютерних технологій. Останній час поряд із традиційними повносервісними готелями все більш з'являються підприємства зі скороченим набором послуг і страв. Спеціалізація може бути найрізноманітнішою. Готелі можуть орієнтуватися на обслуговування представників сегмента туристичного ринку. Ресторани все більш спеціалізуються на виготовленні національних страв. Величезну популярність набули ресторани швидкого обслуговування та інші. Поглиблення спеціалізації підприємств гостинності взаємопов'язане зі створенням міжнародних ланцюгів, що мають велике значення в розробці та впровадженні високих стандартів обслуговування. В Україні сьогодні функціонує 2573 сертифікованих готелі, з яких 503 мають категорію: "пять зірок" — 15; "чотири зірки" — 77; "три зірки" — 215; "дві зірки" — 100; "одна зірка" — 96; 2070 готелів — не мають категорії.

Проте за кількістю готелів Україна відстає від розвинених країн Європи. Нормою вважають, коли населений пункт забезпечений такою кількістю готельних місць, яка становить 1% від загальної кількості його населення. За останні три роки темпи приросту закладів готельного господарства в Україні досягли приблизно 8%, ресторанного — 12%. Інтерес до розвитку готельного бізнесу з боку іноземних інвесторів пояснюють

низькою конкуренцією на вітчизняному ринку. Рентабельність чотири- та п'ятизіркових готелів перевищує 40%. Низькі темпи будівництва нових готелів дали змогу готейлерам завищувати ціни на 30—50%, порівняно із західноєвропейськими столицями. Середня вартість готельного номера в Києві становить 203 євро за добу, що перевищує вартість проживання в готелях Нью-Йорка, Парижа, Рима та інших міст.

Отже, разом із потребою у готелях вищого класу актуальною є проблема якості послуг, що надаються. Низка готелів не є сертифікованими. Проте навіть у сертифікованих готелях кількість зірок не відповідає ні національним, ні міжнародним вимогам. Це спричинено тим, що існуюча національна система сертифікації готелів має недоліки. Формально в Україні застосовують європейську кваліфікацію оцінювання готелів, адаптовану до наших умов. Однак методологія оцінювання в кожному випадку інша. Не завжди враховують вимоги до якості устаткування і оснащення готелю, а також рівень підготовленості персоналу.

Як тенденцію, необхідно зазначити те, що між готелями відбувається боротьба переважно за іноземних і заможних вітчизняних туристів. Повною мірою задовольнити попит на найбагатших туристів можуть мініготелі, яких в Україні не вистачає, та тризіркові готелі, які можуть надати невеликі, але хороші кімнати з непоганим сервісом не тільки вітчизняному, а й іноземному туристу. Не вирішеною є проблема чіткого законодавчого визначення місця готельного бізнесу в туристичній сфері, його відомчого підпорядкування. На законодавчому рівні необхідно обумовити правові, економічні та організаційні аспекти створення і розвитку конкурентного середовища на ринку сфери гостинності.

Враховуючи важливість володіння інформацією про готельний ринок, необхідно створення загальноміської моніторингової системи — системи взаємного інформування, що дає змогу аналізувати інтерактивні відносини між готелем, конкурентами, ринком, завдяки чому готельне підприємство постійно може знати дійсну ціну, за якою надавати послуги і добре орієнтуватись на ринку. Це дасть змогу розробляти конкурентні карти готельного ринку, що сприятиме розробці та реалізації міських цільових програм із розвитку готельного господарства, координації діяльності всіх закладів готельного типу, розвитку інвестування. Для вдосконалення регулювання розвитку готельного господарства як на рівні регіонів, так і загалом в країні, необхідно здійснювати аналіз готелів за ширшою, комплексною системою показників. Висока якість обслуговування — основа конкурентоспроможності готельного господарства. Для цього необхідним є забезпечення постійного навчання персоналу культурі поведінки та світовим стандартам обслуговування. Інформованість персоналу — одна з умов отримання прибутку. Важливо створити чіткі стандарти поведінки, що базуються на культурі та моральних вимогах до персоналу, які повинні бути зафіксовані в інформації, розміщеній в номерах та в "Пам'ятці службовця". Актуальним є оволодіння працівниками готелів іноземними мовами, психологією, етикою спілкування і поведінки. Це потребує підготовки фахівців для готельного бізнесу в провідних навчальних закладах країни, бажано зі стажуванням за кордоном. Важливим ефективним

механізмом управління готелем є впровадження і використання комп'ютерної техніки і технологій, зокрема міжнародних, національних і корпоративних автоматизованих систем бронювання готельних послуг.

Проблему створення інфраструктури гостинності з сучасним рівнем комфорту, зокрема для приймання ділових туристів, можна вирішити шляхом створення національних готельних союзів із поступовим їх входженням у міжнародні готельні корпорації. Доцільним є широке запровадження франчайзингу. Поглиблення спеціалізації та впровадження високих стандартів обслуговування у національній сфері гостинності необхідно пов'язувати зі створенням традиційних у світовій готельній індустрії корпоративних форм — міжнародних готельних ланцюгів. Український ринок готельних послуг є перспективним. Одночасно спостерігаються проблеми, як на рівні держави, так і на рівні кожного конкретного готельного комплексу. Система інноваційного менеджменту в готельному господарстві повинна передбачати необхідність виконання певних дій, пов'язаних з розробкою науково-технічних прогнозів. Прогнозування дозволить передбачати можливість появи тих чи інших результатів у майбутньому і повинно являти собою науково обгрунтоване судження про можливий стан організації і її середовища, про альтернативні шляхи і терміни його здійснення. Зменшення обсягу реалізації послуг залежить від постійного підвищення собівартості та зменшення купівельної спроможності замовників, "цінової боротьби" між конкурентами, рекламної політики підприємств, високої конкуренції в галузі, кредиторської та дебіторської заборгованості підприємств. Саме тому необхідно формувати механізми виведення підприємств на нові етапи реалізації готельних послуг.

Підвищення ефективності діяльності готельного господарства повинно ґрунтуватися на досягненнях науки і техніки, передового вітчизняного і закордонного досвіду, підвищенні технологічного рівня й організації виробництва, його ефективності, якості продукції і всієї діяльності. Таким чином, основною задачею організаційно-технічного розвитку є забезпечення прискорення впровадження перерахованих вище елементів у діяльність підприємств у рамках стратегічних і тактичних планів. Комплексне планування розвитку і підвищення ефективності діяльності повинне знаходити висвітлення в плані організаційно-технічного розвитку підприємств, показниках ефективності виробництва послуг і планах капітальних вкладень і капітального будівництва (інвестицій). Також потрібно розвивати створення нових послуг обслуговування, до складу яких входить використання нових технологій в ресторанному господарстві, використання сучасної техніки в прибиранні кімнат, при пранні та в хімчистці. Також потрібно розширювати додаткові послуги: перукарня, басейн, сауна, солярій, спортивні спорудження та інші.

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

Таблиця 1. Діяльність підприємств сфери послуг за видами економічної діяльності за 2010—2012 рр.

Рік	Усього обсяг реалізованих послуг, млн грн.	У тому числі обсяг реалізованих послуг готелів		Усього обсяг реалізованих послуг населенню, млн грн.	У тому числі обсяг реалізованих послуг готелів	
		млн грн.	питома вага, % до всього реалізованих послуг		млн грн.	питома вага, % до всього обсягу послуг реалізованих населенню
2010	203228,5	2720,5	1,34	53628,4	1976,0	3,68
2011	257969,5	3458,5	1,34	63918,4	2486,3	3,89
2012	296664,1	3743,7	1,26	72130	2521,4	3,50

Успішність діяльності готельної індустрії на ринку визначається рівнем її конкурентоспроможності, що багато в чому залежить від стратегії підприємств. У свою чергу, стратегія готельної індустрії визначається його потенціалом: різними внутрішніми (забезпечення різними ресурсами) і зовнішніми (конкуренти, постачальники ресурсів, попит) факторами, а також запланованими цілями розвитку підприємств й наявними в них можливостями їхнього використання й досягнення.

Інноваційна діяльність є фактично єдиним засобом, що забезпечує підтримку рівня конкурентоспроможності будь-якої економічної системи. Інноваційна діяльність представляє істотну умову виживання будь-якого підприємства або більш складної економічної системи в конкурентній боротьбі, а її масштаби й характер гарантують їх успішний розвиток.

Одним з основних недоліків вітчизняної організації інноваційної діяльності є неефективна робота маркетингових підрозділів. Для підтримки конкурентоспроможності товарів та послуг необхідні стратегічна й тактична програми розвитку бізнесу, постійне дослідження споживчого ринку, тобто дії, що визначають оперативні й зважені управлінські рішення. Саме в такому підході закладений успіх розвитку будь-яких підприємств, незалежно від їх національної й галузевої приналежності, так само як і місцезнаходження, і підвищення конкурентоспроможності вироблених ними продуктів, послуг.

Більшість закордонних підприємств направляють у цей час основні інвестиції на вдосконалення механізмів прийняття управлінських рішень: інформатизацію, постійне прогнозування споживчого ринку, маркетингові й логістичні розробки по просуванню продукції (послуг) й схеми керування, спрямовані на зниження витрат, пов'язаних з діяльністю підприємства.

В Україні положення в даній сфері найкраще характеризують наступні цифри. За січень-грудень 2010 р. обсяг послуг, реалізованих споживачам підприємствами сфери послуг, становив 203,2 млрд грн., що у порівнянних цінах на 2,9% вище рівня відповідного періоду минулого року. У грудні 2010 р. обсяг послуг, реалізованих споживачам підприємствами сфери послуг, становив 19,8 млрд грн., що на 7,2% вище (у порівнянних цінах) рівня відповідного місяця минулого року. Обсяг послуг, реалізованих підприємствами м. Києва, Одеської та Дніпропетровської областей, становив більше половини (51,5%) загального обсягу реалізованих послуг.

За січень-грудень 2011 р. обсяг послуг, реалізованих споживачам підприємствами сфери послуг, становив 258,0 млрд грн., що у порівнянних цінах на 19,0% вище рівня відповідного періоду минулого року. У се-

редньому за звітний період на одну особу було реалізовано послуг на 5643,4 грн. У грудні 2011 р. обсяг послуг, реалізованих споживачам підприємствами сфери послуг, становив 26,2 млрд грн., що на 22,7% вище (у порівнянних цінах) рівня відповідного місяця минулого року. У структурі обсягу реалізованих послуг майже половину (46,6%) склали послуги транспорту,

пошти й зв'язку, більше третини (35,9%) — послуги з проведення операцій з нерухомим майном, оренди, інжинірингу та надання послуг підприємцям. Обсяг послуг, реалізованих підприємствами м. Києва, Одеської та Дніпропетровської областей становив більше половини (53,2%) загального обсягу реалізованих послуг.

За січень-грудень 2012 р. обсяг послуг, реалізованих споживачам підприємствами сфери послуг, становив 296,7 млрд грн., що у порівнянних цінах на 8,7% вище рівня відповідного періоду минулого року. У середньому за звітний період на одну особу було реалізовано послуг на 6506,2 грн. Проте споживання послуг жителями різних регіонів України неоднакове і коливалося в межах від 1738,7 грн. на одну особу у Чернівецькій області до 38979,1 грн. в м. Києві. У грудні 2012 р. обсяг послуг, реалізованих споживачам підприємствами сфери послуг, становив 27,4 млрд грн., що на 0,3% вище (у порівнянних цінах) рівня відповідного місяця попереднього року. Майже половина загального обсягу послуг припадала на послуги різних видів транспорту, пошти й зв'язку, більше третини (38,9%) — склали послуги з проведення операцій з нерухомим майном, оренди, інжинірингу та надання послуг підприємцям. Обсяг послуг, реалізованих підприємствами м. Києва, Одеської та Донецької областей, становив більше половини (55,0%) загального обсягу реалізованих послуг.

Як видно з таблиці 1, обсяг реалізованих послуг готелів, починаючи з 2010 р., щорічно збільшувався. Так, у 2011 р. порівняно з 2010 р. їх обсяг збільшився на 738 млн грн. (на 27,13%), а у 2012 р. порівняно з 2011 р. на 285,2 млн грн. (на 8,25%). Обсяг реалізованих послуг у 2012 р. збільшився на 1023,2 млн грн. (37,61%). Закономірністю є збільшення обсягу послуг, реалізованих населенню. У 2011 р. порівняно з 2010 р. їх обсяг збільшився на 510,3 млн грн. (25,82%), а у 2012 р. порівняно з 2011 р. на 26,1 тис. грн. (1,05%), тобто зменшилися темпи росту у 2012 р. порівняно з 2011 р. щодо обсягів реалізації послуг, так і обсягів послуг, реалізованих населенню.

Питома вага обсягу реалізації послуг готелів у 2011 р. порівняно з 2010 р. не змінилася, а у 2012 р. порівняно з 2011 р. зменшилася на 0,08%.

Питома вага обсягу реалізації послуг готелів населенню у 2011 р. порівняно з 2010 р. збільшилася на 0,21%, а у 2012 р. порівняно з 2011 р. зменшилася на 0,39%. Питома вага обсягу реалізації послуг готелів у 2012 р. порівняно з 2010 р. скоротилася на 0,08%, а питома вага обсягу реалізації послуг готелів населенню скоротилася на 0,18%, що є негативним в діяльності сфери послуг.

Таблиця 2. Аналіз інвестицій в діяльність готелів за 2010—2012 рр.

Рік	Освоєно інвестицій в основний капітал, млн грн.	У тому числі в діяльність готелів, млн грн.	Питома вага освоєних інвестицій в діяльності готелів, %
2010	171091,9	1623,9	0,95
2011	238174,6	2934,7	1,23
2012	263727,7	1106,8	0,42

Дані таблиці 2 свідчать, що в Україні освоєння інвестицій в основний капітал має тенденцію до щорічного зростання. Так, за 2011 р. освоєно інвестицій в основний капітал більше на 67082,7 млн грн. (39,21%), а у 2012 р. порівняно з 2011 р. більше на 25553,1 млн грн. (10,73%). З 2010 р. по 2012 р. освоєно інвестицій в основний капітал більше на 92635,8 млн грн. (54,14%). Обсяг освоєння інвестицій в діяльність готелів у 2011 р. збільшився на 1310,8 млн грн. (80,72%), а у 2012р. порівняно з 2011 р. зменшився на 1827,9 млн грн. (-62,29%). За період з 2010 р. по 2012 р. зменшення 517,1 млн грн. (-31,84). Відповідно змінювалася питома вага освоєння інвестицій в готельне господарство. Темпи приросту освоєння інвестицій в готельне господарство у 2011 р. порівняно з 2010 р. перевищують темпи росту освоєння інвестицій в основний капітал по Україні на 41,51% (80,72% — 39,21%), але у 2012 р. порівняно з 2011 р. спостерігаються темпи зниження освоєння інвестицій в основний капітал готельного господарства (-62,29%), тобто знизилася їх інноваційна активність.

Основні витрати підприємств дотепер направляються на енергоресурси, сировину й матеріали, частково на устаткування, а не на маркетинг і логістику. Таким чином, нинішня ситуація обумовлює вибір підприємств на користь поточного, а не перспективного споживання. Для забезпечення конкурентних переваг готельної індустрії на ринку рекомендується формування стратегії розвитку господарюючого суб'єкта, для розробки якої використовується один із двох наступних підходів. По-перше, це ринковий підхід з аналізом зовнішнього середовища підприємств, а, по-друге, ресурсний підхід з аналізом сильних і слабких внутрішніх сторін підприємств. Ці підходи засновані на активному використанні досягнень маркетингової теорії, але орієнтованість у них різна. Перший зосереджений на діях, які забезпечать успіх підприємств в стратегічній перспективі, другий — у тактичному періоді.

ВИСНОВОК

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. Інновації виступають стимулом для подальшого розвитку готельного бізнесу, дають змогу підприємствам не тільки займати лідируюче положення у своїх ринкових сегментах, але й відповідати світовим стандартам готельного обслуговування. Інноваційний підхід в готельному бізнесі може зводитися до використання не лише прогресивних інформаційних технологій і випуску нових послуг, але і цілого комплексу нововведень, що зачіпають усі сфери в області управління (управління якістю, фінансами, персоналом). При

цьому найбільш ефективною інноваційна політика підприємства буде у разі одночасного впровадження різних типів інновацій.

На кожному підприємстві існує набір стандартних технологій по здійсненню поточних операцій і обслуговуванню гостей. Але їх наявність не забезпечує підприємству конкурентних переваг.

Тому керівництво кожного великого готелю намагається знайти нові технологічні розробки для своїх проєктів. Ще кілька років тому такі технологічні нововведення були пов'язані з можливими змінами в проведенні операції без втручання комп'ютерних технологій, то зараз цей процес немислимий без останніх новітніх розробок в області інформатики. На ринку з'являється безліч автоматизованих систем управління, які дозволяють полегшити роботу персоналу і зробити її ефективнішою.

Обгрунтовуючи 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 нововведень.

Набагато кращі результати в розвитку економіки країни можуть бути досягнуті, якщо держава піде на посилення своєї ролі в антикризовому регулюванні ринків капіталу, активно сприяючи формуванню умов інноваційної діяльності. Правильний вибір стратегії інноваційної діяльності дозволить досить високими темпами підняти рівень національного доходу, так і рівень доходів населення. Державна інноваційна політика України повинна ґрунтуватися на створенні такої системи, яка дозволить в найкоротші терміни і з високою ефективністю використовувати інтелектуальний потенціал країни. Це забезпечить збільшення внутрішнього валового продукту країни за рахунок засвоєння виробництва принципово нових видів продукції (послуг) та технологій, а також розширення на цій основі ринків збуту вітчизняних товарів (послуг). Необхідно виділення прямих державних інвестицій для реалізації інноваційних програм і проєктів, що мають загальнонаціональний характер. Таким чином, для вступу України в Європейський союз і в глобальну економіку необхідно виконання політичних і економічних зобов'язань, що неможливо без нарощування інноваційного потенціалу країни.

Література:

1. Готельний бізнес України: фактори розвитку. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.maygerconsulting.com>
2. Сайт державного комітету статистики України. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. — Ростов на Дону, "Феликс", 2004.
4. Павленко І.А. Економіка та організація інноваційної діяльності. Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2006. — 204 с.
5. Мунін Г.Б. Управління сучасним готельним комплексом: навч. посібн. / Г.Б. Мунін, А.О. Змієв, Г.О. Зінов'єв, Є.В. Самарцев, О.О. Гаца. — К.: Вид-во "Ліра-К", 2007. — 320 с.

Стаття надійшла до редакції 01.08.2013 р.