

**УДК 005.336**

**Г.С. Нагорняк, к.т.н., доц., Л.М. Мельник, к.е.н., доц., Л.Я. Малюта, к.е.н., доц.,  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя**

## **ЕФЕКТИВНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДАМИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ**

**Nahorniak H.S., Ph.D., Assoc.Prof., L.M. Melnyk, Ph.D., Assoc.Prof., L.Ya. Maluta,  
Ph.D., Assoc.Prof.**

### **EFFECTIVE INNOVATIONAL TECHNOLOGIES OF BUSINESS MANAGEMENT OF HOTEL RESTAURANT HOUSEHOLD: MODERN CHALLENGES**

У сучасних умовах господарювання розширення функціонального навантаження підприємницьких структур сфери готельно-ресторанного бізнесу пов'язане з впливом глобалізаційних процесів, появою можливості впровадження технологічних, інформаційних, управлінських новацій у господарський процес і, як наслідок, зростанням їх інвестиційної привабливості. У той же час, динамізм зовнішнього ділового середовища викликає посилення конкурентної боротьби, умов виживання та життєздатності підприємницьких структур сфери готельно-ресторанного бізнесу.

Варто визначити специфічні умови та чинники функціонування підприємницьких структур вітчизняного ринку готельно-ресторанного бізнесу, які перешкоджають підвищенню конкурентоспроможності. У сучасних умовах в Україні відбувається посилення конкуренції, внаслідок чого керівники підприємств знаходяться у постійному пошуку нових (адекватних умов конкуренції) інструментів управління підприємствами і важелів підвищення конкурентоспроможності підприємницьких структур. Історія розвитку готельно-ресторанного бізнесу у сучасній Україні відносно невелика – всього близько 20 років, але за ці роки був пройдений шлях, на який розвиненим країнам потрібно десятиліття. Однозначних рекомендацій щодо розроблення концепції розвитку готелю та ресторану не існує – рішення можуть бути різноманітними та здебільшого залежать від творчого потенціалу управлінця. У той же час, при розробленні концепції готелю чи ресторану слід акцентувати увагу на наступних чинниках: якість; унікальність; рівні необхідних повноважень менеджерів; політика знижок; акцент на практичному боці справи.

Інноваційну першість в Україні отримують великі заклади розміщення, зокрема ті, що належать до міжнародних готельних ланцюгів. У рамках франшиз або контрактів на управління ними приносяться технології більш сучасні порівняно з іншими підприємствами, а їх вищий і середній менеджмент має якісно новий рівень освіти, що також означає володіння певними технологіями. Разом з тим можна стверджувати, що в цілому рівень інноваційної активності у готельному секторі є низьким. Застосування методики розподілу підприємств гостинності України за рівнями впровадження інновацій дозволив визначити, що тільки близько 1% готелів можуть відноситись до інноваторів 5-го, вищого рівня, і майже всі вони зосереджені у столиці, м. Львів, Харків; близько 5% - інноватори 4-го рівня, представлені в основному великими готелями в обласних центрах і великих приморських районах, 7% відносяться до 3-го рівня інноваційності, решта закладів на сьогодні знаходяться на низькому або нижче рівнях застосування інноваційних технологій. Дифузія інноваційних технологій на мікрорівні відбувається завдяки конкуренції – національні підприємства намагаються переймати традиції інноваторів, застосовуючи схожі інновації. Таким чином, інтернаціоналізація готельного бізнесу активізує діяльність у регіональних системах.

Аналіз змісту українських веб-сайтів і окремих туристичних підприємств різних секторів ринку дозволило виявити низку проблем застосування Інтернет-технологій як на регіональному, так і на мікрорівні, зокрема, низьку клієнтоорієнтованість, погану пошукову оптимізацію, формалізований зміст, слабко розроблені бренди, майже повне невикористання мультимедійних технологій, інструментів е-комерції, мобільного та соціального маркетингу. Реалізація послуг відбувається на рівні туристичних пошукових запитів у мережі Інтернет іноземними мовами, аналіз яких виявив існування 4-х груп DESTINACIЙ – з високим рівнем зацікавлення з боку потенційних туристів, середнім, низьким і майже відсутнім. Таким чином, результати проведеного дослідження доводять існування прямого зв'язку між низькою конкурентоспроможністю вітчизняного готельно-ресторанного бізнесу на світовому ринку, його маловідомістю та непривабливістю для туристів і незадовільним рівнем застосування інноваційних технологій у практиці менеджменту.

Системне впровадження інноваційних технологій у готельно-ресторанну справу України означає створення регіональних інноваційних систем як складових національної інноваційної системи України, прив'язаних до певної DESTINACIЇ з чітко вираженими географічними межами, що включають підприємства, організації та приватних осіб, здатних проводити спільну діяльність, взаємодіяти, ініціювати й імпортувати модифіковані технології, сприяти їх широкій дифузії завдяки низці формальних і неформальних взаємодій між інституціями та суб'єктами. Формування територіальної інноваційної системи на перших стадіях вимагає активного втручання держави, яка ініціює її створення, консолідує зусилля учасників і створює умови для фінансових механізмів, вписує інноваційну політику до системи "освітня політика – науково-дослідна політика – політика у сфері технологій – виробнича політика". На пізніших стадіях вирішальна роль передається приватному бізнесу, а каталізатором інноваційних процесів стає громадська та підприємницька активність учасників системи. Переходу національної готельно-ресторанної сфери на засади інноваційності, створенню регіональних туристичних інноваційних систем перешкоджає низка внутрішніх умов, що склались у туристичній сфері регіонів України, зокрема, низький рівень інституціоналізації закладів, несприятлива ринкова структура більшості регіональних ринків, недієздатність механізму державно-приватного партнерства у готельно-ресторанному бізнесі, низький рівень туристичної освіти, відсутність зв'язків між науковими установами та підприємствами, відсутність доступу до фінансових ресурсів, відсутність громадських ініціатив і громадської свідомості у підприємців.

Ґрунтуючись на світовому досвіді, можна визначити наступні стратегічні пріоритети створення інноваційних систем готельно-ресторанного бізнесу в Україні: розвиток людського капіталу, у тому числі, розвиток людських ресурсів на всіх рівнях кваліфікації, формування інноваційного бачення та подолання опору інноваціям, максимальне наближення існуючих освітніх програм до вимог готельно-ресторанної сфери, налагодження щільних зв'язків між вищими та середніми навчальними закладами туристичної спеціалізації; формування культури підприємництва на рівні DESTINACIЇ, передача основ громадської роботи; надання готельно-ресторанному підприємству ознак інноваційності через проведення роботи з оцінювання можливостей малого та середнього бізнесу щодо впровадження стратегічних ініціатив у сфері інноватики, заохочення інноваційної діяльності, у тому числі, через державні закупівлі, інкубування інноваційних ініціатив; максимальне сприяння нарощуванню матеріальних і нематеріальних активів інноваційних підприємств готельно-ресторанної сфери; сприяння розвитку підприємництва у наукових установах України, у тому числі, формування пакету пропозиції інноваційних технологій для готельно-ресторанної

сфери та посилення кооперації між освітньо-науковим і виробничим секторами туризму; формування системи державно-приватного партнерства в готельно-ресторанній індустрії України; розвиток інноваційної інфраструктури шляхом подальшої розбудови мережі туристично-інформаційних центрів як базисної ланки інноваційної інфраструктури, заснування сітки регіональних інноваційних центрів, заснування сітки регіональних і секторальних кластерів. Загальний низький рівень застосування інноваційних технологій підприємствами готельно-ресторанної сфери пояснюється низкою кадрових проблем, відсутністю коштів і високим рівнем підприємницького опору. Дифузія інноваційних технологій на мікрорівні відбувається виключно завдяки конкуренції – національні підприємства намагаються переймати традиції інноваторів, застосовуючи схожі інновації.

Доцільним буде сформулювати рекомендації, які можуть стати основою для прийняття стратегічних підприємницьких рішень у готельно-ресторанному бізнесі: при визначенні стратегії підприємства необхідно враховувати, що основними критеріями вибору такого готелю чи ресторану є смакові якості продукту та місця розташування. Саме на ці фактори слід звернути увагу в першу чергу. Для виживання підприємств у довгостроковій перспективі існує потреба у використанні найрізноманітніших маркетингових інструментів, у тому числі, популярного останнім часом бенчмаркінгу. Проведене дослідження дозволяє стверджувати, що на українському ринку готельно-ресторанних послуг є хороші перспективи. Останніми роками готельно-ресторанний бізнес став залучати все більше інвесторів з самих різних сфер бізнесу. Це пов'язано, перш за все, з привабливістю даного ринку в умовах економічного зростання країни, а також з можливостями отримання стабільного прибутку протягом всього часу існування готелю чи ресторану при його грамотному управлінні (громадське харчування та сфера гостинності є одними з найбільш ліквідних галузей економіки). У той же час, готельно-ресторанний бізнес приховує у собі багато ризиків для потенційних інвесторів. У нашій країні відсутній серйозний ринковий досвід у готельно-ресторанній сфері та багаторічні традиції. Крім того, немає напрацьованої методичної бази, що допомагає вести такий бізнес. Ще одна складність полягає у тому, що для багатьох інвесторів готель чи ресторан як джерело доходу не вимагає великої уваги.

#### **Література:**

1. Мацеха Д. С. Маркетинг у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму [Текст] / Д. С. Мацеха, С. А. Бурий // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – № 5. – Т. 2. – С. 43–47.
2. Керанчук Т. Особливості та напрями державного регулювання діяльності підприємств готельного та ресторанного бізнесу в Україні [Текст] / Т. Керанчук // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. (Серія “Економічні науки”). – 2014. – № 36. – С. 112-118.
3. Кравченко О. М. Управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства [Текст] / О. М. Кравченко, Н. А. Водянська // Матеріали IV науково-практичної Інтернет-конференції “Проблеми ринку та розвитку регіонів України в XXI столітті” (Одеса, 12–19 грудня 2013 р.). – Одеса : ОНПУ, 2013. – С. 54–56.
4. Чумак О. В. Аналіз стану й оцінка тенденцій показників розвитку підприємств ресторанного господарства [Текст] / О. В. Чумак, І. С. Андрущенко // Бізнес Інформ. – 2014. – № 12. – С. 307-313.