

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙ В ТУРИЗМІ

MODERN TRENDS IN DEVELOPMENT OF INNOVATIONS IN TOURISM

У статті проаналізовано проблеми та перспективи розвитку міжнародного готельного бізнесу. Міжнародний готельний бізнес чутливо реагує на динаміку змін у політичному та економічному житті як певних країн, так і всього світу. Так само на нього впливають розвиток нових технологій, екологічна ситуація і соціальні явища, що відбуваються в суспільстві. Ринку готельних послуг є дуже сприйнятливим до дії політичних, економічних та соціальних змін. Транснаціональний характер міжнародного готельного бізнесу, що дає йому значні переваги, водночас робить його дуже залежним від циклічності розвитку світової економіки, від різних потрясінь і криз у системі міжнародних відносин у цілому, а також від регіональних конфліктів. У готельному бізнесі нині є чимало проблем: нерозвиненість готельних мереж, нестача готелів середньої цінової категорії, брак кваліфікованих фахівців, недоліки законодавства і т. д. Однак це поступово долається, компанії розвиваються, рівень надання послуг зростає.

Ключові слова: міжнародний готельний бізнес, готельна індустрія, ринок готельних послуг, туризм, інвестиційна привабливість, глобалізація.

В статье проанализированы проблемы и перспективы развития международного

гостиничного бизнеса. Международный гостиничный бизнес чутко реагирует на динамику изменений в политической и экономической жизни как определенных стран, так и всего мира. Также на него влияют развитие новых технологий, экологическая ситуация и социальные явления, происходящие в обществе. Рынок гостиничных услуг является очень восприимчивым к действию политических, экономических и социальных изменений. Транснациональный характер международного гостиничного бизнеса дает ему значительные преимущества, одновременно делает его очень зависимым от цикличности развития мировой экономики, от различных потрясений и кризисов в системе международных отношений в целом, а также от региональных конфликтов. В гостиничном бизнесе сейчас есть немало проблем: неразвитость гостиничных сетей, нехватка гостиниц средней ценовой категории, нехватка квалифицированных специалистов, недостатки законодательства и т. д. Однако это постепенно преодолевается, компании развиваются, уровень предоставления услуг растет.

Ключевые слова: международный гостиничный бизнес, гостиничная индустрия, рынок гостиничных услуг, туризм, инвестиционная привлекательность, глобализация.

УДК 338.488.2:640.4

Корнієнко О.М.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри туристичного,
готельного та ресторанного бізнесу
Запорізький національний
технічний університет

Кукліна Т.С.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри туристичного,
готельного та ресторанного бізнесу
Запорізький національний
технічний університет

The article analyzes the problems and prospects for the development of international hotel business. The international hotel business is sensitive to the dynamics of changes in political and economic life, both in certain countries and around the world. It is also influenced by the development of new technologies, the environmental situation and social phenomena occurring in society. The hospitality market is highly susceptible to the effects of political, economic and social change. The international hotel business is a special segment of the hotel industry, which has been recognized as a high level of the international company, as well as the international character of its own operations, since the corporation has a way to join the market for the day to get ready for business. With this hotel, the company is widely victorious after international transport and travel agencies, travel agencies and tour operators, financial intermediaries, insurance companies, business, trade, cultural and luxury companies, etc. Processes of globalization, as well as new informational technologies, without intermediation, can be used for development, and for all international hotel business, in a special way, it is necessary to accelerate the process of consolidation - the process of concluding with the consolidation process - the process of the consolidation process is the same, the process is consolidated, the process is consolidated, and the process of consolidation Podalsha globalization of the hotel, the locomotive of the international tourism, has led to the formation of a special international market space, which is under the control of the largest transnational corporations. The transnational nature of the international hotel business gives it significant advantages, which makes it accessible to all supporters of shocks and crises in the system of international relations in general. The hotel business has a few problems: lack of hotel business, non-hotel life in the middle of a category, marriage of marriage, a few laws, etc. However, the actions of the company, the companies are growing, the direction of the service.

Key words: international hotel business, hotel industry, hotel service market, tourism, investment privatization, global business.

Постановка проблеми. Готельне господарство є одним зі складників туристської індустрії. Матеріальна база, що призначена для розміщення туристів, посідає одне з перших місць під час формування туристичної інфраструктури, оскільки якість проживання та відповідне обслуговування рішуче впливають на рівень туристичного сервісу.

Готельний бізнес, що є складним багатофункціональним видом діяльності, соціальним за своєю суттю, повинен стати вагомим чинником економічного зростання країни та поліпшення матеріального добробуту населення, сприяти подоланню територіальної диспропорції в рівні економічного розвитку, розвитку підприємництва в даному сегменті, додатковим надходженням як до місцевого, так і державного бюджетів, висту-

пати джерелом створення нових робочих місць, а також створювати сприятливий туристичний імідж країни.

Отже, готельна індустрія стає швидко зростаючим бізнесом, що приносить значні грошові надходження, у тому числі валютні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання, пов'язані з проблемами функціонування, аналізом діяльності та тенденціями розвитку міжнародного готельного бізнесу, досліджено у наукових працях таких учених, як: А.М. Расулова, А.Г. Охріменко, М.Г. Бойко, М.В. Гудзь, Р.С. Ладженська, Г.А. Яковлев, І.О. Бланк, М.П. Мальська, П.Р. Пуцентейло. Але, незважаючи на глибину розробок, у публікаціях недостатньо висвітлено комплексний підхід до сучасного розвитку міжнародного готельного бізнесу.

Постановка завдання. Метою роботи є обґрунтування та поглиблене вивчення сучасних аспектів розвитку міжнародного готельного бізнесу. Важливим завданням є розгляд проблем міжнародного готельного бізнесу та подальші перспективи його розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Міжнародний готельний бізнес, до якого прийнято відносити як готелі в будь-якій країні, які надають послуги іноземним клієнтам, так і готельні компанії, що мають філії у двох чи декількох країнах або здійснюють управління та координацію діяльності низки готелів у різних країнах, займає важливе місце в сучасній світовій економіці. В останні два десятиліття він став найбільш прибутковим видом економічної діяльності.

Міжнародний готельний бізнес чутливо реагує на динаміку змін у політичному та економічному житті як певних країн, так і всього світу. Так само на нього впливають розвиток нових технологій, екологічна ситуація і соціальні явища, що відбуваються в суспільстві. Міжнародний готельний бізнес є своєрідним барометром ділової активності. Про політичну та економічну стабільності в тій чи іншій країні свідчить активність розвитку готельних підприємств. Перші ж ознаки економічних та політичних негараздів у даній країні негативно позначаються, перш за все, на діяльності міжнародного готельного бізнесу.

На сучасному етапі основними інструментами під час формування ефективної системи управління готельним комплексом є використання передових технологій (у тому числі Інтернет), енергоефективність, адаптація до попиту користувачів, багатofункціональність, гнучкість, соціальна й екологічна відповідальність, регулювання операційних витрат. Розвиток мережі Інтернет приносить готельному бізнесу такі переваги, як зниження витрат, зростання ефективності, полегшення доступу до споживачів навіть для невеликих компаній. Електронний маркетинг розвивається особливо швидко. Останнім нововведенням мережі Інтернет є розвиток соціальних мереж, таких як Facebook і MySpace. Тепер готельні компанії беруть участь у них. Іншими словами, ефективний готельний менеджмент включає у себе однаковий облік економічних, екологічних і функціональних аспектів, а також капіталовкладень, витрат виробництва та якості процесів поряд із комфортом, здоров'ям і задоволенням потреб. Цей підхід міжнародних забудовників та інвесторів отримав назву the blue way.

Поняття включає у себе комплекс заходів з економії витрат, ефективного планування, підвищення рівня сервісу, переорієнтації на користь екологічних технологій. The blue way характеризує пакет послуг, що надаються відповідно до принципів поновлюваного, енергоефективного та екологічного використання, у тому числі й у готельному господарстві.

Однією з поширених світових тенденцій готельного бізнесу для готелів класу бізнес і люкс є залучення бізнес-туристів предметами мистецтва. Готельні оператори співпрацюють із провідними галереями і музеями, декоруючи холи, ресторани і номери предметами мистецтва та антикваріату, пропонуючи своїми клієнтам квитки на модні виставки. Наприклад, готельна мережа Radisson Blu Edwardian (Англія, Лондон) співпрацює з Музеєм Вікторії та Альберта, пропонуючи клієнтам пакет, що включає розміщення, сніданок і квитки на виставку, присвячену легендарному музиканту Девіду Боуї.

Поряд із залученням бізнес-туристів предметами мистецтва поширеною світовою практикою щодо просування готельних послуг преміум-класу є концентрація на вузькому сегменті клієнтів для створення оригінального готельного продукту. Наприклад, по всьому світу зростає кількість готелів Women only.

Сучасний ринок готельних послуг знаходиться в постійній динаміці, відповідаючи на виникаючі запити клієнтів. Бізнес-туристи, яким необхідно зняти номер на кілька годин вдень, послужили причиною появи на ринку нової послуги – денних готелів. Ділові люди, які приїхали в інше місто, відчують потребу привести себе в порядок перед важливою зустріччю або просто відпочити після тривалого перельоту, а потім покинути готель. Уже понад десять років цю послугу пропонують готелі при аеропортах, починаючи з 2010 р. ідея поширилася серед міських готелів. Денних постояльців зазвичай просять виїхати до 18.00 або 19.00, щоб встигнути підготувати номери до вечірнього в'їзду наступних гостей. При цьому з гостя береться не погодинна оплата, а фіксована вартість номера за день. Примітно: незважаючи на те що таку послугу пропонують багато – від аеропортових готелів до таких великих готельних мереж, як Holiday Inn, Ibis, Novotel, Hilton, Sheraton, на Інтернет-сайтах готелів можливість денного розміщення афішується рідко.

Для зручності туристів, яким необхідне денне розміщення в готелі, існують спеціалізовані сайти, такі як бельгійський Between9and5, у числі партнерів якого – готельні мережі Radisson, Hyatt, Best Western, Marriott. Незважаючи на назву, тут можна забронювати «проживання» з восьмої ранку до сьомої години вечора, а ціни залежать від завантаження готелю в конкретні дати.

Міжнародний готельний бізнес – особливий сегмент готельної індустрії, який характеризується високим ступенем інтернаціоналізації капіталу, а також міжнародним характером своїх операцій, коли готельна корпорація розглядає як сферу своєї діяльності весь світ. При цьому готельні компанії широко використовують послуги міжнародного транспорту і зв'язку, туристичних агентств та туроператорів, фінансових посередників, страхових

компаній, будівельних, торгових, культурних і розважальних підприємств і т.д. Процеси глобалізації, а також нові інформаційні технології відкривають безмежні можливості для розвитку передусім міжнародного готельного бізнесу, в якому спостерігається прискорення процесу консолідації – з'єднання індустрій гостинності та розваг. Подальша глобалізація готельного бізнесу, локомотивом якої є міжнародний туризм, призвела до формування особливого міжнародного ринкового простору готельної індустрії, що знаходиться під контролем найбільших транснаціональних корпорацій (ТНК).

Розвиток міжнародного готельного бізнесу породжує низку гострих суперечностей, які за певних умов можуть обмежити його експансію. Зокрема, поява ТНК у готельному секторі національної економіки, особливо в слаборозвинених країнах, супроводжується, як правило, встановленням іноземного контролю над досить широкою сферою місцевого бізнесу, що може істотно деформувати розвиток цих країн і викликати невдоволення місцевого населення. Однією з найгостріших проблем, пов'язаних із зарубіжною діяльністю ТНК, є витік доходів від міжнародного готельного бізнесу з приймаючої країни, що обертається величезними втратами для державних бюджетів приймаючих країн.

Транснаціональний характер міжнародного готельного бізнесу, що дає йому значні переваги, водночас робить його дуже залежним від циклічності розвитку світової економіки, від різних потрясінь і криз у системі міжнародних відносин у цілому, а також від регіональних конфліктів.

Західні фахівці переконані, що в Україні є невичерпний потенціал розвитку міжнародного готельного бізнесу. Однак для реалізації цього потенціалу необхідно відновити політичну та економічну стабільність, створити єдину нормативно-правову базу господарсько-фінансової діяльності готельного комплексу, усунути суперечності в організаційній структурі туризму і житлово-комунального господарства, а також здійснити низку інших адміністративно-господарських заходів з урахуванням світового досвіду, рекомендацій ООН та інших міжнародних організацій, що займаються даним сектором економіки.

Функціонування і розвиток готельного бізнесу як найбільш прибуткової галузі сфери послуг стримується сьогодні багатьма чинниками, основними з яких є: застарілість матеріально-технічної бази підприємств, відсутність належного рівня сервісу та низька якість послуг, обмеженість інвестиційної активності, недостатня професійна підготовка персоналу, слабка реклама наявних засобів розміщення та відсутність спеціалізованих готелів, недостатня державна підтримка галузі, відсутність стратегії розвитку готельного бізнесу на перспективу та низька інших.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, у низці країн міжнародний готельний бізнес є най-

важливішим (якщо не єдиним) джерелом валютних надходжень до державного бюджету. Крім того, його активність в окремо взятій країні сприяє її доступу до міжнародного інвестиційного капіталу і більш глибокій інтеграції у світову економіку.

Для успішного розвитку готельного бізнесу в Україні необхідно подальше вдосконалення законодавства відповідно до принципів, закладених в Конституції України, до норм і принципів Європейського Союзу, рекомендацій Всесвітньої туристської організації. При цьому слід прискорити роботу, спрямовану на більш глибоку й усебічну інтеграцію України у світовий ринок послуг.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Александрова В.О. Визначення чинників та їх вплив на розвиток готельно-ресторанного бізнесу. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*. 2017. № 45(1266). С. 89-92. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/33904> (дата звернення: 10.05.2019).
2. Колесніченко А.С. Нормативно-правове регулювання та державна підтримка розвитку готельної індустрії як інституту туризму. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 23. С. 37-42. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/34459> (дата звернення: 18.05.2019).
3. Любимова Л.А., Морева С.Н. Факторы и их влияние на развитие гостинично-ресторанного бизнеса *Социально-экономические явления и процессы*. 2013. № 10. С. 93-96.
4. Байлик С.І., Писаревський І.М. Організація готельного господарства : підручник. Харків : ХНУМГ імені О.М. Бекетова, 2015. 329 с.
5. Мельниченко С.В., Магалецький А.В. Маркетингова політика в готельному бізнесі : монографія. Київ : КНТЕУ, 2011. 344 с.
6. Проблеми розвитку туризму і готельного господарства: регіональний аспект : монографія / за заг. ред. І.М. Писаревського ; Харківський нац. ун-т міськ. госп-ва. Харків : ХНУМГ, 2009. 276 с.
7. Ясенюк С.Н., Лихошерстова Г.Н. Оценка социально-экономических факторов развития гостиничного бизнеса в регионе. Научный результат. *Технологии бизнеса и сервиса*. 2016. Т. 2. № 4. С. 30-34.
8. UNWTO Tourism Highlights: 2017 Edition. – Madrid: UNWTO, 2017. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419029> (дата звернення: 18.05.2019).

REFERENCES:

1. Aleksandrova V.O. (2017). Vyznachennia chynnykiv ta yikh vplyv na rozvytok hotelno-restorannoho biznesu [Determination of factors and their influence on development of hotel-restaurant business]. [Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «Kharkivskiy politekhnichnyi instytut» (ekonomichni nauky) Kharkiv: NTU "KhPI", no 45, pp. 89–92]. Available at: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/33904> (accessed 10 May 2019).

2. Koliesnichenko A.S. (2017). Normatyvno-pravove rehuliuвання ta derzhavna pidtrymka rozvytku hotelnoi industrii yak instytutu turyzmu [Normative-legal regulation and state support of development the hotel industry as a tourism institution]. [*Prychornomorski ekonomichni studii*. Odessa: Black Sea Economic Studies, vol. 23, pp. 37-42]. Available at: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/34459> (accessed 18 May 2019).

3. Lubimova L.A., Moreva S.N. (2013). Faktory i ih vlihanie na razvitie gostinichno-restorannogo biznesa [Factors and their impact on the development of hotel and restaurant business]. – *Socia-economic phenomena and processes*, no 10, pp. 93-96. (in Russian).

4. Bailyk S.I., Pysarevskiy I.M. (2015) Orhanizatsiia hotelnoho hospodarstva [Organization of hotel industry]. Kharkiv: KHNUMH im. O. M. Beketova, 329 p. (in Ukrainian).

5. Melnychenko S.V., Mahaletskiy A.V. (2011) Marketingova polityka v hotelnomu biznesi [Marketing policy in the hotel business]. Kyiv: KNTEU, 344 p. (in Ukrainian).

6. Pysarevskiy I.M. (Eds.). (2009) Problemy rozvytku turyzmu i hotelnoho hospodarstva: rehionalnyi aspekt [Problems of tourism and hotel industry development: the regional aspect]. Kharkiv: KHNUMH, 276 p. (in Ukrainian).

7. Yasenok S.N. Lichoherstova G.N. Ocenka social'no-jekonomicheskikh faktorov razvitija gostinichnogo biznesa v regione [Assessment of socio-economic factors in the development of hotel business in the region]. – *Nauchnyy rezul'tat. Tekhnolohyy byznesa y servysa* [Scientific Result. Technologies of business and service], vol. 2, no 4, pp. 30–34. (in Russian).

8. UNWTO Tourism Highlights: 2017 Edition. (2017) Madrid: UNWTO. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419029> (accessed 18 May 2019).

Korniienko Olga

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at International Tourism Department
Zaporizhzhya National Technical University

Kuklina Tetiana

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at International Tourism Department
Zaporizhzhya National Technical University

INTERNATIONAL HOTEL BUSINESS: PROBLEMS AND PROSPECTS

The purpose of the article. The essence of modern development of international hotel business is considered in the article. The choice of this topic was due to the fact that today the hotel industry is a rapidly growing business that generates significant cash inflows, including currency. The purpose of the study is to substantiate and deepen the study of the aspects of the development of international hotel business.

The hotel business, which is more complicated than a multifunctional type of activity, is social in its essence, the article should be a factor in the country's economic growth, that the improvement of material welfare of the population, will help overcome the territorial imbalance in the level of economic development, the development of entrepreneurship in this segment, add to the income to the local, so He is currently taking part in a competition devoted to innovative traditions and tourism, as well as on a tourist trip.

Methodology. The analysis of existing problems of the development of international hotel business and trends in the development of hotel services in the world is conducted.

Results. It is established that the modern market of hotel services is in constant dynamics, responding to the emerging requests of clients. The processes of globalization as well as new information technologies open up boundless possibilities for development, first of all, international hotel business, in which the acceleration of the process of consolidation – a combination of hospitality and entertainment industries – is observed.

It was found that the development of the international hotel business creates a number of sharp contradictions, which in certain conditions can limit its expansion. The transnational nature of the international hotel business, which gives it significant advantages, simultaneously makes it very dependent on the cyclical development of the world economy, from various upheavals and crises in the system of international relations in general, as well as from regional conflicts.

Practical implications. The necessity of using inexhaustible potential of development of international hotel business in Ukraine is found. However, to realize this potential, it is necessary to restore political and economic stability.

Value/originality. It is concluded that in several countries the international hotel business is the most important (if not the only) source of currency revenues to the state budget. In addition, his activity in a particular country contributes to its access to international investment capital and a deeper integration into the world economy.

For the successful development of hotel business in Ukraine, further improvement of legislation is required in accordance with the principles laid down in the Constitution of Ukraine, the norms and principles of the European Union, recommendations of the World Tourism Organization. At the same time, the work aimed at deepening and comprehensive integration of Ukraine into the world market of services should be accelerated.