

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«СЕРВІСНІ ІННОВАЦІЇ ГОТЕЛЮ «HILTON KYIV» М. КИЇВ

Студента 2 курсу, 1м групи,
освітнього ступеня «магістр»,
спеціальності 073 «Менеджмент»
спеціалізації «Готельний і
ресторанний менеджмент»

Карпенко
Вадим Юрійович

підпис

Науковий керівник
канд. екон. наук, доц.

Гопкало Л.М.

підпис

Гарант освітньої програми
д-р екон. наук, професор

Ведмідь Н.І.

підпис

Київ 2019

Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

Спеціальність, спеціалізація 073 «Менеджмент» («Готельний і ресторанный менеджмент»)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри готельно-ресторанного бізнесу

М. Г. Бойко

« ___ » _____ 2018 р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентіві

Карпенко Вадиму Юрійовичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи: Сервісні інновації готелю «Hilton Kyiv м. Київ Затверджена наказом ректора від «11» жовтня 2018 р. № 3670.
2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 16 листопада 2019 року
3. Цільова установка та вихідні дані до випускної кваліфікаційної роботи:
Мета роботи – дослідження теоретичних засад формування і реалізації сервісних інновацій та розроблення рекомендацій щодо їх імплементації в діяльність суб'єкта ресторанного бізнесу
Об'єкт дослідження – процес формування і реалізації сервісних інновацій суб'єкта ресторанного бізнесу
Предмет дослідження – теоретичні, методологічні та практичні засади розроблення та реалізації сервісних інновацій суб'єкта ресторанного бізнесу.
4. Перелік графічного матеріалу, рис.:
Таблиці: Трагування поняття «сервісні інновації» різними вченими; Послуги, що надаються цілодобово в готелі «Hilton Kyiv»; Перелік додаткових послуг в готелі «Hilton Kyiv»; Спортивні центри та зони відпочинку в готелі готелю «Hilton Kyiv» у 2016-2018 рр., млн. грн.; Оцінка конкурентів за визначеними критеріями; Аналіз діяльності ресторану в готелях конкурентів; Прогнозований чистий дохід та витрати пропонованих заходів для готельно-ресторанного комплексу «Hilton Kyiv», м. Київ, тис.грн.

Рисунки: Види інновацій в готельному бізнесі; Типи інновацій в готельному бізнесі; Класифікація інновацій в готельному господарстві; Напрями розвитку та застосування інноваційних процесів на підприємствах готельного господарства; Динаміка та структура доходу готелю «Hilton Kyiv»; Результати оцінки конкурентів за визначеними критеріями; Багатокутник конкурентоспроможності готелів; Багатокутник конкурентоспроможності ресторанів в готелі; Прогноз доходів готелю «Hilton Kyiv» на 2016-2022 рр., млн.грн; Порівняння доходів готелю «Hilton Kyiv» за 2016-2022 роки., млн. грн

5. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

Розділ 1. Теоретичні засади формування сервісних інновацій суб'єкта готельно-ресторанного бізнесу

1.1. Аналітичний огляд літературних джерел

1.2. Методологічні засади формування сервісних інновацій

Розділ 2. Діагностика сервісних інновацій готелю «Hilton Kyiv», м. Київ

2.1. Стратегічний аналіз діяльності готелю

2.2. Визначення впливу чинників на реалізацію сервісних інновацій

2.3. Оцінка результативності діючої сервісних інновацій

Розділ 3. Удосконалення сервісних інновацій готелю «Hilton Kyiv», м. Київ

3.1. Обґрунтування програми заходів з реалізації сервісних інновацій готелю

3.3. Прогнозування результативності реалізації сервісних інновацій готелю

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

Додатки

6. Календарний план виконання роботи:

№ з/п	Назва етапів написання випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1.	<i>Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи</i>	01.09.2018 р.- 20.12. 2019 р.	20.12. 2019 р.
2.	<i>Оформлення і затвердження завдання на випускної кваліфікаційної роботи</i>	27.12.2018 р.- 30.12. 2018 р.	30.12. 2018 р.
3.	<i>Написання та передзахист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	30.01.2019 р.- 31.05.2019 р.	31.05.2019 р.
4.	<i>Написання та оформлення наукової статті</i>	до 02.06.2019р.	до 02.06.2019 р.
5.	<i>Написання та передзахист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	02.06.2019 р.- 03. 09. 2019р.	03. 09. 2019р.
6.	<i>Написання та передзахист 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	04.09.2019 р. - 11.11.2019р.	11.11.2019р.
7.	<i>Оформлення випускної кваліфікаційної роботи та реферату для попереднього захисту у комісіях</i>	12.11.2019 р.- 15.11.2019 р.	15.11.2019 р.
8.	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи та реферату на кафедру</i>	16.11.2019 р.	16.11.2019 р.
9.	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування</i>	17.11.2019р. 22.11.2019 р	22.11.2019 р
10.	<i>Підготовка матеріалів до захисту випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії</i>	25.11.2019р. - 29.11.2019 р.	29.11.2019 р.
11.	<i>Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії</i>	Згідно розкладу	Згідно розкладу

7. Дата видачі завдання «28» грудня 2018 р.

8. Керівник випускної кваліфікаційної роботи

Гопкало Л.М.*(прізвище, ініціали, підпис)*

9. Гарант освітньої програми

Ведмідь Н.І.*(прізвище, ініціали, підпис)*

10. Завдання прийняв до виконання студент-дипломник

Карпенко В.Ю*(підпис студента)*

11. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Тема наукового дослідження, відображеного у кваліфікаційній випускній роботі Карпенко Вадима Юрійовича є актуальною, оскільки сервісні інновації є одним із інструментів просування підприємства готельного господарства на ринку та забезпечення стійких конкурентних позицій.

У результаті опрацювання великого масиву інформації студентом визначено сутність сервісних інновацій, досліджено наукові підходи до трактування визначення «сервісні інновації», їх роль в управлінні підприємством готельного господарства як субе'ктом підприємницької діяльності, визначені методичні підходи до оцінки ефективності їх застосування. Проаналізовано результати діяльності готелю «Hilton Kyiv», м. Київ, виявлено недоліки та позитивні сторони щодо впровадження сервісних інновацій. Для вирішення виявлених проблем розроблено та обґрунтовано рекомендації щодо удосконалення впровадження сервісних інновацій у досліджуваному готелі «Hilton Kyiv», м. Київ.

Пропозиції мають практичне значення і можуть бути впроваджені в діяльність підприємства готельного господарства.

Випускна кваліфікаційна робота виконана відповідно до вимог і може бути рекомендована до захисту в ЕК.

12. Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Гопкало Л.М.
(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист

13. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента _____ Карпенко В.Ю.
(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____ Н.І. Ведмідь
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____ М.Г. Бойко
(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 2019 р.

ВСТУП

Актуальність теми. Готельний бізнес – один з базових і динамічних секторів туризму, що завжди безпосередньо впливає на нього. Він сприяє розвитку туристських потоків, інтернаціоналізації капіталу, перерозподілу доходів між країнами, росту зайнятості населення й, зрештою, його добробуту.

Готельне господарство світу розвивається швидкими темпами, багато в чому завдяки впровадженню інновацій. Перспективним напрямом розвитку готельних послуг є створення готельних мереж.

В Україні з її значним природним і історико-культурним потенціалом туристська інфраструктура, у тім числі й забезпеченість готелями, ще не задовольняє потреб туристів. Недостатньо впроваджено новітніх досягнень світу в сфері готельного бізнесу.

Дослідженню розвитку готельного господарства, готельних мереж присвячено праці таких закордонних учених, як: О. О. Балашова, М. Вудроу, Г. Клікет, А. Майлер, Р. Мартін, Я. Мюррей, М. І. Кабушкін, В. С. Новіков, Б. Сміт, Р. Розенберга І. Рикова. Також різні аспекти розвитку ринку готельних послуг вивчали вітчизняні вчені: Г. А. Андросьук, Л. О. Іванова, Т. В. Буряк, Г. Я. Круль, М. П. Мальська, О. Ф. Моргун, І. Г. Пандяк, П. Р. Пуцентейло, С. В. Скибинський та А. В. Цірат. Однак готельний бізнес постійно розвивається. Для залучення туристів використовують нові методи керування й технології обслуговування у секторі розміщення. Отожвивчення інноваційних підходів у готельному господарстві світу актуальне й для нашої країни.

Ресторанний бізнес одна з сучасних перспективно розвиваються галузей індустрії гостинності. Люди приходять в ресторан не тільки скуштувати вишукані страви, а й відпочити, отримати естетичне задоволення і просто поспілкуватися один з одним.

Для ресторанного бізнесу інновації - один з основних двигунів в розвитку. Інновації бувають різні: одні корисні, оскільки вносять революційні або, на худий кінець, еволюційні зміни; інші марні для споживача, але міняють сприйняття

продукту; треті не припускають ніякої користі і не впливають на сприйняття, але принципово здешевлюють продукт, упаковку або метод його просування без втрати якості. При постійній зміні зовнішнього і внутрішнього середовища однієї з цілей будь-якої організації є вміння приймати виклики зовнішнього середовища зуміти оперативно перебудуватися, прийти у відповідність з новими вимогами. І в цьому моменті одну з головних ролей грає своєчасне впровадження в практику нових технологій. Знання та використання даного аспекту сучасними рестораторами дає їм в руки сильний інструмент для підвищення ефективності свого бізнесу, а значить конкурентну перевагу.

Питанню введення інновацій в готельному бізнесі в тому або іншому аспекті присвячені дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців, а саме: Журавльова С.М.[13], Шаповалова О.М.[18], П'ятницької Г.Т.[15], Юрченко О.[50], Бурий С.А.[55], Miles I.[39], В. Van Ark.[37], Ottenbacher M.[35]

Метою є розроблення теоретичних, методичних і прикладних засад щодо сервісних інновацій підприємств готельно-ресторанного господарства. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити ряд наукових завдань:

1. Стратегічний аналіз діяльності готельно- ресторанного комплексу;
2. Визначення впливу чинників на реалізацію сервісних інновацій;
3. Оцінка результативності діючої сервісних інновацій;
4. Обґрунтування програми заходів з реалізації сервісних інновацій готельно-ресторанного комплексу;
5. Прогнозування результативності реалізації сервісних інновацій готельно-ресторанного комплексу;

О

б Предмет дослідження – є теоретичні положення, методичні підходи до сервісних інновацій готельно-ресторанного комплексу «HiltonKyiv» м.Київ

є Методи дослідження. У роботі використані різні способи прийому наукових досліджень: статистичні спостереження – для встановлення динаміки окремих показників, аналіз і синтез – для структуризації підходів до класифікації, порівнянь, групування, типізації – для порівняльного аналізу, анкетування – з

д

о

с

метою дослідження особливостей диференціації послуг підприємства готельного господарства, метод експертних оцінок – для оцінювання ефективності диференціації послуг, математичні методи. Для виявлення тенденцій розвитку підприємств ресторанного господарства та систематизації отриманої інформації використані методи комп'ютерної обробки здійснені за допомогою пакетів прикладних програм.

Інформаційна база. Основними інформаційними джерелами, що були використані в процесі виконання випускної кваліфікаційної роботи є матеріали наведені в вітчизняній та закордонній науковій спеціалізованій літературі, законодавчих та нормативних актах, наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених, мережі Інтернет, статистичні дані Державної служби статистики України, внутрішня звітність підприємств ресторанного господарства.

Наукова новизна отриманих результатів дослідження полягає у обґрунтуванні теоретичних положень диференціації послуг підприємств ресторанного господарства.

Практичне значення одержаних результатів полягає у обґрунтуванні положень, висновків та рекомендацій, що можуть бути методичною основою для диференціації послуг підприємств ресторанного господарства.

Публікації. Основні положення випускної кваліфікаційної роботи опубліковано у збірнику наукових статей КНТЕУ, 2019 (дод. А).

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 57 найменувань та додатків. Основний текст викладено на 8-53 сторінках. Загальний обсяг роботи становить 68 сторінок, на яких представлено 12 таблиць, 18 рисунків, та 16 додатків

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СЕРВІСНИХ ІННОВАЦІЙ СУБ'ЄКТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

1.1. Аналітичний огляд літературних джерел

Індустрія гостинності є одною з найбільш динамічних галузей сфери обслуговування. Управління будь-яким бізнесом сьогодні неможливе без активного використання інновацій в сфері інформаційних технологій.

Впровадження інноваційних технологій в управлінні готелем, мають дуже великий вплив, оскільки прямо пов'язані з підвищенням ефективності роботи. Інноваційні технології впливають на конкурентоздатність діяльності готелю на ринку.

Створення сучасної системи управління готелем передбачає проведення великого обсягу робіт: розробка, тестування програмного продукту, створення документації різного рівня, забезпечення подальшої підтримки системи, у тому числі з використанням сучасних електронних засобів, зокрема, Інтернету. Даний процес є непростим, високовитратним, тому існують фірми, які ведуть серйозні розробки для готелів [1].

Готель є складною структурою, в якій весь час відбувається міграція гостей. Клієнт готелю не лише проживає в номері, але і харчується, забезпечується послугами зв'язку, отримує всіляку ділову інформацію, а також користується додатковими послугами. Готель, у свою чергу, взаємодіє не лише з приватними особами, але із туристичними фірмами, постачальниками продуктів, підрядними організаціями, державними органами [2].

В умовах конкуренції готелі вимушені шукати нові шляхи підвищення привабливості і доступності своїх послуг. Завдяки інноваційним технологіям готельні підприємства мають можливість в режимі on-line управляти процесом бронювання. Готель повинен прагнути отримати доступ до максимально широкого набору каналів продажів. Політика просування і продажу послуг

залежить від сезону, поточного завантаження готелю і безлічі інших чинників.

Вітчизняні готелі, як правило, намагаються розвиватися відповідно до світових тенденцій, однак у них є власні особливості. Серед них: активне освоєння ринку західними мережами, які переважно «захоплюють» висококласні сегменти і пропонують свої послуги статусним гостям; відсутність чіткої «зірковості» готелів – незважаючи на ту чи іншу кількість «зірок», готелі можуть не відрізнятися один від одного за якістю.

В цілому, готельна сфера в Україні розвивається повільно і це обумовлено тим, що основну ставку інвестори роблять на будівництво торгових і розважальних комплексів, офісних і житлових центрів. Готелі ж відкладаються на потім, оскільки терміни їх окупності вище. Однак, ці проблеми в готельному бізнесі Україна поступово долає, і якщо вона як і раніше буде орієнтуватися на європейські тенденції, їй вдасться вийти з багатьох проблемних ситуацій без втрат. Разом з тим існуюча інфраструктура галузі 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 [2, с. 227].

Подальший розвиток готельно-ресторанного господарства неможливий без сучасного обладнання і новітніх технологій. Це стосується насамперед інформаційних технологій, ефективних і надійних систем захисту, без чого неможливо досягти високого рівня якості послуг. Дослідження тенденцій розвитку готельно-ресторанного бізнесу показує, що компанії, які зробили інновації частиною свого життя, створюють нові або заново відкривають старі ринки, продукти, послуги й моделі бізнесу, що, у свою чергу, веде до ще більш швидкого росту. Особливих успіхів готельне і ресторанне господарство досягло за останні 30 років за рахунок впровадження ефективних систем управління з використанням інновацій [3, с. 332].

Нові технології допомагають готельєрам планувати фінансові показники, збільшувати завантаження, забезпечувати операційну діяльність,

підвищуватимуть якість сервісу. Деякі технології починають не лише забезпечувати гостю належний рівень сервісу, але передбачати його потреби.

Основними цілями новітніх технологій у готельному бізнесі є:

1. Мінімізація часу на виявлення потреб відвідувачів. Виявлення за короткий проміжок часу усіх потреб, які відвідувач бажає отримати під час відпочинку;

2. Застосування мультимедійних технологій. Сучасні системи, орієнтовані на показ платних каналів або фільмів – вони приносять чималий дохід готелю.

Окрім цього, через подібні системи є можливість переглядати свій рахунок;

3. Підвищення простоти і доступності послуг для гостя. У готелях застосовують новітню технологію радіочастотної ідентифікації RFID, яка дозволяє визначити місцезнаходження гостя. Створення єдиної платіжної системи, коли гість просто ідентифікує себе і сума за послугу нараховується на його рахунок в готельній системі управління, – це стало одним з пріоритетних завдань в розвитку готельних технологій [3].

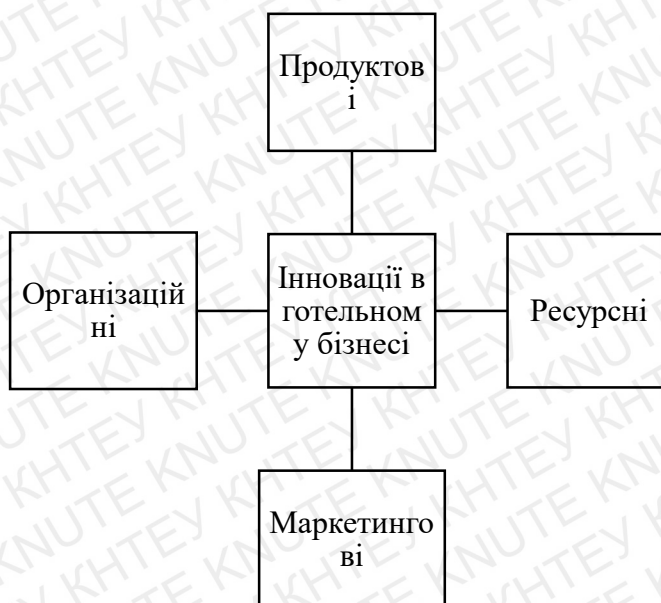


Рис. 1.1. Види інновацій в готельному бізнесі[4]

Інновації в готельному бізнесі є економічно доцільними та ефективними за умови, якщо вони приносять готелю додаткові доходи, забезпечують конкурентні переваги на ринку, підвищують частку ринку, знижують витрати, вдосконалюють процес обслуговування, підвищують ефективність роботи окремих підрозділів та готелю в цілому.

Відокремлюють чотири види інновацій, що мають місце в готельному бізнесі: продуктові, маркетингові, ресурсні та організаційні (рис. 1.1).

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, створення власної готельної мережі тощо.

Таким чином, можна зробити висновок, що застосування інноваційних технологій в роботі готелю, підвищує його конкурентоздатність, якість надаваних послуг, що позитивно впливає на імідж підприємства, збільшуючи потік постійних клієнтів, що відповідно гарантує отримання прибутку підприємством.

Незважаючи на нестабільний економічний стан в українському суспільстві, заклади харчування користуються значним попитом порівняно з іншими місцями відпочинку чи засобами організації різноманітних заходів. Гнучка політика ресторанних підприємств дозволяє задовольнити бажання усіх людей.

Але на фоні конкуренції, яка виникає в ресторанному бізнесі, все частіше постає питання відходу від традиційних методів обслуговування, кухні, розважальних заходів та очікуваного контингенту споживачів [1, с. 167].

Спостерігаючи тенденції у впровадженні інноваційних підходів до

обслуговування споживачів можна відмітити наступні моменти:

1. Заклад ресторанного господарства, щоб зарекомендувати себе і якісно відрізнятись серед конкурентів, зазвичай робить акцент на розширенні асортименту певного виду продукції, в той же час скорочуючи перелік інших страв і напоїв у меню. Це дозволяє закладу закупляти, виготовляти та реалізувати товари різної вартості; створювати постійний контингент споживачів і при цьому не втрачати старих клієнтів; орієнтуватися на смаки гурманів, що прийдуть знову; бути одними з перших, хто впроваджує нові ідеї в ресторанний бізнес.

2. Заклад має привертати клієнтів розмаїттям музичних супроводів та іншими мистецькими заходами на високому рівні, піднімаючи власний рейтинг і ціни на страви та напої, відповідно до статусу.

3. Одна з передумов успіху ресторанного бізнесу – створення об'єднань закладів ресторанного господарства з частковою реорганізацією, внаслідок чого постає єдина мережа з однаковою кухнею та баром, традиціями та політикою. Це, в свою чергу, приносить дію «ефекту масштабу», економію на рекламі, економію часу та коштів на вирішення питань з державними органами, популяризацію одного закладу за рахунок успішної діяльності іншого. Такі мережі мають більше шансів на зростання, ніж поодинокі ресторани та кафе.

4. Для заохочення клієнтів неабияке значення має введення системи знижок та спеціальних пропозицій у ціновій політиці, запровадження заходів, що орієнтуються на певний контингент чи час роботи: знижки в нічний чи ранковий час, дні, коли готуються певні екзотичні або навпаки типові страви, знижки для студентів, пенсіонерів, дітей, школярів, людей з певними інтересами, чи знижки за виконання певних умов чи дій в ресторані. Це має, насамперед, соціальний ефект, оскільки часто головну роль відіграють не ціни, а цікавість людей та неординарність підходу.

В загальному вигляді інновації в перекладі з латинської мови – спрямовані зміни. Вони запроваджуються з метою підвищення ефективності діючої системи та отримання прибутку. В ресторанному господарстві наразі існує тенденція переходу до нових технологій обслуговування, починаючи від отримання

замовлення і закінчуючи розрахунком з офіціантом. Всі вони пов'язані з впровадженням новітніх інформаційних технологій і здійснюються в декілька етапів.

Перший етап – замовлення цілої вечері або окремої страви. Раніше це стосувалось замовлення століків або окремих місць в залі ресторану. Наразі найбільш ефективним є замовлення через мережу інтернет. Заклад ресторанного господарства в інтернеті на своєму сайті розміщує своє електронне меню; там також можна надавати інформацію про склад харчових продуктів, які використовуються для виробництва страви, масу виходу готової страви, фотографію її тощо. Замовлення передається на визначений замовником час з одномоментним бронюванням місця або столика в залі ресторану. При бажанні замовник може перерахувати авансовий платіж.

Другий етап – інновації в обслуговуванні гостя впроваджуються безпосередньо в ресторані. В залі ресторану розташовується електронно-інформаційне табло для надання інформації. Якщо гість прийшов без попереднього замовлення, то після прийому замовлення офіціантом та передачі його на виробництво на табло в залі висвітлюється кінцевий час виробництва всього замовлення (наприклад, двох чи більше страв) або окремої страви. В цьому випадку споживач має можливість визначитись із часом отримання замовлення, частково корегувати своє замовлення та спланувати кінцевий термін перебування в ресторані. Також він може звернути увагу на загальний час виробництва страви та здійснювати частковий контроль.

На третьому етапі поводитьься електронно-касове обслуговування гостей. Через мережу Інтернет замовник отримує на свій мобільний телефон загальну вартість за замовлення страви або проведення вечерки з визначенням додаткової суми сплати за якість обслуговування. Згідно із отриманим чеком від проводить оплату за допомогою електронної пластикової картки.

Тому підприємства ресторанного бізнесу вимушені впроваджувати найновітніші технології, методи та методики як на рівні управління закладом, так і на рівні обслуговування.

Інновації в готельному бізнесі, з одного боку, можуть бути охарактеризовані як виробничі, а з іншого – невиробничі (рис. 1.2). Всі види інновацій у сфері ресторанного господарства надають певні переваги як виробникам продукції та послуг ресторанного господарства, так і споживачам.

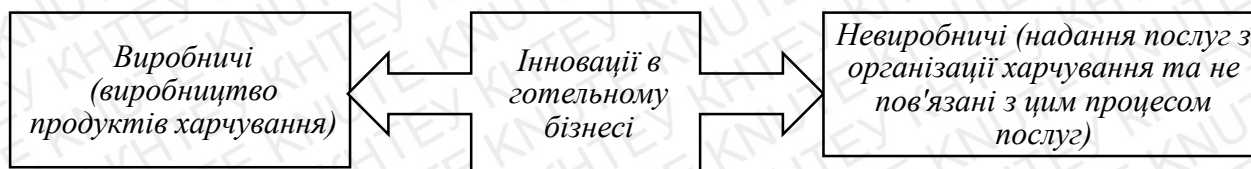


Рис. 1.2. Типи інновацій в готельному бізнесі[15]

Важливою інновацією є застосування сучасних інформаційних нанотехнологій, цифрової оргтехніки. Найважливішими заходами даного напрямку в сучасному просторі являються інформаційнокомп'ютерні технології, які розроблені для підприємств ресторанного господарства, дозволяють значно спростити, оптимізувати і прискорити цілий ряд рутинних, специфічних для цього бізнесу операцій. Також однією з основних ІТ-інновацій для ресторанного бізнесу є впровадження комплексу web- і телекомунікаційних рішень для взаємодій з клієнтами. Саме тому нині значно зросла кількість закладів, які намагаючись мінімізувати витрати часу на обслуговування, запроваджують так звані e-Menu (тобто електронні меню).

Словосполучення «services innovation» можна трактувати у перекладі як інноваційні послуги, інновації в обслуговуванні, інновації сервісу чи сервісні інновації. Виділяють дві групи синонімів: сервісні інновації та інноваційні послуги - інновації в обслуговуванні - інновації сервісу. Інновації сервісу стосуються лише способів надання самого сервісу. А «сервісні інновації» - більш широке поняття, яке включає усі процеси поліпшення в цілому - це удосконалення або модифікація продуктів і послуг чи використання нових інструментів у процесах, що відбуваються на підприємстві. Таким чином, сервісні інновації - це всі типи інновацій, впроваджуваних підприємствами.

Близьким до поняття „services innovation” є „service experience” - досвід використання послуг, „customer service” - сервісне обслуговування клієнтів,

„service relationships” - взаємовідносини між виробником і клієнтом.

Так, при впровадженні сервісних інновацій підприємство враховує, що процеси виробництва та споживання продукту чи послуги відбуваються одночасно, їхня якість є несталою у часі, оцінювання послуг піддається вимірюванню через оцінку праці персоналу, який її надає.

Таблиця 1.1

Трактування поняття «сервісні інновації» різними вченими

Автор	Трактування поняття
Я. Майлс (1993)	Це інновації у сфері послуг, у сервісних продуктах, нові або удосконалені системи надання продуктів (товарів або послуг), це можуть бути технологічні інновації, інновації в процесах обслуговування, нові або вдосконалені способи проектування і виробництва послуг [4]
Sundbo and Gallouj (1999)	Сервісні інновації найчастіше є не більше, ніж корегування процедур доповненнями, які не мають радикального характеру та є практично орієнтованими[42]
Ван Арком Van Ark et al, (2003)	Сервісні інновації можуть бути визначені як нові або значно змінені концепції обслуговування, канали взаємодії з клієнтом, система надання послуг або технологічна концепція, яка індивідуально (але швидше за все - в сукупності) призводить до одного чи кількох нових сервісних функцій, які є новими для фірм і ринку і не вимагають структурно нових технологічних, людських чи організаційних можливостей організації[37]
Carvalho (2008)	Сервісні інновації - це послідовний процес, який включає: нетехнологічну (персонал, організаційна структура, фактори, які підвищують цінність обслуговування для клієнта) та технологічну складові (залежить від технологій, особливо інформаційних і комунікаційних) [40]

Концепцію сервісних інновацій розробляли Я. Майлс, Gallouj, Weinstein, Ван Арк (див. табл. 1.1).

Вивченню проблем розвитку готельно-ресторанного господарства приділена велика увага вітчизняних науковців, фахівців, а саме: О. Борисової, О. Головки, Г. Круль, М. Мальської, І. Мініч, Л. Нечаюк, Н. П'ятницької, О. Шаповалової. У цих роботах розглядаються основи організації та розвитку готельно-ресторанного господарства, аналізуються чинники, що впливають на ринок готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Однак, розвиток інноваційної складової

економіки, сучасних інформаційних технологій вимагає додаткових досліджень впливу інновацій на готельно-ресторанне господарство.

З огляду літератури можна отримати детальний та обґрунтований аналіз, згідно Saunders et al (2007, ст. 595)[45]. Це дає коментарі до достоїнств і недоліків літератури в певній арені, що в основному демонструє знайомство з відомими фактами теми дослідження. Огляд літератури є суттєвими висновками з вторинних джерел, і теоретично і методологічно сприяє досягненню цілей дослідження. Це, в основному, добре структурно послідовний потік логічних ідей для передмова до дослідження. Інновації - це в основному позитивні зміни. Аналітик організації визначив його якомога більше способів, як зазначено нижче:

Згідно Cedicci і Trehan (2007), він заявив, що: «Інновація - це безперервний хід дій і найкращий спосіб зрозуміти його, щоб підняти питання щодо того, що відбувається в галузі, і винайти новаторські продукти та послуги»[43].

За словами Джонса (2008), він заявив, що: "Інновація є найважливішою складовою стратегії фірми, оскільки вона забезпечує напрямок для розвитку фірми"[7].

За даними Varegheh et al. (2009), він заявив про інновації як: "Інновації - це багатоетапний процес, за допомогою якого організації перетворюють ідеї на вдосконалені продукти, послуги або процеси, щоб успішно просуватися, конкурувати і успішно диференціюватися на своєму ринку"[44].

В економічній літературі інноваційну діяльність часто пов'язують з впровадженням результатів наукових досліджень і розробок в практику. Проте зміст поняття «інновація» більш широкий. Сфера інновацій всеосяжна, вона не тільки охоплює практичне використання науково-технічних розробок та винаходів, але й включає зміни в продукті, процесах, маркетингу, організації. Інновація виступає в якості фактора зміни, як результат діяльності, втілений в новий або вдосконалений продукт, технологічні процеси, нові послуги та нові підходи до задоволення соціальних потреб [2].

В даний час методи управління інноваційними проектами для підприємств сфери послуг в Україні перебуває в процесі формування. Ще більш вказане

твердження справедливо для підприємств ресторанного бізнесу, який є однією з найбільш залежних від організації методів управління персоналом і організації праці галузей. На сьогоднішній день збудовані якісно нові відносини між учасниками ринку ресторанних послуг, особливо враховуючи результати фінансової кризи, внесені корективи в законодавство, відбувається поетапне становлення повноцінного ринку.

У найзагальнішому вигляді інновація - це «процес використання знання і інформації для створення і впровадження чогось нового і корисного». Як відзначає, наприклад, І.Е. Фролов, інновація - це втілення у вигляді нового продукту, послуги та технології і нової організаційно-економічної форми, що володіє явними перевагами при використанні в проектуванні, виробництві, збуті, споживанні та утилізації продуктів, що забезпечує додатковий для господарюючого суб'єкта (у порівнянні з попереднім положенням справ) економію витрат або додатковий прибуток (або ін вигоду).

Специфіка ресторанного бізнесу, як галузі сфери послуг, припускає під інноваціями не тільки поліпшення якості життя людей (задоволення потреби в якісній (екологічний аспект), красиво і смачно приготовленої їжі (естетичну насолоду)), але і грамотно вибудовані стосунки з клієнтами, грамотну маркетингову політику і PR-стратегію, а також облік необхідності комерціалізації інноваційних розробок (отримання патентів, реєстрація фірмових знаків). В цілому, інноваційний проект такого роду являє собою складну систему взаємообумовлених і взаємопов'язаних за ресурсами, термінами і виконавцям заходів, спрямованих на досягнення конкретних цілей (завдань) на пріоритетних напрямку розвитку науки і техніки.

За умови якісного та продуманого механізму впровадження, нові ідеї здатні значно збільшити кількість клієнтів, збільшити вартість одного замовлення та загальну прибутковість ресторану. Звичайно, що проводити певні зміни потрібно досить послідовно, але необхідно, тому обрану в дослідженні тему можна вважати актуальною. Питанню введення інновацій в ресторанному бізнесі в тому або іншому аспекті присвячені дослідження Карсеніна В. та Ткаченко Т., Русавської

В.А., П'ятницької Г.Т., Литвиненко Т.К., Бреус О.

1.2. Методологічні засади формування сервісних інновацій

Сучасне інноваційне управління підприємством сфери послуг має ті ж потреби, що і традиційне управління, тобто можливість мати у своєму розпорядженні засоби інформації та засоби впливу для досягнення необхідної рентабельності і конкурентоспроможності.

Сфера послуг як галузь, що розвивається, характеризується зростанням обсягів виробництва послуг, зростанням ризику, що викликає необхідність підвищення вимог до особистісних якостей керівника підприємства в порівнянні з існуючою організацією управління. Зростає значимість динамізму процесів управління і інтуїції керівника. У процесі інноваційної діяльності створюються нові види послуг, методи збуту, маркетингової діяльності, які безпосередньо засновані на збільшенні капіталовкладень і розробці стратегічних планів, що, в свою чергу, вимагає забезпечення управління відповідною інформацією.

З цієї точки зору зростає значимість основного принципу сучасного інноваційного управління – інформованості. Найбільше значення для підприємств сфери послуг набуває забезпечення технологічного трансферу як самостійного напрямку інформаційного забезпечення інноваційних процесів.

Для успішної реалізації організаційних інновацій необхідні системні рішення, що викликають необхідність гнучкої організації інноваційних змін з постійно діючим зворотним зв'язком, що враховує як зовнішній, так і внутрішній контексти поряд з параметрами і самого інноваційного процесу, і його змісту.

Отож відсутність інформаційно-технологічних інновацій є однією з основних причин недостатності інноваційного розвитку підприємств сфери послуг.

На думку науковців ефективними інноваціями, що застосовуються на підприємствах готельного, ресторанного господарства є технологічні інновації (рис. 1.3).

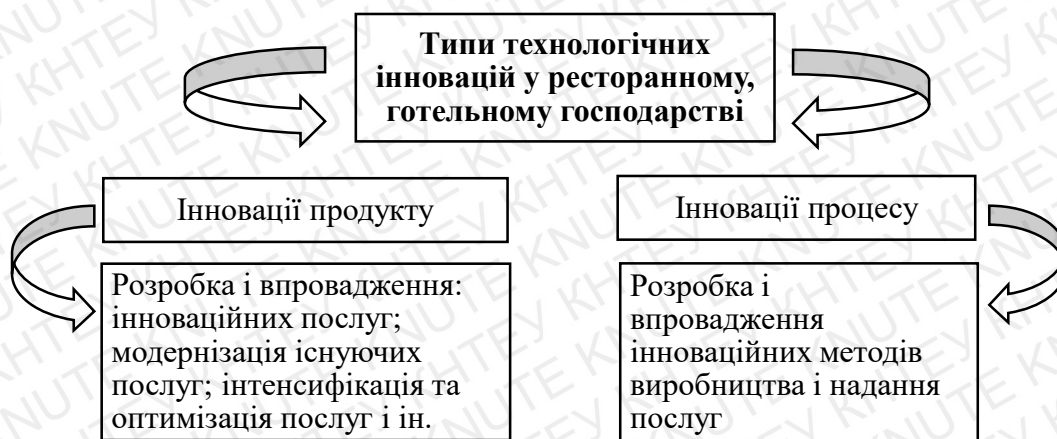


Рис. 1.3. Типи технологічних інновацій у готельному господарстві

У своїй інноваційній діяльності готелям слід брати до уваги специфіку і мінливий характер попиту на готельний продукт, який залежить від сезонних, природних, рекреаційних чинників, стану інфраструктури та факторів навколишнього середовища на всіх рівнях [1].

У цій ситуації сервісні інновації стають істотними для виживання. Перш за все, це означає концентрацію зусиль підприємств на зниженні витрат. Основні фактори, які впливають на можливості впровадження інноваційних процесів в сфері гостинності, такі як:

1) застосування програм лояльності, які залишаються ключовим фактором для споживача. Зокрема в окремих сегментах ринку, де диференціації важче досягти, однак, бренди повинні зосередитися на здійсненні послідовно простих, але більш переконливих обіцянок бренду, і об'єднати значення з досвідом, щоб спонукати споживачів;

2) використання соціальних мереж на сьогодні стає важливою складовою інтеграції в процесі подорожі та прийнятті рішень щодо розміщення. Залучення споживачів щодо підвищення обізнаності та відчуття належності до спільноти, збільшення трафіку і пошук рейтингу, а також надає можливості краще зрозуміти потреби потенційних нових гостей.;

3) мобільні технології - все більше в центрі взаємодії споживача бренду і пропонує безліч можливостей для налаштування, комунікації, просування і вірності.

Зокрема використання мобільної технології смарт-телефон дозволить підвищити ступінь лояльності, шляхом забезпечення мобільних послуг, які відповідають потребам сучасного споживача у швидкому відгуку «на-ходу». Більше 50-ти відсотків споживачів готельних послуг бронюють готель на основі онлайн-рекомендації. Шістдесят п'ять відсотків споживачів готельних послуг відвідують веб-сайти в результаті онлайн рекомендації.

У 2010 році серед онлайн туристів СІЛА, 72 % брали участь в соціальних медіа, принаймні один раз на місяць[2].;

4) розуміння потреб різних поколінь - середній ціновий сегмент на ринках гостинності, що розвиваються повинен бути запропонований за конкурентними цінами.;

5) інвестиції в управління талантами - розробка інноваційних програм талант і ре-дизайн операційної моделі, щоб ефективно виконувати стратегію управління людським капіталом.;

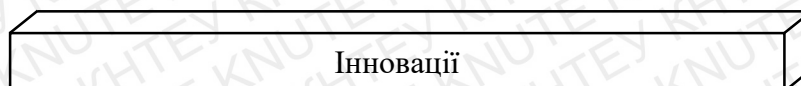
6) 360-градусний вид сталості - розробка екологічно відповідального бренду як ціна, якість, бренд і зручність на основі споживчих витрат, але сталість буде лише частиною процесу прийняття рішень[3].;

7) сучасні технології - розробка більш комплексних ІТ-систем і загальних служб. Посилення безпеки даних - організація повинна вжити всіх необхідних заходів обережності, щоб захистити гостей і репутацію бренду.;

8) R&D фокус - розробка та інвестування в дослідження і розробки для випередження потреб і бажань споживача.;

В економічній літературі виділяють шість типів інноваційних стратегій підприємства: наступальна, захисна, імітаційна, залежна, традиційна, стратегія «ніші» [1; 3; 4].

Найбільш перспективною галуззю для розвитку інноваційною діяльністю є галузь ресторанного господарства. Цьому сприяють висока динаміка росту і якісні зміни в розвитку ринків послуг підприємств ресторанного господарства.



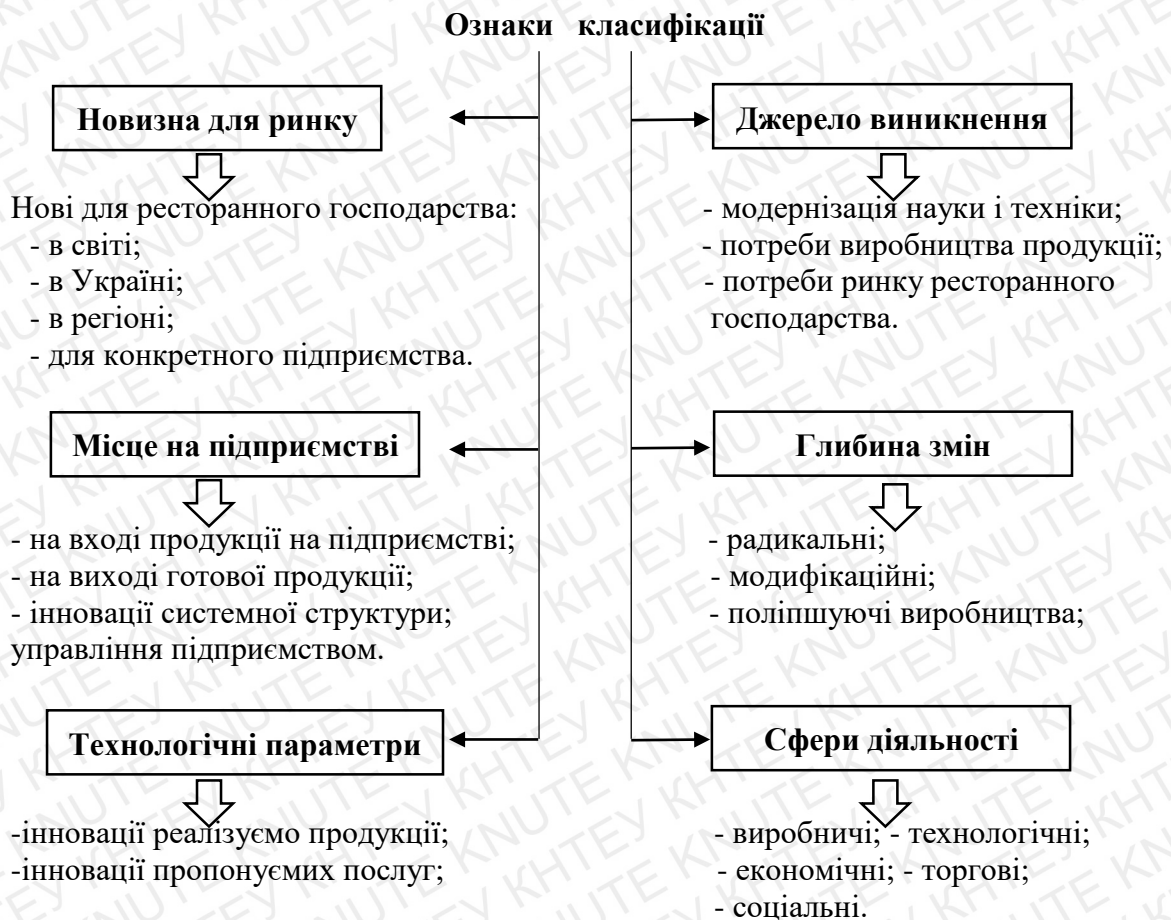


Рис. 1.4. Класифікація інновацій в готельному господарстві

Інноваційні процеси в сфері ресторанного господарства в нашій країні, пов'язані з нововведеннями в системі товароруху, перебудовою оптового ланцюга, інноваціями в роздрібній торгівлі і маркетингу взаємовідносин з покупцями. Можна виділити наступні ознаки, за якими класифікують інновації для підприємств ресторанного господарства (див. рис. 1.4).

Виділено шість основних ознак за якими можна класифікувати інновації для підприємств ресторанного господарства. Завдяки класифікації інновацій для підприємств ресторанного господарства, керівники підприємств матимуть змогу розробити стратегічні плани з впровадження інновації за однією чи декількома ознаками та ефективно впровадити план в діяльність підприємства з розробки та впровадження інновації.

Це забезпечить високий рівень конкурентоспроможності підприємства на визначеному сегменті ринку.

Необхідність розвивати інноваційні технології у даних напрямках спрямовані сучасними тенденціями моди на такому сегменті ринку, як готельний. Виникає потреба розвивати і впроваджувати дані напрями, перш за все, через потреби споживачів на даний вид послуг. По-друге, через потребу підприємців у створенні ефективних засобів для конкурентного функціонування підприємства.

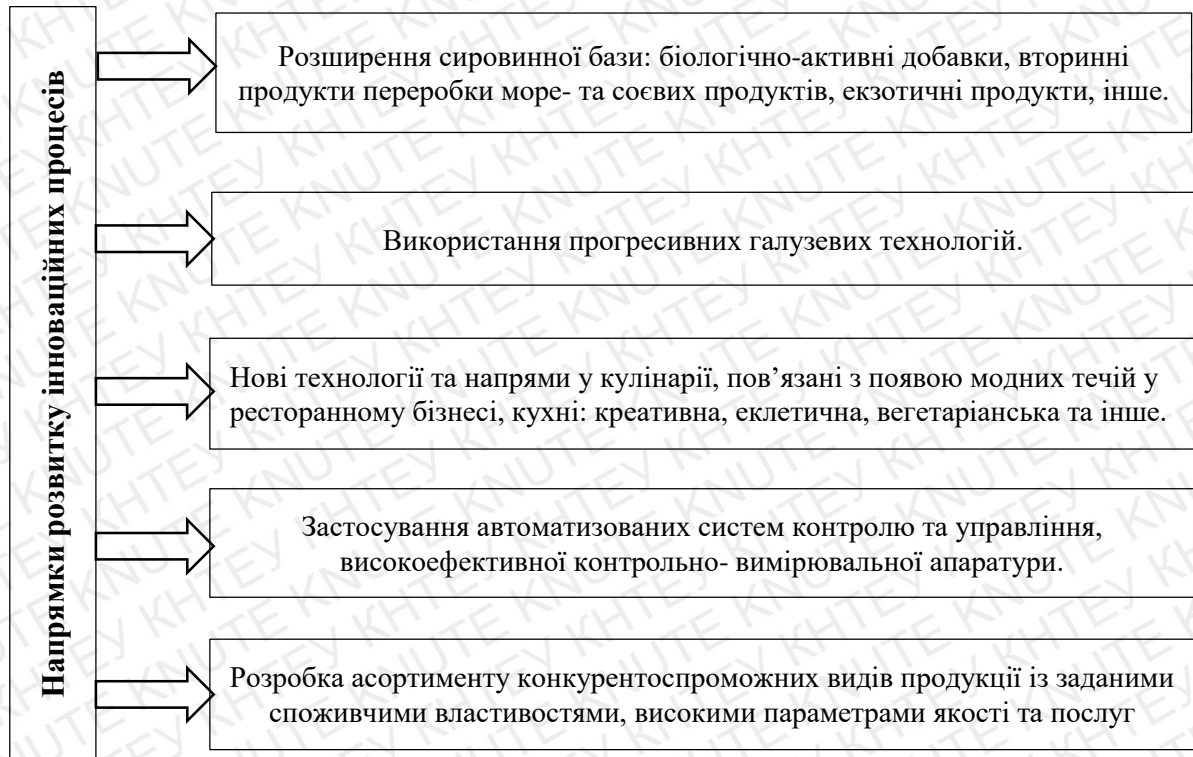


Рис. 1.5 Напрями розвитку та застосування інноваційних процесів на підприємствах готельного господарства

Існують такі чотири основні групи інновацій у сфері готельного господарства: новинки форматів та напрямів, новинки у процесах і засобах праці, новинки товарів і засобів їх просування, новинки у підходах до управління підприємством (таб. 1.1).

Перелічені інновації для підприємств готельного господарства надають переваги не тільки виробникам, але й споживачам. Для споживачів вони задовольняють потребу у проведенні дозвілля та відпочинку, а виробникам збільшують прибуток.

Таким чином, інноваційна діяльність готельному господарстві, спрямована на створення нового або зміну існуючого продукту, освоєння нових

ринків збуту, впровадження передових ІТ-технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності, забезпечення високої культури обслуговування, професіоналізму готельних керуючих.

Отже, розвиток інноваційної діяльності на перспективу неможливий без покращення інноваційної результативності підприємства та його персоналу, адже інноваційна діяльність повинна розглядатися як застосування науково-технічних засобів для діяльності зі створення нових конкурентоспроможних послуг.

РОЗДІЛ 2

ДІАГНОСТИКА СЕРВІСНИХ ІННОВАЦІЙ ГОТЕЛЮ «HILTON KYIV», М. КИЇВ

2.1. Стратегічний аналіз діяльності готелю

Один з розкішних готелів світового рівня розташований в центрі Києва і займає висотній багатоповерховий будинок цікавої архітектури. Проживати в HiltonHotel означає підкреслити свій соціальний статус і респектабельність, адже незмінно ця мережа готелів користується заслуженою повагою в будь-якій країні світу. Тому на ринку готельних послуг досліджуване підприємство користується попитом.

Готель знаходиться в зручному місці, адже гості готелю з легкістю зможуть дібратися до будь-якого місця. Готель «Hilton Kyiv» знаходиться за адресою: бульвар Тараса Шевченка, 28-30. Поруч є станція метро «Університет», за 1 км, знаходяться станції «Театральна» і «Золоті ворота». До Маріїнського палацу, де відбуваються найзначніші культурні заходи в місті, можна дійти за 5 хвилин і стільки ж - до Київського зоопарку. Гості можуть дістатися до Центрального залізничного вокзалу за 15 хвилин ходьби, а також гостям готелю буде зручно добратися з аеропортів, адже аеропорт Жуляни знаходиться від готелю 5.9 км, а Міжнародний аеропорт Бориспіль знаходиться на відстані 30.1 км.

До послуг туристів, в готелі «Hilton Kyiv» є 262 номери різних типів які представлені в додатку Б.

Деякі номери призначені для людей з обмеженими фізичними можливостями. Всі номери оснащені телевізором з плоским екраном, міні-баром, зручними меблями, кондиціонерами, а з вікон розміром у всю стіну відкривається чудовий панорамний вид. В кожному номері є оснащена індивідуальна ванна кімната з наборами туалетної косметики і феном.

Для дітей можна найняти няню, а консьєрж надасть найповнішу і важливу інформацію про найцікавіші місця й об'єкти м. Києва.

Готель Hilton Kyiv також має нічний клуб, критий басейн з підігрівом і відкритий басейн. Любителі спорту і активного відпочинку оцінять спортзал і фітнес-зал.

В готелі можна скористатися такими зручностями які показані в табл.2.2.

Таблиця 2.2

Послуги, що надаються цілодобово в готелі «Hilton Kyiv»

<i>Назва послуги</i>	
Допускається розміщення з домашніми тваринами	Барбершоп
Номери для некурців	Номери для алергіків
Номери/ послуги для людей з інвалідністю	Перукарня
Ліфт	Ранній заїзд/виїзд
Сейф	Куріння заборонено
Обмін валют	Салон краси
Wi-Fi	Парковка на території
Цілодобова стійка реєстрації	Громадські зони з доступом для людей з інвалідністю
Камера схову багажу	Лобі
Вільне пересування на інвалідних візках	Парковка під охороною
Цілодобова охорона	Кондиціонери в громадських місцях
Банкомат	Пізній заїзд/ виїзд
Багатомовний персонал	Стільниковий зв'язок
Подарунковий/ газетний кіоск	Номер для молодят

Також у готелі «Hilton Kyiv» є широкий асортимент додаткових послуг, що відкривають широкі можливості для гостей та відвідувачів. Додаткові послуги готелю продемонстровані в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Перелік додаткових послуг в готелі «Hilton Kyiv»

Обслуговування номерів	Прибирання приміщень
Прокат авто	Магазини/ комерційні послуги
Цілодобове обслуговування номерів	Трансфер з аеропорту
Хімчистка	Пральня
Бізнес-центр	Чищення взуття
Факс/фотокопіювання	Послуга "будильник"
Проектор	Доставки преси
Конференц-зали/ банкетні зали	Платний трансфер від/ до аеропорту
Коридорний/швейцар	Пральня самообслуговування
Послуги екскурсовода/ Замовлення квитків	

У готелі Hilton Kyiv гості забезпечені всім необхідним. Крім стильних і комфортабельних номерів, басейна і смачних страв у ресторані до послуг гостей апартamenti й номери, оснащені низкою сучасних зручностей у готелі, що подарують спокійний відпочинок, у якому нічого не бракуватиме. Зручності, якими облаштовані номери готелю «Hilton Kyiv» продемонстровано в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Зручності в номерах готельно-ресторанного комплексу «HiltonKyiv»

Приладдя для прасування	Міжнародні дзвінки
Опалення	Пухо-пір'яні подушки
Кондиціонер	Бутильована вода
Телевізор	Ванна
Набір для приготування чаю/ кави	Сейф у номері
Фен	Дитячі ліжечка
Радіо-будильник	Дитячий клуб
Міні-бар	VIP-зручності в номерах
Душ	Дитячі стільчики
Власна ванна кімната	Безкоштовні туалетно-косметичні засоби
Суміжні номери	Гардероб
Підготовка номера до сну	Телевізор з плоским екраном
Зона відпочинку	Підлога з килимовим покриттям
Тераса	Кабельне/ Супутникове
Телефон у ванній	Няня/ догляд за дітьми
Прямий телефонний дзвінок	Догляд за дітьми за додаткову плату
Вітальня	Звукоізольовані номери
Дзеркало для макіяжу з підсвіткою	Письмовий стіл
Капці	Індивідуальний кондиціонер
Ванна з душем	Платне телебачення
Джакузі в номері	Автономне опалення
Місцеві дзвінки	Окрема зона для відпочинку

В готелі Hilton Kyiv гості з легкістю зможуть насолодитися відпочинком та скуштувати вишукані страви. Гостям не потрібно витратити час на пошуки ресторану, адже в готелі розташований ресторан Park Kitchen.

У готелі щоранку подається дуже рясний сніданок. Гості оцінять ексклюзивні страви шеф-кухаря Шота Годердзішвілі. Харчування в готелі «Hilton Kyiv» показано в табл. 2.5

Готель Hilton Kyiv відмінно підходить для туристів, які подорожують всією сім'єю, адже тут є не тільки дитяча ігрова кімната з безліччю іграшок і наборів для творчості, а й надаються послуги кваліфікованої няні.

Послуги з надання харчування в готелі «Hilton Kyiv»

Ресторан	Ресторан з кондиціонером
Сніданок в номер	Бранч
Бар/зона відпочинку	Вечеря
Електрочайник	Обід
Сніданок за додаткову плату	Вегетаріанські страви
Кава/чай в холі	Сніданок "шведський стіл"
Снек-бар	Спеціальне дієтичне меню
Кафе	

Поки батьки будуть насолоджуватися розслаблюючими процедурами в спа-салоні або відпочивати в слоні краси, дозвілля дітей буде організований і різноманітний. Фітнес-центр готелю оснащений найсучаснішими тренажерами з різними ступенями навантаження, тому гості будь-якого віку, які підтримують свою фізичну форму зможуть вибрати для себе оптимальний режим.

Таблиця 2.6

Спортивні центри та зони відпочинку в готелі «Hilton Kyiv»

Оздоровчий спа-центр	Нічний клуб
Критий басейн	Масаж
Сауна	Косметичні процедури
Фітнес-центр	Турецька баня
Відкритий басейн	Тенісний корт
Кімната відпочинку/ Кінозал	Громадська тераса/патіо
Джакузі	Тераса

Серед додаткових послуг готелі «Hilton Kyiv», готель також вирізняється наданням спортивних центрів та зон для відпочинку та релаксу наведено в табл. 2.6.

Готель Hilton Kyiv відомий своїм рестораном преміум класу «Park Kitchen». Заклад працює в форматі стейк-хауса. У меню представлені класичні страви європейської кухні з сучасним підходом шеф-кухаря Шота Годердзішвілі, який в кожну страву додає легкі азіатські й близько східні мотиви. Посередині залу для гостей працює відкрита шоу - кухня. Інтер'єр закладу виконаний в сучасному стилі, з безліччю джерел розсіяного світла і благородними шоколадними та сірими відтінками в меблях та декорі. Для гостей є дитяча кімната та спеціальне

дитяче меню, місце для паркування, літній майданчик. Крім великої алкогольної карти, відвідувачі можуть відпочити за кальяном з різними видами тютюну.

Ресторан «Park Kitchen» надає низку додаткових послуг для постояльців готелю та гостей ресторану, які продемонстровані в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Послуги ресторану «Park Kitchen»

Назва послуги	Характеристика послуги
Дитяча кімната	Місце підвищеного піклування за Вашими дітьми.
Жива музика	У ресторані присутня жива музика, за участі різних груп виконавців, що створює затишну атмосферу щовечора.
Зала/кімната для паління	Приміщення забезпечують інтенсивною вентиляцією.
Кальян	Великий різновид кальяних смаків
Відкритий майданчик/Літня тераса	Затишний куточок, в якому високопрофесійне обслуговування стануть ідеальним місцем для відпочинку.
Парковка	Безплатна парковка біля готелю та платна крита парковка.
WiFi	Якісний швидкісний інтернет.
Приймаються кредитні карти	Приймаються карти MasterCard/Visa, ApplePay/SamsungPay

Провівши аналіз роботи підприємства готелю «Hilton Kyiv» можна побачити динаміку економічних результатів за період 2016-2018рр. (табл. 2.8, табл.2.9, табл.2.10).

Таблиця 2.8

Динаміка і структура доходів готелю «Hilton Kyiv» у 2016-2018 рр.,

млн. грн.

Показники	Роки			Абсолютне відхилення		Темпи росту,%	
	2016р.	2017р.	2018р.	2017/2016	2018/2017	2017/2016	2018/2017
Чистий дохід від реалізації продукції	386,26	404,06	425,65	17,80	21,59	4,60	5,34
Собівартість реалізованої продукції	60,95	62,64	63,40	1,69	0,76	2,77	1,21
Дохід від експлуатації номерного фонду	266,52	274,76	259,64	8,24	-15,12	3,09	-5,50

Дохід від реалізації послуг ресторанного господарства	70,68	72,73	99,17	2,05	26,44	2,90	36,35
Дохід від надання додаткових послуг	37,46	43,23	41,28	5,77	-1,95	15,40	-4,51
Валовий прибуток	243,80	249,13	253,61	5,33	4,48	2,18	1,79
Інші послуги готелю	11,58	13,33	25,53	1,72	12,20	14,85	91,52
Адміністративні витрати	42,38	39,69	39,51	-2,69	-0,18	-6,34	-0,45
Витрати на збут	14,31	18,06	17,95	3,75	-0,11	26,20	-0,60
Інші операційні витрати	0,35	0,35	0,70	0	0,35	0	100
Податок на прибуток від звичайної діяльності	60,95	62,28	63,40	1,33	1,12	2,18	1,79
Чистий дохід	182,85	186,84	190,21	3,99	3,37	2,18	1,80

Результат динаміку та структуру доходу подано у вигляді діаграми на рис.2

Динаміка і структура доходів готелю «Hilton Київ» у 2016-2018 рр., млн.грн

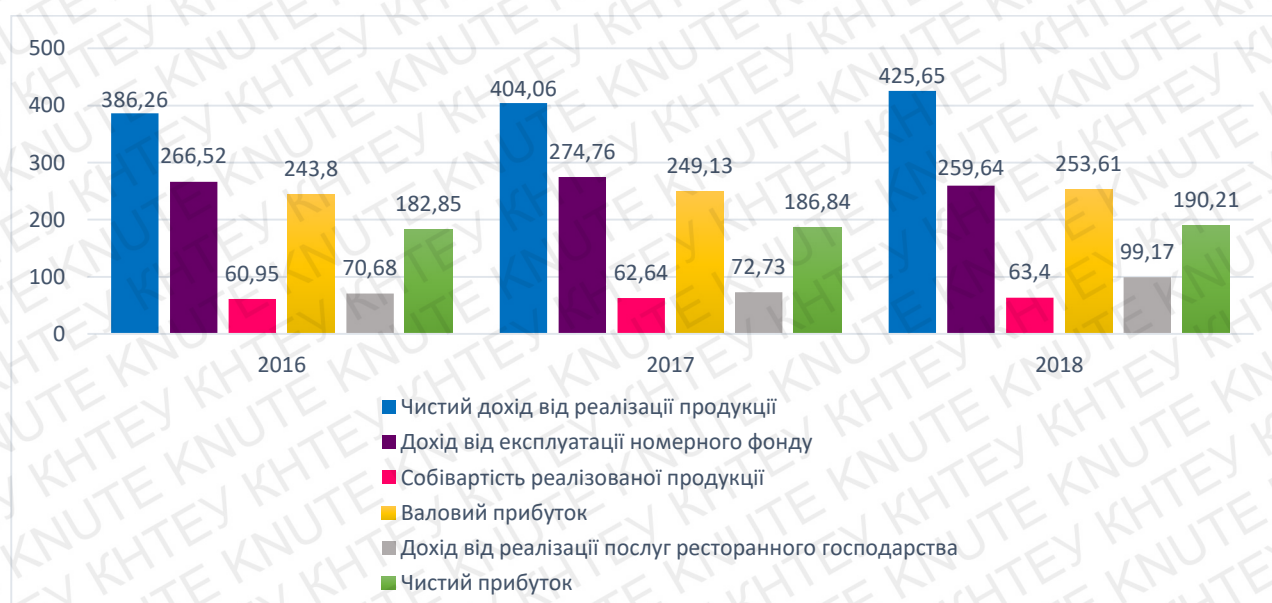


Рис.2 Динаміка та структура доходу готелю «Hilton Київ»

Згідно даних можна спостерігати збільшення відхилення по чистому доходу від реалізації продукції на 17,80 млн.грн за 2017 рік та 21,59 млн.грн за 2018 рік. Також можемо побачити збільшення відхилення собівартості реалізованої продукції на 1,69 млн. грн. за 2017 рік та 0,76 млн. грн за 2018 рік.

Отже, можемо побачити, що кожного року приріст чистого доходу від

реалізації продукції покриває собівартість реалізованих продукцій, це свідчить про те, що кожного року збільшується рентабельність готелю.

2.2. Визначення впливу чинників на реалізацію сервісних інновацій

Розвиток готельного та ресторанного сектора не стоїть на місці. Щорічно з'являються все більш інноваційні технології, які дозволяють зробити перебування гостя в готелі чи ресторану максимально комфортним і цікавим.

В атмосфері жорсткої конкуренції, що характеризує початок ХХІ ст., готелі з ресторанами повинні навчитися шукати елементи обслуговування у всьому, що вони роблять. Оскільки якісний сервіс - це ефективний інструмент продажів, він забезпечує стійку конкурентну перевагу. Найчастіше це єдина конкурентна перевага, яка є у готелів та ресторанів, де безліч готелів з ресторанами пропонують, по суті, однакові послуги.

На сьогоднішній день готельний-ресторанний ринок стрімко розвивається, з'являються все більше конкурентоспроможних готелів та ресторанів. Кожний прагне втриматися на ринку і вимушений впроваджувати нові стандарти чи застосовування сервісних інновацій.

Рівень конкурентоспроможності визначається на основі оцінки динаміки сукупності конкурентних переваг, якими володіє як галузь, так і окремі підприємства. Метою визначення рівня конкурентоспроможності готельно-ресторанних комплексів є правильний вибір конкурентної стратегії узгодженої з умовами розвитку галузі, конкурентними перевагами і недоліками підприємств.

Під час оцінки конкурентоспроможності підприємств важливо, щоб досліджувані об'єкти дійсно були безпосередніми конкурентами, їх порівняння забезпечується шляхом дотримання основних вимог: належності підприємств до одного регіонального ринку або сегменту, ідентичності структури асортименту, подібності фаз життєвого циклу підприємств.

За даними ознаками було виокремлено як конкурентів «Hilton Kyiv» такі готелі:

- Hyatt Regency Kyiv
- InterContinental Kyiv
- Park Inn by Radisson Kyiv
- Premier Palace Hotel

Характерним для аналізу конкурентоспроможності готелів є інформації по об'єктах дослідження.

Джерелами інформації в данному дослідженні були дані рекламних матеріалів готелів, періодичні видання, а також ресурси Інтернету.

Таблиця 2.11

Оцінка конкурентів за визначеними критеріями

Показники	Готелі-конкуренти				
	Hilton Kyiv	HyattRegencyKyiv	InterContinental Kyiv	ParkInnbyRadissonKyiv	Premier Palace Hotel
Кількість зірок	5*	5*	5*	4*	5*
1. Місце розташування					
1.1 м. Київ	1	1	1	1	1
1.2 В центрі Києва	1	1	1	1	1
1.3 Транспортна розв'язка	1	1	1	1	1
2. Додаткові послуги					
2.1 Обслуговування гостей у номерах	1	1	1	1	1
2.2 Надання у номер дитячого ліжка	1	1	1	1	1
2.4 Супутникове та кабельне телебачення	1	1	1	1	1
2.5 Паркування автотранспорту	1	1	1	1	1
2.6 Виклик таксі	1	1	1	1	1
2.7 Організація та обслуговування бенкетів, надання послуг конференц-залу	1	1	1	1	1
2.8 Номери для тих хто не палить	1	1	1	1	1
2.9 Оренда автомобіля з водієм	1	1	1	1	1
2.10 Послуги перекладача	1	1	1	1	1

3. Активна маркетингова політика	1	1	1	1	1
3.1 Стандарт ISO	1	0	0	0	0
3.2 Сервісні інновації	1	1	1	1	0
4. Наявність дисконтної програми або спеціальних програм	1	1	1	1	1
Всього	16	15	15	15	14

Для проведення аналізу підприємства «Hilton Kyiv» та чотирьох конкурентів приведемо фактичні дані функціонування за 2018 р. Для оцінки конкурентів був застосований метод бальної оцінки. Для того, щоб провести аналіз з його допомогою, нема необхідності отримувати точні показники. Було використано оцінку від 0 до 1 для отримання спектру оцінювання. Оцінка конкурентів за визначеними критеріями приведені у табл. 2.11.

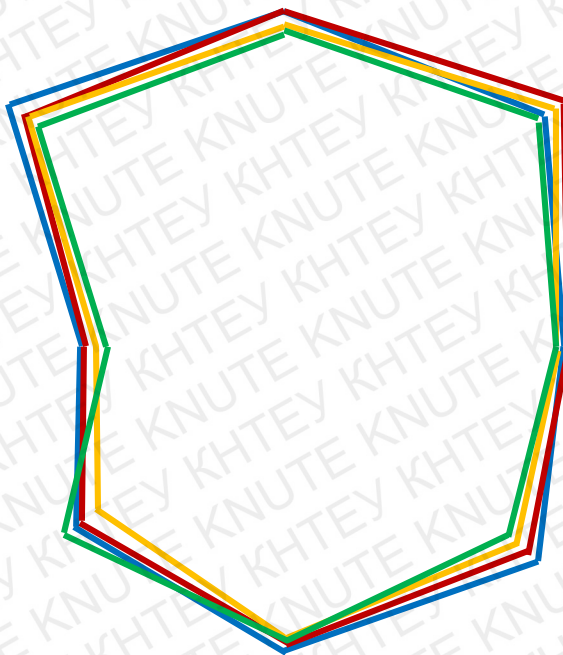
Результати оцінки готелів конкурентів подані у вигляді діаграми на рис.2.4.



Рис.2.4. Результати оцінки конкурентів за визначеними критеріями

Також додатково проведемо аналіз підприємства «Hilton Kyiv» та чотирьох конкурентів використовуючи багатокутник конкурентоспроможності рис.2.5





— «Hilton Kyiv»; — «Hyatt Regency Kyiv»;
 — «Park Inn by Radisson Kyiv»; — «Premier Palace Hotel»

Рис. 2.5 Багатокутник конкурентоспроможності готелів

За результатами оцінки готелів конкурентів можна сказати, що в Києві є п'ять готелів з високою конкурентоспроможністю на готельному ринку міста Києва, це: «Hilton Kyiv», «Hyatt Regency Kyiv», «InterContinental Kyiv», «Park Inn by Radisson Kyiv» та «Premier Palace Hotel». Асортимент додаткових послуг цих готелів, дещо відрізняються між собою, що надає індивідуальності кожному готелю зокрема і сприяє їх позитивному іміджу.

В готельному бізнесі Hilton вперше серед своїх конкурентів запровадив новий стандарт ISO 50001. Представники Hilton домоглися значного зниження енергоспоживання завдяки недорогим, високоефективним заходам і сертифікації за стандартом ISO 50001. Володіючи трьома сертифікатами ISO, Hilton є яскравим прикладом використання стандартів ISO для більш ефективного та сталого управління своєю діяльністю.

Загалом готелі в Україні розвиваються однаково, більшість вже запровадили «розумні номери», чи світло чуттєві сенсори. Кожний готель буде

крок за кроком покращувати свої сервіси та стандарти, і як стимул для інших готелів буде впроваджувати нові інноваційні сервіси.

Сьогодні інновації в процесі виробництва товарів і послуг є обов'язковою умовою розвитку або навіть виживання підприємства в умовах жорсткої конкуренції. Інновації в готельному бізнесі приносять додаткові доходи, забезпечують конкурентні переваги на ринку, підвищують частку ринку, знижують витрати, вдосконалюють процес обслуговування, підвищують ефективність роботи окремих підрозділів та готелю в цілому.

Готелі зацікавлені у впровадженні інновацій, оскільки це дозволяє їм отримати конкурентну перевагу. Це характерно, насамперед, для міжнародних мережевих готелів, що мають можливості для вкладення значних коштів у розробку. В готельні комплекси широко впроваджуються нові технології, що сприяє спрощенню бронювання місць, посиленню контролю за доходами та витратами, зайнятістю.

Організаційні інновації пов'язані з розвитком готельного підприємства в системі та структурі управління. До них належать новітні методики навчання персоналу, купівля готельної франшизи, створення власної готельної мережі тощо.

Щодо продуктових інновацій, то вони спрямовані на створення нових послуг та впровадження нових технологій обслуговування, наприклад, клінінгових (дозування миючих засобів, низькотемпературна побутова хімія), енергозберігаючих (автоматичні системи опалення, вентиляції та подачі води, оснащення номерів новітніми панелями Grow, повітряні генератори для вироблення електроенергії); екологічних (постільна білизна з антибактеріальними і бактерицидними властивостями, скло на вікнах з вторинної сировини, меблі повністю виготовлені з матеріалів вторинної переробки), ароматехнологій тощо [21].

Для аналізу конкурентоспроможності ресторанів було виокремлено як конкурентів «ParkKitchen» такі ресторани:

- Hyatt Regency Kyiv (Гриль Азія)

- InterContinental Kyiv (Comme Il Faut)
- Premier Palace Hotel (Terracotta)

Для проведення аналізу підприємства «ParkKitchen» та чотирьох конкурентів приведемо фактичні дані функціонування за останні роки. Для оцінки конкурентів був застосований аналіз діяльності конкурентів.

Аналіз конкурентів за визначеними критеріями приведені у таблиці 2.12

Таблиця 2.12

Аналіз діяльності ресторану в готелях конкурентів

	Пропускна спроможність	Асортимент основних послуг	Асортимент додаткових послуг	Якість обслуговування	Цінова політика
Hilton Kiev (Park Kitchen)	=	=	↑↑	↑	↑↑
Huatt Regency Kyiv (Гриль Азія)	=	=	↑↑	↑↑	↑↑
InterContinental Kyiv (Comme Il Faut)	=	=	↑↑	↑↑	↑↑
Premier Palace Hotel (Terracotta)	↓	=	↑	↑	↑

↑↑ - значно вище ніж у конкурентів

↑ - вище ніж у конкурентів

= - аналогічно конкурентів

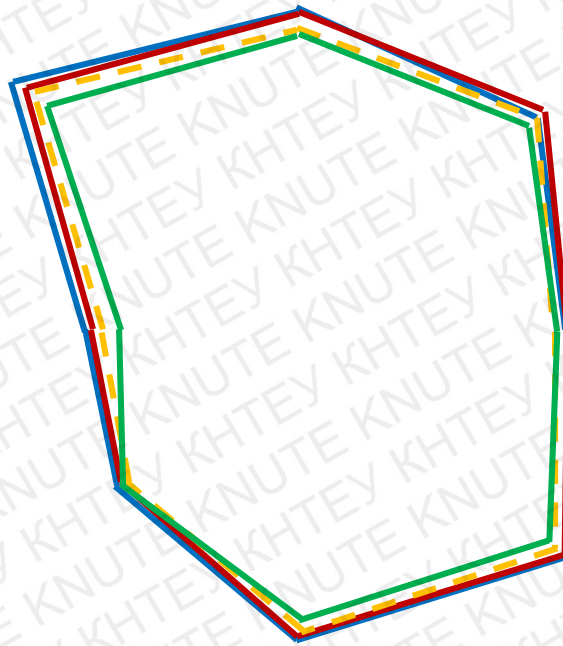
↓ - нижче ніж у конкурентів

↓↓ - значно нижче ніж у конкурентів

Додатково для кращого розуміння конкурентоспроможності серед наведених рестораних закладів в готелях, застосуємо багатокутник конкурентоспроможності. Продемонстрований на рисунку 2.6

Отже, за результатами аналізу можна побачити, що конкурентоспроможність в готелях висока. В кожного підприємства майже однакові показники, що свідчить про те, що кожний прагне бути кращим серед конкурентів.





— «ParkKitchen»; — «Гриль Азія»; - - «CommeIlFaut»;
— «Terracotta»

Рис.2.6 Багатокутник конкурентоспроможності ресторанів в готелі

В ресторанному бізнесі для підвищення конкуренції на ринку запроваджують інноваційні методи. В ресторанному бізнесі заклади мають схожість між собою своїми послугами та сервісом. Інновації в ресторанному бізнесі - це незвичні маркетингові ходи, покликані поліпшити сервіс і залучити нових клієнтів. Адже як за принципом закону Парето - 20% постійних відвідувачів здатні забезпечити 80% його прибутку. І виходячи з цього доведення можна сказати, що кожний прагне втримати своїх відвідувачів застосовуючи інноваційних технологій.

Таким чином, в умовах жорсткої конкуренції готельно-ресторанні господарства змушені шукати нові шляхи підвищення привабливості та доступності своїх послуг. Інновації виступають в якості стимулу для подальшого розвитку готельно-ресторанного бізнесу, дають змогу підприємствам не тільки

займати найвищі позиції у своїх ринкових сегментах, але й відповідати світовим стандартам готельного та ресторанного обслуговування.

2.3. Оцінка результативності діючих сервісних інновацій

Динамічний розвиток готельно-ресторанного бізнесу і жорстка конкуренція на ринку готельних та ресторанних послуг ставлять проблеми підвищення якості обслуговування клієнтів в число пріоритетних і актуальних. Якість готельної та ресторанної послуги розглядається як сукупність характеристик, які надають їй здатність задовольняти потреби цільової групи споживачів. Забезпечення конкурентної переваги в готельно-ресторанному бізнесі пов'язано з впровадженням інновацій в діяльність готельних та ресторанних підприємств.

У готельно-ресторанному бізнесі інновація - це процес створення і впровадження нових, відмінних від стандартних, методів обслуговування, створення незвичайних готельних та ресторанних продуктів, нових способів просування послуг підприємства, а також створення умов, що забезпечують більш комфортне проживання чи харчування гостей.

В конкуруючому середовищі готель «Hilton Kyiv» крок-за-кроком впроваджують нові інновації роблячи все більш затребуваним серед своїх конкурентів.

На сьогоднішній день в готелі «Hilton Kyiv» вдало вдалось впровадити систему «Розумний будинок». Система управління «Розумний будинок» дає можливість централізованого управління готелем, створення додаткових комфортних умов, як для гостей, так і для персоналу.

Для забезпечення безпеки самої будівлі, гостей і персоналу широко застосовують сучасні системи автоматизації, аудіо-контролю і відеоспостереження. Система «Розумний будинок» здатна забезпечити контроль доступу до всіх приміщень готелю, забезпечити гостям вхід в номери за допомогою електронних ключів, контролювати і своєчасно запобігати аварійним

і інші небезпечні ситуації.

У готелях застосовують автоматизовані системи пожежної безпеки, адже на сьогоднішній день одним з найбільш ефективних засобів гасіння пожеж є установки автоматичного пожежогасіння з різними вогнегасними речовинами. Цією інноваційною системою готель «Hilton Kyiv» демонструє найвищу безпеку гостей та готелю, що підтверджує застосування стандартів ISO. Також впроваджують такі інноваційні системи як захист від протікання води, системи контролю загазованості, електричної безпеки.

Система «Розумний будинок» здатна об'єднати всі ці системи в єдиний алгоритм управління, з можливістю постійного контролю.

Ця сучасна інновація система «Розумний будинок» в готелі дає можливість управління, створення сценаріїв освітлення окремих приміщень по заданому алгоритму. А також дає можливість адміністрації та гостям готелю управляти різними режимами елементів інтер'єру, електронними пристроями, керування кліматом в номерах і створення комфортних умов постояльцям готелю, що створює додаткове позитивне враження від перебування в готелі.

Данна інновація дає керівництву необхідний крок, для економії витрат, створення позитивного іміджу своєму підприємству, забезпечення безпеки власності і людей.

Ще одним з яскравих прикладів інновацій є впровадження стандартів якості. Серед своїх конкурентів готель «Hilton Kyiv» вперше запровадила три стандарти якості, а саме:

- стандарт ISO 9001
- стандарт ISO 14001
- стандарт ISO 50001

Володіючи трьома сертифікатами ISO, Hilton є яскравим прикладом використання стандартів ISO для більш ефективного та сталого управління своєю діяльністю. Сертифікація дає змогу отримати гостям більш якісні послуги які суворо контролюються за стандартами.

Також серед своїх конкурентів готель «Hilton Kyiv» застосував інновацію «Smart TV» Данні телевізори спеціально адаптовані для використання в готелях, його безперечні переваги перед звичайним побутовим телевізором гарантують комфорт для гостей, зручність інсталяції та обслуговування, а також скорочення експлуатаційних витрат. Гості в номерах зможуть за допомоги «Smart TV» скористатися новою послугою «Hotbot». Дод.В

В готелі «Hilton Kyiv» не так давно з'вилась нова послуга «Hotbot». На сьогоднішній день чат-боти набирають все більшої популярності в готельному бізнесі та індустрії туризму. Вони починають пропонувати варіанти з розширеними можливостями за низькою ціною і мають переваги у виконанні багатьох важливих функцій:

- підвищують показник задоволеності клієнта;
- збільшують дохід;
- покращують показники залученості клієнта і лояльність до бренду;
- знижують розцінки шляхом автоматизації.

Чат-бот може надати рішення для запитів гостей в декількох сценаріях на декількох мовах без участі персоналу, через чат можна замовити та послуги за межами готелю: таксі, доставку їжі, екскурсії, бронювати столики в ресторані. Чат-бот дозволяє фіксувати запит і відстежувати статус заявки як відвідувачам, так і співробітникам готелю.

В ресторані «Park Kitchen» одна з головних інновацій- відкрита кухня. Відкрита кухня в ресторанах є досить популярним, хоча використовується вже давно. Застосовуючи цю концепцію ресторан дає змогу продемонструвати гостям ресторану якість та безпечність приготування страв. Також відкрита кухня дає можливість проводити майстри класи, приваблюючи гостей до ресторану.

Використовуючи нові інновації, готельно-ресторанний комплекс «HiltonKyiv» має змогу бути першими на ринку гостинних послуг, а також отримати запровадивши інновації економічну винагороду.

Провівши аналізи готелю «Hilton Kyiv» можна побачити, що впровадження нових інновацій гарно себе показали в роботі, адже з кожним роком

спостерігається приріст економічної ситуації готеля. Це свідчить про те, що з застосуванням інновацій в готелі «Hilton Kyiv» рентабельність стає кращою.

З цього аналізу можна зробити такі висновки, що впровадження сервісних інновацій позитивно впливає на розвиток готельно-ресторанного бізнесу.

Отже, конкурентоспроможність для готельно-ресторанного господарства дає стимул прагнути до нового, застосовувати нові інноваційні інновації для того, щоб бути бездоганним на ринку. Застосовуючи інновації, підприємства підвищують інтерес до нових чи удосконалених послуг, таким чином економічний приріст щороку буде збільшуватися.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ СЕРВІСНИХ ІННОВАЦІЙ ГОТЕЛЮ «HILTON KYIV», М. КИЇВ

3.1. Обґрунтування програми заходів з реалізації сервісних інновацій готельно-ресторанного комплексу

Розвиток готельно-ресторанного сектора не стоїть на місці. Щорічно з'являються все більш інноваційні технології, які дозволяють зробити перебування гостя в готелі та ресторани максимально комфортним і цікавим.

Вже зараз багато готелів та ресторанів істотно відрізняються від інших. Відсутність стійки реєстрації, використання останніх технічних нововведень, унікальні послуги або повна відсутність «видимого персоналу» - ці та багато інших нововведень дозволяють привернути увагу сучасного гостя.

В даний час просунуті готельєри гідно оцінюють всю користь високих технологій в готельній індустрії. Застосування новітніх технологій готельного бізнесу дозволяють підвищити ефективність господарства, знаходити нові резерви підвищення якості обслуговування, ефективної охорони номерів і майна гостей, надання нових послуг.

Для готеля «Hilton Kyiv» можна застосувати такі інноваційні програми:

- Світлочутливі сенсори;

Це просто, але ефективно. Сенсори вмикають світло, коли гість заходить в номер, і вимикають, коли в номері протягом якогось часу не спостерігається ніякого руху.

Данна інновація має позитивні аспекти як для гостя так і для власника готелю. Гість може більше не переживати, що виходячи з номеру забуде виключити світло. А для власника готелю така інновація дає змогу зменшити витрати на електроенергію. Приклад продемонстровано в додатку Г.

- Вхід без ключа;

Пройшли ті часи, коли гості могли втратити ключ-карту і залишитися

замкненим в номері. Найближчим часом карти замінять смартфон, кілька великих готельних мереж вже використовують цю технологію. Зокрема, в Starwood Hotels and Resorts вже почали надавати гостям таку можливість через додаток SPG. Продемонстровано в додатку Г.

– Мобільний додаток;

Сучасна людина не уявляє свого життя без сучасного смартфона та інших гаджетів, які набувають широкого застосування в готельно-ресторанному бізнесі. За допомогою спеціального мобільного додатку гість може бронювати номери/місця, замовляти різні послуги, при цьому майже не контактуючи з персоналом готелю та ресторану.

Можна виділити такі переваги мобільних додатків:

– скорочення часу обслуговування клієнтів (багато функцій гість може здійснити власноруч);

– можливість персоналу підтримувати зв'язок між собою для покращення обслуговування клієнтів, постійно отримуючи від них коментарі та зауваження, а менеджер може слідкувати за роботою персоналу та його місцезнаходженням.

– Телевізор-дзеркало;

В готелях вже не новинка побачити плазмові телевізори в номерах, а уявіть, що під час свого перебування у ванній ви дивитеся телевізор в дзеркалі. Це вже стало реальністю в кількох фешенебельних готелях по всьому світу. Гості можуть дивитися телебачення в HD-якості у ванній кімнаті, сауні або басейні.

Дзеркальний телевізор - універсальне рішення відразу обох проблем: і розташування, і інтер'єрної стилістики. По-перше, він надтонкий і вимагає зовсім мало місця: товщина всієї конструкції всього 3 см. А по-друге, дзеркало з вбудованим телевізором може бути будь-якого кольору, форми і розміру. Бажаний відтінок скла надає піскоструйна обробка і напилення - і вони ж відповідають за високу якість того, що ви бачите, будь то власне відображення або випуск новин. Приклад інновації показано в додатку Д.

– Інтерактивні столи в лобі;

В гостей є можливість, перебуваючи в лобі готелю, використовувати

подібну технологію для отримання доступу до інформації яку цікавить їх.

Дане рішення, яке реалізовано на підставі Microsoft Surface, забезпечує миттєвий доступ до місцевих туристичних пам'яток і розваг, а також надає гостям можливість детального дослідження інфраструктури самого готелю. Завдяки 30-дюймовому екрану, розташованому на столі і інтуїтивного інтерфейсу, який працює без традиційної миші або клавіатури, навіть кілька гостей зможуть одночасно використовувати дане рішення і взаємодіяти з інформацією природним способом, а саме руками і жестами. За допомогою таких пристроїв гості зможуть отримати інформацію про місцеві визначні пам'ятки, конференц-залах, зробити бронювання і т.д. Показано в додатку Е.

Робота кожного ресторану побудована за принципом закону Парето - 20% постійних відвідувачів здатні забезпечити 80% його прибутку. Але для того, щоб утримати цих постійних відвідувачів і залучити нових в умовах високої конкуренції якісної смачної їжі і стильного інтер'єру вже не досить. Потрібно постійно вдосконалюватися і диференціюватися.

Тут і приходять на допомогу інновації в ресторанному бізнесі - цікаві маркетингові кроки, заради яких клієнтам хочеться ще і ще приходити саме в цей ресторан.

Для ресторану «Park Kitchen» можна застосувати такі інноваційні програми:

– Система інтерактивного меню (eMenu);

Електронне меню позбавить відвідувача від незліченної кількості паперових сторінок, окремих винно-кавово-чайних карт, стійок з пропозиціями бізнес-ланчу, блокнотів для відгуків і тому подібних. Показано в додатку Є

Від цього нововведення виграють як ресторатори, так і відвідувачі: інтерактивне електронне меню є ефективним каналом зв'язку між ними і дозволяє адміністрації ресторану швидко його редагувати і вносити нові страви. Для клієнтів відвідування закладу можна порівняти з грою, яка дозволяє:

- при виборі страв, відразу ж бачити остаточний чек замовлення;
- підібрати з карти вин закладу вино за ціною, роком, регіоном, букету, а

потім до нього - блюдо з місцевого меню;

- підрахувати калорійність тих чи інших страв;

- в очікуванні замовлення пограти в ігри, почитати новини, побродити по Інтернету.

– QR-код на чеку клієнта;

Ресторани, які беруть оплату за QR-кодом, миттєво стають популярнішими. Це новий тренд на ринку автоматизації продажів, який стрімко підкорює світ. Закладам не потрібно купувати термінали, налаштовувати їх і обслуговувати.

Всі операції проводяться через касу на планшеті і чековий принтер. За допомогою системи SmartTouch POS забезпечить безготівкові платежі там, де раніше приймали тільки готівку. Продемонстровано в додатку Ж.

3.2. Прогнозування результативності реалізації сервісних інновацій готельно-ресторанного комплексу

На сьогоднішній день будь-який готельний чи ресторанный заклад прагне розширити асортимент послуг обираючи технічну та соціальну новацію. Але з розвидком новітніх технологій готелі та ресторани все більше приділяють увагу інноваційному напрямку.

Інноваційний напрям дає можливість зробити його економічно ефективним, поліпшити якість обслуговування відвідувачів, підвищити конкурентоспроможність та привабливість закладу, покращити іміджу готелю, збільшити кількість постійних клієнтів, і, головне, подарувати нові емоції та враження гостям.

Кожний готель намагається збільшити прибутковість, і доречною інновацією для закладу є застосування світлочутливих сенсорів. Адже, готель використовує освітлення цілодобово, і для того щоб заощадити та не використовувати освітлення не за потребою слід придбати такі сенсори. Данні сенсори можливо підключити до системи «Розумний дім» яка вже є в готелі

«Hilton».

За допомоги налаштування в цій системі є можливість зробити щоб світло в приміщенні де немає гостя чи працівника працювало не на повну потужність, але як тільки сенсор помічає людину в приміщенні, освітлення стає яскравішим. Потративши на світлочутливих сенсорів, готель за короткий проміжок часу окупить свої витрати і з кожним роком буде заощаджувати на освітленні.

Важко уявити людину без смартфона, адже телефон став для нас невід'ємною частиною. І для готелю було б вдало змінити свої картки- ключі на нову інноваційну систему «Вхід без ключа».

Гості готелю зможуть увійти в номер за допомогою свого телефону і не будуть переживати, що загублять свій ключ від номеру. Ця система доповнить вже існуючу систему «Розумний дім» зробивши перебування в номері більш комфортнішим, адже за допомогою цієї системи гість може сповістити щоб покоївка прибрала в номері гостя чи перебуваючи на відстані виставити комфортну температуру за допомоги мобільного додатку SPG.

Використовуючи систему «Вхід без ключа» готель може збільшити рентабельність та конкурентоспроможність на ринку.

Без дзеркал важко уявити сучасний інтер'єр. Вони здатні змінити простір, збільшити кількість світла і створити гарну обстановку. Але іноді картину псує телевізор з темним екраном, який складно вписати в інтер'єр.

І вдало застосувати інноваційне дзеркало, в яке вбудований телевізор. Зовні воно нічим не відрізняється від звичайних дзеркал, і може бути виконано в будь-якому стилі і навіть прикрашене рамкою. Але варто тільки включити його, як дзеркало оживає!

Але також дзеркало може бути розумним. З його допомогою можна управляти абсолютно всіма системами розумного будинку – вмикати/вимикати світло, регулювати температуру повітря в кімнаті, керувати усією доступною технікою чи відчиняти двері гостям.

Його можна використовувати як планшет або телевізор: гортати інтернет-сторінки, переглядати відео та слухати музику. Ну і, звісно, яким би "розумним"

не було дзеркало, воно завжди залишатиметься просто дзеркалом, яке гармонійно доповнить будь-який інтер'єр сучасного дому.

На сьогоднішній день кожний серед нас користується мобільними телефонами, і впровадженням нової інновації «мобільний додаток» має гарні перспективи на майбутнє. Адже використовувши мобільний додаток гість може слегкістю підключитися до єдиної системи готелю «Hilton Kyiv», що зробить гостю перебування в готелі комфортнішим.

Ще одним цікавим інноваційним рішенням для готелю є інтерактивні столи в лобі. Данна інновація дає змогу з користю витратити свій час поки вас заселяють в номер. Особливо буде корисно для туристів, адже за допомогою інтерактивних столів, мають змогу дізнатися про сам готель чи ресторан. Гості можуть з легкістю забронювати столик в ресторані та мають миттєвий доступ до місцевих туристичних пам'яток і розваг.

За допомогою таких пристроїв гості зможуть отримати інформацію про місцеві визначні пам'ятки, конференц-залах, зробити бронювання.

Для ресторану інноваційним рішенням є застосування ІТ-технологій, а саме систему інтерактивного меню (eMenu). Електронне меню для ресторану прискорює час виконання замовлень, знижуючи навантаження на персонал в години пік. Таким чином, нова технологія збільшує дохід і прибутковість закладу.

Принцип роботи eMenu полягає в тому, що гості замість звичних буклетів використовують планшет с зручною інтерактивною програмою. Одним натисненням - і потрібна страва відправляється в електронну корзину, а потім на термінал офіціанта.

Електронне меню може інтегруватися з наступними системами автоматизації ресторану: iiko, rKeeper, Фронтол / Frontol, Tillypad, Micros, Ресторатор, Рішення на базі 1С.

Електронна система замовлень, реалізована за допомогою меню на сенсорному планшеті, - ефективне інноваційне рішення для ресторанного бізнесу. Автоматизація замовлення знижує його собівартість і підвищує задоволеність клієнта.

Основними цілями даної інновації є :

- Збільшити дохід і підвищити прибутковість бізнесу.
- Знизити витрати на персонал.
- Підвищити лояльність постійних клієнтів і залучити нових.
- Підвищити якість і точність, а також прискорити виконання замовлень клієнтів.
- Створити атмосферу гостинності, що поєднує в собі сучасні технології, яскраві враження і комфорт.
- Надати адміністрації закладу універсальний засіб прямого спілкування з клієнтом, що дозволяє найбільш ефективно інформувати відвідувача про новинки меню та додаткові послуги.

Персонал в цьому процесі - не пасивна сторона. Він приносить гостю планшет, знайомить з технологічною новинкою. Після відправки на термінал офіціант підтверджує заявку і передає її на кухню.

Ще одним інноваційним впровадженням в ресторанні є оплата за допомогою QR-коду. Все більше ресторанів використовують цю технологію, щоб гість міг оплатити замовлення за допомогою смартфона.

Досить попросити в офіціанта рахунок і відсканувати QR-код через мобільний додаток, після чого сума автоматично спишеться з карти. Весь процес займає всього кілька натисків в смартфоні - не потрібно просити принести термінал і чекати. А сканер QR-коду є в кожному смартфоні з камерою.

Для того щоб дізнатися як впливають інновації на економічні показники, слід дослідити фінансову звітність готельно- ресторанного комплексу «Hilton Kyiv». На першому етапі аналізу розглянемо як змінюється показник чистого доходу в готельного комплексу без інноваційних рішень за 2016-2022 роки.

Для того щоб визначити на скільки дохід збільшується кожного року, слід дізнатися відомий нам приріст середнього доходу за 2016-2018 роки. Згідно з економічними показниками, продемонстрованими в таблиці 2.8, можна побачити, що в період 2016-2017 рр. дохід виріс на 3,99 млн. грн, а з 2017-2018 рр. дохід збільшився на 3,37 млн. грн.

З цих показників можна прогнозувати, що дохід готелю збільшується в середньому на 3,68 млн. грн.

Отже, дізнавши середній дохід, можна спрогнозувати як буде змінюватись дохід за 2016-2022 роки, данні доходу показані у вигляді діаграми на рис.3.1.

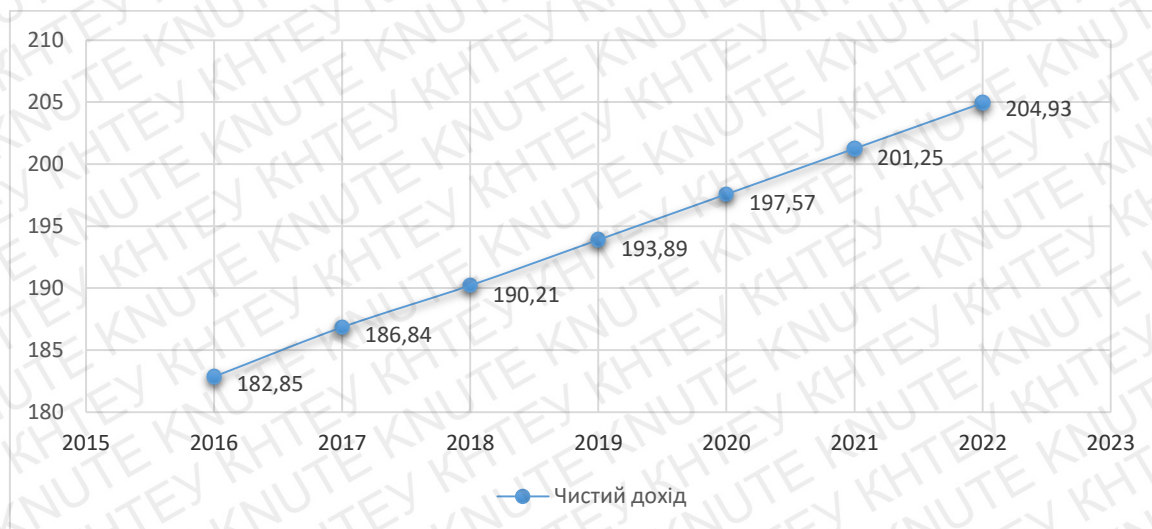


Рис. 3.1. Чистий дохід готелю "Hilton Kyiv" за 2016-2022 роки, млн.грн

Отже, згідно прогнозних розрахунків, можна побачити, що дохід на 2019 рік складе 193,89 млн. грн, на 2020 рік складе 197,57 млн. грн., на 2021 рік дохід складе 201,25 млн. грн. та у 2022 році дохід становитиме 204,93 млн.грн.

На другому етапі аналізу розглянемо як змінюється показник чистого доходу в готелі з застосуванням інноваційних рішень за 2016-2022 роки.

Запровадивши данні інновації, дають змогу додатково збільшити дохід готелю «Hilton Kyiv».

Нові інноваційні рішення для готелю «Hilton Kyiv» розраховані на період 4 роки. Для отримання чистого доходу від реалізації інновацій слід вирахувати очікуваний дохід та витрати.

Очікуваний дохід від впровадження світлових сенсорів може становити 200 000 грн. Економія у використанні світла збільшить дохід на 50 000 грн на рік, а на 4 роки становить $50\,000 \cdot 4 = 200\,000$ тис. грн. Що стосовно витрат, то реалізація складе в 15 000 грн

Для інновацій «Вхід без ключа» та « Телевізор в дзеркалі» очікується дохід в 4 819 752 грн

Щоб спрогнозувати очікуваного доходу треба знати середню завантаженість в готелі та середню ціну за номер. Для дорогих готелів як зазначає інтернет портал «delo.ua» становить 40% завантаженості.[22] Також нам відомо, що в готелі налічуються 262 номери, а середня ціна за номер становить 9 000 тис. грн

Спочатку прорахуємо річний прибуток від реалізації номерів без застосування інновацій. $(262 * 40\%) * 365 * 9\,000 = 344\,268\,000$ грн.

Далі розрахуємо приріст прибутку від реалізації номерів з застосуванням інновацій. Припустимо, що очікуваний приріст завантаженості від реалізації інновації становитиме 1% в рік, тому розрахуємо приріст прибутку від реалізації номерів з застосуванням інновацій за формулою:

$$((262 * (40\% + 1\%)) * 365 * 9\,000) - 344\,268\,000 = 8\,606\,700 \text{ грн}$$

Згідно таблиці 2.8 відношення чистого прибутку до чистого доходу становить приблизно 14%. Тому припустимо, що чистий дохід від реалізації інновацій «Вхід без ключа» та «Телевізор в дзеркалі» за 4 роки становитиме: $(8\,606\,700 * 14\%) * 4 = 4\,819\,752$ грн.

Витрати на реалізацію інновації оцінюється в 964 000 грн

Очікуваний дохід для реалізації інновації «інтерактивний стіл в лобі» становить 478 800 грн

Розрахований річний прибуток від реалізації номерів без застосування інновацій складає 344 268 000 грн.

Розрахуємо приріст прибутку від реалізації номерів з застосуванням інновацій. Припустимо, що очікуваний приріст завантаженості від реалізації інновації становитиме 0,1% в рік, тому розрахуємо приріст прибутку від реалізації номерів з застосуванням інновацій за формулою:

$$((262 * (40\% + 0,1\%)) * 365 * 9\,000) - 344\,268\,000 = 855\,000 \text{ грн.}$$

За даними таблиці 2.8 відношення чистого прибутку до чистого доходу становить приблизно 14%. Тому припустимо, що чистий дохід від реалізації інновацій «інтерактивний стіл в лобі» за 4 роки становитиме:

$$(855\,000 * 14\%) * 4 = 478\,800 \text{ грн}$$

Витрати на реалізацію інновації становить 90 000 грн.

Для прогнозування інновацій «eMenu» та «QR-код на чеку клієнта» потрібен показник середнього чеку для того щоб розрахувати очікуваний дохід в ресторані. Проаналізувавши інформаційні портали по визначенню середніх сум в чеку можна припустити, що в середньому ресторани такого типу мають середній чек на суму 700 грн. Таким чином ми можемо спрогнозувати очікуваний дохід від реалізації інновацій «eMenu» та «QR-код на чеку клієнта».

Припустимо, що кожний хто проживає в номері хоча б один раз на день харчується в ресторані, і таким чином середня завантаженість в ресторані складе 40%. Отже, ми можемо прорахувати річний прибуток для ресторану без застосування інновацій.

$$(262 * 40\%) * 365 * 700 = 26\,776\,400 \text{ грн.}$$

Далі розрахуємо приріст прибутку ресторану з застосуванням інновацій. Припустимо, що очікуваний приріст відвідуваності в ресторані серед поселених гостей в номерах від реалізації інновації становитиме 110% в рік, тому розрахуємо приріст прибутку ресторану з застосуванням інновацій за формулою:

$$(((262 * 40\%) * 110\%) * 365 * 700) - 26\,776\,400 = 2\,677\,500 \text{ грн.}$$

Виходячи з таблиці 2.8 відношення чистого прибутку до чистого доходу становить приблизно 14%. Тому припустимо, що чистий дохід від реалізації інновацій «інтерактивний стіл в лобі» за 4 роки становитиме:

$$(2\,677\,500 * 14\%) * 4 = 1\,499\,400 \text{ грн.}$$

Витрати на реалізацію «eMenu» та «QR-код на чеку клієнта» становить 500 000 тис. грн

В табл. 3.1 можна побачити вартість на витрати інноваційних впроваджень, а також прогнозований дохід.

Таблиця 3.1

Прогнозований чистий дохід та витрати пропонованих заходів для готелю «Hilton Kyiv», м. Київ, тис.грн

	Очікуваний дохід від реалізації інновацій	Витрати на реалізацію інновацій	Чистий прибуток
1	200	15	185

2	4,81	964	3,85
3	479	90	389
4	1,5	500	1

Виходячи з цих даних можна розрахувати сумарний дохід від інновацій виходячи з даних таблиці 3.

$$D = (200\,000 - 15\,000) + (4\,819\,752 - 964\,000) + (478\,800 - 90\,000) + (1\,499\,400 - 500\,000) = 5\,428\,952 \text{ грн.}$$

Виходячи з розрахунку можна побачити, що за 4 роки дохід готелю «Hilton Kyiv» збільшиться на 5 428 952 грн. А середній дохід в рік буде становити $5\,428\,952 / 4 = 1\,357\,238$ грн.

Отже, середньорічний дохід готелю «Hilton Kyiv» з реалізацією описаних вище інновацій, може скласти:

$$3,68 \text{ млн. грн.} + 1,3 \text{ млн. грн.} = 4,98 \text{ млн. грн.}$$

Але враховуючи те, що всі вказані інновації будуть реалізовані в 2019 році, то доцільно включити всі витрати по їх реалізації в сумі 1,57 млн. грн на 2019 рік, а дохід від впровадження інновацій в сумі 6,99 млн. грн розподілити на 4 роки по 1,75 млн. грн за кожен рік.

Таким чином ми зможемо спостерігати як буде змінюватися економіка готелю «Hilton Kyiv» на період 2016-2022рр. З початком реалізації пропонуваніх інновацій для готелю, перший рік прибутковість не буде сильно помітна, адже всі витрати інновацій припадає саме на 2019 рік.

Але вже в період 2020-2022рр. ми можемо спрогнозувати приріст чистого доходу.

Отже, використовуючи проведені розрахунки, можна спрогнозувати дохід готелю «Hilton Kyiv» на період 2016-2022 рр. Прогноз доходу 2016-2022 років показано на рис. 3.2 у вигляді діаграми

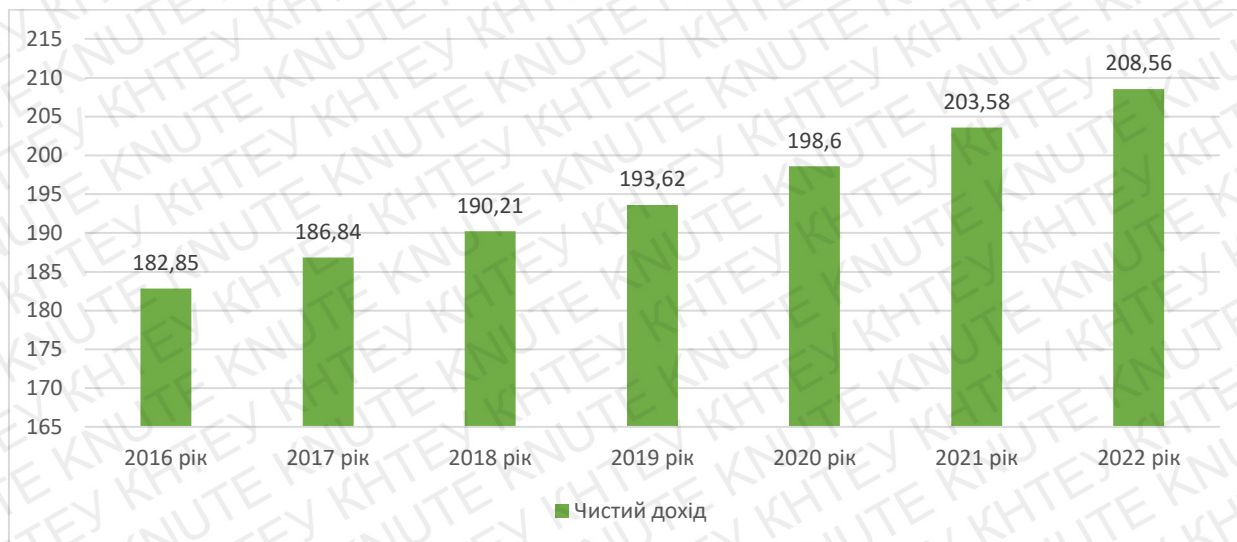


Рис. 3.2. Прогноз доходів готелю «Hilton Kyiv» на 2016-2022 рр., млн.грн

Для того щоб побачити як інновації впливають на дохід готелю «Hilton Kyiv» слід порівняти доходи за 2016-2022 роки, продемонстровані на рис. 3.3.

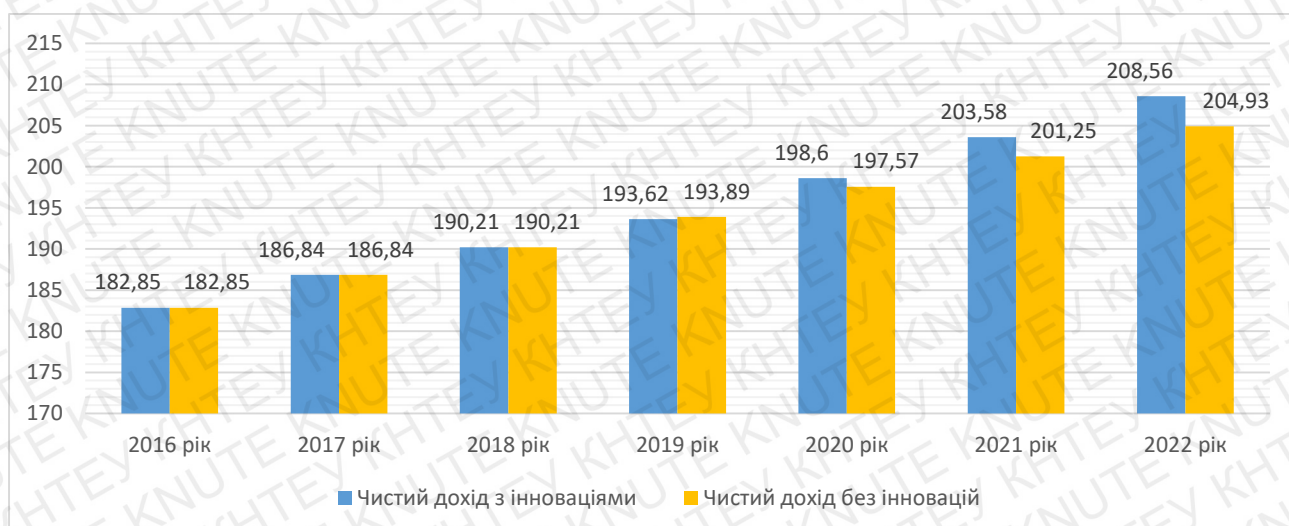


Рис. 3.3. Порівняння доходів готелю «Hilton Kyiv» за 2016-2022 роки., млн. грн

Отже, з діаграми 3.2, можна побачити, що основні витрати на впровадження інновацій припадають на 2019 рік. Разом з тим очікуваний чистий дохід за 2019 рік без інновацій та з реалізованими інноваціями однаковий. Це свідчить про те, що точка беззбитковості дорівнює одному року і вже з 2020 року завдяки інноваціям готель «Hilton Kyiv» матиме приріст чистого доходу в сумі 1,03 млн. грн, з 2021 року приріст в сумі 2,33 млн. грн, з 2022 року приріст чистого доходу в сумі 3,63 млн. грн.

Таким чином, запропоновані сервісні інновації для впровадження в готелі «Hilton Kyiv» матимуть позитивний вплив, який значно відобразатиметься на фінансових показниках господарської діяльності підприємства.

Отже, прагнучи розширити асортимент послуг обираючи технічну та соціальну новацію, готелі та ресторани все більше приділяють увагу інноваційному напрямку.

Інноваційний напрям дає можливість готелю «Hilton Kyiv» стати економічно ефективним, поліпшити якість обслуговування відвідувачів, підвищити конкурентоспроможність та привабливість закладу, покращити імідж готелю, збільшити кількість постійних клієнтів, і, головне, подарувати нові емоції та враження гостям.

Таким чином впровадивши зазначених вище інновацій, готель «Hilton Kyiv» в перший рік чекатиме зменшення чистого доходу, але з наступними роками приріст буде більшим ніж дохід без застосуванням інновацій.

ВИСНОВКИ

Індустрія гостинності є одною з найбільш динамічних галузей сфери обслуговування. Управління будь-яким бізнесом сьогодні неможливе безактивного використання інновацій в сфері інформаційних технологій.

Впровадження інноваційних технологій в управлінні готельно – ресторанного комплексу, мають дуже великий вплив, оскільки прямо пов'язані з підвищенням ефективності роботи. Інноваційні технології впливають на конкурентоздатність діяльності готелю та ресторану на ринку.

Нові технології допомагають планувати фінансові показники, збільшувати завантаження, забезпечувати операційну діяльність, підвищувати якість сервісу. Деякі технології починають не лише забезпечувати гостю належний рівень сервісу, але передбачати його потреби.

Основними цілями новітніх технологій у готельно - ресторанному бізнесі такі як:

1. Мінімізація часу на виявлення потреб відвідувачів. Виявлення за короткий проміжок часу усіх потреб, які відвідувач бажає отримати під час відпочинку;
2. Застосування мультимедійних технологій. Сучасні системи, орієнтовані на показ платних каналів або фільмів – вони приносять чималий дохід.

Окрім цього, через подібні системи є можливість переглядати свій рахунок;

3. Підвищення простоти і доступності послуг для гостя.

Сучасне інноваційне управління підприємством сфери послуг має ті ж потреби, що і традиційне управління, тобто можливість мати у своєму розпорядженні засоби інформації та засоби впливу для досягнення необхідної рентабельності і конкурентоспроможності.

У процесі інноваційної діяльності створюються нові види послуг, методи збуту, маркетингової діяльності, які безпосередньо засновані на збільшенні капіталовкладень і розробці стратегічних планів, що, в свою чергу, вимагає забезпечення управління відповідною інформацією.

З цієї точки зору зростає значимість основного принципу сучасного інноваційного управління – інформованості. Найбільше значення для підприємств сфери послуг набуває забезпечення технологічного трансферу як самостійного напрямку інформаційного забезпечення інноваційних процесів.

Для успішної реалізації організаційних інновацій необхідні системні рішення, що викликають необхідність гнучкої організації інноваційних змін з постійно діючим зворотним зв'язком, що враховує як зовнішній, так і внутрішній контексти поряд з параметрами і самого інноваційного процесу, і його змісту. Отож відсутність інформаційно-технологічних інновацій є однією з основних причин недостатності інноваційного розвитку підприємств сфери послуг.

Щорічно в готельно- ресторанному бізнесі з'являються все більш інноваційні технології, які дозволяють зробити перебування гостя в готелі чи ресторану максимально комфортним і цікавим.

На сьогоднішній день готельний-ресторанний ринок стрімко розвивається, з'являються все більше конкурентоспроможних готелів та ресторанів. Кожний прагне втриматися на ринку і вимушений впроваджувати нові стандарти чи застосування сервісних інновацій.

Рівень конкурентоспроможності визначається на основі оцінки динаміки сукупності конкурентних переваг, якими володіє як галузь, так і окремі підприємства.

Готельно– ресторани комплекси зацікавлені у впровадженні інновацій, оскільки це дозволяє їм отримати конкурентну перевагу. В готельно-ресторанних комплексах широко впроваджуються нові технології, що сприяють спрощенню бронювання місць, спрощенню обслуговування гостя, посиленню контролю за доходами та витратами, зайнятістю.

Організаційні інновації пов'язані з розвитком готельно - ресторанного підприємства в системі та структурі управління. До них належать новітні методики навчання персоналу, купівля готельної франшизи, створення власної готельної мережі тощо.

Щодо продуктових інновацій, то вони спрямовані на створення нових послуг та впровадження нових технологій обслуговування.

Динамічний розвиток готельно-ресторанного бізнесу і жорстка конкуренція на ринку готельних та ресторанних послуг ставлять проблеми підвищення якості обслуговування клієнтів.

Забезпечення конкурентної переваги в готельно-ресторанному бізнесі пов'язано з впровадженням інновацій в діяльність готельних та ресторанних підприємств.

У готельно-ресторанному бізнесі інновація - це процес створення і впровадження нових, відмінних від стандартних, методів обслуговування, створення незвичайних готельних та ресторанних продуктів, нових способів просування послуг підприємства, а також створення умов, що забезпечують більш комфортне проживання чи харчування гостей.

Інноваційний напрям дає можливість зробити його економічно ефективним, поліпшити якість обслуговування відвідувачів, підвищити конкурентоспроможність та привабливість закладу, покращити імідж готелю, збільшити кількість постійних клієнтів, і, головне, подарувати нові емоції та враження гостям.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Байлик С.І. Управління сучасним готельним комплексом. - К.:Ліра,2012.
2. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту . – К.:Кондор,2012
3. Сокол Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах. -К.:Альтерпрес,2012.
4. Інноваційний менеджмент: навч . посібник / Н.В. Краснокутська . - К.: КНЕУ, 2013. - 504 с.
5. Кулик М.В. Тези Міжнародної науково-практичної конференції. "Туристичний, готельний і ресторанний бізнес: інновації та тренди". - К.: КНТЕУ, 2016. - 362 с. - С.169-170.
6. Іванов В.В. Готельний менеджмент / В.В. Іванов, Г.Б. Волов. - М.: Инфра-М, 2012. - 384 с.
7. Ottenbacher M. Innovation management, Handbook of hospitality operations and IT (ed. Peter Jones). - Oxford: Elsevier Ltd., 2008. - P.340-366.
8. П'ятницька Н. Моделювання оцінки конкурентоспроможності ресторанів / Н. П'ятницька, А. Расулова // Вісник КНТЕУ. – 2006. – № 6. – С. 28-33.
9. Іжевський В. Інноваційний розвиток роздрібної торгівлі та ресторанного господарства у ринковому середовищі: дис. ... канд. економ. наук. / В. Іжевський. – Львів: ЛКА, 2012. – 179 с.
10. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: підручник.-Суми: ВТД - Університетська книга, 2012. -334 с.
11. De Jong, J.P.J. - Innovation in Service Firms Explored: «What, How and Why?», 2003.
12. . Innovation in services / Innovation in the UK:Indicators and Insights // DTI Occasional paper. - 2007. - №9. - P.194.
13. Журавльова С.М. Стратегія інноваційної діяльності на підприємствах готельного господарства // Економіка. Управління. Інновації. - 2012. - №2(8).
14. П'ятницька Г. Сучасні проблеми інноваційного розвитку ресторанного господарства України / Г. П'ятницька, О. Григоренко // Вісник КНТЕУ. - 2005. -

№1. - С.5-11.

15. П'ятницька Г.Т Вплив інноваційних змін на діяльність підприємств ресторанного господарства / Г.Т. П'ятницька, Н.О. П'ятницька // Економіка розвитку. - 2013. - №1(65). - С.122-126.

16. Пащута М.Т. Інновації: понятійно-термінологічний апарат, економічна сутність та шляхи стимулювання / Шкільнюк О.М. // Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2012. - 118 с.

17. Яковец Ю.В. Інновации: теория, механизм, государственное регулирование. - М.: РАГС, 2003. – 230 с.

18. 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.

19. Морозов Ю.П. Інноваційний менеджмент / Ю.П. Морозов. - М.: ЮНІТІ-Діана, 2012. - 446 с.

20. John Shole. First-class service as a competitive advantage, 2012.- 393 с.

21. Домінська О. Я., Батковець Н. О. Сучасний стан та інновації процесів розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. 2017. Випуск 52. С. 39-41

22. Інтернет портал Delo.ua [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://delo.ua/business/zapolnjaemost-otelej-kieva-vyrosla-do-43-342072/>

23. Гершман М. А. Інноваційний менеджмент. - М.: Маркет ДС, 2013. - 200 с.

24. Отель Hilton Kyiv [Электронный ресурс]. - Режим доступа :

<http://www.booking.com/hotel/ua/hilton-kyiv.ru.html>

25. Харгадон Эндрю. Управління інноваціями. Досвід передових компаній - М.:«Вільямс», 2012. - С. 304.

26. Офіційний сайт готелю«HiltonKyiv» [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www3.hilton.com/>

27. Офіційний сайт готелю«HyattRegency»[Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.hyatt.com/>

28. Офіційний сайт готелю«PremierPalaceHotel»[Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу:<https://premier-palace.phnr.com/ua>
29. Топ 10 новітніх технологій в готелі [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу:<https://hotelier.pro/use/item/2150-smart/>
30. Pijak Jana. High Tech Hotel Innovations. [Электронный ресурс], 2017. [URL:https://www.trendhunter.com/slideshow/hotel-innovations/](https://www.trendhunter.com/slideshow/hotel-innovations/)
31. Booking. URL: <https://www.booking.com>
32. Гребенькова Я.В. Інновації в готельному бізнесі // Сучасні наукомісткі технології, 2013. № 10. С. 247-247.
33. Завлина П. В. Оцінка ефективності інновацій / Завлина П.В. - М.: Фенікс, 2012. - 98с.
34. Ресторанні технотренди[Електронний ресурс]. - 2018. - Режим доступу до ресурсу:<https://joinposter.com/post/restaurant-tech-trends>
35. Ottenbacher M. How to develop successful hospitality innovation / M. Ottenbacher, J. Gnoth // Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly. — 2005. — Vol. 46 (2). — P. 205—222.
36. Федулова І. В. Стратегічні напрями розвитку інноваційного потенціалу промислових підприємств / І. В. Федулова // Науковий вісн. Волинськ. нац. ун-ту ім. Л. Українки. - 2012. - № 5. - С. 65-69
37. В. Van Ark. Services Innovation, Performance and Policy: A Review June, 2003, Research Series No6, The Hague.-234 p.
38. Горіна Г.О. Специфіка стратегій розвитку міжнародних готельних мереж в умовах глобалізації / Г.О. Горіна // Інноваційна економіка. – 2012. – №8(34). – С. 270 – 273.
39. Miles I. Services Innovation: A Reconfiguration of Innovation Studies. - University of Manchester: PREST discussion paper DP01-05, 1993. - 432 p.
40. Tourism innovation - a literature review complemented by case study research / L. Carvalho, T. Costa // Book of proceedings vol.I - International conference on tourism & management studies - Algarve 2011. - P.23-33.
41. Гернего Ю.О. Теоретичні основи дослідження ефективності реалізації

інноваційного проекту / Ю. О. Гернего // Університетські наукові записки. - 2012. - № 4 (44). - С. 500 - 509.

42. Sundbo, J. and F. Gallouj. Innovation in Services – SIS4 Project Synthesis, STEP Group, Norway, 1998.

43. Cedicci T. The hospitality industry and its future in the US And Europe. Opinion Articles International Society of Hospitality. 2007.

44. Baregheh, A., Rowley, J., Sambrook, S. (2009), Towards a multidisciplinary definition of innovation. Management Decision, 47(8), 1323-1339.

45. Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2007). Research Methods for Business Students, (6th ed.) London: Pearson.

46. Горіна Г.О. Специфіка стратегій розвитку міжнародних готельних мереж в умовах глобалізації / Г.О. Горіна // Інноваційна економіка. - 2012. - №8(34). - С. 270 - 273.

47. Захарченко В. І. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформаційної економіки: навч. посібник / В. І. Захарченко, Н. М. Корсікова, М. Н. Меркулов. - К.: Центр учбової літертури, 2012. - 448 с.

48. Розметова О. Г. Проблеми та перспективи впровадження соціальних інновацій в діяльність підприємств готельного господарства / О. Г. Розметова // Електронне наукове фахове видання «Державне управління: удосконалення та розвиток» [Електронний ресурс] - Режим пу: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=561>.

49. Чорна М. В. Оцінка Ефективності інноваційної діяльності підприємств: монографія / М. В. Чорна, С. В. Глухова - Х.: ХДУХГ, 2012. - 210 с.

50. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі / О. Юрченко // Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини. - 2014. - Вип. 34. - С. 292-300.

51. Михайліченко, Г. І. Інноваційний розвиток туризму : монографія / Г. І. Михайліченко ; КНТЕУ. - К. :КНТЕУ, 2012. - 608 с.

52. Верес К.О. Готелі Low Cost: зарубіжний досвід. // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції “Готельно-ресторанний бізнес: інноваційні

напрями розвитку ”. - К.:НУХТ, 2015р. - 274 с. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/19935>

53. П'ятницька Г. Т. Вплив інноваційних змін на діяльність підприємств ресторанного господарства / Г. Т. П'ятницька, Н. О. П'ятницька // Економіка розвитку. - 2013. - № 1 (65). - С. 122-126.

54. Захарченко В. І. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформаційної економіки: навч. посібник / В.І. Захарченко, Н. М.Корсікова, М. Н. Меркулов. - К.: Центр учб. літертури, 2012. - 448 с.

55. Бурий С.А. Інноваційний потенціал у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму / С.А. Бурий // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2014. - № 5. - Т. 2. - С. 201-205.

56. Бунтова Н. Інноваційний шлях розвитку підприємств готельної індустрії України / Н. Бунтова // Науковий вісник демократичне врядування. - 2013. - № 12. - С. 65-71.

57. Карпенко В.Ю. Збірник наукових статей. «Сервісні інновації суб'єкта готельно-ресторанного бізнесу». – К.: КНТЕУ, 2019. – 331 с. – С.240

58. Voiko, M., Bosovska, M., Vedmid, N., Bovsh, L., Okhrimenko, A. «Investment attractiveness of the ukraini tourism system». – KNUTE, 2018, - 15(4), с. 193-209

ДОДАТКИ

Додаток Б

Типи номерів в готелю «Hilton Kyiv»

№	Тип номеру	Кількість номерів	Кількість реалізованих номерів
1.	Номер з ліжком розміру "king-size"*	60	136
2.	Номер Делюкс з двоспальним ліжком "king-size"	55	129
3.	Представницький номер з ліжком "king-size", з доступом до лаунжу	29	44
4.	Номер Твін	27	90
5.	Представницький номер Твін з доступом до лаунжу	20	79
6.	Люкс з 1 спальнею із двоспальним ліжком "king-size" і з доступом до лаунжу	27	70
7.	Номер з ліжком "king-size" - для гостей з обм.фіз. можливостями	20	20
8.	Люкс з ліжком "king-size", терасою і видом на сад	8	7
9.	Представницький номер "Преміум" з двоспальним ліжком "king-size" і доступом до лаунжу	8	15
10.	Представницький кутовий номер з панорамним видом і двоспальним ліжком "king-size".	8	10



