ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES TO INCREASE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE HOTEL AND RESTAURANT INDUSTRY

УДК 640.43:338.48

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastuct55-24>

Шелеметьєва Т.В.

д.е.н., доцент,
професор кафедри туристичного,
готельного та ресторанного бізнесу
Національний університет
«Запорізька політехніка»

Гресь-Євреїнова С.В.

к.е.н., доцент кафедри туристичного,
готельного та ресторанного бізнесу
Національний університет
«Запорізька політехніка»

Shelemetieva Tetiana

National University
“Zaporizhzhia Polytechnic”
Hres-Yevreinova Svitlana
National University
“Zaporizhzhia Polytechnic”

У статті досліджено теоретичні аспекти інноваційної діяльності в готельно-ресторанній сфері. Здійснено науковий аналіз понять і категорій «інновація», «нововведення». Доведено, що впровадження інноваційних технологій є невід'ємною умовою підвищення конкурентоспроможності підприємства готельно-ресторанного господарства. Розглянуто досвід інноваційної діяльності підприємства готельно-ресторанного господарства на прикладі турецького готелю “Pacco Boutique Hotel”. За допомогою SWOT-аналізу виявлено сильні та слабкі сторони, можливі шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства. Досліджено вплив зовнішніх факторів, особливо технологічних, на формування конкурентоспроможності підприємства за допомогою PEST-аналізу. Виявлено головні недоліки в інноваційній діяльності готельно-ресторанного підприємства “Pacco Boutique Hotel”. Запропоновано практичні рекомендації щодо удосконалення та впровадження інноваційних технологій на підприємстві для підвищення конкурентоспроможності.

Ключові слова: інновації, конкурентоспроможність, підприємство, готельно-ресторанне господарство, готель, аналіз.

В статье исследованы теоретические аспекты инновационной деятельности в гостинично-ресторанной сфере. Осуществлен научный анализ понятий и категорий «инновация», «нововведение». Доказано, что внедрение инновационных технологий является неотъемлемым условием повышения конкурентоспособности предприятия гостинично-ресторанного хозяйства. Рассмотрен опыт инновационной деятельности предприятия гостинично-ресторанного хозяйства на примере турецкого отеля “Pacco Boutique Hotel”. С помощью SWOT-анализа выявлены сильные и слабые стороны, возможные пути повышения конкурентоспособности предприятия. Исследовано влияние внешних факторов, особенно технологических, на формирование конкурентоспособности предприятия с помощью PEST-анализа. Выявлены главные недостатки в инновационной деятельности гостинично-ресторанного предприятия “Pacco Boutique Hotel”. Предложены практические рекомендации по совершенствованию и внедрению инновационных технологий на предприятии для повышения конкурентоспособности.

Ключевые слова: инновации, конкурентоспособность, предприятие, гостинично-ресторанное хозяйство, отель, анализ.

The article is investigated the theoretical aspects of innovation in the hotel and restaurant industry. The scientific analysis of concepts and categories «innovation», «novation» is carried out. It is proved that the introduction of innovative technologies is an essential condition for increasing the competitiveness of the hotel and restaurant business. The experience of innovative activity of the hotel and restaurant enterprise on the example of the Turkish hotel “Pacco Boutique Hotel” is considered. It was found that the hotel management pays the most attention to product and process innovations. With the help of SWOT-analysis identified strengths and weaknesses, possible ways to increase the competitiveness of the enterprise. The main weaknesses of the company are – insufficiently qualified staff, low percentage of external financing and insufficient marketing campaign. The influence of external factors, especially technological, on the formation of enterprise competitiveness by means of PEST-analysis is investigated. It clearly shows that the company follows modern trends as far as its financial capabilities. As the hotel uses a protective innovation strategy, first the experience of the leaders of the hospitality industry market is analyzed, and only then the innovations that have already successfully proven themselves are implemented. The main shortcomings in the innovative activity of the hotel and restaurant enterprise “Pacco Boutique Hotel” have been revealed. The management mainly focuses on the development of technological innovations – product and process, but does not pay due attention to organizational and managerial. Insufficiently qualified service personnel, lack of proper control over the quality of service provision, lack of trainings and training systems, advanced training. Such significant shortcomings of the enterprise can lead to loss of competitive positions, trust of visitors. Practical recommendations for improving and implementing innovative technologies in the enterprise to increase competitiveness are offered. The main proposals are the introduction of the latest methods of training and retraining of staff, an innovative method of quality management and competitiveness – benchmarking, as well as an enhanced marketing strategy on social networks on platforms such as Instagram and Facebook.

Key words: innovation, competitiveness, enterprise, hotel and restaurant industry, hotel, analysis.

Постановка проблеми. В сучасних умовах посилення конкуренції та глобалізації бізнесу підприємства готельно-ресторанної сфери використовують різні підходи та інструменти, спрямовані на залучення споживачів і підвищення привабливості та іміджу як самого підприємства, так і його продуктів. В епоху спрямування економіки на концепцію інноваційного розвитку досягнення довгострокових результатів сучасних готельних та ресторанних підприємств неможливе без

постійного оновлення, удосконалення технологічних та управлінських процесів, продуктів виробництва, постійного розширення асортименту послуг, що надаються, та пошуку нових ринкових можливостей для успішного розвитку, тобто у XXI столітті успішне функціонування на ринку послуг неможливе без впровадження інновацій. Завдяки інноваційним технологіям створюються необхідні умови для сталого розвитку готельних та ресторанних підприємств. Вони сприяють

підвищенню конкурентоспроможності послуг, що надаються.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Вагомий внесок у дослідження інновацій зробив австрійський економіст Й. Шумпетер. З економічної точки зору поняття «інновація» стало об'єктом наукового дослідження багатьох науковців, зокрема К.Р. Макконелла, Б. Санто, Д. Ендрю, О.Є. Абрамешина, О.П. Молчанової, Р.А. Фатхутдінова, Ю.В. Вертакової, В.І. Плаксина, О.І. Волкова, М.П. Денисенко. Певним питанням впливу інновацій на конкурентоспроможність підприємства готельно-ресторанного господарства присвячені роботи сучасних українських учених Л.Г. Агафонової, Г.Б. Муніна, С.І. Доругунцова, І.Б. Андренко, О.М. Кравець, І.М. Писаревського.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження теоретичних аспектів інноваційної діяльності, розроблення рекомендацій щодо удосконалення та впровадження інноваційних технологій на підприємстві готельно-ресторанного господарства для підвищення конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження.

На сучасному етапі виникає необхідність постійного пошуку нових шляхів розвитку підприємств індустрії гостинності в конкурентній боротьбі. Нині ринок надання послуг перенасичений, тому впровадження інноваційної стратегії є необхідним для утримування позицій в умовах сильної ринкової конкуренції.

Термін «інновація» походить від англ. "innovation", що позначає нововведення, новаторство і передбачає впровадження нововведень у вигляді новітніх технологій, видів продукції і послуг, нових форм організації виробництва й праці, управління та обслуговування [1].

Всебічний аналіз досліджень у галузі інноваційного менеджменту показує неоднозначне трактування поняття «інновація». Зазначимо, що, на думку різних авторів, найчастіше під інноваціями розуміються такі події:

- зміни задля досягнення довгострокової ефективності;
- перше практичне застосування нового рішення;
- нова споживча вартість, нові продукти, ідеї, об'єкти, рішення, які якісно відрізняються від уже наявних;
- процес створення, поширення та використання нової ідеї, що сприяє розвитку й підвищенню ефективності роботи підприємств та організацій;
- результат творчого процесу у вигляді нової продукції, технології, методу або результату впровадження нововведення [2].

Термін «інновація» в економічну науку ввів австрійський економіст Й. Шумпетер у роботі «Теорія економічного розвитку». Вже у 1911 році ним були розроблені концепції нововведення як

категорії підприємницької діяльності. При цьому Й. Шумпетер поділяв поняття «нововведення» (новація) та «інновація». У своїй роботі дослідник розглядав нововведення як предмет інновації. При цьому нововведення можуть набувати форми відкриттів, патентів, винаходів, товарних знаків, раціоналізаторських пропозицій, нових наукових і технологічних підходів, методики тощо. Інноваційна діяльність забезпечує впровадження нововведення задля зміни природи об'єкта управління та отримання ефекту [3].

Тільки у 30-х роках він вводить поняття «інновація», визначаючи його як «непостійний процес впровадження комбінацій» у п'яти таких випадках [3]: по-перше, реалізація нового продукту, який споживачеві ще не знайомий, або новий вид цього товару; по-друге, введення безпосередньо нового методу виробництва продукції, тобто методу, який ще не використовували на практиці в цій галузі промисловості; по-третє, розкриття нового ринку, де галузь промисловості цієї країни не була представлена раніше; по-четверте, завоювання нового джерела сировини або напівфабрикатів, також без обліку більш раннього існування цього джерела; по-п'яте, впровадження нової організаційної структури в будь-якій промисловості.

Таким чином, у визначенні терміна Й. Шумпетера, очевидно, вказується на характер виникнення інновацій. Дійсно, це визначення вважається класичною основою для тлумачення інновацій в економічній літературі.

Сучасні ринкові умови сприяють зростанню конкуренції підприємств сфери надання готельно-ресторанних послуг. Нині все більше уваги приділяється пошуку нововведень, які допоможуть підприємствам бути конкурентоспроможними. Саме інновації найчастіше залучають нових відвідувачів. Відповідно, збільшується прибуток підприємств, якщо вони систематично впроваджують нові сучасні технології та випускають нові чи вдосконалені продукти.

Конкурентоспроможність організації – це відмінні риси прогресу конкретного підприємства від прогресу інших фірм, які пропонують схожі товари та послуги, задовольняючи потреби клієнтів, що мають значимість та ефективність у своїй діяльності [4].

Для готелів досить вагомим моментом є можливість надання додаткових послуг; це один із способів підвищення конкурентоспроможності засобів розміщення. Збільшення конкурентоспроможності – це розроблення нових та цікавих допоміжних готельних послуг. Це є винахідним процесом, який пов'язаний з дослідженням великого обсягу обставин і причин, для його реалізації потрібні певні ресурси та кошти [5].

Удосконалення та впровадження інноваційних технологій для підвищення конкуренто-

спроможності розглянемо на прикладі турецького підприємства готельно-ресторанного господарства “Pacco Boutique Hotel”. “Pacco Boutique Hotel” – це чотиризірковий готель, розташований серед чудової природи Анталії в районі Коніалти [6]. Готель використовує захисну інноваційну стратегію, тобто спрямовує свої зусилля на утримання конкурентної позиції на наявному ринку. Готель невеликих розмірів, не має таких фінансових можливостей, як лідери цієї галузі в Туреччині, а саме “Rixos” та “Max Royal”, тобто він не може собі дозволити виділяти величезні кошти на наукові розробки, технології тощо. Сума інвестицій в інноваційну діяльність підприємства складає у середньому 5–7% від прибутку, тому готель впроваджує тільки перевірені часом інновації, аналізуючи досвід своїх конкурентів.

У готелі “Pacco” особлива увага приділяється продуктивним та ресурсним інноваціям. В готелі встановлені системи енергозбереження (автоматичні системи вентиляції, подачі води), які дають змогу знизити споживання енергії на 30%. За допомогою центрального комп'ютера контролюється та змінюється температура в кожному номері готелю.

Кожна кімната оснащена технологією звукоізоляції. Встановлені регулятори температури та детектори чадного газу. Також у готелі наявна система інтерактивного телебачення (Interactive TV Systems). Ця система не тільки включає послуги для гостей (супутникові канали, музика, фільми), але й допомагає персоналу бути в курсі переваг своїх клієнтів.

Нині в готелі використовуються ключ-карти для доступу в номер. Проте керівництво готелю планує встановити дверні замки з радіочастотною ідентифікацією. За допомогою цього гості зможуть потрапляти в номер без ключа. Для доступу використовуватимуться мобільні телефони зі встановленим додатком. Планується це нововведення здійснити в період низького сезону, до квітня 2021 року (строк заміни може бути подовжений до 2022 року через кризову економічну ситуацію в країні).

Екологічна концепція готелю сприятливо впливає на імідж підприємства, що проявляється у збільшенні постійних клієнтів, привабливості для інвесторів, загальній соціальній привабливості готелю.

Готель використовує електронну систему резервування Elektra. Завдяки цій системі готель отримує аналітичні дані про розміщення гостей, розраховуються показники за різними критеріями (наприклад, за прибутковістю). Аналізується список туроператорів, які поставляють найбільше клієнтів. Автоматизується робота маркетингового відділу. Розробляються програми лояльності для постійних клієнтів.

В ресторані при готелі використовують систему автоматизації. Завдяки цьому офіціант приймає

замовлення з телефону за допомогою спеціальної програми, відправляє його одразу на кухню з номером замовлення та вибраними стравами. Також замість звичайного друкованого меню ресторан використовує QR-код. Проте, якщо гостям такий варіант не підходить, то вони можуть запитати у офіціанта звичайне меню. Також у гостей є можливість сплатити рахунок за допомогою телефону. На чеку знаходиться QR-код, за допомогою якого в додатку відбувається оплата.

Також у ресторані використовується цифрова система санітарного контролю HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point), яка має назву «Метод аналізу небезпеки критичної контрольної точки», що дає змогу виявляти, оцінювати та контролювати значні недоліки, що впливають на гарантії безпеки харчових продуктів. Завдяки використанню кухонного сенсорного планшета, підключеного до цифрової програми, існує можливість простежити та записати інформацію для проведення санітарного контролю, зокрема коливання температури, час прийому продукції. Всі обов'язкові записи робляться безпосередньо через екран протягом декількох хвилин. Цифрові дані, документація і галерея фотографій продукції зберігаються в цифровій хмарі, що згодом спрощує пошук інформації. Додатковий модуль дає змогу друкувати етикетки, що наклеюються на продукти, щоби гарантувати їх свіжість та дотримуватися терміну придатності.

Інноваційні технології в готельному бізнесі необхідні для збільшення прибутку, одержуваного власником. Такі рішення дають змогу залучити в готель більшу кількість відпочиваючих, викликати інтерес у тих груп населення, які в минулому не зверталися до послуг готелю. Крім того, подібні поновлення потрібні, щоб не дати змоги конкурентам переманити постійних гостей.

Для загальної оцінки конкурентоспроможності підприємства на ринку готельно-ресторанних послуг був проведений SWOT-аналіз (табл. 1).

Виходячи з аналізу, доходимо висновку, що підприємство займає досить сильну позицію на ринку. Воно є конкурентоспроможним, тому що має переваги використання інноваційних технологій у своїй діяльності, постійно розвивається, впроваджує додаткові послуги, аналізує діяльність конкурентів на ринку послуг і, виходячи з цього, корегує вектор діяльності. Технічне обладнання постійно оновлюється згідно зі світовими трендами індустрії гостинності. Це дає змогу підприємству бути на крок попереду своїх найближчих конкурентів, а саме чотирихзіркових готелів “Blue Garden Hotel” та “Sealife Lounge Hotel” [2; 7].

Головними проблемами “Pacco Boutique Hotel” є недостатня кількість кваліфікованих кадрів та фінансування саме в розвиток інноваційних технологій. Зазначимо, що витрати на підприємстві на

SWOT-аналіз готельно-ресторанного підприємства “Рассо Boutique Hotel”

Сильні сторони	Слабкі сторони
1) Привабливе розташування; 2) стійкі зв'язки з туроператорами; 3) наявність відкритого ресторану для гостей, які не перебувають у готелі; 4) орієнтація на європейський ринок; 5) наявність додаткових послуг; 6) автоматизація процесів діяльності; 7) використання новітніх технологій та сучасного обладнання.	1) Недостатня кваліфікація обслуговуючого персоналу; нестабільні обсяги реалізації; 2) відсутність чіткого стратегічного напрямку; недостатнє фінансування інноваційної діяльності.
Можливості	Загрози
1) Залучення інвесторів; 2) найм кваліфікованих робітників та постійне проведення підвищення кваліфікації; 3) розширення маркетингової діяльності.	1) Пандемія та посилення карантинного режиму, можливе поновлення закриття кордонів країни; 2) високий рівень конкуренції; 3) зростання цін на комунальні послуги; 4) нестабільна ситуація на ринку послуг розміщення.

розвиток інноваційної діяльності скоротились на 6,3%. У 2020 році ситуація з фінансуванням цієї галузі була ще гіршою. Через пандемію та карантин підприємство втратило певну частку прибутку, що потягнуло максимальне скорочення витрат за всіма напрямками.

Для того щоб оцінити конкурентні переваги підприємства “Рассо Boutique Hotel” загалом, а також від упроваджених інноваційних технологій, доцільно проаналізувати зовнішнє середовище та провести PEST-аналіз, приділяючи особливу увагу технологічним факторам (табл. 2.) [8; 9].

Сукупність усіх наведених факторів має безпосереднє значення для підприємства, але особливу увагу необхідно звернути саме на технологічні фактори, які включають інноваційну діяльність. Вплив технологічного середовища на підприємство готельно-ресторанного виражається в його прагненні випередити конкурентів за рахунок

оперативного застосування результатів науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт. Метою технологічного компонента є виявлення напрямів у розвитку технологій підприємства індустрії гостинності. Інновації для готельно-ресторанного бізнесу є найважливішим стимулятором росту компанії.

Статистика показує, що компанії, які зробили інновації частиною свого життя, створюють нові продукти, послуги й моделі бізнесу, зростають набагато швидше. Таким чином, нині очевидно, що найкраща гарантія зростання фірми – це створення інноваційно налаштованої організації з чітким та послідовним управлінням інноваційними процесами.

Розроблення інноваційних проєктів є стратегічним та одним з найбільш складних завдань управління. Основною метою управління інноваційною діяльністю готельно-ресторанного підприємства

Таблиця 2

Фактори PEST-аналізу, що впливають на підприємство “Рассо Boutique Hotel”

Політичні фактори	Економічні фактори
1) Підвищення безпеки в країні; 2) введення обмежень на функціонування готельно-ресторанних та туристичних підприємств, авіасполучення у зв'язку з пандемією коронавірусу; 3) напружена зовнішньополітична ситуація з Росією.	1) Збільшення інвестицій в туристичну галузь; 2) високі темпи інфляції (за оцінками МВФ, у 2021 році рівень інфляції складатиме 20%); 3) девальвація турецької ліри; 4) зниження кредитної ставки з 24% до 9,75% для підприємств; 5) високий рівень безробіття (14,3%).
Соціальні фактори	Технологічні фактори
1) Залучення іноземних працівників у сферу обслуговування; 2) відсутність достатньої кваліфікації серед місцевого населення; 3) малий відсоток міграцій з країни; 4) бажання людей, які є платоспроможними, проводити вільний час у розважальних закладах.	1) Переважна автоматизація процесів на підприємствах гостинності; 2) використання новітніх технологій обслуговування лідерами галузі; 3) зростання популярності використання інтерактивних технологій у виборі інтер'єру приміщення гостями за власним бажанням (сенсорні панелі замість стін, вікон тощо); 4) застосування електронних систем управління у ресторанах; перехід на роботизацію закладів; 5) розроблення спеціальних мобільних додатків для конкретних підприємств.

може бути розвиток тактичного або стратегічного характеру. Тактичною метою в управлінні є подолання кризи, викликані однією або низкою причин, таких, наприклад, як неефективне кадрове планування та відбір персоналу, помилки в організації технологічних процесів, виникнення соціально-трудових та фінансових проблем, неефективність систем мотивації або систем контролю праці. Стратегічною метою управління інноваційною діяльністю у сфері послуг є розвиток і підвищення ефективності трудової діяльності в перспективі. Для підприємства "Рассо Boutique Hotel" найбільш доцільно вибрати стратегічний шлях управління інноваційною діяльністю.

Для управління інноваціями потрібен професіональний рівень управляючих. На підприємстві "Рассо Boutique Hotel" керівна ланка має високу кваліфікацію і професіоналізм, перевірений часом. Проте впровадження інноваційних рішень на підприємстві може стикнутися з опором виробничого персоналу. Причиною такого опору є недостатня кваліфікація співробітників для роботи з інноваційними технологіями, а також психологічний аспект (страх перед новим, звички та інерція). Для подолання такого явища керівництву необхідно використати певні методи подолання опору.

Далі потрібно вибрати шлях впровадження інновацій. Він може бути еволюційним або революційним [10]. Переваги та недоліки коротко сформуовані в табл. 3.

Зазначено, що для підприємства "Рассо Boutique Hotel" у впровадженні організаційно-управлінських інновацій потрібно на перших кроках використовувати еволюційний шлях, щоб не стикнутися з опором та непорозумінням персоналу. Після цього потрібно провести діагностику нововведення, визначити етапи та строки проведення, щільність організації. Щільність організації відображає те, наскільки офіційні відносини між структурними елементами, наскільки еластична система загалом. Отже, щільність підприємства повинна бути відносно низькою.

Ґрунтуючись на результатах аналізу, виявленні недоліків на підприємстві "Рассо Boutique Hotel", ми розробили рекомендації з оптимізації інноваційної діяльності, що передбачають впровадження на підприємстві новітньої методики навчання для персоналу, інноваційних методів

управління конкурентоспроможністю та якістю обслуговування, а також розроблення стратегії маркетингової діяльності в соціальних мережах як інноваційного напрямку загальної маркетингової кампанії.

Навчання виходить на одне з перших місць у переліку засобів підвищення конкурентоспроможності роботодавця. Великі західні компанії витрачають на цілі навчання до 10% фонду заробітної плати. Ці кошти розглядаються як інвестиції, які в майбутньому принесуть компанії прибуток, а розвиток і навчання персоналу набуває стратегічного значення. Готельно-ресторанне підприємство "Рассо Boutique Hotel" орієнтується на європейський рівень, тому йому необхідно відповідати європейським стандартам та використовувати у своїй роботі провідні європейські технології навчання персоналу. На рис. 1 наведено статистику використання основних методів навчання в західних компаніях [11].

Користуючись досвідом західних компаній, а також проаналізувавши найпопулярніші системи навчання та підвищення кваліфікації на підприємствах індустрії гостинності згідно зі специфікою готельно-ресторанного комплексу "Рассо Boutique Hotel" та навколишнього середовища, ми розробили перелік таких рекомендованих методів навчання персоналу: метод конкретних ситуацій (case-study); онлайн-навчання (eLearning) зі створенням власного сайту для робітників; дистанційне навчання за допомогою вебінарів, що є одним із найпопулярніших сьогодні; коучінг та тренінги; метод "Shadowing"; гейміфікація [11; 12].

Загалом пропозиції рекомендовані для поступового впровадження на підприємство "Рассо Boutique Hotel". Вони спрямовані на підвищення якості обслуговування для здобуття нових конкурентних переваг у своєму сегменті, а також для отримання економічної вигоди, збільшення прибутку та можливого зниження витрат.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи викладене, можемо стверджувати, що інноваційна політика підприємства "Рассо Boutique Hotel" задовільна, проте має значні недоліки. Керівництво робить спрямування на розвиток технологічних інновацій, а саме продуктових та процесних, проте не приділяє належної уваги організаційно-управлінським. Недоліками є

Таблиця 3

Переваги та недоліки різних шляхів впровадження інновацій на готельно-ресторанному підприємстві

Вид шляху впровадження інновацій	Переваги	Недоліки
Еволюційний	Поступові зміни в організації, що дають змогу персоналу адаптуватися.	Швидке підлаштування поступових змін під стару систему, що не дає ефекту.
Революційний	Швидка перебудова процесів в організації.	Загроза втрати керованості.

Рис. 1. Статистика використання новітніх методів навчання в західних компаніях

недостатньо кваліфікований обслуговуючий персонал, відсутність належного контролю за якістю надання послуг, відсутність тренінгів та системи навчання, підвищення кваліфікації. Такі істотні недоліки підприємства можуть призвести до втрати конкурентних позицій, довіри відвідувачів. Ці проблеми повинні вирішуватися в найкоротші строки, тому що ринок надання готельно-ресторанних послуг не терпить некомпетентності і не прощає помилок. Загалом поступове впровадження сформульованих рекомендацій у діяльність підприємства зможе сформувати додаткові конкурентні переваги на ринку надання послуг, позитивно вплинути на імідж, оптимізувати процеси надання послуг та підвищити їх якість, збільшити кількість відвідувачів та, безумовно, отримати економічну вигоду у вигляді додаткових прибутків.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Глухова С.В. Сучасні підходи до визначення сутності інновацій. *Економічний аналіз*. 2008. Вип. 3 (19). С. 82–84.
2. Офіційний сайт готельно-ресторанного підприємства "Sealife Lounge Hotel". URL: https://sealife-lounge-hotel.business.site/?utm_source=gmb&utm_medium=referral (дата звернення: 24.05.2021).
3. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Москва: Прогресс, Директмедиа Паблишинг, 2008. 403.
4. Баташева М.А. Конкурентоспроможність підприємства: сутність і способи її ефективного підвищення. *Молодий вчений*. 2015. № 21. С. 355–358.
5. Микитюк П.П. Інноваційний менеджмент: навчальний посібник. Тернопіль: Економічна думка, 2006. 295 с.
6. Офіційний сайт готельно-ресторанного підприємства "Pacco Boutique Hotel & SPA". URL: <https://www.booking.com/hotel/tr/pacco-boutique.ru.html> (дата звернення: 24.05.2021).
7. Офіційний сайт готельно-ресторанного підприємства "Blue Garden Hotel". URL: <http://bluegardenhotel.com> (дата звернення: 24.05.2021).

8. Бюллетень о текущих тенденциях мировой экономики: Кризис туристической отрасли в Турции. URL: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/BME_58_2_web.pdf (дата звернення: 24.05.2021).

9. Зовнішньополітичний фактор вплинув на бронювання турів до Туреччини. URL: <https://mk-turkey.com.ua/tourism/2020/> (дата звернення: 24.05.2021).

10. Литвинець Л.Ф. Механізм управління розвитком підприємств готельного господарства. *Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі*: матеріали IX Всеукраїнської науково-практичної конференції. Київ: НУХТ, 2020. С. 62–63.

11. Козлова О.А., Сычева М.Н. Инновационные методы обучения персонала. *Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований*. 2018. № 6. С. 160–164. URL: <https://applied-research.ru/article/view?id=12311> (дата звернення: 24.05.2021).

12. The 8 Best Types of Training Methods for Your Employees. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/best-types-employee-training-methods> (дата звернення: 24.05.2021).

REFERENCES:

1. Glukhova S.V. (2008) Suchasni pidkhody do vyznachennja sutnosti innovacij [Modern approaches to defining the essence of innovation]. *Economic analysis. Collection of scientific works*, vol. 3(19), pp. 82–84.
2. Oficijnyj sajт ghoteljno-restorannogho pidpryjemstva "Sealife Lounge Hotel" [Official site of the hotel and restaurant company "Sealife Lounge Hotel"]. Available at: https://sealife-lounge-hotel.business.site/?utm_source=gmb&utm_medium=referral (accessed 24 May 2021).
3. Shumpeter Y.A. (2008) Teoriya ekonomicheskogo razvitiya [The theory of economic development]. Moscow: Progress, Direktmedia Publishing. (in Russian)
4. Batasheva M.A. (2015) Konkurentospromozhnistj pidpryjemstva: sutnistj i sposoby jiji efektyvnogho pidvyshhennja [Competitiveness of the enterprise: essence and ways of its effective increase]. *Young scientist*, no. 21, pp. 355–358.
5. Mykytjuk P.P. (2006) Innovacijnyj menedzhment [Innovation management]. Ternopil: Economic Thought. (in Ukrainian)

6. Oficijnyj sajт ghoteljno-restorannogho pidpryjemstva Pacco Boutique Hotel & SPA [Official site of the hotel and restaurant company Pacco Boutique Hotel & SPA]. Available at: <https://www.booking.com/hotel/tr/pacco-boutique.ru.html> (accessed 24 May 2021).

7. Oficijnyj sajт ghoteljno-restorannogho pidpryjemstva "Blue Garden Hotel" [The official site of the hotel and restaurant company "Blue Garden Hotel"]. Available at: <http://bluegardenhotel.com> (accessed 24 May 2021).

8. Byulleten' o tekushchikh tendentsiyakh mirovoy ekonomiki: Krizis turisticheskoy otrasli v Turtsii [Bulletin on Current Trends in the World Economy: The Crisis of the Tourism Industry in Turkey]. Available at: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/BME_58_2_web.pdf (accessed 24 May 2021).

9. Zovnishnjopolitychnyj faktor vplynuv na bronzuvannya turiv do Turechchyny [The foreign policy fac-

tor influenced the booking of tours to Turkey]. Available at: <http://bluegardenhotel.com> (accessed 24 May 2021).

10. Lytvynecj L.F. (2020) Mekhanizm upravlinnja rozvytkom pidpryjemstv ghoteljnogho ghospodarstva [Mechanism for managing the development of hotel enterprises]. Proceedings of the *Innovacijni tekhnologhiji v ghoteljno-restorannomu biznesi* (Ukrainian, Kyiv, 2020), Kyiv, pp. 62–63.

11. Kozlova O.A., Sycheva M.N. (2018) Innovatsionnye metody obucheniya personala [Innovative staff training methods]. *International Journal of Applied and Basic Research*, no. 6, pp. 160–164.

12. The 8 Best Types of Training Methods for Your Employees. Available at: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/best-types-employee-training-methods> (accessed 24 May 2021).