

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ТЕХНОЛОГІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОСТИННОСТІ

MECHANISMS OF MANAGEMENT OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES AT HOSPITALITY ENTERPRISES

УДК 640.43:338.48

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct64-9>**Ніколюк О.В.**

д.е.н., професор,
професор кафедри публічного
управління та адміністрування
Одеська національна академія
харчових технологій

Савченко Т.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри маркетингу,
підприємництва і торгівлі
Одеська національна академія
харчових технологій

Нікітчича Т.І.

к.т.н., доцент,
доцент кафедри готельно-ресторанного
бізнесу
Одеська національна академія
харчових технологій

Nikoliuk Olena

Odessa National Academy
of Food Technologies

Savchenko Tetyana

Odessa National Academy
of Food Technologies

Nikitchina Tatiana

Odessa National Academy
of Food Technologies

Постановка проблеми. Підприємства гостинності України в сучасних умовах розвиваються в постійно змінному середовищі багатовимірної конкуренції, коли ефективне господарювання насамперед залежить від своєчасного генерування й реалізації інновацій. Підвищення рівня конкуренції у сфері готельно-ресторанного господарства потребує використання практичних інноваційних методів забезпечення управління матеріальними ресурсами, персоналом, інформацією, імплементацією інфраструктурно-технологічних й інших інновацій в діяльність підприємств гостинності. На сьогодні накопичено значний досвід ефективного ведення готельно-ресторанного бізнесу на основі постійного впровадження інновацій, який потребує вивчення задля своєчасної адаптації на вітчизняній арені враховуючи національну специфіку ведення бізнесу загалом й готельно-ресторанного зокрема.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, які безпосередньо пов'язані із

У статті досліджено особливості функціонування механізмів управління інноваційними технологіями на підприємствах гостинності. Визначено ключові тенденції вітчизняного готельно-ресторанного бізнесу: зростання рівня спеціалізації підприємств гостинності, розширення засобів передачі інформації й розвиток сучасних інформаційних технологій, імплементація сучасних інноваційних технологій до стратегії готелів. Рекомендовано: проводити аналіз й моніторинг процесу формування системи управління підприємствами гостинності; використовувати на етапі розробки й прийнятті управлінських рішень наукові підходи; впроваджувати соціально-економічні інновації й формувати рівень ціни та якості послуг. Головними рекомендаціями в сфері забезпечення розвитку підприємств гостинності є наступні: розробка дієвого організаційно-економічного механізму управління безпосередньо якістю наданих послуг готелями; формування комплексної системи контролю за якістю інформації готельних продуктів і послуг; впровадження міжнародних стандартів; проведення організації системи навчання й підвищення кваліфікації кадрів.

Ключові слова: управління, підприємства гостинності, інноваційні технології, розвиток, готельно-ресторанний бізнес, конкурентоспроможність.

The article examines the features of the functioning of mechanisms for managing innovative technologies in hospitality enterprises. The key trends of the domestic hotel and restaurant business are identified: the growth of the level of specialization of hospitality enterprises, which helps to better focus on certain segments of tourists; there is a personification of service and absolute attention to the needs and requests of tourists; expansion of means of information transfer and development of modern information technologies that allow conducting socio-economic analysis; implementation of modern innovative technologies in hotel strategy, first of all use of the Internet for active promotion of various information hotel products and services. Among the most popular today innovative developments in the field are electronic hotel management. That is, for the hotel under the corresponding order the specialized system to which all employees are connected is developed. Yes, based on the web resource, employees can timely receive the information they need about the hotel at any time; in the on-line mode to review the changes that have taken place in it; to book rooms for all tourists; access sales channels. To increase the level of competitiveness of the hotel business, it is necessary to analyze and monitor the process of forming a management system for hospitality enterprises; use scientific approaches at the stage of development and management decisions; to introduce socio-economic innovations and to form the price level and quality of services. The main recommendations at the stage of solving problems in the field of hospitality development are the following: development of an effective organizational and economic mechanism for direct management of the quality of services provided by hotels; formation of a comprehensive system of quality control of such services at the national level; introduction of international standards, as well as other legal documents directly into the practice of hotels; carrying out of the organization of system of training and advanced training of personnel for realization of questions of management of activity of the enterprises of hospitality.

Key words: management, hospitality enterprises, innovative technologies, development, hotel and restaurant business, competitiveness.

проблемами функціонування, аналізом діяльності і тенденціями розвитку підприємств гостинності висвітлено у наукових доробках таких дослідників, як: О. Горіна, В. Герасимчук, В. Василенко, М. Бойко, Г. Кравчук, Г. Яковлев, І. Бланк, К. Максимець, Г. Михайліченко й інших. Цей напрямок вивчають також ряд зарубіжних дослідників, серед яких: Р. Баррас, Ф. Галлуж, О. Вейнштайн, Й. Майлс, М. Савона, К. Хіпп, Дж. Хоувелс.

Безумовно більшість публікацій спрямована саме на поліпшення сервісної складової готельно-ресторанного бізнесу, при цьому загальна ефективність функціонування залежить від комплексності підходу інноваційних рішень.

Проблеми впровадження інноваційних технологій у сферу гостинності досліджували вчені А. Зануда, І. Захаренко, М. Корнеєв, О. Крамаренко, О. Любіцева, М. Мальська, С. Сардак, І. Смірнов, Л. Фрей, О. Яковенко та ін.

Постановка завдання. Метою статті є розробка теоретичних основ формування та використання механізмів управління інноваційними технологіями на підприємствах гостинності України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Готельно-ресторанне господарство в сучасних умовах є важливою складовою частиною сфери туризму, ефективна діяльність якого орієнтована на активізацію економіки, й покращення іміджу України на міжнародному рівні. Термін «підприємства гостинності» інтерпретовано науковцями як форма підприємництва, яка здійснюється суб'єктами господарювання, що представлені готелями або ж аналогічними засобами розміщення з метою надання відповідних готельних послуг із певним обслуговуванням. Тобто «Підприємство готельної сфери» є закладом готельного господарства, яке функціонує на засадах юридичної особи і займається господарською діяльністю будучи зареєстрованим відповідно до діючого законодавства [1].

На основі проведеного аналізу було визначено ключові тенденції вітчизняного готельно-ресторанного бізнесу:

- зростання рівня спеціалізації підприємств гостинності, яка сприяє краще орієнтуватися на певні сегменти туристів;
- відбувається персоніфікація обслуговування та абсолютна увага на потреби й запити туристів;
- розширення засобів передачі інформації й розвиток сучасних інформаційних технологій, які дозволяють проведення соціально-економічного аналізу;
- імплементація сучасних інноваційних технологій до стратегії готелів, насамперед використання мережі Інтернет для активного просування різних інформаційних готельних продуктів й послуг.

В умовах сучасності можна відслідкувати безпосередню залежність рівня економічного розвитку країни в залежності від масштабності впровадження інновацій. Дослідивши поняття «інновація» різними науковцями, встановлено, що інновації в підприємствах гостинності – це конкурентоспроможні готельні послуги, різні інноваційні технології, а також ефективні маркетингові й організаційно-управлінські заходи, які суттєво підвищують рівень обслуговування. Значної особливості набувають погляди щодо систематизації інновацій, які сприяють підвищенню результативності прийняття управлінських рішень і їх ефективності. Проведене дослідження підходів до проведення систематизації інновацій дозволило визначити існування різноманітних поглядів до сукупності ознак, наявності або ж взагалі відсутності ознак системності на етапі їх групування.

Так, за офіційними даними Держкомстату України станом на 01.01.2020 р. в готельно-ресторанній діяльності зареєстровано практично

20368 суб'єктів, які насамперед проводять підприємницьку діяльність, складаючи цим самим 1,71% від загального обліку зареєстрованих ЕДРПОУ, у тому числі 19389 мають юридичний статус, а 2209 – фізичні особи- підприємці. За офіційними даними ще у 2016 р. такі підприємства готельно-ресторанної сфери по Україні були практично збиткові, а вже починаючи із 2017 року ситуація значно покращилась і стала суттєво прослідковуватись позитивна динаміка [1-2].

Останнім часом суттєву конкуренцію підприємствам гостинності, насамперед, великим готелям, складають фізичні особи (суб'єкти діяльності, які зазвичай утримують маленькі готелі або ж є власниками своїх приватних будинків і квартир, кількість яких з кожним роком суттєво зростає. Саме вони відповідно пропонують відвідувачам на умовах нижчої вартості значний перелік основних й додаткових готельних послуг. Загальновідомим є факт, що в світі та Україні зокрема саме рівень конкуренції є ключовою проблемою для підприємств гостинності та діяльності. Сучасний ринок є перенасиченим, пропозиція є значно більша за попит, а тому наявним готелям досить тяжко реалізовувати свої соціально-економічні інтереси. У даному випадку лише покращення рівня та якості обслуговування й пропозиція готельних послуг належним чином можуть змінити ситуацію, однак дрібним готелям зазвичай доводиться відстоювати абсолютне своє право на виживання та працювати лише собі у збиток.

Актуальною на сьогодні проблемою є також невідшкодування інвестицій. Дослідники припускають, що саме в готельному бізнесі рівень окупності вкладень складає практично 6 років, однак насправді міні-готелі практично не зможуть вкластися за такий термін. Перш за все це відбувається тому, що ми практично не враховуємо всіх можливих ризиків, а саме не оцінюємо дію ризиків до кінця, а відповідно бізнесмени не завжди належним чином передбачають напрямок своєї роботи і клієнти безпосередньо вибирають конкурентів, відповідно підшукуючи собі більш кращі варіанти [3].

Готелі України, зазвичай, стараються розвиватися у відповідності до міжнародного рівня, однак у них є свої специфічні національні особливості, а саме: активне освоєння ринку готельного бізнесу західними мережами, що насамперед “захоплюють” висококласні сегменти, цим самим пропонуючи послуги вір-гостям; практична відсутність конкретної «зірковості» готелів – незалежно від кількості «зірок», готелі також можуть не відрізнятися за рівнем якості надання послуг [4].

Загалом готельна сфера в Україні досить повільно розвивається, це обумовлено тим, що головний напрям вкладень для інвесторів це будівництво різних торгово-розважальних комплексів,

різних офісних й житлових центрів. У свою чергу, будівництво готелів відкладаються на більш пізніше строки, адже терміни їх окупності значно вищі. У свою чергу із цими проблемами готельно-ресторанний бізнес України справляється. За умови, якщо такий вид бізнесу буде орієнтуватися на європейські тенденції і стандарти, то вдасться уникнути різних непорозумінь й вирішити складні проблемні ситуації.

Існуюча в Україні інфраструктура туристичної галузі, нажалі ще не відповідає вимогам міжнародних стандартів. Далеко не всі готелі забезпечені новими засобами зв'язку й комунікаціями, відповідно конференц-зали аудіовізуальною технікою та технічними засобами для якісного перекладу. Подальший сталий розвиток підприємств гостинності без сучасного обладнання й впровадженні інноваційних технологій є неможливий. Саме сучасні інновації вартують недешево, проте власники готелів все одно впроваджують їх, адже саме це забезпечить безпосередньо виживання готелю в не стабільних ринкових умовах. Серед найпопулярніших на сьогоднішній день інноваційних розробок в досліджуваній сфері є електронне управління готелем. Тобто, для готелю під відповідне замовлення розробляється спеціалізована система, безпосередньо до якої підключені всі співробітники. Так, на основі веб-ресурсу співробітники можуть своєчасно отримувати необхідну їм інформацію про готель у будь-який момент часу; у режимі on-line проводити перегляд зміни, що у ньому відбулися; проводити бронювати номери для всіх туристів; отримувати доступ до каналів продажів [5].

Орієнтуючись на забезпечення для клієнтів ексклюзивного набору послуг, більшість готелів замовляють розробку інноваційних систем роботи, що відповідно дуже розширюють його функції. До таких систем запропоновано відносити такі:

- система автоматизації роботи у відділі продажів. Передбачає налагодження управління даною сферою, планування відповідних зустрічей із партнерами та клієнтами, організація ведення календаря та розкладу роботи управлінців й полегшення виконання різних розпоряджень;

- система роботи із клієнтами. Передбачає використання нових технологій в готельному бізнесі, передбачаючи цим самим проведення аналізу розміщення відвідувачів в готелі та видання аналітичних висновків по кожному із клієнтів;

- система управління у сфері реалізації програми лояльності для туристів. Насамперед дає можливість готелю розробляти різноманітні види заохочення для вір-клієнтів, клубні й дисконтні картки, різні преміальні сертифікати тощо.

Таким чином, готельна індустрія дозволяє використовувати різні новинки комп'ютерних інноваційних технологій, починаючи від впровадження

спеціальних програмних продуктів управління до впровадження й безпосереднього використання глобальних комп'ютерних мереж. На сьогодні у готельну сферу імплементується багато нових інформаційних технологій: відповідні глобальні комп'ютерні системи щодо резервування, певні інтегровані комунікаційні мережі, динамічні системи мультимедіа, актуальні інформаційні системи управління та інші. Однак найбільший вплив діючі інформаційні системи мають насамперед на просування продукту готельного бізнесу.

Зауважимо, що для підвищення рівня конкурентоспроможності готельного бізнесу, необхідно проводити аналіз й моніторинг процесу формування системи управління підприємствами гостинності; використовувати на етапі розробки й прийнятті управлінських рішень наукових підходів; впроваджувати соціально-економічні інновації й формувати рівень ціни та якості послуг [9, с. 145]. Головними рекомендаціями на етапі вирішення завдань в сфері забезпечення розвитку підприємств гостинності є наступні:

- 1) розробка дієвого організаційно-економічного механізму управління безпосередньо якістю наданих послуг готелями;

- 2) формування комплексної системи контролю за якістю таких послуг на загальнодержавному рівні;

- 3) впровадження міжнародних стандартів, а також інших нормативно-правових документів безпосередньо у практику готелів;

- 4) проведення організації системи навчання й підвищення кваліфікації кадрів задля реалізації питань управління діяльністю підприємств гостинності.

Зауважимо, що саме це дисциплінує якісно надавати послуги, що у сучасних умовах є необхідністю для зростання рівня ефективної діяльності підприємств гостинності. Підтримуємо позицію науковців та пропонуємо підприємствам гостинності на сьогоднішній день імплементувати такі стратегії:

1. BTL-стратегія – орієнтована на цілеспрямовану діяльність безпосереднього впливу на споживача на етапі прийняття рішення безпосередньо про купівлю готельних послуг. Така стратегія включає – промоакції, семплінг, різні демонстрації, тестові використання, систему знижок, бонусів й інше. BTL-стратегія для підприємства гостинності включає ефективний набір інструментів, різних форм і методи впливу на туриста, а ніж пряма реклама.

2. Бізнес-стратегія також передбачає формування загального плану управління, який передбачає покращення стану підприємств гостинності на ринку й забезпечує належну координацію зусиль, у напрямку залучення й задоволення потреб потенційних туристів, належного рівня конкуренції

й досягнення оптимальних цілей. Розробка бізнес-стратегії для підприємства гостинності ґрунтується на дослідженні існуючих можливих ключових варіантів розвитку та безпосередньої діяльності готелю і полягає у виборі певного напрямку, методу конкуренції й моделі бізнесу. Тобто бізнес-стратегія означає насамперед вибір підприємством гостинності власного шляху інноваційного розвитку, методу ведення бізнесу тощо.

3. Стратегія забезпечення диференціації, яка передбачає надання відповідним туристичним послугам специфічних властивостей, які є важливими для гостей готелю та які відрізняються насамперед від послуг своїх конкурентів. Тобто, надання послуги специфічних властивостей потребує додаткових витрат, які безпосередньо компенсуються за рахунок того, що саме готельний ринок готовий представити вищу ціну аніж конкуренти. Тобто, саме особливі якості надаваних послуг дозволяє залучати більшу кількість клієнтів. Така стратегія спроможна забезпечувати захист підприємства гостинності від конкурентів та їх стратегії.

4. Інноваційна стратегія. Саме інноваційні технології безпосередньо впливають на рівень конкурентоспроможності готелю в сучасних умовах. Використання різних інтернет-технологій на сьогоднішній день не тільки є питанням лідерства й конкурентних переваг, відповідно впливає на перспективність виживання саме на готельному ринку у перспективі. Впровадження інноваційних програмних продуктів безпосередньо у готельні підприємства суттєво підвищить рівень його конкурентоспроможності, якість наданих готельних послуг, та, як результат, вплине позитивно на імідж готельного бізнесу, збільшуючи цим самим потік постійних клієнтів, гарантуючи отримання прибутків.

5. Стратегія аутсорсингу, в сучасних ринкових умовах відіграє дуже важливу роль. Аутсорсинг розглядається, як передача допоміжних функцій підприємства гостинності та інших активів в пряме підпорядкування професійному підряднику (аутсорсеру). Тобто, готелі починають використовувати можливі схеми аутсорсингу із ІТ-аутсорсингу, насамперед: web-хостинг, сприяння використанню різних видів – internet-послуг, web-дизайн, упровадження та підтримка інформаційних систем. У свою чергу варто контролювати аутсорсинг бізнес-процесів, управління проектами, аутсорсинг для сфери послуг та інше.

6. Стратегія конкуренції підприємств гостинності, які займають своє місце на ринку, орієнтована на пошук та зайняття безпосередньо тих місць на ринку, які відповідно не визивають інтересу або ж тимчасово є не зайнятими конкурентами. Тобто, стратегія конкуренції готельного бізнесу включає підходи до провадження бізнесу й ініціативи, яку вона безпосередньо використовує

для стимулювання туристів, організацію конкурентної боротьби, закріплення своєї позиції безпосередньо на ринку.

7. Стратегія маркетингу для готельного бізнесу – розробка цілей, їх реалізація й вирішення задач підприємств гостинності до кожного певного готельного продукту й для певного окремого ринку на певному проміжку часу. Така стратегія передбачає що саме готельне підприємство, незважаючи на різні перешкоди, має декілька варіантів прийняття рішень: проникнення або захоплення абсолютно нового готельного ринку; формування нового готельного ринку; розробка й впровадження інноваційних готельних продуктів; проведення диверсифікації готельного продукту до певного туриста й готельного ринку.

8. Динамічна стратегія маркетингу персоналу готелю передбачає специфічне ставлення до персоналу: тобто кожен працівник відповідного готелю виступає в ролі споживача готельних послуг. Така стратегія передбачає, що самі готелі є дієвим інструментом залучення працівників, яким досить комфортно працювати у такому готелі та які будуть досконально виконувати відповідно покладені на них обов'язки, впливаючи цим самим на якість готельних послуг.

9. Стратегія бенчмаркінгу підприємств гостинності має стратегічне значення. Саме бенчмаркінг розвиває систему аналізу конкурентоздатності й обмежується дослідженням готельних конкурентів і їх продукції, різних витрат й технологій, можливих характеристик, фінансово-економічних показників, соціально-економічних відносин із клієнтами і постачальниками. Саме це у комплексі є нагальною необхідністю для пошуку більш вигідної продукції для підприємства гостинності. У сучасних ринкових умовах однією із конкурентних переваг для вітчизняних готелів є практичне досягнення 100% «індексу задоволеності клієнта» або ж безвідмовності сервісного обслуговування для більш широкого сегмента споживачів. Проведені дослідження науковців підтверджують, що саме один клієнт, який певним чином не задоволений послугами відповідного готелю приведе до втрати 300 потенційних клієнтів. Таким чином, враховуючи соціальну орієнтованість готельних послуг, яка передбачає сприйняття готельного продукту в процесі налагодження контакту туриста із відповідною організацією (безпосередньо вплив на людину, його майно, розум, й обробка відповідної інформації), можна суттєво збільшити цільовий ринок для готельного підприємства. Серед актуальних варіантів розширення саме туристичного цільового ринку пропонуємо виділити вихід на споживачів, які не охоплені певним сервісом або ж обмежених у ньому. До такого сегменту споживачів насамперед відносять людей із обмеженими можливостями і маломобільні групи населення.

Серед актуальних інноваційних тенденцій в сервісному обслуговуванні сучасності, спроби визначити проблеми доступності сервісу для всіх людей із обмеженими можливостями, є безпосереднє впровадження «Концепції універсального дизайну». Тобто, універсальний дизайн (а це дизайн для всіх) або ж інклюзивний дизайн є стратегією, орієнтованою на проєктування й наповнення різних типів середовища, можливих комунікацій, інформаційних технологій і послуг, з метою забезпечення доступності й розуміння абсолютно усіма покупцями, певним чином для загального використання без перспектив адаптації. Універсальний дизайн також припускає задоволення все зростаючих потреб туристів сервісної організації на засадах гнучкості, більш рівноправного використання, доступності й зручності у використанні, сприйняття необхідної інформації незалежно від виникаючих сенсорних можливостей туристів, допустимість виникаючих помилок зі сторони туриста, забезпечення більш низького рівня фізичних зусиль на етапі споживання саме туристичних послуг [4-5].

Таким чином, впровадження стратегії безпосередньо універсального дизайну потребує суттєвих змін у проєктуванні (це універсальне проєктування). Однак виникає проблема у неспроможності використання такого підходу саме готельними підприємствами, які функціонують на основі певним чином реконструйованих старих готелей. Тобто, архітектурні особливості відповідних туристичних об'єктів не дають можливості трансформувати планувальну організацію відповідної будівлі і приміщень саме під безпосередні вимоги універсального дизайну. Під універсальним проєктуванням пропонується розглядати процес побудови просторів, різних предметів, що є максимально зручними абсолютно для всіх клієнтів, в незалежності від їх віку, різних когнітивних або ж фізичних можливостей, без необхідності використання допоміжних або компенсаційних засобів. Головним на сьогоднішній день є насамперед те, що універсальне проєктування це певна концепція, яка перебуває за рамками питань доступності й пристосованості відповідних готельних будівель, що охоплюють й соціально-економічні, культурні питання, та досить суттєво сприяє об'єднанню між собою людей. Використання універсального дизайну дає можливість готелям й іншим сервісним організаціям використовувати на етапі обслуговування ключові принципи та ідеї рівності й зручності для різних потенційних клієнтів.

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, у сучасних умовах господарювання абсолютно кожне сервісне підприємство має функціонувати за принципом «сервіс, доступний для всіх». Також соціальні інновації є сучасним

трендом. Саме їх в сучасних умовах залучають підприємства готельної індустрії, цим самим сприяючи отриманню можливостей щодо задоволення максимальної кількості потенційних клієнтів, враховуючи такий сегмент споживачів, як люди із обмеженими можливостями й інші маломобільні групи населення. У свою чергу, соціально-відповідальне ведення бізнесу також дає сукупність переваг готелям, а саме: зростання обсягів реалізації й зміцнення позиції бренду, формування більш високого рівня репутації для туристів, суттєве зменшення витрат на рекламу й можливість отримати необхідні стратегічні вигоди від реалізації соціальних інвестицій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. URL: <https://www.otelms.com/ua/hotel-business-innovation>.
2. Шаповалова О.М. Інноваційна діяльність, як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2013. 6. С. 224-228.
3. Земліна Ю. Тенденції розвитку готельного бізнесу в Україні URL: <file:///D:/Загрузки/170430-379231-1-PB.pdf>
4. Лизунова О. М., Іщенко Я. Г., Кондрашова Г. В. Використання інноваційних методів управління персоналом підприємства. Економіка і суспільство. 2018. № 14. С. 449-451
5. Волянська-Савчук Л. В., Мацішина М. В. Використання інноваційних персонал-технологій в управлінні персоналом на підприємствах. Економіка і організація управління. 2019. № 1 (33). С. 34.
6. Ніколюк О.В., Дьяченко Ю.В., Савченко Т.В. Особливості розвитку івент-менеджменту в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 6. С. 98-103. DOI: 10.32702/2306-6814.2021.6.98
7. Ніколюк О. В. Стратегічні орієнтири державної політики підтримки конкурентоспроможності малого бізнесу в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 1. С. 114-120. DOI: 10.32702/2306-6814.2020.1.114
8. Ніколюк О., Хаустова В., Петрів І. Державне регулювання розвитку сільського зеленого туризму в Україні в умовах пандемії COVID-19. *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*, (5), 119-127.
9. Савченко Т.В. Вплив факторів зовнішнього середовища на систему управління конкурентоспроможністю підприємства. *Науковий вісник Національного гірничого університету*. 2015. № 5 (149). С. 142 – 147

REFERENCES:

1. Suchasnyi stan ta innovatsiini protsesy rozvytku hotelno-restorannoho biznesu v Ukraini [Current state and innovative processes of hotel and restaurant business development in Ukraine]. Available at: <https://www.>

otelms.com/ua/hotel-business-innovation (accessed 23 September 2021). (in Ukrainian)

2. Shapovalova O.M. (2013) Innovacijna dijalnistj, jak osnova pidvyshhennja konkurentospromozhnosti ghoteljnogho ghospodarstva [Innovative activity as a basis for increasing the competitiveness of the hotel industry]. *Bulletin of the Volodymyr Dahl East Ukrainian National University*, no. 6, pp. 224-228. (in Ukrainian)

3. Zemlina Ju. Tendenciji rozvytku ghoteljnogho biznesu v Ukraini [Trends in the development of the hotel business in Ukraine]. Available at: file:///D:/Зарпужки/170430-379231-1-PB.pdf (accessed 27 September 2021). (in Ukrainian)

4. Lyzunova O.M., Ishhenko Ja.Gh., Kondrashova Gh.V. (2018) Vykorystannja innovacijnykh metodiv upravlinnja personalom [Use of innovative methods of enterprise personnel management]. *Economy and society*, no. 14, pp. 449-451. (in Ukrainian)

5. Voljansjka-Savchuk L.V. Macyshyna M.V. (2019) Vykorystannja innovacijnykh personal-tehnologhij v upralinni personalom na pidpryjemstvakh [The use of innovative personnel technologies in personnel management in enterprises]. *Economics and organization of management*, no. 1 (33), pp. 34. (in Ukrainian)

6. Nikoliuk O.V., Diachenko Yu.V., Savchenko T.V. (2021) Osoblyvosti rozvytku ivent – menedzhmentu v Ukraini [Features of event management development in Ukraine]. *Investments: practice and experience*, no. 6, pp. 98-103. (in Ukrainian)

7. Nikoliuk O.V. (2020) Strateghichni orijentyry derzhavnoji polityky pidtrymky konkurntospromozhnosti malogho biznesu v Ukraini [Strategic guidelines of the state policy to support the competitiveness of small business in Ukraine]. *Investments: practice and experience*, no. 1, pp. 114-120. (in Ukrainian)

8. Nikoliuk O., Khaustova V., Petriv I. (2021) Derzhavne rehuljuvannja rozvytku zelenogho turyzmu v Ukraini v umovakh pandemiji COVID-19 [State regulation of rural green tourism development in Ukraine in the context of the COVID-19 pandemic]. *Scientific notes of the Institute of Legislation of the Verkhovna Rada of Ukraine*, no. 5, pp. 119-127 (in Ukrainian)

9. Savchenko T.V. (2015) Vplyv faktoriv zovnishnjogho seredovyshha na systemu upravlinnja konkurentospromozhnistju pidpryjemstva [Influence of environmental factors on the management system of enterprise competitiveness]. *Scientific herald of the National Mining University*, no. 5 (149), pp. 142 – 147 (in Ukrainian)