

УДК 330.341:338.486

Цвілій С.М.

канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ІННОВАЦІЙНА МОДЕЛЬ ГОСТИННОСТІ В ТУРИСТСЬКОМУ ОБСЛУГОВУВАННІ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ

Ситуація у сегменті вітчизняного ринку туристського обслуговування споживачів практично неконкурентоспроможна у порівнянні з глобальними тенденціями в туризмі: слабка матеріально-технічна база та малопривабливі об'єкти інфраструктури, низький рівень сервісу, майже відсутність сучасної індустрії розваг, незадовільний стан пам'яток історії та культури, екологічні проблеми. Пожвавлення розвитку ринку та подолання негативних тенденції можливе шляхом впровадження нововведень. Використання інноваційного чинника призведе до створення конкурентоспроможної сфери гостинності.

Гостинність, з наукової точки зору, визначає систему заходів і порядок їх здійснення з метою задоволення побутових, господарських і культурних запитів гостей туристичних підприємств, їх завбачливого обслуговування наданням низки послуг. Кожна туристична структура визначає повноваження і обов'язки персоналу, кожен підрозділ використовує специфічну технологію, а всі разом прагнуть досягнення спільної мети: задоволення потреб гостей. Надання туристської послуги, її проектування, процес обслуговування мають на меті гідне обслуговування гостей. Клієнт є найважливішою фігурою для туристичного закладу, а задоволення його потреб є пріоритетним завданням працівників фірм і підприємців індустрії гостинності. Індустрія гостинності представляє широку категорію галузей у складі індустрії послуг, що включає: послуги розміщення, харчування, питні заклади, організацію заходів, парки розваг, транспорт, круїзні лінії, подорожі, додаткові галузі індустрії туризму.

В умовах висококонкурентного ринку гостинності бізнес-структури сфери туризму при обслуговуванні вітчизняних й іноземних туристів повинні забезпечити не лише високий рівень комфорту проживання та харчування, але й постійно підвищувати рівень сервісного обслуговування клієнтів, пропонувати широкий вибір додаткових та супутніх послуг, в тому числі інформаційні, побутові, фінансові, посередницькі, послуги страхування, бізнес-центру, організації дозвілля, інші. Актуальна проблема впровадження у системі господарювання вітчизняних туристичних підприємств сучасних інноваційних моделей управління, які відповідають світовим стандартам, обумовлена необхідністю надання високоякісних послуг, зниження витрат, координації персоналу, проведення маркетингових досліджень ринку послуг.

Інноваційна модель гостинності як концепція залучення іноземних туристів спрямована на задоволення їх потреб в подорожах і відпочинку на території України. Мета підприємств сфери гостинності при реалізації даної концепції виражається чотирма підцілями: 1) підвищення рівня споживання туристичних продуктів; 2) досягнення повної споживчої задоволеності туристів; 3) надання максимально різноманітних асортиментів туристичного продукту; 4) забезпечення новітньої якості відпочинку та рекреації туристів.

Розробка інноваційної моделі гостинності повинна ґрунтуватись на принципах маркетингу у сфері туризму як засобу підвищення ефективності функціонування підприємницьких структур, що містить наступні елементи: 1) передбачення й прогнозування попиту завдяки постійному вивченню іноземних туристів з погляду їх потреб; 2) управління попитом здійснюється шляхом стимулювання споживачів до придбання готельного продукту, що надається підприємством туристичного бізнесу; 3) задоволення попиту як з погляду функціональних характеристик безпеки туристичного продукту, так і високоякісного туристського обслуговування іноземних клієнтів.

Впровадження інноваційної моделі гостинності щодо обслуговування іноземних туристів спрямоване на виконання таких завдань сфери послуг: 1) обґрунтування необхідності надання туристичних послуг шляхом виявлення існуючого і потенційного попиту на них; 2) організацію дослідницьких робіт з розробки проектних інноваційних турів або інших послуг, які відповідають потребам іноземних клієнтів; 3) координацію та планування організаційної маркетингової стратегії просування й продажу туристичного продукту та бізнес-діяльності вітчизняних підприємницьких структур; 4) використання інноваційних методів маркетингової стратегії і тактики продажу туристичних продуктів і просування на ринку; 5) регулювання й напрямок всієї діяльності туристичних компаній для досягнення стратегічних цілей у сфері туризму.

Інноваційна модель гостинності повинна надати іноземним туристам такі переваги: 1) відновлення і розвиток духовних та фізичних сил; 2) якісно нові зміни в туристичному продукті; 3) гарантований незмінний рівень якості туристського обслуговування в усіх сегментах ринку та секторах туристичної сфери в країні; 4) ефективне функціонування інфраструктури ринку туризму; 5) прозорість процесів надання, позиціонування, споживання туристичних послуг; 6) прогресивні зміни факторів обслуговування (скорочення терміну транспортування шляхом використання нових швидкісних видів транспорту); 7) підвищення власного статусу за рахунок отримання інноваційних послуг.

Взагалі, туристичні підприємства, що здійснюють інновації у значних масштабах, володіють високим інтелектуальним потенціалом, провадять інноваційну діяльність за багатьма напрямками, реалізують велику кількість інноваційних проектів. На сучасному етапі підприємства сфери туризму при реалізації інноваційної моделі гостинності в обслуговуванні іноземних гостей повинні охоплювати весь спектр шляхів інноваційної діяльності, реалізуючи сервісні, технологічні, ринкові, маркетингові та управлінські інновації, тощо.