

ОГЛЯД ІННОВАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Як і в інших сферах бізнесу, число підприємств в туризмі збільшується з кожним роком. Це змушує турфірми впроваджувати в свою діяльність нові технології збуту, виробництва, управління, так як інновації забезпечують довгостроковий розвиток туристичного підприємства.

Базуючись на положеннях Генеральної угоди про торгівлю послугами (ГАТС), в туристській сфері розвивається інноваційна діяльність за трьома напрямками:

1. Впровадження нововведень (організаційні інновації), пов'язаних з розвитком підприємства, включаючи реорганізацію, укрупнення, поглинання конкуруючих суб'єктів на основі новітньої техніки і передових технологій; кадрової політики (оновлення і заміна кадрового складу, система підвищення кваліфікації, перепідготовка та стимулювання працівників); раціональної економічної та фінансової діяльності (впровадження сучасних форм обліку та звітності, що забезпечують стійкість положення і розвитку підприємства).

2. Маркетингові інновації, що дозволяють охоплювати потреби цільових споживачів або залучати неохоплених на даний період часу клієнтів.

3. Періодичні нововведення (продуктові інновації), спрямовані на зміну споживчих властивостей туристського продукту, його позиціонування з метою формування конкурентних переваг.

Зазначені питання інноваційної діяльності в сфері туризму в своїх працях розглядали такі вчені як Гуцол А. В., Ізотова М. А., Матюхіна Ю. А., Новіков В. С., Слепокуров А. С. та ін. Перераховані автори всебічно та глибоко досліджують питання інноваційних технологій в туризмі, створення інноваційних центрів та ін. Проте, враховуючи динаміку розвитку туристичного ринку в цілому та окремих його складових, огляд даного питання залишається актуальним.

Метою написання даного дослідження є опис ряду популярних інновацій останнього десятиліття, які отримали широку популярність на світовому туристичному ринку.

Лідером за кількістю інновацій є індустрія гостинності. Зокрема аналогів існуючої в Іспанії державній системі готелів «Paradores» у світі не існує. Розташовані на найкращих туристичних перехрестях країни, готелі-парадори – не просто місце для ночівлі. Один за іншим нанизуючи їх на обраний маршрут, можна тижнями мандрувати по цій дивній країні. Дослівно «Парадор» – це «заїжджий двір», і хоча більшості з них офіційно присвоєна категорія, відповідна 4*, висока якість обслуговування ставить парадори на один щабель з кращими готелями Європи. Майже половина з 93 парадор Іспанії розташована в колишніх монастирях, старовинних замках, палацах іспанських грандів, чії стіни бачили королів, славних лицарів і суворих конкістадорів. Решта – цілком сучасні будівлі, для будівництва яких вибиралися найдивовижніші за красою куточки країни. Тут можна затриматися зовсім ненадовго. Але, якщо ви дійсно хочете відкрити для себе справжнє зачарування Іспанії, не поспішайте. У кожному з парадор вам обов'язково запропонують спеціально розроблені захоплюючі екскурсії по довколишніх околицях. Предмет особливої гордості парадори – ексклюзивні інтер'єри, що відображають колорит та історію різних областей країни, і звичайно ж, кухня, в меню якої обов'язково включені кращі місцеві страви та вина (<http://www.paradores-spain.com/>).

Однією з інновацій у володінні власністю в останні роки є таймшер – це форма володіння власністю, при якій один об'єкт нерухомості здається в оренду кільком особам. Ця схема, що з'явилася в Європі в 1960-і роки, сьогодні популярна в курортних містах США, Європи, країн Карибського моря та Азії. В Україні таймшер відомий з 1990-х років. Однак він не отримав такого поширення, як у Європі, через несумлінність деяких компаній, які заробили великі гроші на шахрайських операціях із вторинним продажем таймшерів.

Існують різні схеми таймшера. В одному випадку власник має право користуватися апартаментами протягом одного тижня раз на два роки, в іншому – протягом цілого місяця кожен рік. Але найбільш поширений варіант, коли власник таймшера може зупинитися в апартаментах тільки протягом одного конкретного тижня в році і не може змінювати дату. Такі фіксовані тижні підходять тільки тим, у кого відпустка щороку в один і той же час. Існує ще так званий «плаваючий» таймшер, коли власник може в різні роки планувати відпустку на різний час. Необхідно тільки заздалегідь узгодити дату приїзду з керуючою компанією. Під час відсутності власника апартаменти здаються в оренду.

Кожен рік пропонуються номери в одному і тому ж готелі або в різних готелях, але, як правило, в рамках одного курорту. Покупець лише визначається з конкретним розміром і типом апартаментів і вибирає сезон. Договір на володіння Таймшер укладається на строк від трьох років до декількох десятиліть. Тижні таймшера діляться на червоні (сезон відпусток), білі (міжсезоння) і сині (мертвий сезон, коли на курорт приїжджає найменше туристів). Червоні тижні коштують найдорожче. Можна обміняти більш цінні тижні на менш цінні, звернувшись до послуг обмінних компаній – наприклад, Resort Condominiums International, RCI або Interval International, II (<http://www.timeshare-resale-rental.com/timeshare-rentals/>). Ці організації пов'язують кілька тисяч курортів по всьому світі. Однак не можна обміняти тижні на дорожчі: наприклад, можна обміняти червоні тижні на білі, але не навпаки. Сині тижні обміну не підлягають.

У деяких готелях замість тижнів передбачена система очок. Власник таймшера отримує сертифікат, в якому зазначено певну кількість очок. У цьому випадку тривалість перебування в апартаментах можна

варіювати від однієї ночі до 10 днів. За рахунок невикористаних днів власник таймшера може накопичувати очки з року в рік, що дозволяє йому вибирати більш вигідні умови проживання – наприклад, більш просторий номер або більш дорогий курорт. Так, просторі апартаменти в сезон відпусток часто коштують 500 очок, а невеликий номер в мертвий сезон – 200 очок.

Переваги таймшера:

- об'єкти, призначені для таймшера, звичайно представляють собою студії або апартаменти, що відрізняються високим рівнем обслуговування;

- власник таймшера може переносити тижні своєї відпустки на наступні роки і таким чином збільшувати тривалість використання апартаментів;

- власник має можливість поступитися або продати свої тижні;

- володар таймшера може варіювати час і тривалість відпочинку;

- існують бонуси у вигляді додаткових днів.

Недоліки таймшера:

- таймшер вважається досить дорогим. Крім того, власник апартаментів зобов'язаний виплачувати щорічний податок – в середньому, 300-400 євро на рік. Наприклад, у Флориді таймшер вартістю 11 700 євро дає право проживати на курорті протягом одного тижня в році в двокімнатних апартаментах з двома ванними. У цьому випадку в якості щорічного податку сплачується 450 євро;

- таймшер важко перепродати через високу ціну;

- власник може проживати в апартаментах обмежений час – як правило, кілька тижнів на рік;

- коли закінчується термін оренди, за власником таймшера не зберігається право власності;

- у деяких випадках, якщо власник таймшера не використовує належні йому тижні, то втрачає право скористатися ними протягом року;

- високі ризики. Права власника закріплені тільки договором; він набуває не об'єкт нерухомості, а право користування цим об'єктом на час. Якщо керуюча компанія збанкрутує, клієнт втратить гроші.

Найбільша кількість інноваційних продуктів сфери туризму пов'язані з розвитком Інтернет технологій. Прикладом є успішна шерінгова компанія Airbnb (від AirBed & Breakfast), і однойменна онлайн-спільнота, яка надає можливість мандрівникам розглянути пропозиції від господарів житла в будь-якому місці земної кулі і орендувати його. Заробляє Airbnb на тому, що в процесі бронювання виступає в якості посередника, комісія якого становить від 6 до 12%. Компанія надає свої послуги мандрівникам з 2008 року. У 2011-му кількість бронювань на сайті компанії досягло 2 млн., вже взимку 2012-го це число досягло 5 млн., а через п'ять місяців Airbnb зафіксувала 10 млн. бронювань, тим самим закріпивши свій статус світового лідера на даному ринку. За чотири роки потенційна вартість компанії зросла до \$ 1 млрд., а кількість пропонувананих варіантів розміщення кімнат, квартир, будинків, вілл, замків, приватних островів, яхт і хатин перевищило за 150 тис. На сьогодні сервіс працює в 192 країнах світу, а його ринкова вартість сягнула 10 млрд. дол. (<https://ru.airbnb.com/>). Вважаємо інструменти он-лайн бізнесу для просування та реалізації послуг гостинності найбільш перспективними.