

Thus, the investigation showed there are three groups of team leaders' motives that are material, social and status. As for the biggest Ukrainian mining enterprises, team leaders are most satisfied with status and social motives (social facilities and infrastructure, public rewards, possibilities of vertical and horizontal career, flexible working hours, "creative" holidays and vacations, etc.) but they are badly satisfied with material rewards (basic wages and salaries, additional wages and salaries (bonuses, allowances, compensation packages), other perks). Consequently, top and middle managers at Ukrainian mining enterprises should pay close attention to staff satisfaction of material motives.

References:

1. Sulaiman N., Jailani N., Saari N., Abdin N., Norizan N. & Zolkapli N. The importance of employee motivation and job satisfaction. *International Journal of Accounting, Finance and Business*. 2022. Volume 7. Issue 42. PP. 71-79.
2. Thang D., Nghi N. The effect of work motivation on employee performance: the case of OTUKSA Japan company. *World Journal of Advanced Research and Reviews*. 2022. Issue 13(01). PP. 401-412.

## **УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ГОТЕЛЬНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ «МАКИСС»**

Л. І. СТЕШЕНКО, канд. екон. наук  
Волинський фаховий коледж НУХТ  
[lesya.igorivna.steshenko@gmail.com](mailto:lesya.igorivna.steshenko@gmail.com)

В умовах сучасного ринку підприємства гостинності або роблять самостійні спроби впроваджувати інновації, або ринкові умови підштовхують їх до інноваційної діяльності. На впровадження інновацій на підприємстві гостинності впливають зовнішні та внутрішні чинники [1].

«Makiss» – це один з найбільш популярних готельно-рекреаційних закладів міста Луцьк, де є все для відпочинку та дозвілля. Концепція «Makiss» передбачає організацію відпочинку та дозвілля для різних вікових категорій. Комплекс нараховує кілька підрозділів: ресторан, спа-комплекс, готель, басейновий комплекс та футбольна академія.

Для виявлення проблем та перспектив інноваційної діяльності готельно-рекреаційного комплексу «Makiss» проведено SWOT-аналіз інноваційної діяльності підприємства.

Таблиця 1 – SWOT-аналіз інноваційної діяльності готельно-рекреаційного комплексу «Makiss»

<b>Вид інновації</b>	<b>Сильні сторони</b>	<b>Слабкі сторони</b>
Технологічні	<ul style="list-style-type: none"> <li>- власний веб-сайт та мобільний додаток;</li> <li>- карти-ключі у готелі;</li> <li>- програмне забезпечення, яке підтримує програму лояльності у всіх підрозділах закладу;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- функціонал додатку обмежений;</li> <li>- цифрові ключі є передовою інновацією у готелях;</li> <li>- відсутність єдиного програмного забезпечення для усіх підрозділів закладу;</li> </ul>
Продуктові	<ul style="list-style-type: none"> <li>- впровадження нового меню у ресторані;</li> <li>- відкриття масажного кабінету;</li> <li>- безкоштовна послуга room-service у готелі;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- відсутність продуктових інновацій у спа-салоні;</li> <li>- відсутність комплексних послуг (наприклад, ночівля у готелі+безкоштовна година фітнесу)</li> </ul>
Маркетингові	<ul style="list-style-type: none"> <li>- впровадження знижок - 50% на певні позиції в меню;</li> <li>- розіграш сертифікатів на безкоштовне проживання у готелі;</li> <li>- картки на знижки -15% при бронюванні номерів телефоном</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- відсутність подібних акційних пропозицій у спа-салоні;</li> </ul>
Сервісні	<ul style="list-style-type: none"> <li>- розбір нестандартних ситуацій у швидкі терміни та з урахуванням думки всіх працівників;</li> <li>- відмова від паперового меню на користь QR-кодів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- відсутність новітніх методів навчання персоналу;</li> <li>- відсутність перепідготовчих курсів для працівників</li> </ul>
Організаційно-управлінські	<ul style="list-style-type: none"> <li>- мотивація персоналу у вигляді премії при перевищенні показників заповненості закладів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- відсутність нововведень в управлінні комплексом;</li> <li>- обмеження «червоної» зони та додаткові обов'язки персоналу усіх закладів</li> </ul>

Сьогодні інноваційні технології застосовують для збереження конкурентоспроможності, посилення інтересу до закладів сфери гостинності, залучення нових гостей та клієнтів, підвищення рівня комфорту, підвищення якості послуг та створення ексклюзивних послуг. Основною проблемою інноваційної діяльності комплексу «Makiss» загалом є низький рівень застосування технологічних інновацій в усіх його підрозділах.

Запровадження технологічних інновацій дозволить комплексу:

- підвищити рівень лояльності клієнтів;
- автоматизувати роботу підрозділів комплексу;
- персоналізувати клієнтів;
- спростити бронювання послуг підрозділів комплексу;
- підтримувати конкурентноспроможність комплексу на ринку послуг гостинності.

Наявність у «Makiss» власного веб-сайту та мобільного додатку є перевагою закладу серед конкурентів дестинації. Сайт знайомить клієнтів з усіма підрозділами та послугами комплексу, рекламуючи один одного без додаткових маркетингових заходів. Також перевагою цієї технології є комфортність бронювання послуг клієнтами. Проте у веб-сайту комплексу обмежений функціонал. До функцій сайту та мобільного застосунку варто було б додати кнопку спеціальних пропозицій підрозділів; підключити сповіщення на корпоративні мобільні телефони про нове бронювання чи замовлення; додати можливість купити абонемент для занять у басейні в онлайн-режимі.

Використання пластикових карток-ключів є загальноприйнятою практикою у готельному бізнесі. Але із зростанням розвитку цифрових технологій доцільно впровадити цифрові ключі, які крім основної функції – відкриття готельного номеру будуть виконувати і інші функції [2].

Щодо управлінських інновацій, то запровадження єдиної системи управління підрозділами готельно-рекреаційного комплексу «Makiss» (готель, ресторани, спа-салон та басейн) дозволить надавати комплексні послуги клієнтам.

Щодо продуктових інновацій, то недоліки цього напрямку діяльності у комплексу «Makiss» практично незначні, адже комплекс постійно впроваджує нововведення, які у підсумку є ефективними. У перспективі варто звернути увагу на впровадження продуктових інновацій у спа-салоні та басейновому комплексі. У закладах ресторанного господарства комплексу час від часу оновлюється меню.

Ресторан комплексу забезпечує room-service готелю, у всіх інших випадках спостерігається слабка взаємодія між підрозділами. Комплексу «Makiss» варто запровадити інновації, які поєднують в собі послуги різних його підрозділів. Наприклад, при бронюванні номеру в готелі, гості автоматично отримують годину процедур у спа-салоні в подарунок. Або при замовленні доставки з ресторану отримувати одноразову знижку на місячний

абонемент для плавання у басейні. В перспективі запровадження таких комплексних послуг дасть змогу зацікавити клієнтів одного підрозділу іншим підрозділом.

Інноваційна діяльність комплексу у маркетингу є однією з найефективніших. Єдиним недоліком у напрямку маркетингової інноваційної діяльності є недостатня реклама окремих підрозділів. У закладі давно не проводили рекламні кампанії, соціальні мережі закладу просувають не дуже активно, колаборацій з іншими закладами комплексу менеджмент проводить мало. Тому в перспективі інноваційна діяльність у комплексі повинна впроваджуватися рівномірно і поширюватися на всі підрозділи.

Щодо сервісної інноваційної діяльності, то переваги комплексу полягають в опрацюванні помилок персоналу та негативного досвіду гостей, що пов'язані з обслуговуванням. Щодо системи надання послуг, то запровадження QR-кодів замість меню було вимушеним заходом під час пандемії. Для підняття рівня сервісу важливо впроваджувати інноваційні методи навчання персоналу. Додатковою перевагою буде щорічне проведення курсів підвищення кваліфікації персоналу.

Організаційно-управлінський напрям інноваційної діяльності у «Makiss» є одним з найбільш слабких. Щодо преміальної мотивації персоналу, то у кожному підрозділі комплексу є фіксовані умови для отримання премії. Наприклад, у готелі працівники отримують премію у вигляді 2% від продажів у разі завантаженості готелю від 70% за місяць. Такий відсоток завантаження закладів індустрії гостинності в часи пандемії та військового стану є досить високим, тому мотивації для персоналу слід впроваджувати на більш лояльних умовах. Недоліком є відсутність нововведень у організації управління комплексом. Тому у перспективі варто запровадити систему мотивації, яка буде додатковим стимулом для кращої роботи працівників комплексу.

Список використаних джерел:

1. Беляєва С. С., Деревич М. А. Бізнес-ідеї щодо впровадження інноваційних технологій у діяльність готелів. *Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»*: 22-23 березня 2018 року, м. Черкаси [Текст] : у 2-х томах / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. Т. 2. Черкаси : Видавець Чабаненко Ю. А., 2018. С. 492-497.

2. Ніколаєнко Н., Жихор О. Управління інноваційною діяльністю у сфері гостинності. *Сучасні тенденції та стратегії розвитку готельно-ресторанного бізнесу*. 2021. С. 79-81.