

*Д. А. Павлицька, студентка  
Науковий керівник – В. Д. Карпенко, к. е. н, доцент  
Вищий навчальний заклад Укоопспілку  
«Полтавський університет  
економіки і торгівлі», м. Полтава  
thdec@ukr.net*

## **ЗАПРОВАДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ В ГОТЕЛІ «ФРЕГАТ» (М. ОДЕСА)**

Ринок готельних послуг повинен відповідати потребам споживачів, які постійно змінюються. Для стабілізації своїх позицій готельним закладам необхідно максимально використовувати інноваційні тенденції для забезпечення конкурентних переваг. Оскільки сервісне обслуговування максимально орієнтоване на забезпечення соціальних потреб людини, що відповідає більш сучасним стратегіям соціалізації та відповідальності бізнесу багатьох країн, впровадження саме соціальних інновацій в доповнення до структурних, стає основною складовою при наданні якісних послуг на підприємствах готельного господарства.

За даними Всесвітньої організації з охорони здоров'я, кількість людей із вадами здоров'я постійно збільшується. Глобальною світовою тенденцією є те, що кожна десята людина має одне або декілька функціональних порушень, які стають причиною інвалідності. Кількість людей з обмеженими фізичними можливостями зростає у зв'язку із старінням населення й швидким поширенням хронічних захворювань.

Наразі в Україні проблема інвалідності набула особливої гостроти. Упродовж п'яти останніх років населення країни зменшилося на 3 %, а кількість осіб із обмеженими фізичними можливостями зросла на 6,5 % і на початок 2017 р. становила 2,9 млн осіб або майже 6 % загальної кількості населення [1]. Сьогодні існує значна кількість соціальних програм, за якими люди із фізичними вадами можуть скористатись послугами засобів розміщення за рахунок державного бюджету, але кількість закладів, що надають комфортні умови для цієї категорії споживачів, є обмеженою.

Соціальні інновації є сучасним трендом, який підхопили підприємства готельного господарства, отримуючи можливість задовольнити максимальну кількість потенційних споживачів, включаючи такий сегмент споживачів, як люди з інвалідністю та інші мало мобільні групи населення.

Для розвитку соціальних інновацій у готельних підприємствах застосовується закордонний досвід та власні напрацювання з практичного впровадження соціально-інноваційної діяльності, а саме надання розширеного спектру послуг для людей з особливими потребами, для літніх людей та інших категорій мало мобільних груп споживачів до таких послуг можна віднести [2]:

- можливість звертання в будь-який час доби за допомогою медичного персоналу;

- збалансоване, складене на основі рекомендацій дієтолога і індивідуальних смакових переваг харчування;

- комфортні, максимально безпечні умови проживання, серед яких наявність поручнів в місцях загального користування, тривожних кнопок в кімнатах, спеціальних ліжок, багатофункціональних пристроїв для немобільних людей;

- індивідуальний підхід до кожного гостя;

- атмосфера затишку і турботи, спілкування, різноманітні програми та умови для цікавого проведення дозвілля;

- можливість вибору програми перебування відповідно до медичних і соціальних потреб;

- можливість позбутися відчуття залежності та безпорадності;

- проживання в комфортних умовах.

Отже, підвищення рівня обслуговування осіб з обмеженими фізичними можливостями шляхом удосконалення житлового фонду (переобладнання номерів з урахуванням всіх вимог та особливостей контингенту), території підприємств, громадських приміщень дозволить збільшити чисельність споживачів послуг готелю «Фрегат» (м. Одеса).

Пропонуємо зробити більш зручною та безпечною для людей з обмеженими фізичними можливостями прилеглу територію готелю. Згідно із чинними будівельними нормами ширина тротуарів має бути не меншою 1,5 м, оскільки така мінімальна ширина забезпечує можливість розминутися людині у візку з пішоходом, а при потребі забезпечує можливість розвернутися інвалідним візком на 180° [1, 2]. На місці для паркування автотранспорту гостей слід передбачити місце для автотранспорту для людей з інвалідністю. Місця для паркування авто виділяються із загальної площі для паркування на ділянці, найбільш найближчої до головного входу готелю. Ширина місця має бути

більшою за стандартну для забезпечення під'їзду інвалідним візком: 2,6 м, довжина – 7,4 м. Шлях від місця стоянки до будівлі готелю слід облаштувати без бар'єрів із пандусом для виїзду візком зі стоянки на тротуар. Для проїзду інвалідним візком між автомобілями на стоянці – інтервал 1,5 м.

Згідно із сучасними вимогами громадські будівлі повинні мати як мінімум один вхід, доступний для людей з інвалідністю. В будівлях в місцях перепаду рівнів горизонтальних ділянок підлоги, в тому числі на сходах від вестибюлю головного входу до ліфтового холу, передбачається влаштування пандусів. Висота підйому кожного маршруту пандуса – 0,8 м, ухил – 1 : 12. В місцях перепаду рівнів, що перевищують 0,04 м, між горизонтальними ділянками підлоги в будівлі готелю передбачаються пандуси і сходи. Максимальна висота одного підйому (маршу) пандуса не більше 80 см при ухилі не більше 8 % (1 : 12). На початку і в кінці кожного підйому пандуса є можливість виділити горизонтальні майданчики з розмірами 1,5×1,5 м. По зовнішніх, недотичних до стін, краях пандуса та майданчика передбачаються обмежувальні бортики висотою 0,05 м і загорожу висотою 0,9 м. Поруччя, що закінчуються плавними заокругленнями, встановлюються з обох сторін пандуса, паралельно до його поверхні, на висоті 0,9 м, їх кінці надійно закріплюються до підлоги або стіни чи до стійок. Ширина пандуса приймається 1,20 м [2].

У номері, призначеному для гостей з обмеженими можливостями, необхідно передбачити повну відсутність порогів. Всі дверні отвори мають бути шириною не менше 0,9 м. Двері забезпечуються магнітним стопором, що дозволяє їх фіксувати у відкритому стані. Дверне очко і ланцюжок розташовується на рівні 1,2 м [2]. Дуже важливо приділити увагу і збереженню оздоблення номерів: обладнуються кути кімнат захисними панелями (знімними і такими, що замінюються), щоб візок їх не пошкоджував. Габаритні розміри меблів, їх розміщення, відстань від підлоги до полиць – все має відповідати технологічному простору гостя. Найважливіша умова організації відповідного навколишнього середовища для інвалідів – надати їм можливість безперешкодного і безпечного руху, що враховуються під час планування номеру та розстановки в ньому меблів. Меблі в номерах підбираються спеціальні, призначені для забезпе-

чення комфортного перебування людей з обмеженими фізичними можливостями.

Запровадження соціальних інновацій в готельному бізнесі зумовлена зміною філософії мислення власників та менеджерів, втіленням соціально-відповідального концепції. Маркетингове просування ідеї соціалізації сервісного обслуговування у готелі «Фрегат», м. Одеса є запорукою того, що цей заклад розміщення стане більш доступним і привабливим для нового сегменту потенційних споживачів.

### **Список використаних джерел**

1. Данчак І. О. Принципи ергономічного формування архітектурного середовища помешкань для інвалідів: автореф. дис. канд. архітектури: [спец.] / Ігор Остапович Данчак; Національний університет «Львівська політехніка». – Львів, 2003. – 22 с.
2. Данчак І. О. Пристосування житлового середовища для потреб людей з обмеженими фізичними можливостями: [навч. посіб.] / І. О. Данчак, С. М. Лінда. – Львів: Вид-во Національного уні-ту «Львівська політехніка», 2002. – 128 с.

**А. С. Павлова, аспірант**  
*Київський національний торговельно-  
економічний університет, м. Київ*  
*pavlovafloweratelier@gmail.com*

## **КОНЦЕПЦІЯ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ ЯК ОСНОВА МОДЕРНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА**

Концепція стратегічного маркетингу в сучасних умовах стає популярним інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного господарства. Однак відсутність довгострокової практики ринкового управління у керівників багатьох готелів призводить до недооцінки її ролі в стратегічній перспективі.

Проблемам стратегічного аналізу і планування маркетингової діяльності в практиці підприємств готельного господарства до теперішнього часу не приділяється належної уваги. Це пов'язано з нестабільністю економічного середовища, в умовах якої працюють підприємства готельного господарства. Формування концепції стратегічного маркетингу як щодо самостійної галузі вивчення пов'язано, з одного боку, з розвитком розуміння