

**Коваленко О. В.**

кандидат педагогічних наук, доцент,  
Сумський національний аграрний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1043-6679>

**Єпик Л. І.**

кандидат історичних наук, доцент,  
Сумський національний аграрний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5160-6529>

**Kovalenko Oleksandr**

Sumy National Agrarian University

**Yepyk Larysa**

Sumy National Agrarian University

## **ЗМІСТ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА СПОСОБИ ЗДІЙСНЕННЯ**

## **THE CONTENT OF INNOVATIVE ACTIVITIES IN THE HOSPITALITY INDUSTRY: FEATURES AND METHODS OF IMPLEMENTATION**

*У статті наведено визначення терміну інноваційна діяльність в індустрії гостинності, а також визначено мету інноваційної діяльності. Також у роботі детально розглянуто чинники ступеню інтенсивності інноваційної діяльності, здійснюваної закладами індустрії гостинності, які умовно розділяють на дві групи: фактори зовнішнього та внутрішнього середовища. У статті виділено низку особливостей інноваційної діяльності в індустрії гостинності. Також у даній роботі розглянуто та проаналізовано такі напрями здійснення інноваційної діяльності, як створення та запозичення інновацій, а також виділено кілька видів імітації інновацій; а саме чиста імітація та творча імітація. У статті визначено потенціал*

*ринкового успіху чистих інновацій, коли новатор отримує високі прибутки, а також розглянуто своєрідну плату за успіх, а саме високі витрати та ризик.*

**Ключові слова:** *інновації, інноваційна діяльність, індустрія гостинності, чинники інтенсивності інноваційної діяльності, особливості здійснення інноваційної діяльності, новатори, іноватори.*

*The article defines the term innovative activity in the hospitality industry, and defines the goal of innovative activity, which consists in achieving the fullest satisfaction of the constantly growing individual needs of customers in the provision of recreation and leisure services, as well as obtaining maximum profit. The work also examines in detail the factors of the degree of intensity of innovative activity carried out by institutions of the hospitality industry, which are conditionally divided into two groups: factors of the external and internal environment. It is stated that the factors of the external environment indirectly affect the innovative activity of institutions of the hospitality industry, while the factors of the internal environment contribute to the intensive development of innovative activities in the hospitality industry. The article highlights a few features of innovative activity in the hospitality industry. This work also considered and analyzed such areas of innovation activity as creating and borrowing innovations, as well as highlighted several types of imitation of innovations: namely pure imitation and creative imitation. It is stated that a pure imitation is a complete copy of the original; accordingly, companies that fully borrow the innovation information of innovators that do not bring anything new to their product or service are pure imitators. And it is also stated that creative imitation is the improvement of an already existing innovation or its adaptation to another field; and the companies engaged in this kind of imitations are proposed to be called "imovators" in the work. The article highlights a few features of innovative activity in the hospitality industry. The paper identifies the market success potential of pure innovation, where the innovator earns high profits, and examines a kind of success fee, namely high cost and risk; namely, it is stated that the costs are the costs of creating innovations, as well as their promotion, and the risk is mostly associated*

*with possible unsuccessful results of innovative activities, and the possible unwillingness of the market to accept the novelty.*

**Key words:** *innovations, innovative activity, hospitality industry, factors of the intensity of innovative activity, peculiarities of implementation of innovative activity, innovators, imovators.*

**Постановка проблеми.** Однією з найбільших та найрозвинутіших галузей світової економіки на сьогодні є індустрія гостинності. Проте, активне дослідження даної галузі розпочалося досить недавно, а саме у другій половині минулого століття, хоча деякі складові індустрії гостинності вже достатньо вивчені. Водночас слід констатувати наявність цілого ряду малодосліджених та дискусійних аспектів.

Більшість дослідників сходяться на думці, що в сучасних умовах основним джерелом розвитку як економіки загалом, так і окремих компаній, зокрема, є інновації. Незважаючи на визнану важливість інновацій, проблема здійснення інноваційної діяльності в індустрії гостинності досі залишається мало дослідженою. Відкритими залишаються питання визначення специфіки інновацій в індустрії гостинності, складання їх класифікації, виявлення способів здійснення інноваційної діяльності, а також оцінки та підвищення інтенсивності інноваційної діяльності підприємств індустрії гостинності. У зв'язку з цим дослідження інноваційних аспектів розвитку індустрії гостинності набуває особливого значення як для практичного застосування результатів та рекомендації нашої дослідницької роботи у практиці ведення бізнесу, так і для подальшого вивчення даних питань.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження індустрії гостинності в нашій країні, на відміну від зарубіжних, почалося значно пізніше – наприкінці ХХ в. Серед зарубіжних авторів слід зазначити: Р. Браймера, Л. Вагена, Дж. Уокера; серед вітчизняних – А. Голода, В. Мазур, І. Єгупову, О. Іжевську, О. Коркуну та інших. Еволюція індустрії гостинності

представлена роботах таких вчених, як Дж. Уокер, Г. Тарасюк, Н. Лохман, Г. Круль, О. Заячук та інших.

Серед вчених, які зробили певний внесок у вивчення інновацій, слід зазначити: Л. Антонюк, Є. Барабаш, Ю. Вовк, А. Глебову, С. Ілляшенко, Н. Краснокутську, Н. Терещук. Зважаючи на той факт, що інновації в індустрії гостинності мають сервісний характер, вважаємо за необхідне звернути увагу на зарубіжних дослідників, які займаються вивченням проблематики інноваційної діяльності у сфері послуг, серед яких: Р. Баррас, Ф. Галлуж, О. Вейнштайн, Й. Майлс, М. М. Савона, К. Хіпп, Дж. Хоувелс.

Окремі аспекти здійснення інновацій у вітчизняних закладах індустрії гостинності відображені у роботах І. Несторишен, Я. Прокопець, В. Джинджоян, Т. Тесленко, К. Горб. Водночас слід констатувати наявну нестачу публікацій, присвячених саме комплексному вивченню інновацій в індустрії гостинності, які є важливим чинником її розвитку, що й зумовило необхідність проведення наших досліджень.

**Формулювання цілей статті.** Метою написання даної статті є розкриття змісту інноваційної діяльності в індустрії гостинності, а саме її особливостей та способів здійснення. Для досягнення цієї мети потрібна реалізація таких завдань, як: дослідження специфіки інновацій в індустрії гостинності, уточнення такого поняття як «інновації в індустрії гостинності», а також розкриття змісту інноваційної діяльності в індустрії гостинності в частині уточнення та інтерпретації її особливостей та способів здійснення.

**Виклад основного матеріалу.** Під інноваційною діяльністю в індустрії гостинності слід розуміти регульований процес, що складається з послідовності етапів знаходження необхідних або бажаних для застосування нововведень та їх впровадження, а також із комплексу маркетингових, управлінських та організаційно-економічних заходів, що сприяють здійсненню даних етапів. Метою інноваційної діяльності є досягнення найповнішого задоволення індивідуальних потреб клієнтів у наданні послуг відпочинку та

дозвілля, які постійно зростають; а також отримання максимального прибутку [3, с. 17].

Поруч із поняттям «інноваційна діяльність» іноді у науковій літературі використовується поняття «інноваційна активність». Цікаво відзначити, що в англійській мові слова «діяльність» та «активність» позначаються одним терміном «activity», отже, на нашу думку, на сьогодні повністю відсутня проблема їхнього розмежування.

Ступінь інтенсивності інноваційної діяльності, здійснюваної закладами індустрії гостинності, залежить від різних чинників. На наш погляд, їх можна розділити на дві групи: фактори зовнішнього та внутрішнього середовища.

До факторів зовнішнього середовища, які опосередковано впливають на інноваційну діяльність закладів індустрії гостинності відносяться: споживчі переваги, глобалізаційні процеси в економіці, інноваційні розробки, державні та бізнес-пріоритети. Серед факторів внутрішнього середовища, що сприяють розвитку інноваційної діяльності в індустрії гостинності слід виділити: розуміння та попередження бажань клієнтів; персонал, що поділяє концепцію гостинності; здатність передбачення майбутніх тенденцій на споживчому ринку; абсорбційна здатність підприємства (уміння розпізнавати цінність інноваційних ідей); наявність ресурсів [4, с. 27].

Розглянемо кожен чинник докладніше. Зважаючи на сервісний характер діяльності закладів індустрії гостинності споживчі переваги є основним джерелом інноваційних ідей. Інновації, які здійснюють заклади індустрії гостинності, спрямовані на максимальне задоволення споживачів, тому розуміння клієнтів та їх споживчих переваг (у тому числі тих, які є важливими, але ще не висловленими) є ключовим фактором успішності інноваційної діяльності даних закладів.

Для того щоб розпізнавати переваги клієнтів, необхідно здійснювати вивчення споживачів. Вважаємо, що з закладів індустрії гостинності найбільш прийнятними є такі способи вивчення споживачів: 1) вивчення споживчого

досвіду; 2) визначення вигоди для клієнтів; 3) співробітництво з клієнтами; 4) робота з персоналом (зробити співробітників своїми клієнтами).

Вивчення споживчого досвіду. Досвід пошуку, вибору, купівлі та споживання послуги впливає на бажання клієнтів здійснити повторну покупку або порекомендувати її іншим. Вивчення споживчого досвіду може сприяти вдосконаленню інноваційного процесу та створенню послуг, які найбільше відповідають перевагам клієнтів.

Як інструменти пошуку необхідної інформації можна використовувати метод інтерв'ю зі споживачами та метод дослідження. Аналіз споживчого досвіду дозволяє виявити наявні незручності, пов'язані зі споживанням послуг. Отримані дані можуть бути основою розробки нововведень. Процес визначення вигоди клієнтів пов'язаний із визначенням цінності послуг, що надаються для клієнтів (наскільки надані послуги є вигідними/цінними для клієнтів). Результатом аналізу можуть бути відповіді на такі питання: «Як можна змінити сервісну пропозицію задля спрощення процесу споживання?»; «Чи можна розширити пропозицію сервісу і таким чином скоротити витрати клієнтів?». Співпраця з клієнтами полягає у постійному відстеженні споживчих переваг та внесенні відповідних коригувань до інноваційного процесу [1].

Робота з персоналом. Надання персоналу можливості споживання послуг підприємства може стати стимулом для вдосконалення інноваційного процесу. По-перше, у процесі споживання послуг, можна краще дізнатися про їхні переваги та недоліки; по-друге, співробітники-клієнти можуть відчувати те, що відчувають клієнти, і працюватимуть більш ефективно при генерації нових ідей.

Інновації в індустрії гостинності пов'язані з обслуговуванням, тому персонал, який поділяє концепцію гостинності, є важливим чинником інноваційної активності закладів індустрії гостинності. Працівники мають бути не тільки добре навчені, а й бути зацікавленими у створенні та ефективному розвитку послуг.

Здатність передбачення майбутніх тенденцій на споживчому ринку є важливим чинником підвищення рівня інноваційної діяльності підприємства. Маючи дану здатність, підприємства можуть здійснювати лише інновації, які будуть найбільш затребувані споживачами. В цей же час, інноваційні розробки інших підприємств можуть бути основою власних інновацій, реалізація яких можлива завдяки абсорбційній спроможності закладів індустрії гостинності, що виражається в умінні розпізнавати цінність інноваційних ідей, і навіть їх застосуванні для підприємства з урахуванням специфіки своєї діяльності [2].

Вплив фактору «пріоритети держави та бізнес-спільнот» полягає, по-перше, у особливих вимогах до екологізації, стандартизації та економічності послуг, що пред'являються даними суб'єктами, які повинні також бути враховані при здійсненні інноваційної діяльності; по-друге, в рівні їх підтримки та стимулювання підприємств індустрії гостинності для здійснення інноваційної діяльності, що виражається у виділенні певних ресурсів. Насамперед фінансових для реалізації нововведення на підприємстві, людських – для здійснення інновацій.

Для виявлення особливостей інноваційної діяльності в індустрії гостинності необхідно враховувати як специфіку безпосередньо самої інноваційної діяльності, так і власне індустрії гостинності. Можна виділити низку особливостей інноваційної діяльності в індустрії гостинності.

1. Інноваційній діяльності в індустрії гостинності притаманний сервісний характер. Як наслідок, інновації, що здійснюються у закладах індустрії гостинності, спрямовані на вдосконалення взаємодії зі споживачем та максимальне задоволення запитів і переваг клієнтів. Таким чином, запити та переваги споживачів в індустрії гостинності є одним із найважливіших джерел інновацій. Внаслідок тісної взаємодії зі споживачем заклади індустрії гостинності можуть швидко реагувати на сигнали споживачів, тим самим коригуючи інноваційну діяльність відповідно до змін споживчих переваг. Саме тому у процесі інноваційної діяльності важливу роль відводять маркетингу як інструменту, що дозволяє виявити потреби на етапі розробки інновацій, а

також відстежувати відповідність існуючих інновацій запитам споживачів на етапі їх здійснення.

2. Зважаючи на те, що метою інновацій в індустрії гостинності є максимально повне задоволення споживачів, а також у зв'язку з невіддільністю виробників та споживачів послуг, якість роботи обслуговуючого персоналу є важливим чинником для здійснення успішної інноваційної діяльності.

3. Для закладів індустрії гостинності велике значення має матеріальний «стан» самої фірми, тобто її розташування, інтер'єр, дизайн приміщень – це потрібно враховувати при плануванні інноваційної діяльності.

4. Більшість інновацій індустрії гостинності легко копіюються. Це зумовлено специфікою сервісної діяльності. Більшість операцій здійснюється у присутності споживача послуг, який також може бути задіяний у процесі обслуговування. Таким чином, конкуренти під виглядом клієнтів можуть отримати всю необхідну інформацію про інновації, що реалізуються в будь-яких сервісних закладах, у тому числі індустрії гостинності.

Як правило, заклади індустрії гостинності займаються запозиченням розробок з інших галузей, тому їм характерне використання інкрементальних, покрокових інновацій [5].

Для підприємств індустрії гостинності можна виділити два напрями здійснення інноваційної діяльності. Першим можливим напрямом здійснення інноваційної діяльності індустрії гостинності є створення інновацій. Інновації можуть створюватися силами підприємства чи передаватися на аутсорсинг. Наприклад, інноваційні способи взаємодії зі споживачем можуть бути розроблені у закладах індустрії гостинності самостійно без залучення експертів.

У той самий час, розробку нововведень, які відповідають основному профілю діяльності закладів індустрії гостинності, передають на аутсорсинг. Наприклад, розробкою програмного забезпечення для організації діяльності готелю займаються спеціалізовані компанії, що працюють у сфері інформаційних технологій. Аналогічно розробкою нововведень, що



втілюються в унікальних архітектурних конструкціях будівель, неповторному дизайні приміщень, займаються спеціалізовані дизайнерські фірми. Таким чином, підприємства індустрії гостинності є свого роду замовниками нововведень, цим минаючи стадію створення нововведень.

Другим напрямом здійснення інноваційної діяльності в індустрії гостинності є запозичення новацій з інших галузей діяльності, і навіть у конкурентів. У науковій літературі запозичення розроблених раніше нововведень (продуктів, послуг, технологічних процесів, стратегій, бізнес-моделей і т. д.) з метою отримання комерційної вигоди носить назву імітації інновацій [6].

Вирізняють кілька видів імітації інновацій. Чиста імітація – повна копія оригіналу. Відповідно, компанії, що повністю запозичують інформацію про нововведення, що є у новаторів, які не привносять нічого нового в свій продукт/послугу, є чистими імітаторами. Незважаючи на одночасно уявну простоту і прибутковість використання стратегії чистої імітації, вона містить у собі чимало недоліків. По-перше, чистому імітатору не завжди вдається дізнатися повну інформацію про інновацію. По-друге, чистими імітаторами зазвичай є маловідомі організації з відсутньою ринковою репутацією, невеликою збутовою мережею, маленькими рекламними бюджетами. По-третє, зважаючи на привабливість такого бізнесу, на ринок спрямовується безліч подібних фірм, таким чином, створюючи велику конкуренцію один одному. Єдиним можливим варіантом розвитку такої діяльності є демпінг, тобто зниження ціни з метою утримання частки ринку.

Творча імітація – вдосконалення вже існуючого нововведення або його адаптація до іншої галузі. Компанії, які займаються такого роду імітаціями, запропоновано називати «імоваторами». Творчий імітатор – це той, хто не винаходить продукт чи послугу, а вдосконалює та розміщує їх [3, с. 154].

На відміну від чистого імітатора, діяльність імоватора пов'язана з інноваційною активністю. Імоватор, у процесі адаптації розроблених іноватором нововведень, видозмінює та покращує їх, приводячи ці

нововведення у відповідність до запитів ринку. Таким чином, іноватор у результаті вдосконалення нововведень сам стає іноватором; причому в більшості випадків успішнішим, ніж іноватор, який створив початкове нововведення. Очевидно, що імітація тісно пов'язана з інноваціями, адже імітаційний процес неможливий без інновацій. Не випадково, у науковій літературі запропоновано розглядати імітацію та інновації як безперервне ціле, чи континуум [2].

Чиста інновація має великий потенціал ринкового успіху, коли іноватор отримує високі прибутки. Однак своєрідною платою за такий успіх є високі витрати та ризик. Витратами виступають витрати на створення інновацій, а також їх просування. Ризик здебільшого пов'язаний з можливими невдалими результатами інноваційної діяльності, та можливою неготовністю ринку прийняти новинку. На момент виведення ринку нововведення іноватор немає конкурентів, що дозволяє йому у разі успішності інновації отримувати надприбутки. Однак не завжди цей період триває довгий час: на ринок виходять фірми, які бажають повторити вдалий досвід першопрохідника. Ці фірми можна умовно поділити на ті, які хочуть повністю запозичувати інформацію, що міститься в існуючій новинці, і ті, хто, аналізуючи новаторство, здатний його певною мірою видозмінити, удосконалити і адаптувати під власні виробничі можливості.

**Висновки.** Отже, підсумовуючи усе зазначене вище, можна зробити наступні висновки про те, що під інноваційною діяльністю в індустрії гостинності слід розуміти регульований процес, що складається з послідовності етапів знаходження необхідних або бажаних для застосування нововведень та їх впровадження, а також із комплексу маркетингових, управлінських та організаційно-економічних заходів, що сприяють здійсненню даних етапів; а метою інноваційної діяльності є досягнення найповнішого задоволення індивідуальних потреб клієнтів у наданні послуг відпочинку та дозвілля, які постійно зростають; а також отримання максимального прибутку.

Під час дослідження нами було визначено фактори зовнішнього середовища, які опосередковано впливають на інноваційну діяльність закладів індустрії гостинності до яких відносяться: споживчі переваги, глобалізаційні процеси в економіці, інноваційні розробки, державні та бізнес-пріоритети. А також було обґрунтовано фактори внутрішнього середовища, що сприяють розвитку інноваційної діяльності в індустрії гостинності серед яких: розуміння та попередження бажань клієнтів; персонал, що поділяє концепцію гостинності; здатність передбачення майбутніх тенденцій на споживчому ринку; абсорбційна здатність підприємства (уміння розпізнавати цінність інноваційних ідей); наявність ресурсів

Проаналізувавши особливості інноваційної діяльності в індустрії гостинності, було виділено два способи її здійснення: розробка нововведень та імітація. Кожен із способів має як переваги, так і недоліки, облік яких є необхідним під час планування та здійснення інноваційної діяльності.

### **Список використаних джерел:**

1. Антоненко І. Я., Мельник І. Л. Сервісні інновації як інструмент ефективного менеджменту туристичних підприємств. *Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому*. 2013. № 17. С. 39-45.

2. Голод А.П. Інноваційні фактори модернізації індустрії гостинності регіону. *Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій: матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф (5 жовтня 2018 р)*. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ. 2018. С. 91-92.

3. Джинджоян В. В., Тесленко Т. В., Горб К. М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності: навчальний посібник. Київ: Видавництво «Каравела», 2022. 340 с.

4. Лохман Н. В. Розвиток індустрії гостинності: сучасний погляд: монографія. Кривий ріг: ДонНУЕТ, 2021. 170 с.

5. Несторишен І., Прокопець Я. Економіка індустрії гостинності в сучасних умовах: міжнародні та вітчизняні тренди. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*. 2023. №2 (8), 20-26.

6. Терещук Н. В. Інноваційні технології в індустрії гостинності. *Економіка природокористування та охорони навколишнього середовища*. 2022. Випуск 69. С. 155-162.

### References:

1. Antonenko I. Ya., Melnyk I. L. (2013) Servisni innovatsii yak instrument efektyvnoho menedzhmentu turystychnykh pidpryemstv [Service innovations as a tool of effective management of tourist enterprises]. *Visnyk DITB. Serii: Ekonomika, orhanizatsiia ta upravlinnia pidpryemstvamy turystychnoi industrii ta turystychnoi haluzi v tsilomu*. no 17. pp. 39-45.

2. Holod A. P. (2018) Innovatsiini faktory modernizatsii industrii hostynnosti rehionu [Innovative factors of modernization of the hospitality industry of the region]. *Marketynh v umovakh rozvytku tsyfrovyykh tekhnolohii: materialy Vseukr. nauk.-prakt. internet-konf (5 zhovtnia 2018 r)*. Lutsk: IVV Lutskoho NTU. p. 91-92.

3. Dzhyndzhoian V. V., Teslenko T. V., Horb K. M. (2022) Innovatsiini tekhnolohii v turyzmi ta hostynnosti: navchalnyi posibnyk [Innovative technologies in tourism and hospitality]. Kyiv: Vydavnytstvo «Karavela». 340 p.

4. Lokhman N.V. (2021) Rozvytok industriji ghostynnosti: suchasnyj pohljad: monohrafija [Development of the hospitality industry: a modern view]. Kryvyj Righ: DonNUET. 170 p.

5. Nestoryshen I., Prokopets Ya. (2023) Ekonomika industrii hostynnosti v suchasnykh umovakh: mizhnarodni ta vitchyzniani trendy [Economics of the hospitality industry in modern conditions: international and domestic trends]. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*. no 8, p.p. 20-26.

6. Tereshchuk N. V. (2022) Innovatsiini tekhnolohii v industrii hostynnosti [Innovative technologies in the hospitality industry]. *Ekonomika*

*pryrodokorystuvannia ta okhorony navkolyshnoho seredovyscha. Vypusk 69, p.p.  
155-162.*