

DOI: [10.32702/2307-2105-2019.1.46](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.1.46)

УДК 338.48.001.76

Б. В. Гречаник,
кандидат економічних наук, доцент кафедри публічного управління та адміністрування,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
м. Івано-Франківськ, Україна

В. В. Гуменюк,
доктор економічних наук, професор кафедри туризму,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
м. Івано-Франківськ, Україна

С. Я. Кісь,
доктор економічних наук, професор кафедри теорії економіки та управління,
директор інституту післядипломної освіти,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
м. Івано-Франківськ, Україна

КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ ГОТЕЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ

B. Hrechanyk
PhD in Economics, Associate Professor of Department of Public Management and Administration,
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (Ukraine)

V. Humeniuk
Doctor of Science in Economics, Professor of Department of Tourism,
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (Ukraine)

S. Kyś
Doctor of Science in Economics, Professor of Department of Economics and Management Theory,
Director of the Institute of Postgraduate Education,
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (Ukraine)

COMPARATIVE ANALYSIS OF HOTEL INNOVATIONS

Досліджено проблеми інституційного забезпечення інноваційного розвитку готельного господарства. Окреслено теоретичні підходи до побудови багаторівневої класифікації та ідентифікації змістовних характеристик готельних інновацій. Обґрунтовано необхідність проведення моніторингу інноваційного розвитку готельної індустрії, що дозволить ідентифікувати зміни в процесних, продуктових, маркетингових, управлінських, фінансово-економічних й інформаційних інноваціях готельного бізнесу.

Сформульовано методичні положення до інтегрального оцінювання готельних інновацій на основі комплексу методичних рекомендацій зі сталого розвитку соціально-економічних систем і методики визначення інтегрального показника інноваційної діяльності підприємств. Отримано ряд висновків щодо необхідності системного доопрацювання теоретичних положень в частині розкриття соціальних та екологічних аспектів готельних інновацій, розв'язання сучасних проблем сталого розвитку готельної індустрії, активізації інноваційних процесів розвитку готельного бізнесу.

The article considers the results of the comparative analysis of hotel innovations on the basis of modern theoretical and methodological, and applied works. It shows the divergences in content

identification of hotel innovations, which cause the existence of differentiated approaches to classification of innovations in hotel business. Here we have suggested the systematic understanding of hotel innovations from the view of their economic nature, technical and technologic, and market preconditions of their inculcation. There have been studied the problems of institutional maintenance of innovative development of the hotel sphere, which, unlike the existing approaches, considers the modern tendencies of the hotel services market, foresees their adaptive changes and bringing to correspondence to the innovative criteria of hotel business, and is going to promote the modernization of the national doctrine of guaranteeing the quality and protection of rights of consumers of hotel services, and supplement the methodological toolkit of the sustentable development of tourism.

The article describes the theoretical approaches to building of a multi-level classification and identification of informative characteristics of hotel innovations. It substantiates the necessity of monitoring of the innovative development of hotel industry, what is going to let us identify changes in the process, product, marketing, management, financial and economic, and informational innovations of hotel business. There have been formulated the methodical statements of the integral evaluation of hotel innovations on the basis of a complex of methodical recommendations about the stable development of social and economic systems and methods of determination of the integral index of enterprises' innovative activity. We have received a number of conclusions about the necessity of further systematic development of theoretical statements in the part of studying of the social and ecological aspects of hotel innovations, solving of the modern problems of the sustentable development of hotel industry, activation of innovative processes of hotel business development.

There has been established the opportunity of applied usage of the suggested methodical recommendations of the integral evaluation of hotel innovations in the process of realization of the strategic priorities of the stable development of tourism, development of anti-crisis measures oriented to the development of competitiveness of hotel enterprises. The development of the conception of hotel innovations is going to let us choose the most effective toolkit for generation, production, inculcation and spreading of the innovations in hotel business, it is going to promote the formation of the synergistic effect and increase the competitiveness of hotel enterprises using the components of the innovative and sustentable development.

Ключові слова: *готельний бізнес; туризм; готельні інновації; маркетинг; менеджмент.*

Keywords: *hotel business; tourism; hotel innovations; marketing; management.*

Постановка проблеми. Впродовж кількох останніх десятиліть туристична індустрія незмінно демонструє позитивну динаміку і високі темпи розвитку галузі, що дозволяє їй не лише утримувати перші позиції у загальному рейтингу економік країн світу, але й збільшувати свою частку у світовому глобальному продукті. Щорічне зростання обсягів туристичного продукту, розширення спектру туристичних послуг, “географічний і просторовий” розвиток ареалу туристичної індустрії, а також невинне зростання туристичних потоків свідчить про дедалі більший вплив цієї галузі на процеси розвитку світової економіки.

Зважаючи на “постійну” актуальність проблеми забезпечення передумов для сталого розвитку економіки будь-якої країни та її окремих галузей, а також той факт, що одним з базових елементів інфраструктури туристичної індустрії є готельне господарство, питання його розвитку, активізації інноваційної діяльності, класифікації готельних інновацій сьогодні набувають особливої вагомості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями проблем, пов’язаних з розвитком сфери готельного господарства, а також проблематикою класифікації інновацій та управління інноваційною діяльністю у цій сфері займалися такі науковці, як: М. Вудроу, Г. Клікет, Я. Мюррей, Б. Сміт, Р. Розенберг та інші. Не менш активно, у цій сфері проводили дослідження й вітчизняні учені та практики, зокрема М. Мальська, С. Мельниченко, Г. Михайліченко, О. Розметова, І. Тімар, О. Юрченко.

Водночас аналіз вітчизняних наукових публікацій дозволяє стверджувати, що найбільше уваги українськими вченими і практиками у цій галузі було приділено дослідженням, які стосувалося або “загальних” проблем у сфері державної інноваційної політики (при цьому проблеми інноваційної діяльності у туристичній галузі, а також готельного господарства і курортно-рекреаційної сфери розглядалися скоріш як “похідні”, а не як основні), або “технічних” проблем впровадження нововведень та інновацій за окремими напрямками господарської діяльності готельних комплексів.

Висвітлення невирішених частин загальної проблеми. Аналіз розвитку світової економіки (а також розвитку національних економік країн, що є світовими лідерами) вказує на те, що сьогодні найбільш

ефективною моделлю управління розвитком практично будь-якої соціально-економічної системи (причому не залежно від її рівня – макро-, мезо- чи мікрорівень) є модель, яка повинна забезпечувати сталий розвиток цієї системи за рахунок збалансованого розвитку її основних складових: економічної, соціальної та екологічної. З огляду на те, що нині туристична галузь виступає важливою частиною світової економіки (за даними Міжнародної туристичної організації частка туризму в світовому ВВП становить близько 10%, близько 32% – у світовому експорті послуг та 6% – в обсягах світової торгівлі [1]), актуалізація даної моделі управління розвитком у цій галузі є очевидною.

Наведене вище узагальнення основних проблем, які безпосередньо стосуються розвитку національної економіки та окремих її галузей (зокрема туристичної), вказує на можливість та необхідність виокремлення ключових проблем у сфері розвитку вітчизняного готельного господарства як однієї з основних складових цієї галузі:

– найбільш оптимальною та ефективною моделлю управління розвитком вітчизняного готельного господарства очевидно є модель його збалансованого розвитку;

– однією з передумов не лише сталого розвитку готельного господарства, але й передумовою високих темпів такого розвитку є активізація інноваційної діяльності в даній галузі. При чому “активність” такої діяльності повинна проявлятися в усіх трьох сферах, пов’язаних з функціонуванням галузі, – в економічній, соціальній та екологічній;

– однією з передумов активізації інноваційної діяльності у галузі є глибоке та системне розуміння суті інновацій загалом та особливостей процесів їх генерування, продукування, впровадження та поширення у цій галузі зокрема. Тому наявність об’єктивної та максимально повної класифікації сприятиме прикладному аспекту інноваційної діяльності у галузі.

Слід зауважити, що проблема неповної, неточної, несистемної, занадто теоретизованої та “відірваної” від практики класифікації готельних інновацій залишається й надалі актуальною, що, без сумніву, негативно впливає на активність інноваційної діяльності у цій галузі. Тому видається цілком закономірним необхідність подальшого системного дослідження класифікації інновацій (а отже, і напрямів інноваційної діяльності) у галузі готельного господарства України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Впродовж останніх двох десятиліть вітчизняний науковий ресурс систематично поповнюється результатами досліджень інноваційної діяльності готельних підприємств. При цьому спектр проблем, які перебувають у полі зору українських науковців, є доволі широким: від аналізу “глобальних” причин (причин “загальнодержавного рівня”) низької активності інноваційної діяльності до проблематики “технічного” рівня впровадження інновацій та нововведень у виробничі процеси готельних підприємств. Серед означеного кола проблем доволі багато уваги вітчизняними дослідниками приділяється питанням типізації інноваційної діяльності готельних підприємств.

Зокрема, Л. Бортник, С. Журавльова, І. Тімар у своїх наукових публікаціях, відповідно [2] [3] [4], пропонують класифікувати інновації в готельному бізнесі за чотирма групами: 1) продуктові, 2) маркетингові, 3) ресурсні та 4) організаційні інновації. При цьому науковці вважають, що “Продуктові інновації спрямовані на створення нових послуг та впровадження нових технологій обслуговування... Маркетингові інновації пов’язані з появою технологій дистрибуції в електронних системах бронювання, що дозволяють в режимі on-line керувати процесом бронювання. Ресурсні інновації передбачають застосування електронної системи управління готелем та системи планування ресурсів підприємства. Організаційні інновації пов’язані з розвитком готельного підприємства в системі та структурі управління: новітні методики навчання персоналу, купівля готельної франшизи, створення власної готельної мережі тощо” [2].

Такий підхід до класифікації інновацій у готельному господарстві є, безперечно, прогресивним, однак він не враховує деякі сфери, а також цілий ряд процесів у діяльності готелів і готельних комплексів, де впровадження інновацій може суттєво вплинути на ефективність роботи самих закладів, на ефективність обслуговування в них, а в результаті – на роботу всього готельного господарства.

У статті української дослідниці О. Юрченко здійснено спробу класифікації інновацій за чотирма основними напрямками “... на основі тенденцій розвитку готельного бізнесу, зокрема: 1) утворення міжнародних готельних ланцюгів; 2) поглиблення спеціалізації готельних закладів; 3) розвиток мережі малих підприємств; 4) введення комп’ютерних технологій” [5].

Не можна не погодитись з автором в тому, що такий підхід чітко розмежовує напрями інноваційної діяльності в готельному бізнесі за напрямками його “власного” розвитку. Але при цьому він дозволяє класифікувати інновації лише для “власного” розвитку готельного бізнесу. Інакше кажучи, такий підхід забезпечує можливість класифікації лише “процесних” інновацій (або “внутрішньофірмових”, тобто тих, які є “непрямими”, “опосередкованими” для клієнтів), а “продуктові” (або “процесно-продуктові”, відповідно ті, що є “прямим”, “безпосередніми” для клієнтів) у готельному бізнесі він не враховує.

Аналіз інших публікацій і статей вітчизняних авторів, які займаються даною проблематикою, виявив ще одну характерну тенденцію спрямованості наукових досліджень у сфері туристичної індустрії. Зосереджуючись виключно на прикладній стороні інноваційної діяльності, що, звичайно, також є позитивним, дослідження “замикаються” на рівні технологічних процесів функціонування готельних комплексів.

Проведений аналіз результатів наукових досліджень та публікацій вітчизняних теоретиків і практиків у сфері готельного бізнесу дозволяє зробити деякі проміжні узагальнення:

– найбільш поширеною класифікацією інновацій у готельному господарстві є класифікація за чотирма групами: 1) продуктові, 2) маркетингові, 3) ресурсні та 4) організаційні інновації;

– таку класифікацію сьогодні можна вважати найбільш повною та цілісною, оскільки, на відміну від інших існуючих підходів до класифікації інновацій у цій сфері, вона враховує “більше” напрямів діяльності готелів і готельних комплексів, ніж інші;

– в контексті ефективного управління розвитком готелів і готельних господарств як соціально-економічних систем дану класифікацію не можна вважати повною, а отже, завершеною.

На основі сформульованих вище загальнень щодо класифікації інновацій у сфері готельного бізнесу, а також з огляду на необхідність забезпечення передумов сталого розвитку для будь-якої соціально-економічної системи, можна припустити, що класифікація інновацій у сфері готельного господарства повинна виокремлювати, насамперед, три групи інновацій: інновації в економічній сфері; інновації в соціальній сфері; інновації в екологічній сфері.

Дане припущення потребує деякого пояснення. Однак, зважаючи на те, що економічна сфера готельного бізнесу є значно ширшим поняттям, ніж інші дві, видається за доцільне спочатку розглянути особливості інновацій в соціальній та екологічних сферах, а вже потім – в економічній.

Не дивлячись на те, що соціальні інновації є відносно новою понятійною конструкцією у вітчизняній науковій літературі, впродовж останніх 10-15 років в Україні з'явилося чимало публікацій дослідницького характеру, присвячених цій тематиці, в тому числі й питанням соціальних інновацій у сфері туризму та готельного господарства. Так, наприклад, у своїй статті О.Розметова, досліджуючи проблеми впровадження соціальних інновацій в готельному бізнесі, а також перспективи ведення соціально відповідального бізнесу і надання готельних послуг людям з інвалідністю, пропонує активно використовувати практичний досвід соціально-інноваційної діяльності провідних готельних підприємств світу [6]. При цьому, на її думку, основними напрямками в Україні можуть бути: 1) пансіонати для літніх людей (так звані “Парк-готелі”); 2) соціальний туризм для людей з вадами зору; 3) готелі, що спеціалізуються на медичному туризмі (на основі програми “Соціальна відповідальність турецьких готелів”); 4) готелі, у яких “всі номери” адаптовані для клієнтів, що використовують інвалідні візки; 5) готелі мережі Scandic, адаптовані для людей з особливими потребами [6].

Слід зауважити, що такий підхід до трактування практичної сторони соціальних інновацій є доволі поширеним серед вітчизняних науковців. Причому він є характерним не лише дослідженням про інноваційну діяльність у сфері туристичного чи готельного бізнесу, такий підхід є “загальноприйнятним” у наукових публікаціях про соціальні інновації незалежно від галузі економіки чи сфери суспільного життя, в якій відбувається генерування чи впровадження інновацій цієї категорії. Очевидно, що такий підхід є дещо поверховим, оскільки він не розкриває суті самого явища “соціальні інновації”, а отже й не може повною мірою окреслити прикладні аспекти інноваційної діяльності у соціальній складовій суспільних систем, в тому числі й у сфері готельного бізнесу. Тому видається доцільним зробити деякі уточнення і пояснення щодо категорії “соціальні інновації”.

Як відомо, соціальні інновації відносять до так званих “неекономічних” інновацій (також до “неекономічних” інновацій відносять і екологічні інновації) [7, с.28]. Це означає, що до оцінювання та класифікації інновацій (нововведень), що генеруються і впроваджуються у соціальній та екологічній складових необхідно застосовувати дещо інший підхід, аніж до економічних інновацій. Так, впровадження інновацій в економічній складовій суспільних систем передбачає “обов’язковість” виникнення “прямого економічного ефекту” [7, с. 29]. Адже головна мета інноваційної діяльності – отримати конкурентні переваги та додатковий економічний прибуток. Більше того, саме за такими двома критеріями – величина “комерційного успіху” та зміна парадигми в результаті впровадження нововведення – можна, з позиції саме економічної діяльності, класифікувати нововведення за рівнем його “інноваційності” (тобто до якої саме категорії належить те чи інше успішно реалізоване нововведення – до категорії “інновація”, чи лише до категорії “нововведення”) [8, с.35].

Зовсім інший підхід необхідно застосовувати в процесі оцінювання та класифікації нововведень, що генеруються і впроваджуються у соціальній та екологічній складових. Очевидно, що одним з таких критеріїв інноваційності нововведень для “неекономічних” складових є зміна парадигми у цих підсистемах, що відбувається в результаті успішного впровадження новацій. При цьому результат від запровадження соціальних інновацій не може характеризуватись “прямим економічним ефектом”, оскільки це не є основною метою інноваційної діяльності у цих сферах. Тому, як свідчать результати досліджень інноваційної діяльності у соціальній та екологічній сферах, іншим визначальним критерієм ідентифікації такої діяльності (а також і можливості кількісного та якісного оцінювання її ефективності) є величина “соціального” ефекту або “непрямого економічного ефекту”, що проявляється у такій специфічній формі, як кількість та якість позитивних екстерналій, що виникають у соціально-економічній системі після впровадження соціальних інновацій [9, с. 201]. Відповідно, для екологічної складової це може бути розмір можливих економічних збитків, котрих вдалось уникнути в результаті впровадження нововведень екологічного характеру [9, с. 201].

Підсумовуючи викладений вище аналіз категорії „соціальні інновації”, необхідно зазначити, що відсутність “прямого економічного ефекту” для “неекономічних” інновацій не є і не може бути обов’язковою умовою інноваційної діяльності у соціальній складовій суспільних систем, у тому числі й готельних господарств. Більше того, як свідчить світовий досвід, ті успішно реалізовані соціальні інновації, які кардинально змінюють якісь окремі сторони життя суспільства, у довгостроковому періоді неодмінно призводять до кардинальних позитивних змін і в економічній системі, тобто призводять до виникнення позитивного економічного ефекту. Тому соціальні інновації лише умовно можна вважати “неекономічними”, а тим більше, якщо оцінювати ефект від їх впровадження у короткостроковому періоді.

Сформульовані вище узагальнення щодо категорії “неекономічні інновації” на основі аналізу соціальних інновацій, повною мірою стосуються і екологічних інновацій. А зважаючи на той факт, що діяльність готельного господарства, туристичних локацій, курортних комплексів та й загалом усієї галузі туризму передбачає підвищені вимоги до екологічної сфери, видається логічним та обґрунтованим серед усіх напрямів інноваційної діяльності у сфері туризму виділяти два окремі напрями, пов’язані з процесами генерування, продукування, впровадження і поширення соціальних та екологічних інновацій.

Разом з тим, застосовуючи такий підхід, який передбачає виділення соціальних та екологічних інновацій окремими напрямами інноваційної діяльності, слід враховувати ще одну важливу особливість. Розміри національного готельного господарства, та й загалом, масштаби вітчизняної галузі туризму є неспіврозмірними по відношенню до масштабів соціальної сфери суспільства, а тим більше – екологічної сфери. Очевидно, що соціальна сфера суспільства має абсолютно домінуючий вплив на соціальну сферу готельного господарства, а отже, успішні результати інноваційної діяльності соціального спрямування у готельному бізнесі скоріш за все можуть виражатись у формі якихось незначних удосконалень, позитивних нововведень, новацій, але не інновацій. Видається маловірогідним, що в середовищі готельного бізнесу вдасться згенерувати таке соціальне нововведення, яке вплине на “зовнішню” соціальну сферу настільки, що це призведе до зміни її парадигми (в цьому випадку таке нововведення вважатиметься інновацією).

Таким чином, завершуючи аналіз особливостей інноваційної діяльності соціального та екологічного спрямування у готелях і готельних комплексах, можна припустити, що успішність такої діяльності більшою мірою буде залежати від “адаптаційної здатності” конкретного суб’єкта господарювання цієї галузі (тобто від того, наскільки оперативно він буде впроваджувати “чужі” соціальні чи екологічні інновації у власну господарчу діяльність, і наскільки ефективно він зможе їх “адаптувати” до умов свого внутрішнього середовища). Значно менше буде залежати від “креативної спроможності” такого суб’єкта господарювання (тобто коли він може самостійно продукувати такі нововведення, рівень інноваційності яких відповідає категорії “інновація”, що в результаті призводить до зміни парадигми у зовнішньому середовищі) [8, с. 24].

Для проведення дослідження особливостей інноваційної діяльності в економічній сфері готельного бізнесу насамперед потрібно більш детально проаналізувати вищенаведену їх класифікацію, представлену вітчизняними науковцями [2]. Ґрунтовний аналіз такої класифікації дозволяє зробити наступні зауваження та проміжні висновки:

1) виділення окремої категорії “продуктові інновації” є цілком обґрунтованим і не викликає жодних зауважень, а їх визначення, запропоноване автором [2], є повним і вичерпним;

2) виокремлення маркетингових інновацій окремим напрямом інноваційної діяльності є також закономірним і логічним, однак їх визначення – “маркетингові інновації, пов’язані з появою технологій дистрибуції в електронних системах бронювання, що дозволяють в режимі on-line керувати процесом бронювання” [2] – є незрозуміло обмеженим. На нашу думку, до маркетингових інновацій слід віднести всі інновації, що були впроваджені у сфері маркетингової діяльності готельного бізнесу, а не лише пов’язані з впровадженням електронних сервісів для клієнтів. Таким чином, до цієї категорії слід віднести усі реалізовані нововведення, вдосконалення, новації та інновації у сфері маркетингу готельного господарства;

3) необґрунтованим видається виділення окремої категорії “ресурсні інновації”, а тим більше не можна погодитись з їх визначенням – “ресурсні інновації передбачають застосування електронної системи управління готелем та системи планування ресурсів підприємства” [2]. Таке тлумачення ресурсних інновацій відносить “систему управління” до “ресурсів”, що, на нашу думку, є некоректним;

4) виділення окремої категорії “організаційні інновації” є достатньо обґрунтованим, однак воно не є повним, оскільки не враховує інформаційний аспект у діяльності готелів і готельних комплексів.

Наведені вище результати компаративного аналізу дають нам підстави запропонувати власну класифікацію готельних інновацій, в основі якої лежить методика визначення інтегрального показника інноваційної діяльності [10].

Згідно даної методики ефективність інноваційної діяльності суб’єкта господарювання (інтегральний показник інноваційної діяльності) визначається рівнями інноваційної діяльності у таких чотирьох основних складових (а отже і напрямах діяльності): 1) управлінсько-інформаційна; 2) фінансово-економічна; 3) техніко-технологічна; 4) маркетингова [10, с. 8].

Очевидно, що такий підхід до класифікації інновацій є узагальненим. Тому, адаптувавши його до особливостей готельної справи, а також враховуючи попередні напрацювання науковців у сфері туризму, пропонуємо наступну класифікацію економічних інновацій у даній галузі:

1) процесно-продуктові інновації – спрямовані як на створення нових послуг та впровадження нових технологій обслуговування, так і на вдосконалення самих процесів, пов’язаних з створенням нових послуг і технологій;

2) маркетингові інновації – це інновації, що стосуються сфери маркетингу готельного господарства;

3) управлінсько-інформаційні (або організаційно-інформаційні) інновації – спрямовані на вдосконалення системи управління, організаційної структури та інформаційної сфери діяльності суб’єкта господарювання;

4) фінансово-економічні інновації – це інновації, що стосуються фінансової та виробничо-господарчої сфери готельного комплексу.

Перед тим, як зробити узагальнення щодо запропонованої класифікації готельних інновацій, необхідно уточнити поняття “інформаційна сфера діяльності суб’єкта господарювання”, що стосується управлінсько-інформаційних інновацій.

До інформаційної сфери готельного бізнесу, як складової управлінсько-інформаційних інновацій, слід відносити усе внутрішньофірмове інформаційне забезпечення, яке використовують для бізнес-процесів суб'єкта господарювання, і яке не стосується інформаційного забезпечення для клієнтів. Інакше кажучи, це усе інформаційне середовище готельного бізнесу, яке призначене для “службового користування”. Тоді стає очевидним, що усе інформаційне забезпечення, що призначене для “зовнішнього користування”, – для клієнтів, потенційних клієнтів, туроператорів, інших установ та організацій – слід віднести до сфери готельного маркетингу. Тобто усі інновації, які пов'язані, наприклад, з вдосконаленням роботи електронних інформаційних сервісів для клієнтів готельних комплексів, належать до категорії маркетингових інновацій.

Такий поділ інновацій у системі інформаційного забезпечення на маркетингові – нововведення в інформаційному забезпеченні для “зовнішнього користування”, та управлінсько-інформаційні (або організаційно-інформаційні) – нововведення в інформаційному забезпеченні для “службового користування”, є, на нашу думку, необхідним, оскільки це дозволяє додатково, більш деталізовано класифікувати готельні інновації. Так, інновації, які продукуються готельними комплексами і стосуються сервісів для їх клієнтів та / або зовнішнього середовища готельного бізнесу загалом, можна класифікувати як “зовнішньоорієнтовані” інновації. Такі інновації безпосередньо стосуються клієнтів готелів і покликані запропонувати їм “щось нове”, у формі нових готельних продуктів, послуг, сервісів. Очевидно, що до цієї категорії – “зовнішньоорієнтовані” інновації – слід віднести процесно-продуктові інновації та маркетингові інновації.

Нововведення, які продукуються готельними комплексами і стосуються їх внутрішньофірмових бізнес-процесів (так би мовити, сфери їх “службового користування”) можна класифікувати як “внутрішньоорієнтовані” інновації. Такі інновації не стосуються безпосередньо клієнтів готелів, вони спрямовані лише на підвищення економічної ефективності роботи самого готельного комплексу, виключно як суб'єкта господарювання, тобто без приналежності його до якоїсь конкретної галузі економічної діяльності. Основною метою таких інновацій є зниження рівня економічних витрат діяльності готелю. Таке зменшення витрат може відбуватись за рахунок впровадження різноманітних нововведень, наприклад: використання новітніх енергоефективних систем та енергозберігаючих технологій, впровадження новітніх моделей організаційних систем управління, оптимізація організаційної структури готельних комплексів, створення “розумних будівель” на основі використання інформаційних систем і технологій. Очевидно, що такі інновації не створюють новий продукт для клієнтів готелів – це не їх завдання, вони спрямовані на зниження рівня операційних витрат економічної діяльності готельних підприємств. В результаті це забезпечує їм конкурентні переваги навіть без розширення спектру послуг для клієнтів та (або) без підвищення рівня якості існуючих послуг.

Таким чином, запропонована класифікація інновацій в готельному бізнесі є достатньо обґрунтованою, а її графічна інтерпретація представлена на рис. 1.

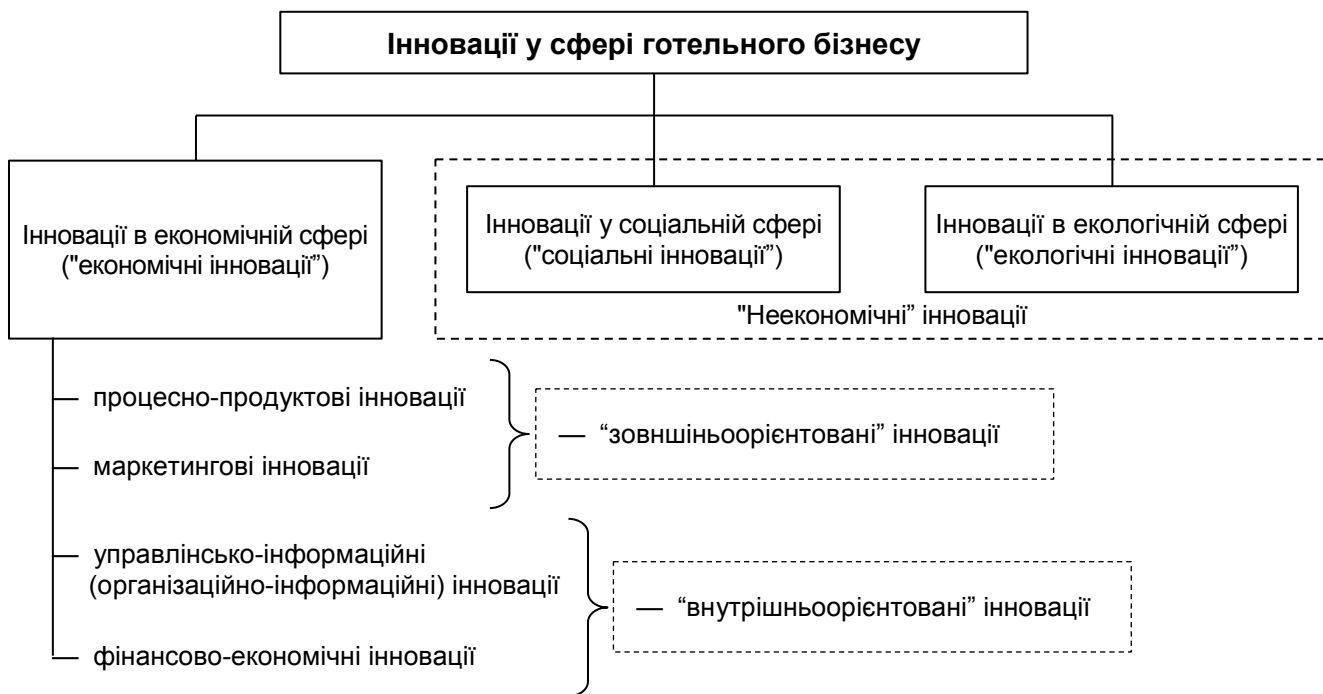


Рис. 1. Класифікація інновацій у сфері готельного бізнесу

Джерело: авторська розробка.

Висновки. Найбільш ефективною моделлю інноваційного розвитку вітчизняного готельного бізнесу є модель, яка ґрунтується на концепції сталого розвитку соціально-економічних систем. При цьому динаміка такого розвитку суттєво залежатиме від рівня активності інноваційної діяльності в усіх трьох його складових: в економічній, соціальній та екологічній сферах.

Існуючі концептуальні підходи до класифікації готельних інновацій є неповними та не зовсім коректними. Зокрема, потребують системного доопрацювання теоретичні положення в частині розкриття соціальних та екологічних аспектів готельних інновацій, надто обмежено представлена область маркетингових інновацій, необґрунтованим видається виділення окремої категорії “ресурсні інновації”, визначення категорії “організаційні інновації” не враховує інформаційний аспект організації готельного бізнесу тощо. Запропонована удосконалена класифікація готельних інновацій ґрунтується на концепції сталого розвитку, що передбачає необхідність провадження інноваційної діяльності готельного підприємства за трьома окремими напрямками – в економічній, соціальній та екологічній сферах.

У зв'язку з необхідністю формування сприятливих умов для прикладного використання результатів наукових досліджень, зокрема наведеної класифікації готельних інновацій, пропонується її дещо деталізувати, виділивши такі дві підгрупи як “зовнішньоорієнтовані” інновації та “внутрішньоорієнтовані” інновації. Таке розмежування за спрямованістю нововведень дозволить підібрати більш ефективний інструментарій для генерування, продукування, впровадження та поширення інновацій, а отже, сприятиме посиленню прикладного аспекту інноваційної діяльності готельних підприємств. Розмежування інновацій на економічні, соціальні та екологічні (або більш узагальнений їх поділ на “економічні” та “неекономічні”) не слід абсолютизувати, особливо це стосується інновацій економічного та соціального спрямування, оскільки ці сфери є взаємозв'язаними, взаємозалежними та нероздільними. А тому не може бути “абсолютно чистих” економічних інновацій чи “абсолютно чистих” соціальних інновацій у готельному господарстві.

Моніторинг інноваційного розвитку готельної індустрії пропонується здійснювати на основі методики визначення інтегрального показника інноваційної діяльності суб'єктів господарювання, адаптувавши її до умов готельного бізнесу, з врахуванням результатів попередніх досліджень. У результаті можна виділити такі основні об'єкти моніторингу готельних інновацій: процесно-продуктові інновації; маркетингові інновації; управлінсько-інформаційні інновації; фінансово-економічні інновації.

Література.

1. The official site of World Tourism Organization. URL: <http://www.unwto.org>.
2. Бортник Л.В. Інноваційний розвиток підприємств готельного господарства. Соціально-економічні реформи в контексті інтеграційного вибору України. № 7. URL: http://www.confcontact.com/20111019/4_bortnik.php
3. Журавльова С.М. Стратегія інноваційної діяльності на підприємствах готельного господарства. URL: <http://infotour.in.ua/zhuravljova.htm>
4. Тімар І.В. Інноваційна складова іміджу підприємств сфери готельних послуг. – Вісник Львівського політехнічного національного університету. №2. URL: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/32300/1/197-355-356.pdf>
5. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі. Вісник львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2014. Випуск 34. URL: http://file:///C:/Users/User/Downloads/VLNU_Mv_2014_34_33.pdf
6. Розметова О.Г. Проблеми та перспективи впровадження соціальних інновацій в діяльність підприємств готельного господарства. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2013. -№ 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2013_3_14
7. Гречаник Б.В. “Неекономічні” інновації як один з факторів сталого розвитку соціально-економічних систем. Економічні та соціальні інновації як фактор розвитку економіки. Матеріали доповідей XIX Міжнародної науково-практичної конференції. Луцьк. Вежа-Друк, 2014. С. 295-296.
8. Гречаник Б.В. Інноваційноспрямований розвиток підприємств: організаційно-економічні аспекти. Монографія. Львів, ІРД НАН України. Івано-Франківськ, ПП “Супрун”, 2007. 187 с.
9. Гречаник Б.В., Мельниченко Л.Д., Буй Ю.В. Соціальні інновації та збалансований розвиток соціально-економічної системи. Вісник Хмельницького національного університету “Економічні науки”. 2013. № 5. Т. 1. С. 302-309.
10. Бойко Є.І., Гречаник Б.В. Методичні рекомендації для дослідження регулюючих факторів формування інноваційного клімату підприємств. Львів, ІРД НАН України, Івано-Франківськ, Західноукраїнський економіко-правничий університет, 2006. 42 с.

References.

1. The official site of World Tourism Organization UNWTO. (2019), “Statistics of Tourism“, available at: <http://www.unwto.org>. (Accessed 10 January 2019).
2. Bortnyk, L.V. (2011), “Innovatsijnyj rozvytok pidpryemstv hotel'noho hospodarstva”, Sotsial'no-ekonomichni reformy v konteksti intehratsijnoho vyboru Ukrainy., [Online], available at: http://www.confcontact.com/20111019/4_bortnik.php (Accessed 10 January 2019).
3. Zhurav'l'ova S.M. (2012), “Stratehiia innovatsijnoi diial'nosti na pidpryemstvakh hotel'noho hospodarstva”, Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. [Online], vol. 2, available at: <http://infotour.in.ua/zhuravljova.htm> (Accessed 10 January 2019).
4. Timar I.V. (2015), “Innovatsijna skladova imidzhu pidpryemstv sfery hotel'nykh posluh”, Visnyk L'vivs'koho politekhnichnoho natsional'noho universytetu, [Online], vol. 8, available at: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/32300/1/197-355-356.pdf> (Accessed 8 January 2019).

5. Yurchenko O. (2014), "Innovations in hotel business at the modern stage", *Visnyk of the Lviv University. series international relations*. [Online], vol. 34, available at: http://file:///C:/Users/User/Downloads/VLNU_Mv_2014_34_33.pdf (Accessed 8 January 2019).
6. Rozmetova O.H. (2013), "Problemy ta perspektyvy vprovadzhennia sotsial'nykh innovatsij v diial'nist' pidpriemstv hotel'noho gospodarstva". [Online], vol. 3, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2013_3_14 (Accessed 8 January 2019).
7. Hrechanyk B.V. (2014), "“Neekonomichni” innovatsii iak odyn z faktoriv staloho rozvytku sotsial'no-ekonomichnykh system. ", *vo-praktychnij konferentsii* [Conference Proceedings of the International Scientific and Practical Conference], XIX Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiya [International scientific and practical conference], Vezha-Druk. Luts'k, Ukraine, pp. 295-296.
8. Hrechanyk B.V. (2007), *Innovatsijnospriamovanyj rozvytok pidpriemstv: orhanizatsijno-ekonomichni aspekty*. [Innovatively directed development of enterprises: organizational and economic aspects], IRD NAN Ukrainy. PP "Suprun", L'viv. Ivano-Frankivs'k, Ukraine.
9. Hrechanyk, B.V. Mel'nychenko, L.D. and Buj, Ju.V. (2011), "Social innovation and sustantaible development of the socio-economic system.", *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu "Ekonomichni nauky"*, vol. 5, pp. 302–309.
10. Bojko, Ye.I. and Hrechanyk, B.V. (2006), *Metodychni rekomendatsii dlia doslidzhennia rehuliuivuchykh faktoriv formuvannia innovatsijnoho klimatu pidpriemstv* [Methodical recommendations for the study of regulatory factors for the formation of the innovative climate of enterprises], IRD NAN Ukrainy. Zakhidnoukrains'kyj ekonomiko-pravnychyj universytet, L'viv. Ivano-Frankivs'k, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 16.01.2019 р.