



УДК 338.48

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ У СФЕРІ ПОСЛУГ (НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ АГЛОМЕРАЦІЇ)

Ганна Єремія; Костянтин Наконечний

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
Чернівці, Україна*

Резюме. *Визначено провідне місце сфери гостинності в економічному розвитку країни, зокрема готельного бізнесу. Актуалізовано важливу роль малих підприємств регіонального рівня в інноваційному розвитку та урізноманітненні готельно-туристичних послуг. У сучасних економічних реаліях у складних умовах пандемії та невизначеності є необхідність у креативності й інноваційності. Сфера гостинності змушена шукати нові шляхи підвищення привабливості й доступності своїх послуг. На підставі проведеного аналізу інноваційної діяльності й експертних оцінок, автори наголошують на сталій динаміці в розвитку підприємств сфери готельного бізнесу та підтверджують той факт, що ринок туристичної індустрії залежить від зовнішніх факторів впливу – тенденції стилю, новації та популяризації результатів НТП, настрою резидентів і туристів, спрямованості національної політики. Проаналізовано проблематику інноваційності у сфері гостинності та розкрито її основні складові. Досліджено стратегію розвитку туристичної діяльності, окремих готельних господарств Чернівецької агломерації, визначено лідерів щодо впровадження інновацій та охарактеризовано їх конкурентні переваги. На ринку гостинності Чернівецької агломерації більшість підприємств функціонують за традиційним захисним типом інноваційного сприйняття, при цьому найоптимальнішою слід вважати належність до «імітаційної» стратегії (вслід за лідерами). В Чернівцях дану стратегію застосовують підприємства, які прагнуть до вдосконалення та ретельно слідкують за новинками в сфері НТП. Автори зробили висновок, що, розвиваючись інноваційним шляхом, суб'єкт господарювання вдосконалює механізм функціонування підприємства, систему матеріально-технічного забезпечення, оптимізовує структуру та спектр надання послуг, адаптуючи їх до змін ситуації на ринку. Одночасно з цим відбувається перебудова організаційних структур управління, набувають досвіду робітники, фахівці й керівники, налагоджується система зв'язків з партнерами, створюється і зміцнюється імідж, тобто зростає інноваційний потенціал підприємства.*

Ключові слова: *готельний бізнес, готельні послуги, розвиток підприємництва, інноваційна діяльність, нововведення, інноваційний потенціал.*

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2021.06.064

Отримано 08.12.2021

UDC 338.48

ANALYSIS OF INNOVATION ACTIVITY AND STRATEGY OF DEVELOPMENT IN THE SERVICES SECTOR (AN EXAMPLE OF HOTEL INDUSTRY OF CHERNIVTSI AGGLOMERATION)

Hanna Yeremiia; Kostiantyn Nakonechnyy

Chernivtsi Yuriy Fedkovych National University, Chernivtsi, Ukraine

Summary. *It is determined in this paper that hospitality sector plays an essential role in economic development of the country, in particular, in the hotel business. Small regional companies still play an important role in innovational development and variety of hotel/tourism services. The present-day economic reality in*

difficult conditions of pandemic and uncertainty requires creativity and innovation. The hospitality sector is forced to look for new ways of raising attractiveness and accessibility of its services. Based on the analysis of innovational activity and expert reports, the authors emphasize the stable dynamics in the development of hotel business and conclude that the market of tourism industry depends on the following influence external factors such as style trends, novations and popularization of the scientific-technological progress results, residents and tourists' attitude, and national policy focus. The problem of innovation in the hospitality sector is analyzed and its major components are revealed in this paper. The strategy of development of tourism activity of some hotels in Chernivtsi agglomeration is investigated, leaders in introduction of innovations are defined, their competitive advantages are characterized. The majority of companies in the hospitality market of Chernivtsi are functioning according to the traditionally defensive type of innovative perception, and basically manifest the most optimal «imitation» strategy (following the market leaders). In Chernivtsi, such strategy is applied by those companies who look for improvement and pay close attention to novelties in the sphere of scientific-technological progress. The authors conclude that following the innovative way of development the company improves its own mechanism of functioning and the system of material support, optimizes the structure and the spectrum of services adjusting them to changes of situation in the market. At the same time, organizational structures of company management are rebuilt, the company employees, specialists and managers gain new experience, partnership links are established, company image is created and strengthened, that is, the company raises its innovational potential.

Key words: hotel business, hotel services, development of entrepreneurship, innovational activity, current developments, innovational potential.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2021.06.064

Received 08.12.2021

Постановка проблеми. Індустрія туризму поєднала в собі низку елементів, які мають на меті зробити подорожі комфортними та корисними. Одним з них є функціонування засобів розміщення, пріоритетною складовою яких є комфортні умови та комплекс різноманітних, а іноді й унікальних готельних послуг. Зважаючи на жорсткі умови конкуренції, готельним підприємствам необхідно застосовувати нововведення в обслуговування та надавати гостям абсолютно нові та неочікувані для них послуги, тобто впроваджувати інноваційну політику та дотримувати відповідної стратегії розвитку.

Бізнес у сфері гостинності змушений шукати нові шляхи підвищення привабливості й доступності своїх послуг. Політика інноваційності зосереджена на чотирьох напрямках: ресурсному, маркетинговому, продуктовому та організаційному. Недооцінювання інноваційного управління та формування стратегії розвитку готельними підприємствами України призвело до зниження рівня їх конкурентоспроможності, порушення принципів і методів управління, зниження якості готельних послуг. Інновації виступають в якості стимулу для подальшого розвитку готельного бізнесу, дають змогу підприємствам не тільки займати лідируючі становища у своїх ринкових сегментах, але й відповідати світовим стандартам готельного обслуговування [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика інноваційності у сфері гостинності відображена у низці сучасних публікацій О. Шаповалова, М. Пересічного, А. Магалецького, Р. Лозинського та ін. Проблеми розвитку туристичної діяльності, зокрема готельного господарства, досліджували Г. Круль, І. Бочан, Д. Яровий, С. Клубчук, О. Мартин, Н. Каипов та ін. Проте в економічній літературі недостатньо уваги приділено аналізу готельного господарства як однієї з галузей туристичної діяльності та шляхам підвищення конкурентоспроможності вітчизняного готельного продукту. Різні аспекти проблеми інноватики відображені в численних публікаціях як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників. Серед зарубіжних науковців цю проблему розробляли Й. Шумпетер, Г. Менш, Б. Твіс, К. Фрімен, Р. Фостер, А. Кляйнкнехт, Е. Менсфілд, Р. Уотерман, А. Анчишкіна, С. Ільєнкова, А. Пригожин та інші. В Україні питаннями інноваційного розвитку як на рівні підприємств, так і економіки в цілому займалися Л. Журавльова, Л. Саненка, Ю. Бажал, В. Василенко, В. Геєць, В. Гріньов, С. Ілляшенко, Н. Краснокутська, І. Павленко, Л. Федулова та інші.

Метою дослідження є аналіз інноваційної діяльності готельних господарств Чернівецької області, обґрунтування стратегій їх розвитку та позиціонування на ринку сфер послуг гостинності.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети визначено такі наукові завдання: розкрити сутність інноваційної діяльності; охарактеризувати інноваційність стратегій розвитку, визначити лідерів щодо впровадження інновацій та охарактеризувати їх конкурентні переваги.

Для вирішення поставлених завдань використано методи: аналіз, синтез, узагальнення, індукція, аналогія, моделювання, системний підхід.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок туристичної індустрії та обслуговування щодня залежить від зовнішніх факторів впливу, таких, як: тенденції стилю, новації та популяризація результатів НТП, настрої резидентів і туристів, спрямованість національної політики. Враховуючи особливості національної економіки та ступінь розвитку туристичного сектора, зокрема сфери гостинності, суб'єкти господарювання повинні бути готовими сприймати інноваційні впровадження та досвід світових лідерів. Стоїть завдання швидкого аналізу інформації та залучення технологій, які на даному етапі створюватимуть конкурентоспроможні умови згідно з тенденціями обраного ринку.

Найпоширенішою в Україні стратегією в сфері інноваційної політики підприємства вважається «захисна». Цей тип стратегії не передбачає значних технологічних змін, тому він лише умовно належить до інноваційного. Якщо підприємство на підставі ретельного аналізу ринкової ситуації та становища конкурентів цілком впевнене у сталості ринку та споживчих перевагах своєї продукції, воно може свідомо дотримуватися традиційної стратегії. Водночас, ця стратегія передбачає вдосконалення форм обслуговування традиційної продукції, тому їй також притаманні риси інноваційної поведінки. Незважаючи на традиційність задоволення попиту, форма і якість такої продукції постійно вдосконалюються [2].

На ринку гостинності Чернівецької агломерації більшість підприємств функціонують за традиційним, захисним типом інноваційного сприйняття. Переважно такою стратегією користуються підприємства, перебування яких на ринку понад 10–15 років. Такої стратегії дотримується більшість організацій, що функціонують ще з 90-х. Це підприємства, які вчасно не зреагували на інтенсивний перехід до ринкової економіки та різкий розвиток НТП. Прикладами таких підприємств в місті Чернівці є готелі «Турист», «Київ» і т.д. Також готельно-ресторанні розважальні комплекси «Сонячна долина», «Шале», «Мигово».

Відносно нові підприємства, створення яких відбулося з 2000 до 2010 років теж, у більшості, дотримуються такого інноваційного розвитку. Це зумовлено тим, що ними були зайняті вільні ніші на ринку, із запозиченням іноземних складових ведення готельного бізнесу. Зокрема, впроваджувались ідеї, які вже набули стійкого розвитку закордоном та не втратили своєї актуальності. В Чернівцях до таких суб'єктів варто віднести готелі «Магнат Люкс», «Магнат», «Кайзер», «Кнаус», «Корал», «Андінна», «Барон Гартенберг» і т.д.

Захисна стратегія інноваційного розвитку спрямована на зниження надмірного ризику. Суб'єкти сфери гостинності прагнуть рухатися на крок позаду від «піонерів» і впроваджують новацію тільки впевнившись у її безпечності та результативності. Головним принципом такої стратегії є – оптимізація співвідношення «витрати–випуск» у процесі господарювання. Чітке дотримання такого принципу характерне для: «Арбат», «Буковина», «Голд Георг Палац», «Георг Палац», «Magnat Central SPA» і т.д.

Провівши аналіз тенденцій на ринку гостинності, найоптимальнішою слід вважати належність до «імітаційної» стратегії (услід за лідерами). Дана стратегія використовується фірмами, які не є піонерами у випуску на ринок тих або інших

нововведень, але долучилися до їх виробництва, придбавши у фірми-піонера певні права – ліцензії та сертифікати. Враховуючи особливості національного нормативно-правового забезпечення «імітація» відбувається «піратським» способом. При цьому фірма-імітатор не лише копіює основні споживчі властивості нововведень, а й досягає у певних переваг. Такими перевагами можуть бути зниження вартості завдяки залученню дешевої робочої сили чи місцевих ресурсів, використання вже наявних виробничих потужностей у новому призначенні тощо. Має суттєве значення і здатність працівників фірми вдало зімітувати новинку. Але якщо імітаційна стратегія здійснюється з дотриманням прав щодо інтелектуальної власності фірми-лідера й забезпечується при цьому вдале поєднання чужої технології з перевагами власних ресурсів, то така стратегія може бути досить корисною для фірми-імітатора [3]. В Чернівцях дану стратегію застосовують підприємства, які прагнуть до вдосконалення та ретельно слідкують за новинками в сфері НТП. Це є, в більшості, нові підприємства (до 5 років існування): «Rivoli City Club», «Allure Inn», хостел «Yard», хостел «Square».

Визнаними лідерами серед суб'єктів сфери гостинності Чернівецької агломерації є «Rivoli City Club» «Буковина», «Allure Inn», «Magnat Central SPA». Аналіз їх інноваційної діяльності та конкурентні переваги визначалися за критеріями однакового виду діяльності, позиціонуванні на ринку, кваліфікованості надання послуг. Характеристика визначених суб'єктів здійснюється на основі зовнішньої інформації та є узагальненою. Аналіз розроблений на базі актуальної та достовірної інформації з джерела booking.com, власних сайтів підприємств та особистих спостережень.

Таблиця 1. Відомості про інноваційність та конкурентоспроможність
Information about innovation and competitiveness [4, 5, 6,7]

«Rivoli City Club»	«Allure Inn»	«Magnat Central SPA»	«Буковина»
1	2	3	4
Якісний SMM Facebook, Instagram, високий рівень копірайтингу	Якісний SMM Instagram, якісний рівень копірайтингу	Низький рівень розвитку SMM, наявність сторінки Facebook, Instagram, низький рівень копірайтингу	Низький рівень розвитку SMM, наявність сторінки Facebook, Instagram, якісний рівень копірайтингу
Наявність у передових системах онлайн-бронювання: booking.com, agoda.com, uahotels.com, makemytrip.com, tripadvisor.com, tophotels.com i hotels24.com, gohotels.com.ua i т.д.	Наявність у передових системах онлайн-бронювання: booking.com, agoda.com, uahotels.com, makemytrip.com, tripadvisor.com, tophotels.com i т.д.	Наявність у 6 передових системах онлайн-бронювання: booking.com, agoda.com, hotels24.com, tripadvisor.com, igotoworld.com, a-hotels.ua	Наявність у 4 передових системах онлайн-бронювання: booking.com, agoda.com, hotels24.com, gohotels.com.ua
Наявність власного сайту та власної системи онлайн-бронювання	Наявність власного сайту та власної системи онлайн-бронювання	Наявність власного сайту, низький рівень оформлення та інформації	Наявність власного сайту та власної системи онлайн-бронювання
Високий рейтинг серед споживачів	Високий рейтинг серед споживачів	Середній рейтинг серед споживачів	Середній рейтинг серед споживачів
Високий рівень кваліфікованості надання послуг, переслідування міжнародних стандартів якості	Високий рівень кваліфікованості надання послуг, переслідування міжнародних стандартів якості	Середній рівень кваліфікованості надання послуг, переслідування міжнародних стандартів з елементами традиційних для мережі	Середній рівень кваліфікованості надання послуг, переслідування традиційних для готелю стандартів

Середня цінова політика	Висока цінова політика	Середня цінова політика	Наявність номерів середньої та високої цінової політики
Згідно з відгуками 95% гостей їхнє враження від цього помешкання відповідало або перевершувало очікування	Не вказано	Не вказано	Не вказано
Оцінка споживачів 9,3 з 10	Оцінка споживачів 9,4 з 10	Оцінка споживачів 8,7 з 10	Оцінка споживачів 8,4 з 10
4 типи номерів (категорії напівлюкс, студіо, сімейний, стандарт)	4 типи номерів (категорії люкс, напівлюкс, стандартний, сімейний)	6 типів номерів (категорії VIP, еліт комфорт, люкс, комфорт дабл, еліт одномісний, економ одномісний)	3 типи номерів (категорії люкс, великий двомісний, двомісний)
Сніданок включений у вартість номера	Сніданок включений у вартість номера	Сніданок за додаткову плату	Сніданок за додаткову плату
Найнижча оцінка за критерієм розташування (9,3 з 10)	Найнижча оцінка за критерієм співвідношення ціна/якість (9,0 з 10)	Найнижча оцінка за критерієм співвідношення ціна/якість (8,3 з 10)	Найнижча оцінка за критерієм співвідношення ціна/якість (8,1 з 10)
Розташування за містом	Розташування в центрі міста	Розташування в центрі міста	Розташування в центрі міста
Наявність власного паркінгу	Відсутність власного паркінгу	Наявність віддаленого від готелю паркінгу за додаткову плату	Наявність власного паркінгу
Наявність італійської піцерії «Dal Forno» на території готелю та lounge-тераси «Time to smoke» з високим рейтингом серед місцевих і туристів	Наявність ресторану та кафе «Allure Inn Grill» з середнім рейтингом серед місцевих і туристів	Відсутність закладу харчування; наявність кінотеатру «Red Cinema» з високим рейтингом серед місцевих і туристів, наявність школи акторської майстерності	Наявність ресторану «Чернівці» з середнім рейтингом серед місцевих і туристів
Наявність сучасної конференц-зали з сучасним обладнанням	Відсутність конференц-зали	Наявність конференц-зали з сучасним обладнанням	Наявність конференц-зали
Особливі додаткові послуги: фотосесії, трансфер за попереднім замовленням	Особливі додаткові послуги: трансфер за попереднім замовленням, масаж, фотосесії, подарункові сертифікати	Особливі додаткові послуги: кінотеатр	Особливі додаткові послуги: трансфер за попереднім замовленням, SPA, турпослуги

Відповідно до проведеного аналізу за визначеними критеріями одним із лідерів щодо впровадження інноваційної політики є готельно-ресторанний комплекс «Allure Inn», кредом якого є: «Основною нашою ціллю є створення всіх умов для Вашого комфортного проживання. Ми прагнемо, щоб Ваше перебування в готелі залишило тільки яскраві й приємні враження».

За ефективної реалізації усіх основних складових інноваційного потенціалу (наукового, виробничо-технологічного, маркетингового, кадрового, матеріально-технічного, фінансового, інформаційного та ін.) «Allure Inn» посилює свої позиції на ринку Чернівецької агломерації та за її межами, досягаючи сталого розвитку. В даному контексті процес «ефективна реалізація» і є саме певним рівнем інноваційного розвитку підприємства.

Висновки. На сьогодні інновації в процесі виробництва товарів і послуг є обов'язковою умовою розвитку або навіть виживання підприємства в умовах жорсткої конкуренції. Інновації в готельному бізнесі приносять додаткові доходи, забезпечують конкурентні переваги на ринку, підвищують частку ринку, знижують витрати, вдосконалюють процес обслуговування, підвищують ефективність роботи окремих підрозділів та готелю в цілому.

З розвитком НТП та жорсткими умовами конкуренції готельні господарства регіонального рівня змушені шукати нові шляхи підвищення привабливості й доступності своїх послуг. Інновації виступають в якості стимулу для подальшого розвитку готельного бізнесу, дають змогу підприємствам не тільки займати найвищі позиції у своїх ринкових сегментах, але й відповідати найвищим світовим стандартам готельного обслуговування.

Conclusions. At present innovations in the process of production of goods and services represent are essential for the enterprise's development or even survival under stiff competition conditions. Innovations in the hotel industry generate extra income, provide a competitive advantages in the market, raise market share, decrease expenses, improve the service delivery process, and increase the efficiency of hotel subdivisions and the hotel itself.

Scientific progress and stiff competitiveness force regional hotels to look for new ways of new ways of increasing the attractiveness and accessibility of their services. Innovations in hotel industry serve as stimulus for further development of hotel business, give the companies an opportunity not only to occupy the highest positions in their market segments, but also to meet the highest world standards of hotel services.

Список використаної літератури

1. Архіпов В. В. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: навч. посіб. Київ, 2009. 342 с.
2. Архіпов В. В. Ресторанна справа: асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані: навч. посіб. Київ: 2008, 384 с.
3. Нечаюк Л. І., Телеш Н. О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навч. посіб. Київ, 2003, 348 с.
4. Відомості про готель. URL: <http://rivoli-hotel.com/ru/konferents-zal> (дата зверення: листопад 2021).
5. Відомості про готель. URL: <http://allureinn.com> (дата зверення листопад: 2021).
6. Відомості про готель. URL: <https://central-magnat-cinema-chernivtsi.nochi.com.ua> (дата зверення: листопад 2021).
7. Відомості про готель. URL: <http://bukovyna-hotel.com/ru> (дата зверення листопад 2021).

References

1. Arhipov V. V. Organizaciya obslugovuvannya v zakladax restorannogo gospodarstva: navch. posib. Kyiv, 2009. 342 p.
2. Arhipov V. V. Restoranna sprava: Asorty`ment, texnologiya i upravlinnya yakisty produkciyi v suchasnomu restorani: navch. posib. Kyiv: 2008, 384 p.
3. Nechayuk L. I., Telesh N. O. Gotelno-restorannyj biznes: menedzhment: navch. posib. Kyiv, 2003, 348 p.
4. Vidomosti pro gotel`: veb sajt. URL: <http://rivoli-hotel.com/ru/konferents-zal> (data zverenennya lystopad 2021).
5. Vidomosti pro gotel`: veb sajt. URL: <http://allureinn.com> (data zverenennya lystopad 2021).
6. Vidomosti pro gotel`: veb sajt. URL: <https://central-magnat-cinema-chernivtsi.nochi.com.ua> (data zverenennya lystopad 2021).
7. Vidomosti pro gotel`: veb sajt. URL: <http://bukovyna-hotel.com/ru> (data zverenennya lystopad 2021).