

	ECONOMIES' HORIZONS Економічні горизонти DOI: doi.org/10.31499/2616-5236 Homepage: http://eh.udpu.edu.ua		ISSN 2522-9273 (print) 2616-5236 (online)
---	--	---	--

UDC: 640.4:330.341.1](045)

DOI: [10.31499/2616-5236.1\(27\).2024.299099](https://doi.org/10.31499/2616-5236.1(27).2024.299099)

*Inna Povorozniuk, Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University
Ph. D. in Economics, Associate Professor, Head of the Department of Technologies
and Organization of Tourism and Hotel and Restaurant Business*

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА INNOVATIVE DEVELOPMENT OF HOSPITALITY ENTERPRISES

Анотація: У статті дослідженні основні напрями та етапи розробки стратегії інноваційного розвитку підприємств готельного господарства. Обґрунтовано, що розробка та впровадження інновацій є найважливішою умовою поступального розвитку як окремого підприємства, підприємницької структури, так і всієї економіки загалом. Інноваційні процеси на даний час набувають все більшої значущості, їх головним завданням є досягнення підприємствами конкурентних переваг та задоволення попиту споживачів у високоякісних послугах.

Abstract: The article studies the main directions and stages of development of the strategy of innovative development of hotel enterprises. It is substantiated that the development and implementation of innovations is the most important condition for the progressive development of both a separate enterprise, an entrepreneurial structure, and the entire economy as a whole. Innovative processes are now becoming increasingly important, their main task is to achieve competitive advantages for enterprises and more fully meet consumer demand for high-quality services. At present, this can only be achieved through innovations that need to be widely implemented and used in modern economic conditions.

Innovation drives the emergence of in the market for new or improved products and services. Innovative activities can lead a hotel company to qualitative changes in all processes activities. They are aimed at achieving results - increasing the speed and quality of the visitor service process.

Innovation process at the enterprise hotel industry consists of a list of actions to introduce services with new properties, new technological processes, the use of new methods and methods of logistics.

Innovative development in the hotel business allows you to win as many visitors as possible and in the best way satisfy their needs while maintaining a

market segment. This development strategy hotel determines its recognition on competitive service markets.

The best way to achieve good results is to plan a hotel enterprise development strategy based on a systematic analysis of competitors, consumers, and the hotel's technological profile.

It should not be forgotten that for any hotel, the most important role in the process of innovative development is played by the staff. After all, the human factor certainly affects the positioning of the service and can lead to its positive and negative position.

Keywords: innovation, hotel industry, hotel service, innovative development, hospitality industry, hotel business, intelligent technologies, innovative marketing

Ключові слова: інновації, готельне господарство, готельна послуга, інноваційний розвиток, індустрія гостинності, готельний бізнес, інтелектуальні технології, інноваційний маркетинг

Постановка проблеми.

Готельний бізнес – галузь, що стрімко розвивається. Але повномасштабне російське вторгнення негативно вдарило по розвитку готельного бізнесу. У перші місяці війни готельний бізнес звалився майже на 90%. Тому для досягнення повного потенціалу готельного бізнесу в Україні необхідно приділити велику увагу інноваційному розвитку, розвитку інноваційних маркетингових стратегій, створення привабливих турів та підтримці малих та середніх підприємств. Успішний розвиток підприємств індустрії гостинності буде сприяти економічному зростанню країни та забезпечить нові робочі місця.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження питань інноваційного розвитку підприємств готельного господарства в Україні присвячує свої праці значна кількість науковців: М. Мальська, Л. Завідна, О. Лупич, Г. Кіш, Т. Ткаченко, І. Мініч, Г. Мунін, А. Перепелиця та багато інших. Проте, враховуючи дослідження науковців, доцільно зауважити, що не

достатньо розкриті питання інноваційного розвитку підприємств готельного господарства в умовах сьогодення, зокрема в постпандемічних умовах та умовах воєнного стану.

Формулювання мети статті (постановка завдання).

Незважаючи на значні дослідження питань інноваційного розвитку підприємств готельного господарства, проблема вимагає свого подальшого, більш глибокого дослідження, з огляду на те, що реалії сьогодення викликають потребу у комплексному дослідженні перспектив застосування інноваційних технологій, обґрунтування закономірностей процесів їх використання, основних напрямків розвитку та етапів розробки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інноваційний розвиток готельного підприємства є процесом якісних змін у системі управління та стає необхідним для стійкого його розвитку. За успішного впровадження інноваційних рішень в умовах інформаційної економіки вони можуть перетворитися на

новий сервісний продукт, стати основою формування тривалих конкурентних переваг, підвищити якість обслуговування, автоматизувати бізнес-процеси, стати одним із основних джерел розвитку індустрії гостинності.

Інноваційний процес на підприємстві готельного господарства складається з переліку дій, впровадження послуги за новими властивостями, новими технологічними процесами, використання нових способів та методів матеріально-технічного забезпечення.

Інноваційний розвиток у готельному бізнесі дозволяє завоювати якнайбільше відвідувачів та якнайкраще задовольняти їхні запити. Така стратегія розвитку підприємства визначає впізнаваність на ринку і забезпечує конкурентоспроможність послуги.

Ефективність інноваційної діяльності готельного підприємства безпосередньо пов'язана з маркетинговою діяльністю зростання продажів. Результатом маркетингових інновацій готельного господарства є розширення ринку збуту. Для того, щоб збільшити частку на ринку, готелю потрібно шукати нові шляхи зміцнення зв'язків зі споживачами.

Численні досягнення сучасної науки та впровадження результатів у повсякденне життя призвели до формування інноваційного маркетингу. На думку колективу авторів [3], інноваційний маркетинг – це концепція ведення бізнесу, яка передбачає створення вдосконаленої або принципово нової продукції, інновації, і використання в процесі її

створення та поширення вдосконалених чи принципово нових – інноваційних – інструментів, форм та методів маркетингу. В умовах змін структури та динаміки ринку туризму необхідність впровадження інноваційного маркетингу готельними підприємствами є особливо актуальна.

Зміна показників ринку готельних послуг, сприяє появі нових потреб у споживачів, тому при вдосконаленні маркетингових заходів готельного господарства повинні розроблятися інноваційні підходи, що будуть усувати усі недоліки та будуть сприяти зростанню конкурентоспроможності, збільшенню каналів та ринків збуту готельних послуг.

Освоєння нових каналів збуту, зростання лояльності до споживачів зумовлюють удосконалення технологічного процесу обслуговування. Цей процес довгий та вимагає послідовних заходів, у ході яких постійно повинно здійснюватися коригування способів, методів, цілей та завдань формування показників результативності стратегії інноваційного розвитку підприємства.

Можна виділити основні етапи інноваційного розвитку готельного господарства:

- ініціювання інновацій. Цей етап пов'язаний з обґрунтуванням мети та постановкою завдань інноваційної діяльності готельного підприємства. Тут відбувається пошук нових форм, способів,

технологій та принципів інноваційного розвитку;

- оцінка привабливості інновацій. Ринкова затребуваність розроблених ідей, винаходів, покращених послуг, визначається шляхом виявлення та оцінки переваг споживачів. Для цього проводяться маркетингові дослідження в результаті яких визначається здатність нових або змінених існуючих послуг, технологій, обладнання, техніки, задовольняти потенційні потреби цільової аудиторії. Споживчі властивості нововведення мають сприяти зростанню ринкового попиту та підвищенню обсягу продажу;

- розробка технологічних та маркетингових характеристик нововведення. На цьому етапі відбувається розробка структурних показників та параметрів інновацій. Аналізуються технологічні та маркетингові параметри інновацій; якісний та кількісний ефект від впровадження нововведення; збутові та цінові очікувані показники нового продукту; характеристики новизни чи модифікації послуги, які якісно відрізняють її від існуючої; сегмент ринку, на який розрахований новий продукт; ризики, пов'язані з виходом ринку тощо;

- використання інновацій. Тут відбувається безпосередній запуск процесу впровадження нововведення та оцінка потенційними споживачами інноваційної послуги або нових характеристик існуючої послуги;

- оцінка ефективності інновацій – це завершальний етап інноваційного розвитку готельного

підприємства, на якому визначаються та аналізуються показники рентабельності інноваційної ідеї.

Інноваційний процес пов'язаний із ризиком. Використання нововведень не завжди окупається. Інновації мають сенс лише тоді, коли вони передбачають якісно новий рівень розвитку підприємства.

Готельні підприємства сьогодні використовують різні напрямки інноваційної діяльності, основним завданням яких є ефективно управління інноваціями [6].

У практиці готельного бізнесу виділяють такі напрями інновацій, економічні (використання нових ресурсів), комунікаційні, маркетингові (вихід на нові ринки збуту, PR-діяльність), структурні (модернізація організаційної структури підприємства), екологічні (ідеї ресурсозбереження та захисту навколишнього середовища), корпоративні (застосування сучасних форм корпоративної культури), інформаційні (технічні).

Потенційний споживач готельних послуг – це людина, для якої на сьогодні, інформаційні технології стали головною складовою його життя. В індустрії гостинності технологічні інновації стають важливим джерелом розвитку та зростання, а на даний час і виживання. У цьому сенсі розробка та впровадження технологічних інновацій у повному розумінні стає стратегічною зброєю готельних ланцюгів та незалежних готельних підприємств.

Сучасні технології сприяють збільшенню прибутковості готелю. Впровадження комп'ютерних систем набагато спрощує процедуру обслуговування гостей: реєстрацію гостя, перевірку статусу, вартості номерів тощо.

Цифрові рішення у сфері гостинності оптимізують роботу підприємств готелів за рахунок заміни персоналу гаджетизованими послугами та пристроями. Відбувається цифрова трансформація бізнесу, яка дозволяє готельним підприємствам розробляти та впроваджувати на ринок персоналізовані та навіть кастомізовані пропозиції. Вже зараз програми готелів для гостей відстежують перебування гостя поруч з готелем, і надсилають повідомлення про готовність номера прямо на мобільні телефони гостей, актуальні чати зі співробітниками готелю у разі виникнення незвичайних запитів та питань, на які не може відповісти сайт або додаток готелю.

Серед споживчих трендів – розвиток голосових сервісів помічників та віртуальних компаньйонів, покликаних допомагати туристам, потенційним та реальним клієнтам індустрії гостинності вирішувати поточні проблеми у віртуальній формі. Люди, які вже звикли до цифрових асистентів та чат-ботів, зацікавлені у віртуальних помічниках, готових допомагати в організації маршруту, пошуку засобу розміщення (і, відповідно, його бронювання), оптимального варіанта харчування, проведення дозвілля, розваг та багатьох інших. Сьогодні цифрові

асистенти в готелях можуть надавати підтримку check-in, надавати корисну інформацію, виконувати функції Guest relation.

Технології доповненої реальності отримали високу оцінку бізнесу з точки зору стимулювання продажів, просування бренду, залучення уваги досвідчених клієнтів. Розвиток віртуальної та доповненої реальності може радикально змінити процес вибору та здійснення купівлі споживачами товарів та послуг. Віртуальна реальність – не просто зручна опція в процесі пошуку та отримання інформації – це і враження, новий досвід, особливе задоволення, яке отримує людина. Не можна виключати значення психологічної та соціальної значимості подібних рішень.

Інтелектуальні (smart) технології знаходять своє застосування в управлінні готельним номером та процесом отримання додаткових послуг. Гість може налаштувати комфортний для нього температурний режим, освітлення, його потужність, користуватися послугами голосового помічника.

Також система здатна розпізнавати гостей за обліковим записом у додатку і керувати номером за збереженими даними. Впровадження таких інновацій дозволить підвищити лояльність гостей та автоматизувати процес підготовки номера до заїзду, відповідно до можливих попередніх побажань [7].

У прагненні зробити перебування гостя в готелі комфортним, зручним, часто

незабутнім, менеджменту готельного підприємства сьогодні допомагають різноманітні інноваційні рішення. Дуже часто у готельній індустрії використовуються інтелектуальні та інтелектуалізовані системи, які з'явилися завдяки останнім дослідженням, а саме штучного інтелекту. Великою перевагою цих систем є те, що вони можуть аналізувати ситуацію та приймати рішення самостійно. На відміну від інтелектуальних, інтелектуалізовані системи вимагають підтримки людини (оператора), приймаючого рішення.

Перші автономні роботи для готельних підприємств розроблено компанією «Savioke». Зараз їх використовують, наприклад, у Сінгапурі в готелі Jen, а також у Японії в готелі Shinagawa Prince (Токіо). Ці Роботи доставляють замовлення до номерів гостей, підвозять багаж.

Компанія LG продемонструвала свою лінійку готельних помічників, роботів, які були розроблені спеціально для комерційного використання у готелях, супермаркетах та аеропортах. Ці машини оснащені спеціальним висувним підносом, за допомогою якого вони можуть підносити гостю в ресторані їжу та напої. У цій лінійці є також і робот-носій. Окрім доставки багажу, робот також може проводити операції прискореного заселення-виселення в готель та приймати оплату, позбавляючи гостя очікування своєї черги [8].

Готель Hilton спільно з IBM створили першого свого роду робота

консьєржа зі штучним інтелектом, Конні (Connie). Програмне забезпечення яке вбудоване в робота дозволяє йому краще розпізнавати розмовну мову. Тут він допомагає обслуговувати гостей: вітає їх, відповідає на їх питання. Робот може дати необхідну інформацію про готель, розкаже про визначні пам'ятки або місця за його межами. Технологія, яка використана при створенні Конні, дозволила максимально наблизити його штучний інтелект до людського. Чим більше Конні спілкується з людьми, тим розумнішим він стає [10].

Прийняття рішення про діджиталізацію системи управління людськими ресурсами на готельному підприємстві – питання добровільне та залежить від можливостей та цілей конкретного об'єкта розміщення. Незважаючи на те, що автоматизація процесів менеджменту персоналу пов'язана з низкою труднощів, її переваги перед «класичними» методами організації кадрового діловодства очевидні. Грамотне використання можливостей діджитал-платформ у готельному бізнесі може не лише посприяти підвищенню рівня якості обслуговування та ефективності роботи персоналу, а також внести ряд прогресивних змін в індустрію гостинності на ринку праці на довгострокову перспективу.

Джерелами інновацій готельних підприємств служать мінливі запити та вимоги споживачів, зміна потреб виробничого процесу (застаріле обладнання, технології), зміни у

структурі галузі чи ринку, демографічні зміни.

Нові знання в галузі менеджменту, маркетингу дозволяють впроваджувати нові ефективніші методи управління персоналом, програми залучення споживачів, а також програми лояльності.

Наявність лояльної клієнтської бази є основою для стабільного обсягу продажів навіть в умовах кризи, а також є важливою стратегічною конкурентною перевагою.

Висновки. Таким чином, інноваційні технології дозволяють залучити нових і зберегти наявних споживачів, забезпечують швидке вирішення проблем за рахунок своєчасного реагування на їх потреби. Тільки орієнтувавшись на споживачів та утримуючи ринковий сегмент, можна досягнути успіху. При цьому нові розробки повинні враховувати реальні можливості підприємства.

Найкращий спосіб досягти гарних результатів – спланувати стратегію розвитку готельного підприємства, засновану на систематичному аналізі конкурентів, споживачів, технологічному профілю готелю.

Не слід забувати, що для будь-якого готелю найважливішу роль у процесі інноваційного розвитку відіграє персонал. Адже людський фактор, безумовно, впливає на

позиціонуванні послуги та може призвести до позитивної так і негативної її позиції.

Модернізація корпоративної культури також є одним із сучасних напрямів інноваційної діяльності готелю. Формування корпоративної культури, спрямованої на зростання мотивації та підвищення кваліфікації співробітників є безцінним ресурсом. Модель взаємин у колективі, правила поведінки співробітників у певних ситуаціях, система цінностей та етичних норм, корпоративний стиль, прагнення до лояльності, рух у бік розвитку – все це є потужним напрямком рівня обслуговування та досягнення успіху у готельному бізнесі.

Отже, для будь-якого готельного господарства процеси інноваційних заходів, що проводяться, дають можливість поліпшити своє ринкове становища. Стратегія інноваційного розвитку готельного підприємства повинна передбачати вирішення завдань, спрямованих на забезпечення споживчого попиту готельної послуги.

Інноваційний розвиток підприємства готельного бізнесу – це основний ключ для досягнення цілей розвитку та зміцнення своїх ринкових позицій і саме йому необхідно приділяти важливе значення.

References:

- Bezruchko L.S., Bilous S.V., Fil M. I. (2023) *Hotelne hospodarstvo Ukrainy v umovakh viiny: suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku. [The hotel industry of Ukraine in the conditions of war: current state and prospects for development]. Ekonomika ta suspilstvo. Vypusk 47. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2145/2074> [in Ukrainian].*

- Bondar N. P., Botsian T.V., Sharan L.O. (2022) *Imersywni tekhnolohii v hotelnomu biznesi: analiz svitovoho dosvidu.* [Immersive technologies in the hotel business: analysis of world experience]. *Ekonomika ta suspilstvo*. № 45. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1955/18822> [in Ukrainian].
- Innovatsiyni marketynh (2022) [Innovative marketing]: navchalnyi posibnyk. [Elektronnyi resurs] / V.V. Barabanova, H.A. Bohatyrova. *Kryvyi Rih : Vyd.DonNUET*. 145 p. [in Ukrainian].
- Kish H. V. (2023) *Innovatsiini tekhnolohii v diialnosti hotelno-restorannykh pidpriemstv.* [Innovative technologies in the operation of hotel and restaurant enterprises]. *Aktualni pytannia u suchasni nautsi*. № 6(12). pp. 65–77.
- Neshchadym L.M., Tymchuk S.V. (2021) *Innovatsiini stratehii yak perspektyvnyi napriam planuvannia diialnosti hotelnykh ta restorannykh pidpriemstv Ukrainy.* [Innovative strategies as a perspective direction for planning the activities of hotel and restaurant enterprises of Ukraine]. *Infrastruktura rynku*. Vypusk 59. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/59_2021/12.pdf [in Ukrainian].
- Povorozniuk I. M. (2022) *Upravlinnia yakistiu posluh na pidpriemstvakh industrii hostynnosti pid chas kryzy.* [Management of the quality of services at enterprises of the hospitality industry during the crisis]. *Ekonomika ta suspilstvo*. Vypusk №42. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1656/159> [in Ukrainian].
- Povorozniuk I. M. (2022) *Teoretychni aspekty sutnosti ta formuvannia innovatsii v industrii hostynnosti ta turyzmi.* [Theoretical aspects of the essence and formation of innovations in the hospitality industry and tourism]. *Innovatsiyni rozvytok turyzmu ta industrii hostynnosti: problemy y perspektyvy: kolektyvna monohrafiia* / [I. M. Povorozniuk., O. H. Chyrva, I. M. Kyryliuk [ta in.]; za red.
- I. M. Povorozniuk ; *MON Ukrainy, Umanskyi derzh. ped. un-t imeni Pavla Tychyny. Uman : Vizavi*, 2022. pp. 6-27
- Robosluhy. *LG stvorila liniiku robotiv-pomichnykiv dlia mandrivnykiv i pokuptsiv.* [Servants LG has created a line of assistant robots for travelers and shoppers]. URL: <https://techno.nv.ua/ukr/gadgets/robosluhi-lg-stvorila-linijku-robotiv-pomichnykiv-dlja-mandrivnykiv-i-pokuptsiv-2443425.html> [in Ukrainian].
- Tereshchuk N. V. (2022) *Innovatsiini tekhnolohii v industrii hostynnosti.* [Innovative technologies in the hospitality industry]. *Infrastruktura rynku*. Vyp. 69. pp. 155–162. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/69_2022/30.pdf [in Ukrainian].
- U Yaponii vidkryly pershyi hotel u sviti z personalom-robotamy. [The first hotel in the world with robot staff was opened in Japan] URL: <https://ua.korrespondent.net/lifestyle/travel/3540182-u-yaponii-vidkryly-pershyi-hotel-u-sviti-z-personalom-robotamy> [in Ukrainian].
- Yakushev O. (2020) *Innovatsiini tekhnolohii v upravlinni biznes-protsesamy pidpriemstv sfery hotelno-restorannykh ta turystychnykh posluh.* [Innovative technologies in the management of business processes of enterprises in the field of hotel, restaurant and tourist services]. *Restoranyi i hotelnyi konsaltnh*. *Innovatsii*. № 3(2), pp.195–208. URL: <http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/article/view/219696/219903> [in Ukrainian].