

ІННОВАЦІЙНА ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

УДК 338.242.2

ОСОБЛИВОСТІ ТА ЗМІСТ ІННОВАЦІЙ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ ©

Ю.В. СТАВСЬКА,
кандидат економічних наук,
доцент,
доцент кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності,
готельно-ресторанної справи
та туризму,
Вінницький національний
аграрний університет
(м. Вінниця)

У статті підкреслюється важливість та актуальність застосування інновацій у сфері гостинності. У результаті проведених досліджень сформульоване власне визначення поняття “індустрія гостинності”, яке розглядається автором з точки зору взаємозв’язків індустрії гостинності з туристичною і готельною індустріями. Виявлено сервісний характер інновацій в індустрії гостинності. У процесі вивчення підходів до визначення поняття “інновації”, а також з урахуванням специфіки індустрії гостинності були сформульовані критерії для визначення поняття інновацій в індустрії гостинності. Наведено визначення поняття інновацій в індустрії гостинності. Розглянуто підходи до розуміння сервісних інновацій в індустрії гостинності та запропоновано їх класифікацію. Дослідження індустрії гостинності дозволило виявити зміст, специфіку та тенденції її інноваційного розвитку. Інновації були визначені як важливий фактор розвитку індустрії гостинності.

Ключові слова: інновації, технологічні інновації, сервісні інновації, сервіс, розвиток, індустрія гостинності, послуга, туризм, ресторан, готель.

Табл. 1. Рис. 2. Літ. 14.

Постановка проблеми. Індустрія гостинності вважається однією з галузей сучасної економіки, що швидко розвивається. Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації 2012 р. на частку індустрії гостинності припадає 10% від світового виробничо-сервісного ринку, 5% усіх податків, 7% світових інвестицій. Кожен 12-й працівник у світі зайнятий в індустрії гостинності (без урахування непрямого впливу на створення робочих місць). Інновації є одним із ключових факторів розвитку як економіки в цілому, так і підприємств сфери гостинності зокрема. Країнами, які досягли успіху в галузі впровадження інновацій у сфері обслуговування, є: Швейцарія, Швеція, Сінгапур, Фінляндія, Великобританія, Нідерланди, Данія, Гонконг (Китай), Ірландія, США, Люксембург та ін. Україна

займає лише 51-ше місце в списку з 141 країни, перебуваючи між Молдовою і Румунією [3]. Країни-лідери рейтингу забезпечують зростання економіки за рахунок інноваційного розвитку сектора послуг. Даний шлях є актуальним і для України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З метою виявлення проблем розвитку і впровадження інновацій в індустрії гостинності, у вигляді результатів науково-технічного прогресу, було проведено дослідження праць таких відомих вчених, як: Друкер П.Ф. [2], Жукова Т. [4], Калетнік Г.М. [5], Левицька І.В. [6], Похомчикова О.О. [8], Шаповалова О.М. [10].

Беручи до уваги той факт, що інноваціям в індустрії гостинності притаманний сервісний характер, необхідно виділити ряд зарубіжних дослідників, що займаються вивченням проблем інновацій у сфері послуг, серед яких: Р. Баррас [11], Ф. Галлуж, О. Вейнштайн, Й. Майлс [7], М. Савона, К. Хіпп, Дж. Хоувелс.

Формулювання цілей статті. Більшість дослідників сходяться на думці, що в сучасних умовах основним джерелом розвитку як економіки в цілому, 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 та їх класифікації. Тому метою дослідження є визначення специфічного характеру інновацій в індустрії гостинності, уточнення поняття “інновації в індустрії гостинності” та розробка способів їх класифікації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Термін “інновації в індустрії гостинності” є складним та поєднує в собі такі поняття, як “інновація” та “індустрія гостинності”. Внаслідок цього, визначення поняття “інновації в індустрії гостинності” має відображати особливості інновацій, а також специфіку індустрії гостинності, яка виступає як об’єкт їх застосування.

Гостинність передбачає одне з фундаментальних понять людської цивілізації, оскільки вже давно перетворилося на індустрію, в котрій зайняті не один мільйон професіоналів. Індустрія гостинності об’єднує туризм, готельний та ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок і розваги, організацію конференцій і нарад. Індустрія гостинності, як особлива сфера підприємницької діяльності, відрізняється інтегрованим характером економічних відносин взаємодії та взаємної залежності суб’єктів виробничих і невиробничих галузей, що надають універсальний продукт (набір послуг, різні види робіт, різнопрофільні товари). Головна відмінність гостинності від інших сфер бізнесу полягає в тому, що основна мета гостинності – задоволення запитів гостей [6, с.88].

Вивчивши і проаналізувавши підходи до визначення терміну “індустрія гостинності”, взаємовідношення індустрії гостинності з туристичною і готельною індустріями, а також визначивши склад і особливості індустрії гостинності, стає можливим навести авторське визначення гостинності. Вважаємо, що індустрію гостинності слід розглядати в широкому і вузькому сенсі.

У вузькому сенсі – це сукупність готелів і підприємств громадського харчування. У широкому сенсі індустрія гостинності – міжгалузевий сектор сфери послуг, що активно розвивається та тісно взаємопов’язаний з індустрією туризму, що складається з численних підприємств і організацій, націлених на максимально повне задоволення запитів і переваг туристів, мандрівників, а також місцевого населення в організації їх відпочинку і дозвілля. При цьому до числа підприємств і організацій, що входять до складу індустрії гостинності, відносяться: готелі, ресторани, туристичні агентства, туроператорські компанії, розважальні заклади.

З огляду на те, що індустрія гостинності є складним феноменом, необхідно розглянути її еволюцію. За основний критерій еволюції було обрано якісно новий рівень розвитку сфери гостинності, що виражається у створенні і освоєнні тих чи інших нововведень.

У ХХ ст. індустрія гостинності досягла найвищої точки розвитку. У готельному бізнесі дуже чітко виділилася тенденція активного впровадження інноваційних розробок: оснащення номерів кондиціонерами з можливістю коригування повітряного потоку; електронні замки з ключами-перфокартами, в подальшому – мінічіпами, що зчитують інформацію за райдужною оболонкою ока або через спеціальну програму, завантажену в телефон гостя; швидкісні інтелектуальні ліфти; вдосконалені телевізійні системи; бездротовий вихід в Інтернет; індивідуальна сигналізація і т. д. Зростання технічної оснащеності підприємств індустрії гостинності призвело до подальшого поглиблення спеціалізації промислових галузей виробництва. Створюються підприємства, орієнтовані на виробництво спеціальної готельної техніки, що призвело до раціоналізації і модернізації принципів готельного сервісу.

Зростання потоку туристів у ХХІ ст. призводить до того, що конкуренція сфери гостинності стає більш жорсткою та змушує управлінців шукати нові шляхи залучення клієнтів: широко використовувати маркетингові технології, впроваджувати засоби автоматизації. Разом із цим активно протікають процеси глобалізації: великі готельні компанії поглинають конкурентів, утворюючи величезні мережі, що включають не тільки готельні підприємства, а й туристичні фірми, авіакомпанії, ресторани. Індустрію гостинності визнають найбільш перспективною галуззю світового господарства.

Таким чином, сфера гостинності у своєму розвитку еволюціонувала від примітивних споруд – прототипів сучасних готелів – до розвиненої потужної індустрії.

Існування численних підходів до визначення поняття інновацій є доказом складності і багатоаспектності даного феномена. Необхідно відзначити той факт, що, крім формалізованих визначень, існують також більш абстрактні трактування інновацій. На думку П. Друкера, інновацію слід розглядати і застосовувати як “можливість, результатом якої стане створення нового, поліпшеного продукту або сервісу. Інновацією може бути ідея, порядок, процес або продукт, який перетворює ідею, що дозволяє вирішити нову проблему в конкретний додаток, і розглядається людиною як нове” [2, с. 21].

Отже, в якості інновацій можуть виступати нові послуги і технології обслуговування, які сприятимуть розвитку підприємства. При цьому їх новизна визначається в рамках, що встановлюють самі підприємства. Таким чином, інновації в індустрії гостинності спрямовані на створення нових джерел задоволення покупців і нерозривно пов'язані з наданням клієнтоорієнтованого сервісу. Не випадково в роботах зарубіжних авторів, крім виділення різних видів інновації відповідно до визначених критеріїв, існує їх поділ в ширшому сенсі на сервісні і виробничі [5; 9; 11; 12].

Проаналізувавши представлені підходи до визначення інновацій, а також виявивши специфічність сервісних інновацій, стає можливим виділити основні вимоги до визначення інновацій в індустрії гостинності:

1. Аспект новизни.
2. У визначенні має бути вказівка на практичне використання нововведень і досягнуто ефективність (таким чином, не повинні змішуватися поняття “нововведення” та “інновації”).

3. Повинна бути відображена мета впровадження нововведення.
4. Необхідно розділяти поняття “інновація” та “інноваційна діяльність”, бо інновація є кінцевий корисний результат інноваційної діяльності.
5. Повинна бути врахована специфіка індустрії гостинності як об'єкта інновацій.

Таким чином, при визначенні інновацій в індустрії гостинності відбувається накладення специфіки інновацій та особливостей індустрії гостинності (рис. 1).

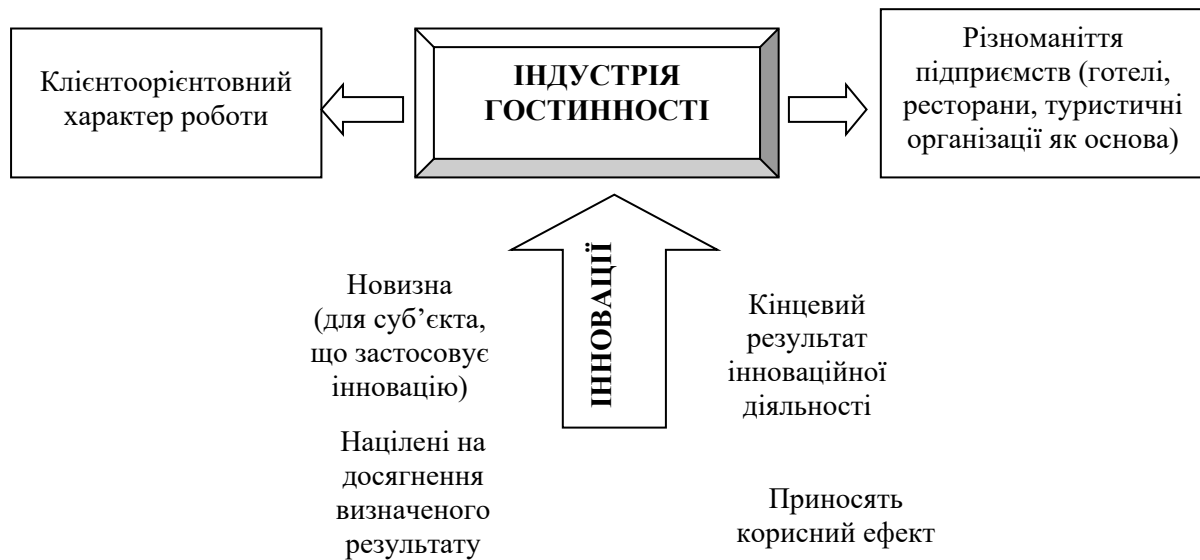


Рис. 1. Зміст інновації в індустрії гостинності

**Джерело: складено автором за даними [5, с. 10]*

З огляду на вимоги до змісту інновацій, а також беручи до уваги специфіку діяльності в індустрії гостинності, можна стверджувати, що сервісні інновації в індустрії гостинності – кінцевий результат інноваційної діяльності, що складається з застосування підприємствами сфери гостинності різних нововведень, спрямованих на вдосконалення власної діяльності і сервісу, що надається, з метою досягнення задоволення постійно зростаючих індивідуальних потреб клієнтів (туристів, мандрівників, місцевих жителів) у послугах відпочинку і дозвілля.

Тепер спостерігається дефіцит досліджень із питань здійснення інновацій в індустрії гостинності. Зокрема, залишаються недостатньо дослідженими питання їх класифікації. Тим часом, невирішеність цих питань позначається на якості обліку інновацій у підприємствах індустрії гостинності.

Складність здійснення класифікації інновацій в індустрії гостинності пов'язана з багатоаспектністю об'єкта дослідження. Індустрія гостинності складається з великої кількості різних підприємств, однак, незважаючи на деякі їх загальні характеристики, дані підприємства мають також специфічні особливості, які можуть лягти в основу інновацій.

Великий внесок у питання систематизації знань щодо сервісних інновацій зробив Й.Д. Майлз. Він вважає, що більшість дослідників сфери послуг з питань особливостей інновацій розділилися на два табори [7]. На рис. 2 зображено різні підходи до розуміння інновацій у сфері послуг.

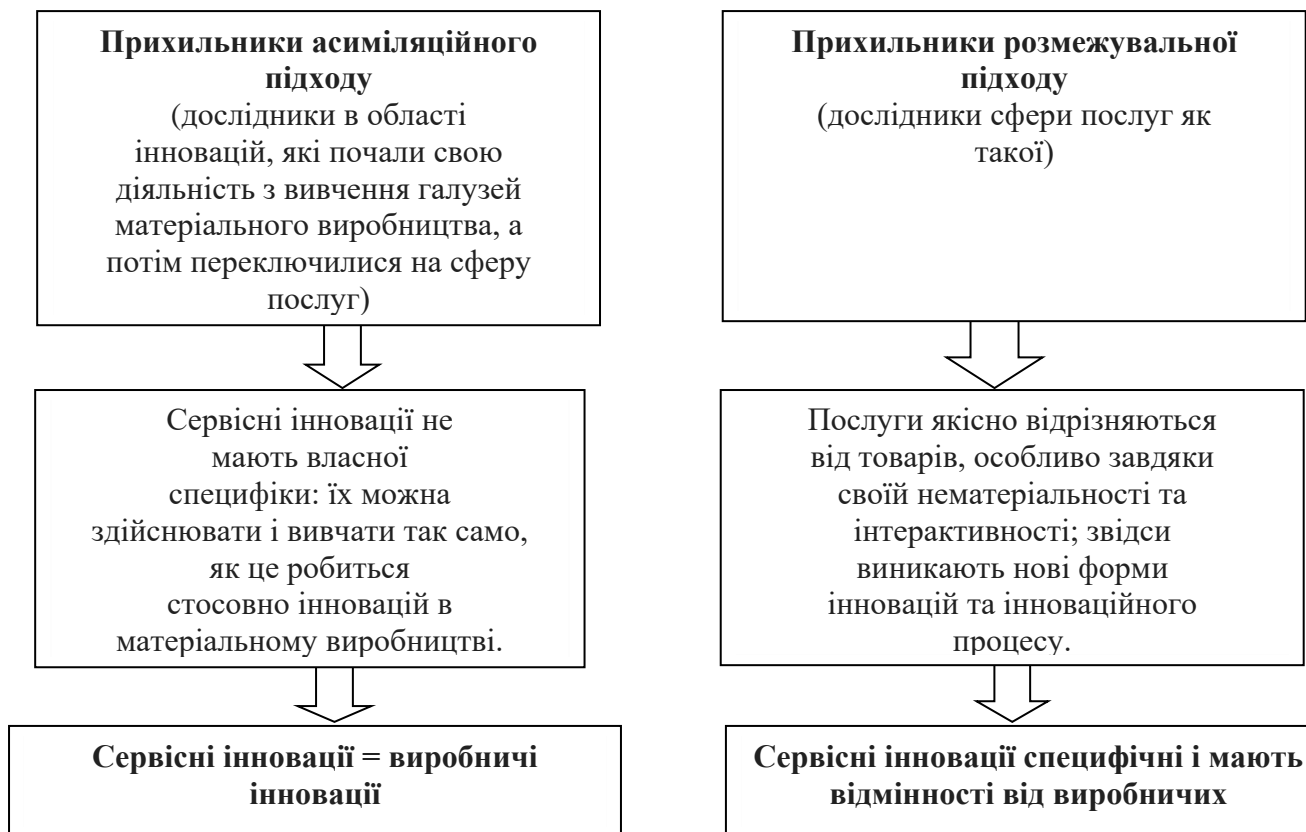


Рис. 2. Підходи до визначення особливостей інновацій у сфері послуг

*Джерело: складено автором на основі [1, с. 63]

Перші не вводять розмежувань між сервісними і виробничими інноваціями та пропонують застосовувати для вивчення інноваційних процесів у сфері послуг ті ж підходи і методологію, що і до виробництва товарів. Прихильники другого підходу, навпаки, наполягають на тому, що послуги якісно відрізняються від матеріальних товарів, і як наслідок, підкреслюють необхідність введення спеціальних методів оцінки та інструментів політики, що застосовують до сервісних інновацій [5, с. 4]. Дійсно, кожен з розглянутих підходів має своє логічне обґрунтування. Прихильники асиміляційного підходу наполягають на тому, що основні властивості промислових продуктів і послуг збігаються: сфера послуг – такий же сектор економіки, як і інші, лише з тією різницею, що її продукція, на відміну від сировини, матеріалів і звичайних товарів, носить нематеріальний характер; наявні відмінності носять, на їхню думку, не якісний, а кількісний характер.

Таким чином, теорії та концепції, розроблені стосовно сфери матеріального виробництва, можуть бути безпосередньо включені до інновацій у сфері послуг. Даного підходу, в основному, дотримуються дослідники в області інновацій, які почали свою діяльність з вивчення галузей матеріального виробництва, а потім сфери послуг. Прихильники розмежувального підходу стверджують, що як сама сфера послуг, так і здійснювана в ній діяльність носить специфічний характер. Основна теза цих дослідників полягає у тому, що аналіз сервісних інновацій вимагає особливого інструментарію і нових теорій. Ми поділяємо точку зору представників розмежувального підходу в частині необхідності врахування специфіки сервісної діяльності при розробці та реалізації інновацій [6].

З великою ймовірністю можна стверджувати, що вітчизняні вчені, які займаються вивченням інновацій у сфері послуг, в тому числі й індустрії гостинності [1; 10], є прихильниками асиміляційного підходу до визначення сутності сервісних інновацій. Так, подані ними класифікації інновацій, в основному, складені за критеріями, виділеними раніше іншими вченими, що займаються питаннями матеріального виробництва.

З іншого боку, в економіці сфера послуг є провідним сектором, що активно розвивається та істотно відрізняється від матеріального виробництва. Однак не можна заперечувати того факту, що саме матеріальне виробництво стає все більш таким, що надає послуги. Матеріальна продукція почала надаватися разом з супроводжуючими її послугами, іноді “сервісізація” (від англ. “servicisation” – “обростання послугами”) виявляється у просуванні продукту за допомогою різних послуг, а саме: страхових, фінансових, програмного забезпечення, технічної підтримки і т. д. Крім того, слід зазначити, що часто відбувається злиття матеріального виробництва і сфери послуг. З огляду на те, що багато промислових компаній набувають рис сервісних, а виробництво ряду послуг все більше нагадує індустріальне, положення асиміляційного і розмежувального підходів стають не зовсім коректними [6].

Ряд авторитетних авторів, серед яких Й.Д. Майлз [7] вважають, що розумним в даній ситуації буде пошук синтезу, тобто об'єднання цих двох протилежних підходів. При цьому синтетичний підхід не буде чимось “середнім”: він буде поєднувати переваги кожного з підходів. Синтетичний підхід допоможе проаналізувати внутрішні та зовнішні відмінності інновацій у матеріальному виробництві і у сфері послуг, вивчити виробництво послуг промисловими компаніями і виробництво товарів сервісними підприємствами [7]. Для сфери послуг стане можливим застосовувати існуючу методологію інновацій у сфері матеріального виробництва, коригуючи її з урахуванням особливостей характеру тієї чи іншої сервісної діяльності.

Застосовуючи синтетичний підхід до ідентифікації сервісних інновацій в індустрії гостинності, можна виділити наступні типи інновацій:

- 1) інновації в сервісній пропозиції;
- 2) концептуальні інновації;
- 3) техніко-технологічні інновації;
- 4) інновації бізнес-процесів підприємства [6] (табл.1).

Таблиця 1

Типи інновацій в індустрії гостинності

Вид інновації	Зміст інновації	Запозичення з методології виробничих інновацій	Специфіка сервісної діяльності у сфері гостинності	Приклад
1	2	3	4	5
Інновації під час пропозиції сервіса	Включає нові послуги, а також способи їх надання (інновації в обслуговуванні).	У сфері матеріального виробництва передбачено випуск нової, більш досконалої продукції для її реалізації на	Суть послуги полягає у створенні виробником (підприємством) індустрії гостинності) вартості (корисності) для споживача. Інновація може полягати у новому	Послуга “магазин в номері” (доставка одягу з можливістю вибору безпосередньо в номері), надання комплексу послуг; послуги вертолітного транспорту; підбір оптимального

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5
		ринку і отримання більшого прибутку	способі розв'язання проблем замовника і / або задоволення його потреб за допомогою створення нових послуг або нової комбінації існуючих компонентів послуги. Інновації в системі обслуговування – це нові способи взаємодії зі споживачами (процесні інновації); вони можуть мати на увазі зміну ролі споживача у процесі обслуговування.	маршруту поїздок (шляхоходів) і бронювання білетів; можливість бронювання готельного номера самим клієнтом через інтернет; приготування страви самим замовником під керівництвом повара, кейтеринг і т. д.
Концептуальні інновації	Нові формати приміщень, незвичайний дизайн та стиль будівель	Нові характеристики продукції, новий дизайн	Стан приміщення та його оформлення є характеристикою нематеріальної послуги, тому вони є одним із показників, за яким споживачі оцінюють якість послуг.	Мініготелі, готелі капсульного типу, хостели, конгрес-готелі, “зелені” готелі, СПА-готелі, приміщення незвичайного архітектурного дизайну.
Технологічні інновації	Застосування нового, більш продуктивного та ергономічного обладнання, а також модернізованих технологічних процесів з метою підвищення ефективності роботи підприємства та найбільш повного задоволення потреб споживачів	У сфері матеріального виробництва техніко-технологічні інновації є одним із ключових факторів ефективності.	Є основою для розробки і здійснення інших видів інновацій, а також підтримкою та оптимізацією діяльності усього підприємства.	Техніка “розумний будинок”, інтелектуальні замки, електронне меню, система прийомів цифрових замовлень, заснована на вмонтованій в стіл сенсорній панелі, доставка страви до споживача безпосередньо з кухні через систему рейок, робототехніка, інформаційні технології автоматизації діяльності підприємства і т. д.
Інновації бізнес-процесів підприємства	Фінансові, організаційні, управлінські, маркетингові, логістичні інновації	Інновації бізнес-процесів супроводжують діяльність будь-якого підприємства; тому істотних концептуальних відмінностей між ними в сфері матеріального виробництва та сфері послуг не існує. Деякі відмінності спостерігаються в процесі їх використання і адаптації		Нові способи управління фінансами компанії; франчайзинг, мережева організація бізнесу, зміни в організаційній

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5
		сервісними та виробничими компаніями.		структурі, нові методи мотивації; нові методи управління; нові, більш оптимальні способи взаємодії підрозділів, поставки матеріалів та устаткування і т. д.

*Джерело: складено автором за даними [12, с. 47]

Найчастіше сервісну інновацію можна зарахувати відразу до декількох, а іноді і до всіх типів виділених інновацій. Наприклад, доставка замовлення, здійсненого за допомогою електронного меню, шляхом системи рейок відноситься до техніко-технологічного типу інновацій, адже в даному випадку є очевидним прикладне використання високотехнологічної техніки у процесі обслуговування. Однак цю інновацію можна також віднести до типу “інновації в сервісній пропозиції”, оскільки дане нововведення – це, свого роду, новий вид послуг і новий спосіб задоволення потреб клієнтів. З іншого боку, існування такої інновації дозволяє говорити про ресторан, що застосовує її, як електронний заклад громадського харчування, отже, інновація є концептуальною.

Пересування страв по рейках до столика гостя є також логістичною інновацією в аспекті скорочення часу доставки замовлення, при цьому не допускаються помилки, що залежать від так званого людського фактора. Отже, сервісні інновації є багатоаспектними. Незважаючи на те, що не існує чітких меж між виділеними типами сервісних інновацій, вони потребують упорядкування. Типологія інновацій дозволяє ідентифікувати ціль впровадження тієї чи іншої інновації. Взаємозв'язок виділених типів сервісних інновацій відображає синергетичний ефект від їх впровадження. У наведеному прикладі впровадження нової техніки сприяє вдосконаленню логістичних процесів в організації, є основою для появи нового формату закладів – електронного ресторану, а також є інновацією в сервісній пропозиції, тобто здійснює комплексний вплив на діяльність підприємства.

З метою конкретизації типів інновацій в індустрії гостинності необхідно скласти їх класифікацію.

1. За ступенем новизни для підприємства:
 - радикальні (абсолютно нові, раніше не використовувані в рамках підприємства, проривні);
 - інкрементальні (поліпшуючі).
2. За ступенем новизни для ринку:
 - нові у світовому масштабі;
 - нові для галузі;
 - нові для підприємства.
3. За характером потреб, що задовольняються:
 - орієнтовані на існуючі потреби (створюються на основі даних, отриманих у результаті вивчення переваг споживачів);
 - орієнтовані на формування нових потреб (як правило, радикальні інновації, “проштовхують” на ринок, націлені на створення нових потреб).

4. За ступенем матеріалізації:
 - матеріалізовані (інновації, втілені в матеріалі (послугі, продукті);
 - нематеріалізовані (реалізуються в системі організаційних структур, управління, прийняття рішень, взаємодії із споживачем).
5. За джерелом виникнення:
 - ініційовані виробником;
 - ініційовані споживачем.
6. За видом діяльності підприємства індустрії гостинності:
 - готельне господарство;
 - громадське харчування;
 - туристичні підприємства;
 - транспорт;
 - підприємства сфери розваг і т. д.

Висновки. Отже, однією із основних умов ефективного розвитку готельно-ресторанної справи в Україні є впровадження та використання інновацій. Інновації в гостинності передбачають створення нових видів послуг із метою кращого задоволення потреб клієнтів готельно-ресторанного комплексу. Це можливо здійснювати за допомогою інновацій як виробничого (покращення матеріально-технічної бази), так і обслуговуючого (сервісного обслуговування) характеру. У ході дослідження було виділено два підходи до визначення особливостей інновацій у сфері послуг, а саме: асиміляційний, який пов'язує сервісні інновації із виробничими, та розмежувальний, який цілком протилежний першому, оскільки в сучасних умовах жорсткої конкуренції підприємства сфери гостинності вимушені використовувати нетрадиційні, сучасні та ефективні підходи організації надання послуг.

Список використаних джерел

1. Аль-Нсур А.А. Інновації в сфері услуг: види и подходы к классификации / А.А. Аль-Нсур // Вестник Российской академии естественных наук. – 2013. – № 17. – С. 62-65.
2. Друкер П.Ф. Бізнес та інновації = Innovation and Entrepreneurship / П.Ф. Друкер; пер. з англ. і ред. К.С. Головинського. – М. : Вільямс, 2007. – 423 с.
3. Дослідження INSEAD: Глобальний Індекс Інновацій 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.gtmarket.ru.
4. Жукова Т. Інновації в готельному бізнесі [Електронний ресурс] / Т. Жукова. – Портал готельного бізнесу . – Режим доступу : <http://www.hotelline.ru>.
5. Калетнік Г.М. Інноваційні моделі управління стратегічним економічним потенціалом сучасних економічних систем / Г.М. Калетнік, Г.М. Заболотний, С.В. Козловський // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 4. – С. 3-11.
6. Левицька І.В. Ефективність інноваційної діяльності в готельно-ресторанному бізнесі / І.В. Левицька // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. – № 12. – С. 87-93. – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua>.
7. Майлс Й. Сервісні інновації в ХХІ столітті / Й. Майлс // Форсайт. – 2011. – № 2. – С. 4-15.
8. Похомчикова О.О. Особливості інновацій у сфері послуг (на прикладі індустрії гостинності) / О. О. Похомчикова // Сервіс plus. – 2014. – № 4/8. – С. 45-52.
9. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів (проектів) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.gov.ua>.

10. Шаповалова О.М. Інноваційна діяльність, як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства / О.М. Шаповалова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. –2013. – № 16 (205). – С. 224-228.
11. Barras R. Towards a Theory of Innovation in Services / R. Barras // Research Policy. – 1986. – № 15 – Pp. 161-173.
12. Bolwijn P. Manufacturing in the 1990s: Productivity, Flexibility, and Innovation / P. Bolwijn, T. Kumpe // Long Range Planning. – 1990. – № 23. – Pp. 44-57.
13. Chang S. Promoting innovation in hospitality companies through human resource management practices [Электронный ресурс] / S. Changa, Y. Gongb, C. Shumb // International Journal of Hospitality Management. – 2011. – 330. – URL : www.elsevier.com.
14. Den Hertog P. Capabilities for Managing Service Innovation: Towards a Conceptual Framework / Den Hertog P., Van der Aa W., De Jong M.W. // Journal of Service Management. – 2010. – Vol. 21. – № 4. – Pp. 490-514.

Список використаних джерел у транслітерації / References

1. Al'-Nsur A. A. Ynnovatsyy v sfere usluh : vidy i podkhody k klassifikatsii / A.A. Al'-Nsur // Vestnyk Rossiiskoy akademii estestvennykh nauk. – 2013. – № 17. – Pp. 62-65.
2. Druker P.F. Biznes ta innovatsiyi = Innovation and Entrepreneurship / P.F. Druker; per. z anhl. i red. K. S. Holovyns'koho. – M. : Vil'yams, 2007. – 423 p.
3. Doslidzhennya INSEAD: Hlobal'nyy Indeks Innovatsiy 2012 [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: www.gtmarket.ru.
4. Zhukova T. Innovatsiyi v hotel'nomu biznesi [Elektronnyy resurs] / T. Zhukova. - Portal hotel'noho biznesu . – Rezhym dostupu : <http://www.hotelline.ru>.
5. Mayls Y. Servisni innovatsiyi v XXI stolitti / Y. Mayls // Forsayt. – 2011. – № 2. – Pp. 4-15.
6. Kaletnik H.M. Innovatsiini modeli upravlinnia stratehichnym ekonomichnym potentsialom suchasnykh ekonomichnykh system / H.M. Kaletnik, H.M. Zabolotnyi, S.V. Kozlovskiy // Aktualni problemy ekonomiky. – 2011. – № 4. – Pp. 3-11.
7. Levytska I.V. Efektyvnist innovatsiinoi diialnosti v hotelno–restorannomu biznesi / I.V. Levytska // Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini. – 2012. – № 12. – Pp. 87-93.
8. Pokhomchykova O.O. Osoblyvosti innovatsiy u sferi posluh (na prykladi industriyi hostynnosti) / O.O. Pokhomchykova // Servis plus. – 2014. – № 4/8. – Pp. 45-52.
9. Strategija innovacijnogo rozvitku Ukraïni na 2010- 2020 roki v umovah globalizacijnih viklikiv (proektiv) [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: <http://www.zakon.gov.ua>.
10. Shapovalova O.M. Innovatsiyna diyal'nist', yak osnova pidvyshchennya konkurentospromozhnosti hotel'noho hospodarstva / O.M. Shapovalova // Visnyk Skhidnoukrayins'koho natsional'noho universytetu imeni Volodymyra Dalya. – 2013. – № 16 (205) – Pp. 224-228.
11. Barras R. Towards a Theory of Innovation in Services / R. Barras // Research Policy. – 1986. – № 15 – Pp. 161-173.
12. Bolwijn P. Manufacturing in the 1990s: Productivity, Flexibility, and Innovation / R. Bolwijn, T. Kumpe // Long Range Planning. – 1990. – № 23. – Pp. 44-57.
13. Chang S. Promoting innovation in hospitality companies through human resource management practices [Электронный ресурс] / S. Changa, Y. Gongb, C. Shumb // International Journal of Hospitality Management. – 2011. – 330. – URL : www.elsevier.com.

14. Den Hertog P. Capabilities for Managing Service Innovation: Towards a Conceptual Framework / Den Hertog P., Van der Aa W., De Jong M.W. // Journal of Service Management. – 2010. – Vol. 21. – № 4. – Pp. 490-514.

**ANNOTATION
THE FEATURES AND CONTENT OF HOSPITALITY INNOVATION**

STAVSKA Yulia,
*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
of the Department of International Management,
Hotel and Restaurant Business and Tourism,
Vinnytsia National Agrarian University
(Vinnytsia)*

The article emphasizes the importance and relevance of innovation in hospitality. As a result of the research, the definition of the concept of “hospitality industry” is formulated, which is considered by the author in terms of interrelations between the hospitality industry and tourist and hotel industries. The service character of innovations in hospitality industry is revealed. As a result of the study the approaches to the definition of “innovation” are given, besides, criteria for defining the concept of innovation in the hospitality industry have been formulated taking into account the specifics of the hospitality industry. The concept of innovations in the hospitality industry is defined. The approaches to the understanding of service innovations in the hospitality industry are considered. The classification of innovations in the hospitality industry is proposed. The research of hospitality industry has allowed to reveal its content, specificity and tendencies of its innovative development. The innovations have been identified as an important factor in the development of the hospitality industry.

Keywords: innovations, technological innovations, service innovations, service, development, hospitality industry, service, tourism, restaurant, hotel.

**АННОТАЦІЯ
ОСОБЕННОСТИ И СОДЕРЖАНИЕ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ
ГОСТЕПРИИМСТВА**

СТАВСКАЯ Юлия Вацлавовна,
*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности,
гостинично-ресторанного дела и туризма,
Винницкий национальный аграрный университет,
(Винница)*

В статье подчёркивается важность и актуальность применения инноваций в сфере гостеприимства. В результате проведенных исследований сформулировано собственное определение понятия “индустрия гостеприимства”, которое рассматривается автором с точки зрения взаимоотношения индустрии гостеприимства с туристической и гостиничной индустрией. Выявлен сервисный характер инноваций в индустрии гостеприимства. В результате изучения подходов к определению понятия “инновации”, а также учёта специфики индустрии гостеприимства были сформулированы критерии для определения понятия инноваций в индустрии гостеприимства. Приведено определение понятия инноваций

в индустрии гостеприимства. Рассмотрены подходы к пониманию сервисных инноваций в индустрии гостеприимства. Предложена классификация инноваций в индустрии гостеприимства. Исследование индустрии гостеприимства позволило выявить её содержание, специфику; тенденции её инновационного развития. Таким образом, инновации были определены в качестве важного фактора развития индустрии гостеприимства.

Ключевые слова: инновации, технологические инновации, сервисные инновации, сервис, развитие, индустрия гостеприимства, услуга, туризм, ресторан, гостиница.

Інформація про автора

СТАВСЬКА Юлія Вацлавівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, готельно- ресторанної справи та туризму, Вінницький національний аграрний університет (21030, м. Вінниця, вул. О. Антонова, 29/65, e-mail: usv.urf@ukr.net).

STAVSKA Yulia – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of International Management, Hotel and Restaurant Business and Tourism, Vinnytsia National Agrarian University (Vinnytsia, 29/65, Antonov Str., e-mail: usv.urf@ukr.net).

СТАВСКАЯ Юлия Вацлавовна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности, гостинично - ресторанного дела и туризма, Винницкий национальный аграрный университет (21030, г. Винница, ул. О. Антонова, 29/65, e-mail: usv.urf@ukr.net).

