

**Д. е. н. Сардак С. Е., Калиста А. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ІННОВАЦІЇ В ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ**

У ХХІ сторіччі інновації постають обов'язковою функцією управління та розвитку будь-якого підприємства. В готельній індустрії, яка є привабливою та детермінованою за попитом, інноваційна діяльність також відіграє визначальну роль, що і потребує здійснення наукових досліджень.

Інновації за змістом розглядають з одного боку у межах теоретичних розробок вчених, а з іншого, у межах формулювань нормативних та підзаконних активів. Теоретичні розробки стосовно інноваційної активності підприємств здійснюються у межах сфери обслуговування та менеджменту. Щодо законодавчої бази, то в кожній країні існують формалізовані ознаки інноваційної діяльності відображені у нормативно-правових актах. Наприклад, в Україні ознаки інновації та інноваційної діяльності висвітлено насамперед в Конституції України, Господарському кодексі, Цивільному кодексі, Законах України (насамперед, у Законах «Про інноваційну діяльність», «Про наукову і науково-технічну діяльність», «Про наукову і науково-технічну експертизу», «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків», «Про спеціальну економічну зону «Яворів»», «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні»).

Характер інновацій в готельній індустрії залежить від багатьох факторів: на особистісному рівні (якість підготовки працівників, освіта, компетенції, стан здоров'я, задоволеність працею тощо), на макрорівні (економічні можливості підприємства, компетентність вищого керівництва, система мотивування праці, якість виробництва та послуг), на мезорівні (вплив місцевих громад, динаміка розвитку регіону, стан розвитку інфраструктури тощо), на макрорівні (рівень економічного розвитку країни, політична стабільність, рівень поточних цін, курс валют, інфляційні процеси тощо), на глобальному рівні (клімат, погодні умови, міжнародні події, вплив міжнародних організацій тощо).

Вирішальними факторами, які обумовлюють рівень інноваційної активності і її характер – є розподіл підприємств готельної індустрії за різними рейтингами, у тому числі: система зірок, система корон, система класів, система літер. Так підприємства які займають вищий рейтинг в класифікації за якістю надаваних послуг завжди більш інноваційно-активні.

Наприклад, серед лідерів у сфері інноваційної активності ідентифікують наступні тенденції: у сфері обслуговування (застосування QR-кодів і електронного

меню, аудіо-візуальні дисплеї, креативна подача страв, оригінальні концепції закладу, акцент на еко-продукцію), у виробничій сфері (оснащення новітніми енерго-заощаджувальними технологіями, використання енергії сонця і вітру, застосування новітніми пристроями обслуговування), у сфері маркетингу (електронна торгівля, зміна в формах пропозиції готельного продукту, вихід на нові ринки), у сфері управління персоналом (поліпшення системи відбору, підготовки та розвитку кадрів, стимулювання креативних ідей, звільнення менеджерів від рутинних функцій, продуктивне використання майстерності та здібностей людей), у сфері постачання (використання адаптивних і гнучких логістичних систем ланцюгів, глибоке дослідження ринку та застосування підходів і методів проектного менеджменту).

Відповідно аналізуючи стан інноваційної активності підприємств готельної індустрії можна зазначити, що їх рівень визначається суб'єктивними аспектами, науковою активністю працівників, їх освіченістю, зацікавленістю, а також об'єктивними чинниками (природні явища, форс мажорні обставини, глобальні тенденції, вплив глобальних акторів).

#### **Список використаних джерел:**

1. Сардак С. Э. Глобальные факторы и перспективы развития отельно-ресторанного бизнеса / С. Э. Сардак, М. Нарро Тума // Инфраструктура рынка. – 2017. – № 13. – Режим доступа: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/13\\_2017\\_ukr/6.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/13_2017_ukr/6.pdf)
2. Sardak S. Global innovations in tourism / S. Sardak, V. Dzhyndzhoian, A. Samoilenko // Innovative Marketing. – 2016. – № 3. – P. 45–50.
3. Тімар І. В. Імідж підприємства як інноваційний інструмент конкурентної боротьби на ринку готельних послуг / І. В. Тімар // Економіка і менеджмент – 2016: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 14–15 квіт. 2016 р.: у 9 т. – Т.6. – Дніпропетровськ: Біла К.О., 2016. – С. 20–23.
4. Тімар І. В. Інноваційний розвиток підприємств сфери готельних послуг / І. В. Тімар, Ю. А. Вернидуб // Збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції «Економіка і менеджмент – 2013: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку». – Т. 6. Проблеми та перспективи інноваційного розвитку: держава, регіон, галузь, суб'єкт господарювання. – 24–25 квітня 2014 року. – Дніпропетровськ, 2014. – С. 134–135.