

УДК 001.895:338.48:631:640.4

О. О. Школьний,  
д. е. н., професор кафедри менеджменту,  
Уманський національний університет садівництва  
ORCID ID: 0000-0003-2010-6497

DOI: 10.32702/2306-6792.2022.2.18

## **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ТУРИЗМІ ТА ГОСТИННОСТІ В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ**

O. Shkolnyi,  
Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Management,  
Uman National University of Horticulture

### **THEORETICAL AND METHODOLOGICAL RESEARCH ASPECTS OF INNOVATIVE PROCESSES IN RURAL TOURISM AND HOTEL BUSINESS**

У статті висвітлено теоретико-методологічні аспекти дослідження інноваційних процесів у туризмі та гостинності в сільській місцевості. Складність феноменологічної картини інноваційних рішень зумовлює необхідність її вивчення з позицій багатофункціональності агропродовольчої сфери. Досягнення підприємствами конкурентних переваг можливе за умов диверсифікації, освоєння нових ринків, формування стратегій маркетингового позиціонування та пошуку нових форм комерційної діяльності.

Ефективність підприємницьких рішень пов'язана із залученням інноваційних технологій, достовірної інформації та ефективних методів управління. Водночас чітке організаційне, теоретичне та методологічне забезпечення сприяє досягненню збалансованої оцінки ринкових можливостей та вибору найменш ризикованих бізнес-стратегій. В умовах кризових явищ, пов'язаних з впливом чинників пандемії COVID-19, зростає важливість коригування діяльності суб'єктів господарювання у сфері агротуризму та гостинності, що значною мірою зумовлює необхідність вивчення теоретико-методологічних аспектів розвитку інноваційного менеджменту.

Пандемія коронавірусної хвороби негативно вплинула на деякі галузі національної економіки. Це значною мірою відображається у підприємницькій діяльності в сфері сільського туризму та гостинності. Залучення підприємств до інноваційних процесів та постачання на ринок нових конкурентоспроможних інноваційних товарів і послуг може сприяти подоланню наслідків кризових явищ. Попри нижчу ефективність інноваційного менеджменту в невеликих за масштабами підприємствах, які функціонують у сільській місцевості, тут існують сприятливі можливості для споживачів та місцевих жителів, що забезпечує економічні та соціальні вигоди.

Індикатори підприємницьких інновацій повинні відображати актуальність, точність/валідність, надійність, своєчасність, послідовність, порівнянність, доступність відповідно до цілей ефективного позиціонування продукції та послуг на ринку, розширення внутрішніх можливостей та формування стратегій щодо конкурентів.

Використання якісних, кількісних та змішаних методів дослідження може сприяти моніторингу інноваційних технологій та процесів диверсифікації у сфері туризму та гостинності в сільській місцевості в контексті підтримки сталих конкурентних переваг.

The theoretical and methodological research aspects of innovative processes in rural tourism and hotel business have been highlighted in the article. The complexity of the phenomenological picture of innovative solutions necessitates its study from the standpoint of multifunctionality of the agrifood sector. The achievement of sustainable competitive advantage by enterprises is possible under the conditions of diversification, development of new markets, formation of marketing positioning strategies and search for new forms of commercial activities.

The effectiveness of business decisions is related to the involvement of innovative technologies, reliable information and efficient management methods. At the same time, improved organizational, theoretical and methodological support facilitates to achieve a balanced assessment of market opportunities and the choice of business strategies with the least amount of risk. The COVID-19 crisis has shown the importance of adjustments in the activities of business entities in the field of agritourism and hospitality, which largely necessitates the study of theoretical and methodological aspects of the developments in innovation management.

The coronavirus pandemic has had a negative impact on some sectors of the national economy. This is highly reflected in the entrepreneurial activities of rural tourism and hospitality. The involvement of enterprises in the innovation process and the supply to the market of new competitive innovative goods and services can facilitate the overcoming of the effects of the recent crisis.

Despite the lower performance of innovative management in small-scale enterprises operating within rural areas there are favorable opportunities for consumers and local residents, which provides economic and social benefits.

Indicators of entrepreneurial innovations should be able to reflect the relevance, accuracy and validity, reliability, timeliness, consistency, comparability, availability in accordance with the objectives of effective selling of products and services in the market, expanding internal capabilities and positioning the company relative to the competitors.

The use of quantitative, qualitative and mixed research methods can facilitate monitoring of innovative technologies and diversification processes in the field of tourism and hospitality in rural areas in the context of sustainable competitive advantage.

*Ключові слова: інновації, конкурентні переваги, диверсифікація, туризм та гостинність у сільській місцевості, кількісні, якісні та змішані методи досліджень.*

*Key words: innovations, competitive advantage, diversification, rural tourism and hotel business, quantitative, qualitative and mixed research methods.*

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Важливими передумовами забезпечення сталих конкурентних переваг підприємств аграрної сфери є поглиблення диверсифікації, освоєння нових ринків, формування стратегій маркетингового позиціонування та пошук нових форм здійснення комерційної діяльності. Результативність підприємницьких рішень в цій сфері залежить від застосування інноваційних технологій, надійної інформаційної бази та чітких методів менеджменту. При цьому ефективна теоретико-методологічна підтримка сприяє зваженій оцінці ринкових можливостей та вибору найменш ризикованих підприємницьких стратегій.

Вплив чинників пандемії COVID-19 вимагає коректив у діяльності суб'єктів підприємництва в сфері аграрного туризму та гостинності, що значною мірою зумовлює необхідність дослідження теоретико-методологічних аспектів розвитку інноваційних процесів.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблеми розвитку інноваційної діяльності у туристичному та готельно-ресторанному бізнесі відобразили у своїх наукових працях Є.В. Барабаш, С.А. Бурий, А.О. Глебова, Н. Еванс,

О.Ю. Завадинська, К. Орсборн, В. Раттен, В.А. Русавська, М. Сандланд, А.І. Саненко, А.Г. Черномазук та ін. Питання розвитку інноваційних процесів в підприємствах туризму та гостинності, що функціонують у сільській місцевості, висвітили П.А. Горішевський, Ю.В. Зінько, Т.І. Іщенко, Е. Кастенхолц, В.В. Кушель, Б. Лейн, М.П. Мальська, І.М. Медвідь, О.Г. Підвальна, М.Й. Рутинський, Я.С. Шевела, О.Б. Шидловська та ін.

Труднощі, з якими наразі стикаються підприємства в сфері сільського туризму та гостинності, свідчать про необхідність залучення інноваційних технологій та вдосконалення методів дослідження нагальних проблем.

## МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Метою дослідження є розгляд теоретико-методологічних аспектів дослідження інноваційних процесів у туризмі та гостинності в сільській місцевості.

## ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Складність феноменологічної картини інноваційних рішень при здійсненні підприємницької діяльності в агропродовольчій сфері зумовлює необхідність її дослідження з по-

зицій мультифункціональності. Адже аграрний сектор економіки — це не лише виробництво продукції рослинництва та тваринництва, але й історична та культурна спадщина, традиції, звичаї, уклад сільського життя, унікальний ландшафт, що привертає увагу споживачів послуг сфери туризму та гостинності в сільській місцевості.

Пандемія COVID-19 зумовила негативний вплив на окремі галузі економіки. Це зокрема знайшло відображення у діяльності суб'єктів підприємництва в туризмі та гостинності. Значним резервом подолання кризових явищ є активне залучення інноваційної діяльності. Остання спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює постачання на ринок нових конкурентоспроможних інноваційних товарів і послуг [1].

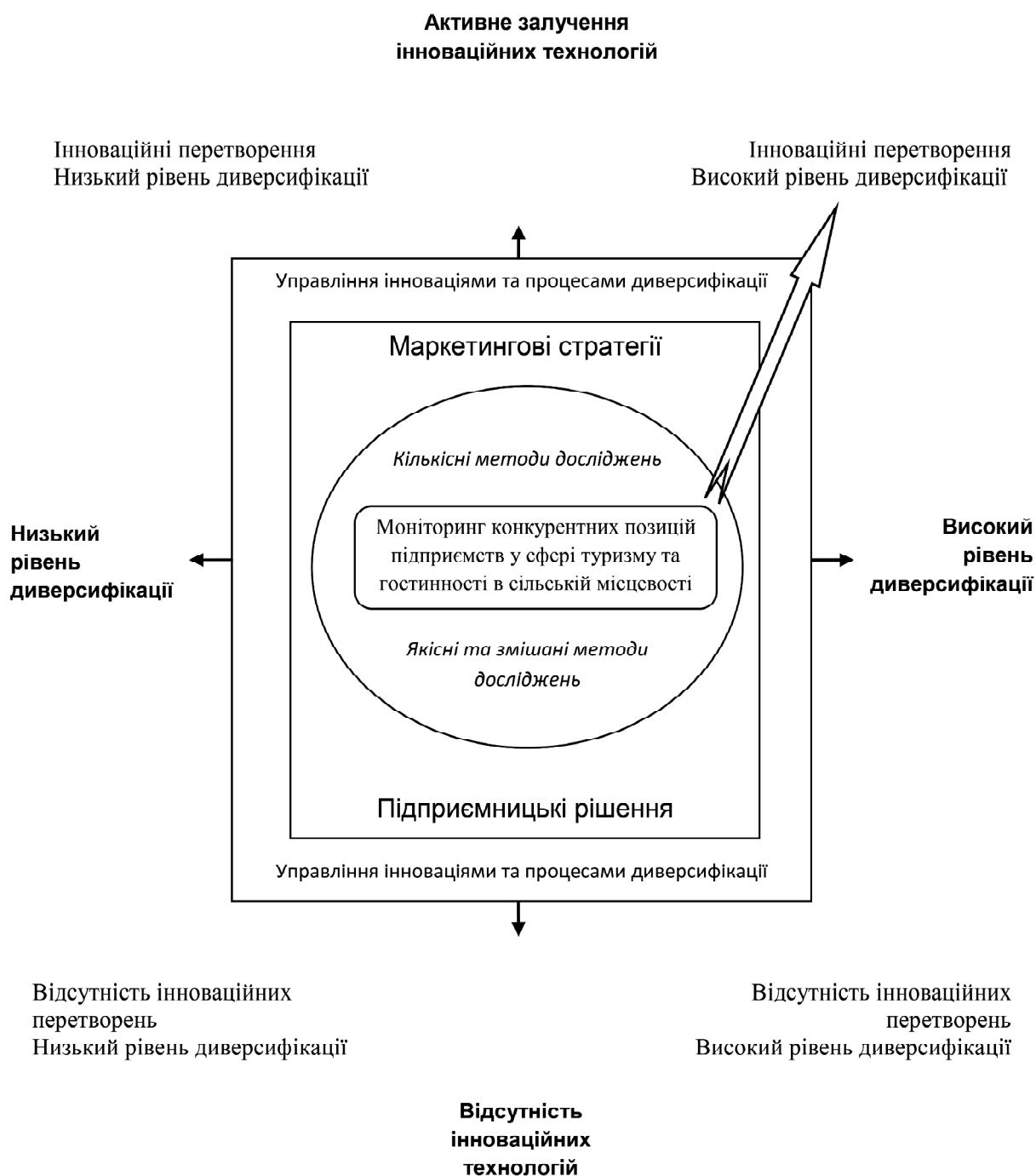
У процесі дослідження інноваційних процесів Й. Шумпетер акцентує увагу залучення нових товарів та методів виробництва, відкриття нових ринків та джерел постачання сировини чи напівфабрикатів, реорганізацію окремих галузей економіки [8]. Інноваційна діяльність базується на принципах науковості (використанні наукових знань для здійснення інновацій); системності (врахування всієї сукупності факторів та умов кон'юнктури ринку); позитивного результату (орієнтація на позитивний ефект для людей, природного середовища та суспільства загалом); відповідності інновації потребам клієнтів; зв'язності (закінчення життєвого циклу послуги зумовлює потребу в пропозиції нового продукту); безпеки (недопущення шкоди для людей та навколишнього середовища); адаптивності (пропозиція інноваційних послуг повинна відображати динамічні умови ринкової кон'юнктури); конкурентоспроможності (відображення вимог стратегічного ринкового позиціювання); керованості (залучення механізмів інноваційного менеджменту); зворотного зв'язку (аналіз реакції клієнтів на нововведення) та врахування інноваційного потенціалу регіонів [5].

Попри нижчі можливості інноваційного менеджменту підприємств, які функціонують у межах сільських територій (зокрема це стосується залучення smart-технологій), він створює сприятливі можливості для місцевих мешканців (забезпечення нових робочих місць, поповнення фінансових ресурсів громад, модернізація інфраструктури) і споживачів індустрії туризму та гостинності (можливості поліпшення здоров'я, доступ до унікальних послуг за прийнятними цінами), забезпечує економічні

вигоди (формування передумов для сталого економічного розвитку аграрних підприємств та регіонів, зменшення безробіття, збільшення попиту на інноваційні продукти) і соціальні переваги (розвиток підприємницької діяльності як об'єкта наукових досліджень, збереження культурної спадщини, підтримка розвитку ремесел) [4]. При цьому важливе значення мають рівень новизни (удосконалення існуючих послуг, революційні технологічні рішення) та фінансові можливості підприємств втілювати в життя інноваційно-інвестиційні проекти.

Серед інновацій в сферах туризму та гостинності можна виділити продуктові (нові туристичні товари та послуги і вдосконалення параметрів вже існуючих на ринку, залучення нових туристично-рекреаційних ресурсів та територій), технологічні (застосування нових технологій, зокрема інформаційних і комунікаційних, інновації в матеріально-технічному забезпеченні туристичного бізнесу, підвищення ефективності управління якістю, поліпшення транспортної інфраструктури, забезпечення природоохоронних заходів), маркетингові (зміцнення позицій на нових ринкових сегментах, залучення нових заходів стимулювання збуту, формування привабливого іміджу рекреаційних територій), організаційно-управлінські (інноваційні методи і форми управління, нові форми організації), сервісні (нові форми підготовки та перепідготовки персоналу, залучення інноваційних форм сервісного обслуговування, використання нових регуляторних механізмів) та логістичні (цифрова трансформація туристичної логістики, автоматизація процесів контролю за матеріальними фінансовими та інформаційними потоками, послуги за системою постачань "точно у термін") [2]. Більш повне залучення інформаційних технологій дозволяє збільшувати кількість клієнтів, особливо молоді; використовувати соціальні мережі для рекламування послуг (участь блогерів у заходах стимулювання збуту); проводити онлайн-тренінги; здійснювати обмін досвідом серед підприємців; освоювати передові технології зарубіжних країн [3].

Унаслідок впливу чинників ринкової кон'юнктури інноваційно активним підприємствах не завжди вдається утримувати ринкову частку внаслідок стратегічних рішень конкурентів. Індикатори підприємницьких інновацій повинні відображати актуальність, точність/валідність, надійність/чіткість, своєчасність, узгодженість, можливість порівняння, доступність/ясність у відповідності з цілями ефективного позиціювання продукції підприємства на рин-



**Рис. 1. Концептуальні основи моніторингу конкурентних позицій підприємств у сфері туризму та гостинності в сільській місцевості із залученням інноваційних технологій та методів диверсифікації, на основі якісних, кількісних та комплексних наукових досліджень**

Джерело: [7].

ку (посилення позицій на окремих ринкових сегментах, диверсифікація, орієнтація не задоволення потреб окремих споживачів, формування нових бізнес-моделей), розширення внутрішніх можливостей (удосконалення навичок персоналу, інтенсифікація інноваційної діяльності, нівелювання ризиків в процесі інноваційного менеджменту) та позиціонування підприємства відносно конкурентів (імітація

інноваційних стратегій конкурентів, втілення в життя стратегій інноваційного лідерства, а також лідерство за технологіями, дизайном та мінімальними витратами) [10].

Важливість формування підприємницьких структур за моделлю сільського туризму нової генерації зумовлена проблемою розрізненості та невеликими масштаби підприємницької діяльності в сфері сільського туризму та гос-

тинності [9]. Поєднання принципів розвитку сільського зеленого туризму та органічного сільського господарства сприяє залученню традиційних технологій, інновацій та наукових розробок з метою поліпшення стану навколишнього природного середовища та підвищення рівня добробуту населення. Необхідність дотримання вимог законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції зумовлює уніфікацію параметрів її якості та створює передумови для досягнення економії за рахунок масштабу.

Застосування якісних, кількісних та змішаних методів наукових досліджень спроможне забезпечити моніторинг інноваційних технологій та процесів диверсифікації у сфері туризму та гостинності в сільській місцевості і на цій основі відобразити можливості підтримки сталих конкурентних переваг (рис. 1).

Для позитивізму як парадигмальної гносео-методологічної установки притаманні орієнтація на дедуктивний метод, логічний емпіризм, перевірка теоретичних положень, формування та статистичний аналіз вибірових сукупностей, тестування гіпотез на основі зібраних дослідником даних.

Якісні дослідження, в яких дані отримують нестатистичними і не кількісними способами, можуть дати чітке уявлення про деталі феномена, які складно отримати кількісними методами [6; 11].

Інтерпретативно-описова природа якісних досліджень та застосування герменевтичної феноменології забезпечують отримання деталізованих даних про об'єкти дослідження. На відміну від позитивістської кількісної методології та емпіричного реалізму, якісні дослідження в сільському туризмі та гостинності передбачають нематематичну аналітичну процедуру і дозволяють проникнути в суть явищ на основі збору та інтерпретації даних з первинних джерел. Багатогранність явищ в аграрному туризмі та гостинності вимагає поєднання якісних та кількісних методів наукових досліджень.

### **ВИСНОВКИ**

Отже, широкий діапазон кількісних та якісних параметрів продукції та послуг підприємств у сільській місцевості зумовлює їх мультифункціональність, що проявляється у виконанні аграрними формуваннями виробничих, соціальних та природоохоронних задач.

Передумовою подолання кризових явищ у сфері сільського туризму та гостинності внаслідок впливу чинників пандемії COVID-19 є за-

лучення механізмів інноваційного менеджменту. Розв'язання проблеми розрізненості та великих масштабів діяльності аграрних підприємств можливе за рахунок формування моделі сільського туризму нової генерації. На нашу думку, сталі конкурентні переваги спроможне забезпечити поєднання принципів розвитку сільського зеленого туризму та органічного сільського господарства за умов залучення традиційних технологій, інновацій та наукових розробок з метою поліпшення стану навколишнього природного середовища та підвищення рівня добробуту населення.

Моніторинг інноваційних технологій та процесів диверсифікації у сфері туризму та гостинності в сільській місцевості спрямований на підтримку конкурентоспроможності, із залученням якісних, кількісних та змішаних методів наукових досліджень.

### **Література:**

1. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 липня 2002 р. № 40-IV (з чинними змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата звернення: 06.01.2022).
2. Давидова О.Г. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2015. № 7 (172). С. 65—69.
3. Ковальова О.В., Самсонова В.В., Гакал Т.О. Відновлення сільського зеленого туризму в умовах COVID-19 як інструмент реновації аграрної економіки. Бізнес Інформ. 2020. № 10. С. 155—162.
4. Підвальна О.Г. Інноваційні напрями розвитку сільського туризму у структурі регіональних туристичних систем. Інфраструктура ринку. Одеса, 2020. Вип. 43. С. 334—337. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/43-2020> (дата звернення: 06.01.2022).
5. Сардак С.Е., Саркісян А.С. Інноваційні аспекти розвитку міжнародного туризму. Економічний простір. 2018. № 138. С. 18—28.
6. Страусс А., Корбин Дж. Основы качественного исследования: обоснования теории, процедуры и техники. М.: Эдиториал URSS, 2001. 256 с.
7. Школьный О.О. Организационно-экономические механизмы управления конкурентоспособностью аграрных предприятий: монография. Умань: УНУС, 2007. 308 с.
8. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития: Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу. К.: Ви-

давничий дім "Києво-Могилянська академія", 2011. 242 с.

9. Lane, B. and Kastenholz, E. (eds). Rural Tourism: New Concepts, New Research, New Practice. Abingdon: Routledge, 2019. 296 p.

10. Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation. 4th Edition. The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities. OECD Publishing: Paris; Eurostat: Luxembourg, 2018. 256 p.

11. Phillimore J. and Goodson L. (eds) Qualitative Research in Tourism Ontologies, Epistemologies and Methodologies. London: Routledge, 2004. 333 p.

#### References:

1. The Verkhovna Rada of Ukraine (2002), The Law of Ukraine "On Innovation Activity", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (Accessed 6 January 2022).

2. Davydova, O. (2015), "Features for applying the innovation in the development of tourism industry in Ukraine", Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, vol. 7 (172), pp. 65—69.

3. Kovalova, O. V., Samsonova, V. V. and Gakal, T. O. (2020), "The recovery of rural green tourism in COVID-19 conditions as an instrument for the renovation of the agrarian economy", Business Inform, vol. 10, pp. 155—162.

4. Pidvalna, O. G. (2020), "Innovative directions of rural tourism development in the structure of regional tourism systems", Market Infrastructure, [Online], vol. 43, pp. 334—337, available at: <http://www.market-infr.od.ua/uk/43-2020> (Accessed 6 January 2022).

5. Sardak, S., and Sarkisian, A. (2018), "Innovative aspects of international tourism development", Economic scope, vol. 138, pp. 18—28.

6. Strauss, A. and Corbin, J. (2001), Osnovy kachestvennogo issledovaniya: obosnovannya teoriya, procedury i tekhniki [Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques], Moscow, URSS.

7. Shkolny, O. O. (2007), Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizmy upravlinnia konkurentospromozhnistiu ahrarnykh pidpriemstv [Organizational and Economic Mechanisms of Managing Competitiveness of Agricultural Enterprises], Uman State Agrarian University, Uman, Ukraine.

8. Schumpeter, J. A. (2011), Teoriia ekonomichnoho rozvytku: Doslidzhennia prybutkiv, kapitalu, kredytu, vidsotka ta ekonomichnoho tsykladu [The Theory of Economic Development. An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and

the Business Cycle], Vydavnychyj dim "Kyievo-Mohylians'ka akademiia", Kyiv, Ukraine.

9. Lane, B. and Kastenholz, E. (eds) (2019), Rural Tourism: New Concepts, New Research, New Practice, Routledge, Abingdon, UK.

10. OECD/Eurostat (2018), Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, 4th Edition, OECD Publishing, Eurostat, Paris; Luxembourg.

11. Phillimore, J., and Goodson, L. (eds) (2004), Qualitative Research in Tourism Ontologies, Epistemologies and Methodologies, Routledge, London, UK.

Стаття надійшла до редакції 10.01.2022 р.

**ІНВЕСТИЦІЇ.  
ПРАКТИКА  
ТА ДОСВІД**

[www.investplan.com.ua](http://www.investplan.com.ua)

**ІНВЕСТИЦІЇ.  
ПРАКТИКА  
ТА ДОСВІД**

Науково-практичний журнал

**Виходить 24 рази на рік**

Передплатний індекс: 23892

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України (Категорія «Б») з

**ЕКОНОМІЧНИХ НАУК та ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ**

(Наказ Міністерства освіти і науки України  
№ 886 від 02.07.2020)

Спеціальності - 051, 071, 072, 073, 075, 076, 281, 292