

продуктивності праці за рахунок поглиблення кооперації між підприємствами; узгодженість інтересів влади і бізнесу як елементів територіальної соціально-економічної системи, виникнення синергетичного ефекту, взаємоудосконалення і саморозвиток [3].

Розробка політики сталого просторового розвитку має ґрунтуватися на таких підходах регіонального соціально-економічного розвитку: забезпечення територіальної єдності за допомогою більш збалансованого соціального та економічного розвитку регіонів та підвищення їх конкурентоспроможності; підвищення вивченості природних ресурсів; освоєння нових сировинних баз, підвищення рівня забезпеченості території ресурсами; формування нових промислових осередків; створення регульованої системи міст і сільських поселень, включаючи вдосконалення їх господарських взаємовідносин; формування збалансованої міжрегіональної інфраструктурної системи (транспорт, зв'язок, енергомагістралі); розвиток інформаційних технологій, вдосконалення доступу до використання інформації; запобігання (обмеження) різних видів шкоди, що завдається господарським розвитком навколишньому середовищу; обмеження наслідків природних катастроф.

Література

1. Ільчук В. П. Кластерна стратегія розвитку економіки регіону: монографія / В. П. Ільчук, І. О. Хоменко, І. В. Лисенко. – Чернігів: Черніг. держ. технол. ун-т, 2013. – 367 с.
2. Мамонова В. В. Формування територіальних кластерів як інструменту регіонального розвитку : наук. розробка / В. В. Мамонова, Ю. О. Куц, О. М. Макаренко та ін. – К.: НАДУ. 2013. – 36 с.
3. Посібник з кластерного розвитку. В рамках проекту ЄС «Послуги підтримки МСП в пріоритетних регіонах». EuropeAid / 121495/C/SV/UA. GFA Consulting Group, Державний комітет України з регуляторної політики та підприємництва (ДКРП). – К., 2006. – 38 с.

УДК 338.48:330.341.1.(477)

РУБІШ М. А.

к. е. н., доцент

Мукачівський державний університет

РОЛЬ ІННОВАЦІЙ В МЕНЕДЖМЕНТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Готельний комплекс використовує традиційну інноваційну стратегію, що означає відсутність технологічних змін на підприємстві. Дана стратегія передбачає осмислену відмову від оновлення продукції внаслідок ретельного аналізу ринкової ситуації і стану

конкурентів, але не уникає власне інноваційної поведінки, оскільки пов'язана з удосконаленням форми і сервісу традиційної продукції.

Розглянемо види інновацій, які використовує ТОВ «Гранд Готель Пилипець» в процесі здійснення господарської діяльності.

На підприємстві використовують продуктові інновації – це нові послуги, зокрема: програми лояльності клієнтів (знижки постійним клієнтам, накопичувальна система привілеїв, бонусні бали, програми для корпоративних клієнтів), акції, спеціальні пропозиції (наприклад, пакет знижок «Золота осінь»), надання додаткових послуг. Крім того використовують управлінські (організаційні) і технічні інновації.

Управлінські інновації проявляються через:

1) маркетингові заходи:

- вивчення запиту на різноманітні види готельних послуг;
- прогнозування конкурентоспроможності готельного продукту;
- розробка нових стратегій стимулювання збуту (наприклад, розроблено дитяче меню);
- розвиток рекламної кампанії, PR-діяльність (виставки, банкети, фуршети, презентації за участю преси);

2) технології управління готелем:

- система управління готелем «Shelter»;
- система управління рестораном «R-keeper»;
- система управління рухом бухгалтерської звітності – «Банк – клієнт» (Приватбанк) та програпного забезпечення «M.E.Doc IS».

3) засоби та методи управління персоналом (новітні методики навчання персоналу (система управління персоналом «Hause kipping»), впровадження форм стимулювання якості обслуговування).

Технологічні інновації проявляються через:

1) види матеріально-технічного забезпечення обслуговування:

- оснащення готелю сучасними димовими датчиками, безшумними кондиціонерами;
- інтерактивний проектор;
- карточна система відкривання-закривання дверей номерів;
- індивідуальне управління освітленням в холі, санвузлах та приміщеннях загального користування;
- використання бактерицидних ламп для очищення води;

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ КРИЗОВОЇ ЕКОНОМІКИ

– оплата за надані послуги приймається як за готівковим, так і безготівковим розрахунком. Також до оплати приймаються платіжні картки Visa, Visa Electron, Maestro, Mastercard;

2) комп'ютерні технології в системі бронювання та резервування, зокрема «Shelter»;

3) екологічні засоби в обслуговуванні туристів:

– енергозберігаюче освітлення;

– використання екологічних матеріалів (постільна білизна, килими, рушники, миючі засоби з антибактеріальними і бактерицидними властивостями);

– вентиляції та ін.

Головна передумова інноваційної діяльності готельного комплексу полягає в тому, що все існуюче можна притягнути до удосконалення. Для цього необхідний постійний моніторинг устаткування, обладнання, матеріальної бази готелю.

З метою постійного вдосконалення в готелі проводиться тестування персоналу, здійснюється контроль продукції, атестація технологій, проводиться аналіз ринку і каналів збуту.

Дана діагностика готельного підприємства просто необхідна керівництву. Це шлях до успіху на ринку. Аналізуючи працездатність всіх сфер підприємства, керівництво зможе зробити висновок про те, які їх компоненти і коли стануть морально застарілими. Володіння даною інформацією, допоможе передбачити необхідність оновлення тієї чи іншої послуги, технології, обладнання тощо, а значить, залишатися конкурентоспроможним. Це також, у свою чергу, спонукає керівництво звернути свою увагу на більш сучасні підходи до організації внутрішнього середовища підприємства і зосередитися на інноваційних ідеях, які забезпечать готелю конкурентоспроможність на ринку готельних послуг, зроблять його більш впізнаваним, а також значно підвищать рівень обслуговування.

Будь-які зміни, які передбачаються інноваційною діяльністю є постійними, безперервними і сприяють не тільки виживанню підприємства в жорстких умовах конкуренції на туристичному ринку, але і забезпечують його постійне зростання.

Джерелами фінансування інноваційної діяльності ТОВ «Гранд Готель Пилипець» можуть бути власні кошти (прибуток, власні накопичення підприємства), а також залучені – інвестиції.

Одним з видів інноваційної діяльності зазначеного готелю є впровадження інформаційних систем управління, що використовуються в готельному комплексі. Основною їх метою є задоволення інформаційних потреб усіх без винятку співробітників підприємства, що мають справу з прийняттям рішень. Вона може бути корисна на будь-якому рівні

управління. Ця технологія орієнтована на роботу в середовищі інформаційної системи управління і використовується при більш поганій структурованості розв'язуваних задач, якщо їх порівнювати з задачами, які розв'язуються за допомогою інформаційної технології опрацювання даних.

На сьогоднішній день сформувалася досить велика кількість різноманітних методологій аналізу економічної ефективності впровадження і функціонування засобів інновацій, проте не дивлячись на це, на даний момент немає єдиної методології, яка б підходила для оцінки інформаційної інфраструктури будь-якого підприємства.

Тому існує досить складна проблема правильного вибору конкретного методу оцінки ефективності, яка вимагає від керівництва готелю диференційованого підходу до кожного кроку впровадження і використання інновацій у своїй діяльності.

На нашу думку, інноваційна стратегія готелю «Гранд Готель Пилипець» повинна бути націлена на зростання і перспективне рішення існуючих проблем шляхом удосконалення якості послуг, систем менеджменту і маркетингу, використовуючи власні сильні сторони і можливості зовнішнього середовища, а також, зважаючи на факт наявності великої кількості конкурентів, підприємству необхідно дотримуватися стратегії виборчої реакції на поведінку конкурентів в області реклами, ціноутворення.

Можна з упевненістю стверджувати, що процес пошуку нових інноваційних можливостей і шляхів економії ресурсів це в деякій мірі процес творчий, такий, що вимагає від керівництва готелю не тільки хорошого знання про нові технології і матеріали, які є на ринку, але також іноді і прийняття неординарних рішень, котрі ведуть до успіху.

УДК 658.81:631.147

СОПІЛЬНЯК І. С.

Уманський національний університет садівництва

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ЗБУТОВИХ СТРАТЕГІЙ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ РИНКОВИХ ВІДНОСИН

Ринок органічної продукції – це особливий ринок продукції й послуг, який гарантує покупцеві кращу якість товарів. Він характеризується рядом особливостей, пов'язаних із технологією виробництва, переробки, зберігання, процесом сертифікації, каналами збуту тощо [1, с. 20].

На сьогоднішній день для успішного функціонування ринку важливо не лише виробляти якісну органічну продукцію, але й проводити комплекс заходів для її реалізації. Розробка маркетингової збутової стратегії передбачає фізичне переміщення та розподіл



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>