

УДК 001.895:005.93:338.488.2:640.4

М.А. РУБИШ

кандидат економічних наук,
ст. викладач кафедри готельно-ресторанної справи,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

РОЛЬ ІННОВАЦІЙ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

В умовах сучасного розвитку ринкових відносин і посилення конкуренції усе більшого значення для розвитку країни та для успішної фінансово-господарської діяльності готельних підприємств набуває інноваційний розвиток, який передбачає використання сучасних підходів та технологій в менеджменті підприємства. Інновації та інноваційний менеджмент є необхідною складовою процесу забезпечення успішного, довготривалого та стійкого функціонування підприємства, однією з фундаментальних складових ефективної стратегії та важливим інструментом забезпечення конкурентних переваг. Зростання конкуренції у сфері готельного господарства вимагає використання інноваційних методів управління персоналом, матеріальними ресурсами, інформацією, впровадження інфраструктурних і технологічних та інших інновацій в діяльність готельних підприємств.

Актуальність обраної теми полягає в тому, що стрімкий розвиток туристичної галузі в Україні висуває підвищені вимоги до стану матеріально-технічної бази вітчизняних готелів та якості готельного сервісу, що в свою чергу залежать від ефективності інноваційних процесів.

Метою статті є проаналізувати розвиток підприємств готельного господарства та виявити вплив інновацій на нього.

Об'єктом дослідження є процес формування та управління інноваційної діяльності та роль у системі управління підприємством. Предметом дослідження є теоретико-методологічні аспекти інноваційного управління підприємством

Значний внесок у дослідження проблем і перспектив функціонування підприємств, а також ефективності застосування інноваційних технологій в їх діяльності зробили такі вчені, як:

Для успішного управління сучасним підприємством необхідне ретельне вивчення інновацій. Інновація є складним і багатоаспектним феноменом, тому різні дослідники по-різному підходять до розуміння і визначення цієї категорії. З цієї причини в науковій літературі існує досить велика кількість різних класифікацій видів інновацій. У нашій роботі ми наведемо лише деякі з них.

Правові, економічні та організаційні засади розуміння та здійснення інноваційної діяльності визначені в Законах України «Про інноваційну діяльність» [1] та «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технопарків» [2].

Так, стаття 1 Закону України «Про інноваційну діяльність» трактує інновації як новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери.

Незважаючи на однозначність трактування вищенаведеного поняття нормативними документами, в науковій та довідниковій літературі відсутня єдина позиція щодо його визначення.

У першу чергу розглянемо тлумачення терміну «інновація», яке представлено в провідних економічних словниках.

Сучасні вітчизняні та закордонні економічні словники тлумачать інновацію (нововведення) як:

- впровадження нової техніки, технологій, організації виробництва і збуту товарів тощо, що дає змогу здобувати переваги над конкурентами [3, с. 281];
- новий підхід до конструювання, виробництва та збуту товарів унаслідок якого інноватор і його компанія здобувають переваги над конкурентами [4 с. 137];
- кінцевий результат інноваційної діяльності, втілений у вигляді нового або вдосконаленого продукту чи технологічного процесу, який використовується в практичній діяльності або в новому підході до соціальних послуг [5, с. 53].

Серед сучасних дослідників послідовниками широкого розуміння інновації є Ю. В. Яковець [6, с. 9], Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук [7, с. 147]. Вони представляють інновацію як дещо нове: внесення нових елементів, всього, що вперше увійшло до вжитку.

Науковці Н. П. Завлін та А. В. Васильов [8, с. 28] є послідовниками вузького підходу, який представляє інновацію як зміну. Згідно бачення даних дослідників, інновація – це будь-які зміни у структурі чи функціях, перетворення практик, які склалися, на нові. Інші вчені розглядають інновацію як кінцевий результат діяльності у вигляді конкретних товарів, технологій, процесів тощо. Однак слід зауважити, що при цьому результатом може виступати як новий товар, так і удосконалений.

Відомі науковці в сфері досліджень інноваційної діяльності П. Завлін та О. Васильєв зазначають, що в літературі є дві точки зору, коли в одному випадку інновації вважаються результатом творчого процесу у вигляді нової продукції, технології, методу тощо, в іншому – процесом введення нових виробів, елементів, підходів, принципів замість діючих [8, с. 216]. Науковці зазначають, що їм більше імпонує визначення інновації як результату творчого процесу, але при цьому відповідної аргументації не наводять.

У процесі теоретичного дослідження виявлено такі особливості інновації, як:

- її орієнтація на економічну вигоду, прибуток, додатковий прибуток [9, с. 117];
- значущість як інструменту створення капіталу [10, с. 24];
- спроможність приносити максимальний прибуток (надприбуток) при випередженні конкурентів в глобальному масштабі [9, с. 216].

Грунтуючись на цих положеннях, доцільно розглядати поняття «інновація»: по-перше, з позиції її взаємозв'язку з поняттями «новина», «новація», «нововведення», що відображає економічну сутність та значення в сучасних умовах; по-друге, з позиції мети та процесу виникнення, створення, розробки, впровадження та отримання результатів, що визначає її економічний зміст [11, с. 292].

В сучасних умовах у сфері готельного бізнесу інноваційні технології набули стрімкого розвитку. Інноваційна діяльність в сфері готельного бізнесу досить специфічна, направлена, передусім, на задоволення вимог клієнтів, забезпечення якості обслуговування, підвищення економічної ефективності. В силу інформаційної доступності та відкритості сучасних підприємств сфери готельних послуг інновації в готельному бізнесі досить швидко копіюються та розповсюджуються, і як наслідок втрачають свою актуальність. Тому готельні підприємства постійно повинні застосовувати інноваційні підходи. Інноваційна діяльність в готельному бізнесі здійснюється за наступними напрямками [12]:

1. Продуктові інновації, що полягають у використанні новітніх технологій та впроваджені

2. Маркетингові інновації, які направлені на застосування нових методів та інструментів просування підприємства на ринок.

3. Ресурсні інновації, які направлені на ефективне використання всіх видів ресурсів та передбачають застосування систем енергозбереження та забезпечення екологічності діяльності готельних підприємств.

4. Організаційні інновації, що пов'язані з удосконаленням системи управління підприємством.

Використання продуктивних інновацій обумовлено, насамперед, необхідністю задоволення вимог клієнтів в якісних послугах та направлено на впровадження специфічних, розширення переліку супутніх та додаткових послуг.

Маркетингові інновації направлені на використання нових методів маркетингових досліджень, використання нових каналів збуту, завоювання нових ринків збуту, застосування нових комунікативних процесів, нових видів реклами та інструментів стимулювання збуту. Основними видами маркетингових інновацій є:

- інформаційні технології в системі бронювання готельних номерів;
- використання Інтернет ресурсу в цілях реклами та надання клієнтам додаткової інформації про готель, в тому числі створення та просування власного сайту;
- розширення каналів збуту, в тому числі використання франчайзингу;
- створення віртуальних екскурсій по готелю, створених у форматі 3D; налагодження комунікаційних зав'язків.

Ресурсні інновації все більше застосовуються в сучасних готельних господарствах. Піклування про оточуюче середовище та екологічна безпека нині стали невід'ємною частиною сучасної сфери гостинності.

Використання енергозберігаючих технологій, сортування сміття та передача його в переробку, застосування екологічних миючих засобів, використання екологічно чистих продуктів харчування, використання екологічно чистих будівельних матеріалів, використання відновлюваних джерел енергії створює позитивний імідж «екологічного» готелю, що стає конкурентною перевагою. Організаційні інновації передбачають побудову індивідуального організаційно-господарського механізму, що забезпечує удосконалення структури управління, методів організації процесу надання послуг та передбачає організаційні, управлінські, юридичні, соціальні нововведення.

Отже, в умовах жорсткої конкуренції готелі змушені шукати нові шляхи підвищення привабливості та доступності своїх послуг. Недооцінка інноваційного управління в діяльності вітчизняних готельних підприємств призвела до зниження рівня їх конкурентоспроможності, порушення принципів і методів управління, зниження якості готельних послуг. Інновації виступають стимулом для подальшого розвитку готельного бізнесу, дають змогу підприємствам не тільки займати лідируюче положення у своїх ринкових сегментах, але й відповідати світовим стандартам готельного обслуговування. Інноваційний підхід в готельному бізнесі може зводитися до використання не лише прогресивних інформаційних технологій і випуску нових послуг, але і цілого комплексу нововведень, що зачіпають усі сфери в області управління (управління якістю, фінансами, персоналом і так далі). При цьому найбільш ефективною інноваційна політика підприємства буде у разі одночасного впровадження різних типів інновацій.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 № 40-IV з наступними змінами і доповненнями. [Електронний ресурс] //Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=40-15>.

2. Закон України «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технопарків» від 16.07.1999 № 991-XIV з наступними змінами і доповненнями. [Електронний ресурс] //Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=991-14>.

3. *Економічний енциклопедичний словник: у 2 т., Т.1 / Мочерний С.В. [та ін.]; за ред. С.В. Мочерного. – Львів: світ, 2005. – 616 с.*
4. *Кадемія М. Ю. Інформаційно-комунікаційні технології навчання персоналу : термінолог. словник / М. Ю. Кадемія. – Л.: Вид-во «СПОЛОМ», 2009. – 260 с.*
5. *Інвестиційно-інноваційний термінологічний словник / [ред. Н. І. Редіна]. – Дніпропетровськ: ДДФА. – 2004. – 124 с.*
6. *Яковець Ю. В. Эпохальные инновации XXI века / Ю. В. Яковець. – М: Экономика, 2004. – 264 с.*
7. *Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: монографія / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. – К.: КНЕУ, 2003. – 394 с.*
8. *Завлин П. Н. Оценка эффективности инноваций / П. Н. Завлин, А. В. Васильов. – М.: Бизнес-пресса, 1998/ – 216 с.*
9. *Войнаренко М. П. Інноваційний розвиток підприємств: аналіз та оцінки : монографія / М. П. Войнаренко, А. В. Череп, Л. Г. Олейнікова [та ін.]. – Хмельницький : ХНУ, 2010. – 437 с.*
10. *Гончаров В. Фактори інвестиційної привабливості туристичних підприємств України / В. Гончаров, О. Горова // Схід. – 2006. – № 1 (73). – С. 35–39.*
11. *Войнаренко М. П. Інноваційний розвиток підприємств: аналіз та оцінки : монографія / М. П. Войнаренко, А. В. Череп, Л. Г. Олейнікова [та ін.]. – Хмельницький : ХНУ, 2010. – 437 с.*
12. *Журавльова С.М. Стратегія інноваційної діяльності на підприємствах готельного господарства [Електронний ресурс] / С.М. Журавльова // Економіка. Управління. Інновації. – 2012. – №2 (8). – Режим доступу: // tourlib.net/statti_ukr/zhuravljova.htm.*

УДК 338.2:330.322

М.І. СТЕГНЕЙ

доктор економічних наук, професор,
декан факультету економіки, управління та інженерії,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна,

І.О. ІРТИЦЕВА

доктор економічних наук, професор,
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова,

І.С. КРАМАРЕНКО

кандидат економічних наук, доцент,
Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини Університету «Україна»,
м. Миколаїв, Україна

ФІНАНСОВІ РЕЗЕРВИ НАЦІОНАЛЬНОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Для забезпечення комплексного аналізу стану та динаміки формування й використання національного фінансового потенціалу інвестиційної діяльності, необхідно систематизувати основні види джерел фінансування інвестиційних процесів. Зокрема, на основі проведених досліджень можна виокремити такі класифікаційні ознаки фінансових інвестиційних ресурсів:

1) За рівнем формування й оцінки:

- глобальний інвестиційний капітал, що формується на міжнародних фондових і кредитних ринках, кошти міжнародних організацій та інтеграційних утворень, що можуть спрямовуватися в реальний чи фінансовий сектор країни;



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/>