

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Кононенко Т.П., канд. техн. наук, проф.,
Полстяна Н.В., канд. техн. наук, проф.

Харківський державний університет харчування та торгівлі

На межі ХХ–ХХІ століть людство вступило в інноваційну добу, яка характеризується швидким зростанням змін у всіх сферах суспільного життя. Це час наукомістких технологій, прогресу фундаментальних наук, масштабних науково–технологічних проєктів. За таких умов джерелом сучасного розвитку суспільства та діяльності людини стає інноваційна діяльність, а відповідно інноваційні технології стають важливим інструментом всіх радикальних змін у розвитку людини і економічної системи в цілому.

Досвід економічного і соціального розвитку суспільства підтверджує, що сталий розвиток всіх сфер, в тому числі, і готельного господарства може бути забезпечений виключно завдяки інноваційним технологіям на макро–, мезо– та мікрорівнях, оскільки вони сприяють модернізації та структурній перебудові економіки. Тому, проблеми інноваційних технологій є досить актуальними. Разом з тим, досягнення сталого розвитку на різних рівнях матиме тимчасовий ефект без його інноваційного спрямування. Таким чином, інвестування коштів у інноваційні технології сьогодні – забезпечить сталий розвиток у довгостроковій перспективі [1,с,310],

Основною характеристикою сучасного світу являється зміна. Дійсно, зміни охоплюють всі сфери життя людини, а темп цих змін постійно зростає.

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.

Проблеми інноваційного розвитку готельних підприємств є малодослідженими. Значною мірою це пов'язане з тим, що довгий час готельний бізнес залишався на периферії наукового спостереження.

Питаннями інноваційного розвитку підприємств готельного бізнесу займалися фахівці: Н.І. Кабушкін, В.С. Новіков, С.С. Скобкін, Дж. Р. Уокер, О.Д. Чудновський та ін [2, с,256],

Інноваційну діяльність часто пов'язують з впровадженням результатів наукових досліджень і розробок в практику. Проте зміст поняття «інновація» більш широкий. Сфера інновацій всеосяжна, вона не тільки охоплює практичне використання науково–технічних розробок та винаходів, але й включає зміни в продукті, процесах, маркетингу, організації. Інновація виступає в якості фактора зміни, як результат діяльності, втілений в новий або вдосконалений продукт, технологічні процеси, нові послуги та нові підходи до задоволення соціальних потреб .

Залежно від об'єкта і предмета дослідження інновації можна розглядати:

- як зміни (Й. Шумпетер, Ю.Яковець та інші);
- як процес (Д.Тідд, Д.Бессант, К.Павітт, Б.Твісс, Б.Санто, українські економісти І.Школа, І.Будникевич, О.Лапко, Д.Черваньов, Л.Нейкова та ін.);
- як результат (Х.Рігс, В.Хіппель, Р.Фатхутдінов, С.Покропивний) [3, с.145].

Основними причинами вивчення та введення інновацій у підприємствах готельного господарства є: посилення конкурентної боротьби та намагання одержати на ринку конкурентні переваги та максимізувати прибуток; зростання попиту споживачів; забезпечення престижу підприємства та швидке вирішення проблем, що можуть виникнути на підприємстві; вивчення наукових новинок та їх впровадження у виробничий процес з метою поліпшення результатів діяльності підприємства.

Інновації як результат інноваційної діяльності, з одного боку, повинні бути орієнтовані на краще, більш повне задоволення запитів споживачів, а з іншого – на отримання певного економічного ефекту у вигляді прибутку для підприємств, що ініціюють їх розробку і впровадження.

Інноваційні технології – радикально нові чи вдосконалені технології, які істотно поліпшують умови виробництва або самі є товаром. Зазвичай вони мають знижену капіталомісткість, характеризуються більшою економічністю й меншими енергопотребами.

Технології в галузі гостинності розвиваються стрімко. Це пов'язано з тим, що перед готельними підприємствами стоять два основних завдання: отримати більше клієнтів і зробити їх постійними клієнтами. Здійснити ці завдання без інноваційних рішень неможливо, що потребує від готелів модернізації в технологіях, заощадження часу, грошей та енергії. Тому шлях до іноваційних технологій у готелі полягає в заощадженні природної енергії.

Готельний бізнес багатоплановий, а управління ним – складне трудомістке завдання, що потребує впровадження нових технологій. Управління будь-яким бізнесом сьогодні неможливе без активного використання інновацій [4, с. 126].

В умовах конкуренції готелі змушені шукати нові шляхи підвищення привабливості та доступності своїх послуг. Недооцінка інноваційного управління діяльності вітчизняних готельних підприємств призвела до зниження рівня їх конкурентоспроможності, порушення принципів і методів управління, зниження якості готельних послуг. Інновації виступають в якості стимулу для подальшого розвитку готельного бізнесу, дають змогу підприємствам не тільки займати лідируючі 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 надання 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 інформаційна політика підприємства буде у разі одночасного впровадження різних типів інформацій.

На кожному підприємстві існує набір стандартних технологій по здійсненню поточних операцій і обслуговуванню гостей. Але їх наявність не забезпечує підприємству конкурентних переваг. Тому керівництво кожного великого готелю намагається знайти нові технологічні розробки для своїх проектів. Якщо ще кілька років тому такі технологічні нововведення були пов'язані з можливими змінами в проведенні операції без втручання комп'ютерних технологій, то зараз цей процес немислимий без останніх новітніх розробок в області інформатики. На ринку з'являється безліч автоматизованих систем управління, які дозволяють полегшити роботу персоналу і зробити її ефективнішою [5, с.89].

Обґрунтовуючи той чи інший варіант інноваційної стратегії, необхідно врахувати й те, що вона має відповідати загальній стратегії розвитку готелю, бути прийнятною для нього за рівнем ризику й передбачати готовність ринку до сприйняття нововведень.

Інновації в готельному бізнесі є економічно доцільними та ефективними за умови, якщо вони приносять готелю додаткові доходи, забезпечують конкурентні переваги на ринку, підвищують частку ринку, знижують витрати, вдосконалюють процес обслуговування, підвищують ефективність роботи окремих підрозділів та готелю в цілому.

Література:

1. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: монографія / за ред. С.М. Ілляшенка. – Суми: Університет. кн., 2008. – 615 с.
2. Економіка й організація інноваційної діяльності: підручник / О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін.: під ред. О.І. Волкова, М.П. Денисенко. – К.: Професіонал, 2014. – 960 с.
3. Катькало В.С., Шемракова В.Н. Сетевые стратеги гостиничного бизнеса / В.С. Катькало, В.Н. Шемракова; Высшая школа менеджмента СПбГУ. – СПб.: Высшая школа менеджмента; 2008. – 384 с.
4. Малахова Н. Н. Инновации в туризме и сервисе. Изд. 2–е, доп. и перераб. Ростов н/Д: Изд. центр «МарТ»; Феникс», 2010. – 345.
5. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.С. Новиков. – М.: Издательский центр «Академия», 2009. – 208 с.