

Секція 1. Інноваційний розвиток економіки України

Гурбик Ю.Ю.

кандидат наук з державного управління
старший викладач кафедри економіки, управління та адміністрування
Мелітопольського державного педагогічного університету
імені Богдана Хмельницького
М. Мелітополь, Україна

Афанасьєв С.А.

студент 4-го курсу
Мелітопольського державного педагогічного університету
імені Богдана Хмельницького
М. Мелітополь, Україна

Інноваційні стратегії в готельному господарстві України

Сучасне вітчизняне готельне господарство функціонує та розвивається в складних політичних та соціально-економічних умовах існування української держави. Така ситуація вимагає удосконалення стратегії розвитку суб'єктів готельного бізнесу застосовуючи інноваційні підходи та методи у сфері планувальної діяльності. Своєчасне та науково обґрунтоване впровадження інноваційних стратегій, надасть можливість готельним підприємствам успішно конкурувати на ринку готельних послуг, ефективно здійснювати управління персоналом, матеріально-фінансовими ресурсами, комунікаціями, а також розробляти та впроваджувати нововведення в діяльність готельних підприємств.

В даний час існують різні наукові підходи, щодо визначення поняття «стратегія». На наш погляд достатньо повно розкрили сутність поняття «стратегія» вітчизняні науковці Л. Г. Ліпич, Н. О. Грицюк. Вони вважають, що «стратегія» — це план довгострокових дій, які направлені на досягнення стратегічних цілей підприємства, що діє в умовах невизначеності, обмеженості ресурсів та формується під впливом середовища в якому функціонує [2, с.132].

Беляєв А.А. визначає стратегію готельного підприємства як «інтегровану модель дій, направлену на досягнення цілей підприємства» [1, с. 353] та пропонує використовувати наступні види стратегій в залежності від рівня прийняття рішень на готельному підприємстві: корпоративну стратегію, стратегію сфери бізнесу, функціональні стратегії [1].

Загалом аналіз вітчизняних та закордонних наукових праць дає підстави виділити п'ять основних інноваційних стратегій підприємств готельного господарства в Україні, а саме: наступальна, захисна, імітаційна, залежна, стратегія «ніші».

Наступальна стратегія характеризується тим, що готельні підприємства прагнуть бути лідерами на ринку туристичних послуг шляхом створення та впровадження нового готельного продукту. Дана інноваційна стратегія передбачає постійну орієнтацію готельного підприємства на передові досягнення науки й техніки, наявність власних наукових розробок тощо. Необхідно зауважити, що специфічною рисою наступальної інноваційної стратегії є активна участь працівників готелю у розробці та впровадженні нововведень.

Захисна інноваційна стратегія передбачає, що суб'єкти готельного господарства намагаються утримати конкурентні позиції свого підприємства на існуючих ринках. Така стратегія притаманна для топ-менеджерів готельних підприємств, які уникають надмірних ризиків під час здійснення інноваційної політики. Вони прагнуть рухатися на крок позаду від «новаторів» та впроваджують нововведення, лише заздалегідь впевнившись у їх перспективності та ефективності.

Імітаційна стратегія використовується готельними підприємствами, які не є новачками у просуванні на ринок туристичних послуг різних новацій, але долучилися до їх виробництва, придбавши у фірми-піонера ліцензію. Інколи стратегія імітації здійснюється готелями й без дозволу фірм-лідерів, тобто нелегальним (піратським) способом.

Залежна стратегія відзначається тим, що характер інноваційних змін на підприємстві залежить від політики інших фірм, які виступають як основні у коопераційних технологічних зв'язках. «Залежні» підприємства не роблять самостійних спроб змінити свою продукцію, оскільки вони тісно пов'язані з вимогами, що висуває до неї провідне підприємство [3].

Стратегія «за нагодою» (стратегія «ніші») є реакцією топ-менеджерів готелів на зовнішні сигнали ринку. Готельні підприємства в межах даної стратегії здійснюють інноваційну політику, шляхом пошуку інформації щодо можливостей знаходження особливих ніш на існуючих ринках товарів та послуг, що мають споживача з нетиповим, але значущим різновидом потреб.

Необхідно зазначити, що готельні підприємства використовуючи різні комбінації інноваційних стратегій, обов'язково повинні враховувати те, що вони мають відповідати загальній стратегії розвитку готелів, бути прийнятними для них за рівнем ризику й передбачати готовність ринку до сприйняття інновацій.

Список використаних джерел

1. Беляев А.А. Стратегия управления в сфере гостиничного хозяйства / А.А. Беляев // «Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2007. – №40. – С. 350-353.

2. Ліпич Л.Г. Підходи до визначення поняття стратегія / Л. Г. Ліпич, Н. О. Грицюк // Інвестиції: практика та досвід.- 2013.- № 8.- - С. 131-134

3. Яковец Ю.В. Инновации: теория, механизм, государственное регулирование./ Ю.В. Яковец. - М.: РАГС, 2003. – 230 с.