

– недоопрацювання спеціальних методичних розробок з суспільної потреби в реалізації інноваційного потенціалу;
– відсутність єдиної концепції.

Окрім наведеного важливим є недостатнє дослідження та оцінка інноваційного потенціалу регіону на даному етапі розвитку та його впливу на загальний характер економічного розвитку та економіки в цілому.

Для розробки ефективної стратегії управління інноваційним потенціалом регіону важливим є вирішення наступних задач:

- 1) розглянути структуру інноваційного потенціалу регіону та виділити його якісні характеристики;
- 2) оцінити фактори, що на нього впливають;
- 3) проаналізувати, існуючі на даний момент, методики оцінки інноваційного потенціалу;
- 4) вивчити зарубіжні практики управління та розробити модель управління інноваційного потенціалу регіону на основі інтеграційного маркетингу;
- 5) розробити практичні рекомендації із забезпечення розвитку інноваційного потенціалу.

Отже, вивчення питання управління інноваційного розвитку підприємства, розв'язання поставлених задач та дослідження методологічної бази є важливим питанням для розробки ефективної стратегії розвитку регіону, що матиме значний позитивний вплив на економічний розвиток країни в цілому.

Джерела та література

1. Бойченко В. С. Регіональний інноваційний розвиток: сутність, суб'єкти, цілі та пріоритети. *Бізнес-інформ.* 2015. № 8. С. 23–26.
2. Вахович І. М. Концептуальні засади інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку регіону. *Актуальні проблеми економіки.* 2016. № 1 (115). С. 138–144.
3. Макаренко М. В. Методологічні принципи управління конкурентоспроможним регіональним розвитком. *Актуальні проблеми економіки.* 2017. № 11 (125). С. 182–188.
4. Тихомиров С. А., Проскура Д. В. Инновационное направление регионального развития. *Инновации.* 2018. № 7. С. 31–36.
5. Європейської асоціації трансферу технологій, інновацій та промислової інформації. URL: <http://www.cordis.lu>

Шикіна О. – к. е. н., доц.;
Гончаренко Я. – к. е. н., викл.
Одеський національний економічний
університет, м. Одеса, Україна

Сутність інноваційної діяльності у готельному господарстві

Сьогодні існує багато концептуальних підходів до визначення терміну «інновація», «інноваційна діяльність», «інноваційні процеси», «інноваційне підприємство». З появою нових технологій, які активно запроваджуються в сфері гостинності та туризму, стає актуальним питання стратегії інноваційного розвитку, проявляється інтерес до інноватики як науки, так і методів підвищення ефективності функціонування підприємств туристичної індустрії.

Успішний розвиток суспільних систем залежить від періодично виникаючих інноваційних процесів, які зачіпають не тільки область науки і техніко-технологічної сфери, а й тісно пов'язані з економічними і соціальними перетвореннями. Циклічний розвиток економіки, періодично змінюючи один одного цикли розквіту та спаду благополуччя держави та її населення, знаходить своє відображення у інноваційному бумі.

Інновація на відміну від новації має результат, ефект від його використання на підприємств, що супроводжується рутинізацією новації за рахунок якого споживач включив нововве-

дення до своїх побутових і ділових процесів, і як результат отримує нові навички, новий досвід, задоволення нових цілей.

Інновація – кінцевий результат впровадження нововведення з метою отримання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного або іншого виду ефекту, затребуваного суспільством. Іншими словами, інновація – це конкретний результат будь-якої творчої, пов'язаної з ризиком діяльності, яка забезпечує просування і впровадження на ринок нових, істотно відрізняються від колишніх, благ, більш повно задовольняють потреби; відкриття та освоєння нових ринків або досягнення інших конкретних цілей [5].

Можемо зробити висновок, що інновація – це дія з впровадження досягнень науки і техніки в технології і управління, у тому числі в організаціях, що займаються наданням послуг населенню, вона пов'язана зі змінами, які позитивно впливають на стан суб'єкта господарювання, підвищують його імідж, конкурентоспроможність.

В сфері туризму тематикою інновацій займаються такі вчені, як Г. І. Михайліченко [4], В. С. Новіков [5], К. А. Галасюк [1], А. О. Литовка [3] та інші вітчизняні та зарубіжні вчені науковці, які сходяться до думки, що інновації у сфері послуг можуть бути визначені як «нові концепції сервісу, нові канали зв'язку з клієнтами, нові системи розподілу і технологічні рішення, які найчастіше спільно змінюють пропозицію послуг на ринку, оновлюють функції фірми і вимагають структурно нових організаційних, технологічних і людських можливостей».

К. А. Галасюк пропонує авторське трактування поняття «інновації на підприємствах готельного господарства», як «новостворені (застосовані) і/або вдосконалені конкурентоспроможні готельні послуги, технології, організаційно-управлінські та маркетингові заходи, які суттєво поліпшують якість виробництва» [1].

Сфера туризму є надзвичайно специфічною галуззю економіки. Несхожість з іншими сферами людської діяльності робить її особливою та привабливою для досліджень. Характерними ознаками туристичного продукту є невідчутність, нерозривність виробництва і споживання, мінливість і нездатність до зберігання. Саме тому, на нашу думку, туризм потрібно відрізнити від виробничої сфери.

Отже, характер інноваційної діяльності значно відрізняється від підприємства до підприємства. Деякі організації займаються чітко вираженими інноваційними проектами – розробляють і впроваджують новий продукт, тоді як інші – покращують свою продукцію, виробничі процеси й операції. Обидва типи підприємств можуть вважатися інноваційними, оскільки інновація може складатися з впровадження одиначної істотної зміни або низки менш значних змін, необхідних для покращення, які в сукупності утворюють значну зміну.

В сфері туризму і гостинності можна виділити наступні основні напрямки інноваційної діяльності:

- випуск нових видів туристського продукту, готельних послуг і т. д.;
- використання нової техніки і технології у виробництві традиційних продуктів;
- використання нових туристських ресурсів, що раніше не використовувалися;
- зміни в організації виробництва і споживання традиційного туристського, ресторанного продукту, готельних послуг і т. д.;
- новий маркетинг, новий менеджмент;
- виявлення і використання нових ринків збуту продукції (готельні ланцюги).

Інноваційні процеси у виробництві здебільшого розглядаються як послідовність переходу від ідеї можливого нововведення до створення, продажу і дифузії цього нововведення. Інша справа – послуги. Неможливо, наприклад, уявити, щоб готельне підприємство самостійно створювало собі новітні технології, автоматичні системи опалення, вентиляції та подачі води. Воно може лише використовувати лише ті «ноу-хау», які пропонує сучасна цивілізація.

Основними етапами розвитку інноваційних процесів у сфері готельного господарства пропонуємо вважати такі: поліпшення підготовки співробітників готельних підприємств, розширення пропозиції додаткових послуг, застосування нових маркетингових методів у просуванні готельного продукту, використання нових інноваційних форм організації роботи готельного підприємства, створення сприятливих умов для залучення вітчизняних та іноземних

інвестицій у галузь готельного господарства, упровадження передових методів управління кадрами на підприємствах готельного господарства.

Учені пропонують розглядати інноваційну політику як інструмент реалізації інноваційної стратегії, що може бути виражений окремими заходами, реалізація яких спрямована на досягнення цілей як самої інноваційної політики, так і стратегії зокрема [2, 6]. Сутність інноваційної політики готельного підприємства розглядається як сукупність принципів та заходів, спрямованих на вдосконалення основних процесів надання послуг із метою реалізації інноваційної стратегії.

Інтенсивний розвиток міжнародного, внутрішнього, ділового туризму в усьому світі зумовлює підвищення вимог до якості готельного сервісу, який насамперед залежить від рівня інноваційного розвитку.

Поняття інноваційного розвитку деякі вчені трактують як «процес неухильного і послідовного створення, впровадження та поширення інновацій, які сприяють задоволенню фактичних і потенційних потреб та запитів споживачів та суспільства у цілому, який не становить загрози вичерпання потенціалу інтегрального ресурсу та сприяє забезпеченню інтересів та потреб майбутніх поколінь у довгостроковій перспективі».

Проблеми інноваційного розвитку готельних підприємств сьогодні ще недостатньо дослідженні. Значною мірою це пов'язано з тим, що тривалий час і сам рекреаційно-туристичний комплекс залишався на периферії наукового спостереження. В умовах підвищеного попиту на послуги розміщення різних категорій туристів непомірно зростає потреба в дослідженні інноваційного розвитку готельної сфери. Необхідно розглядати інноваційні процеси з точки зору їх організації всередині підприємств. При впровадженні інноваційних проектів у готелях різної категорії повинні бути обґрунтовані критерії (класифікація) інновацій. Тому необхідно розглянути існуючі підходи до класифікації інновацій, а також з'ясувати типи інновацій на підприємствах готельного господарства.

Джерела та література

1. Галасюк К. А. Інноваційний розвиток як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного господарства. *Перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти: матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (Умань, 22 берез. 2013 р.)*. Умань: Візаві, 2013. С. 109–112.
2. Лебедева Р. Ю. Інноваційний менеджмент трансформації підприємств сфери послуг: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Київ, 2009. 216 с.
3. Литовка А. О., Шикіна О. В. Класифікація інноваційної діяльності туристичного підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Миколаїв, 2016. Вип. № 14. С. 416–420.
4. Михайліченко Г. І. Інноваційний розвиток туризму: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 608 с.
5. Новиков В. С. Инновации в туризме. Москва: ИЦ «Академия», 2007. 208 с.

Шикіна О. – к. е. н., доц.;
Ремігайло І. – викладач, керуюча
Green Park Hotel
Одеський національний економічний
університет, м. Одеса, Україна

Бутік-готелі як інноваційний напрям розвитку готельного господарства

На сьогоднішній день оцінка комфортабельності готелю не обмежується «п'яти зірками». У світі можна зустріти готелі, що позиціонують себе категорією «шість» і більше зірок. Фахівці готельного бізнесу прибігають до різних форм виявлення унікальності засобу розміщення