

**А.О.ОБОЗНА,**

кандидат економічних наук, доцент за наказом  
кафедри менеджменту ВП «МФ КНУКіМ»,  
м. Миколаїв

## **СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ**

Розвиток індустрії гостинності відіграє важливу роль у рішенні загальнонаціональних проблем держави. Зокрема, сфера туризму забезпечує нові робочі місця, підтримуючи високий рівень життя населення, обумовлюючи розвиток інфраструктури всіх галузей народного господарства.

Сучасна сфера гостинності являється глобальним соціально-економічним явищем, що функціонує в умовах жорсткої конкуренції. Це обумовлює важливість інноваційної складової, розвиток якої виявляється основним детермінуючим фактором конкурентоздатності туристичних організацій.

В свою чергу серед пріоритетів державної політики можна відзначити підтримку розвитку туристичної галузі, створення сприятливих візових, митних, податкових умов, що сприяють веденню успішної туристичної діяльності. Таким чином на перший план інноваційного управління у сфері гостинності виступає гарантія особистої безпеки, екологічна безпека, вільний доступ до шедеврів національної культури, доброзичливість з боку місцевого населення[1].

Однак до високого рівня розвитку світової туристичної галузі в цілому вдалось також ріст масштабів інноваційної діяльності у всіх секторах економіки, включаючи соціально-культурний сервіс і туризм. З огляду на це, очевидною виявляється необхідність пошуку якісно нових підходів до організації ведення туристичного бізнесу, нових ідей і напрямків. Так, інноваційна діяльність у сфері туризму має бути направлена не тільки на створення нового або зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, а також на освоєння нових ринків, впровадження новітніх інформаційних і телекомунікаційних технологій та сучасних форм організаційно-управлінської діяльності.

Туризм є одна з найважливіших галузей економіки багатьох розвинених країн, і країн, що розвиваються, він входить в число основних джерел доходу, валютних надходжень в економіку. Туристські організації в умовах ринкової економіки все більше усвідомлюють необхідність розробки нових продуктів і послуг пов'язану з цим економічну вигоду. Однак не всі компанії застосовують інновації на практиці.

Адже інноваційна діяльність характеризується високим рівнем невизначеності ризику, складністю прогнозування кінцевих результатів. Але при грамотному підході до створення і реалізації інновації можуть принести чималий дохід і чималу користь.

Інноваційний розвиток підприємств індустрії туризму – це розробка і створення нових туристичних маршрутів, продуктів, послуг, технологій із

застосуванням досягнень науки, техніки, ІТ-технологій, а також передового досвіду в галузі управління маркетингу, впровадження яких дозволить підвищити зайнятість населення, забезпечити зростання його доходів, підвищити соціально-економічний розвиток і туристську привабливість країни та регіону [2]. Для побудови ефективною методикою інноваційного розвитку підприємств туризму необхідно оцінити весь спектр показників, що відносяться до сфери послуга індустрії туризму, а саме потрібно вивчити взаємозв'язок факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, що впливають на розвиток підприємств індустрії туризму, враховуючи історичні та місцеві умови розвитку конкретного туристського напрямку, провести оцінку стану туристської інфраструктури.

Інноваційна політика держави спрямована на створення сприятливих умов розвитку індустрії туризму та задоволення туристських потреб населення, створення нових конкурентоспроможних продуктів і послуг, впровадження сучасних технологій управління. Причому розвиток інновацій необхідний як на рівні держави, так і на рівні самих туристських організацій. Саме інноваційне зростання веде до створення і реалізації нових або вдосконалених продуктів і послуг, оздоровлення не тільки підприємств туристичної індустрії, а також суміжних галузей. Разом з тим, необхідно зауважити, що до особливостей інноваційного розвитку організацій індустрії гостинності слід віднести індивідуальність та нестандартність послуг, що надаються.

Важливо брати до уваги як традиційні, так і альтернативні ринки збуту, і намагатися використовувати всі існуючі канали продажів, вловлюючи нові тенденції в розвитку індустрії гостинності. Не слід недооцінювати силу комунікабельності: вміння налагоджувати контакти зарає одним з найпотужніших знарядь сучасного маркетингу. У період жорсткої конкуренції необхідно дотримуватися балансу між рентабельністю і рівнем послуг. Сучасні клієнти, з одного боку, вимагають значних цінових знижок, а з іншого – більшої зручності і комфорту.

Найбільш важливі проблеми, з якими стикаються менеджери, це [3]: конкуренція; вплив Інтернету; галузева консолідація; тиск націни; недовіра до сучасних навичок ведення бізнесу.

Таким чином, невід'ємним елементом інноваційного функціонування підприємств індустрії гостинності виступає механізм управління, що включає в себе органи управління, конкурентоздатність, ресурси та інноваційний потенціал, функції управління, засоби управлінського впливу, а також методи управління, пов'язані із змінами у ціновій політиці, впровадженням інноваційних проектів, використанням технологій аутсорсингу.

### Література:

1. Індустрія гостинності: прогноз на 2013 рік [Електронний ресурс]: Режим доступу // [www.eu.com/UA/uk](http://www.eu.com/UA/uk)
2. Гуляев В.Г. Організація туристської діяльності: Навчальний посібник. – М.: Нолидж, 2000. – 312 с.
3. Кучеренко Е. Проблемы гостинично-ресторанного бизнеса // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2014. - №2. – С.72-74.