

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОСТИННОСТІ Й ТУРИЗМУ

Курепін В.М., канд. екон. наук, доц.
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв, Україна

У сучасних умовах спостерігається зростання кількості прикладів, коли застосування інноваційного підприємництва забезпечує індустрії гостинності та туризму значний економічний ефект за умов мінімальних фінансових витрат. Інноваційне підприємство, що базується на засадах інноваційного менеджменту, постає як дієвий механізм розв'язання науково-виробничих та соціальних проблем у межах трудових колективів і суспільства в цілому.

У світовій практиці виокремлюють три основні моделі управління інноваційними процесами на підприємствах зазначеної галузі [1]. Раціоналістична модель передбачає дотримання чітко визначених процедур ухвалення та реалізації управлінських рішень, що ґрунтуються на повній поінформованості та усвідомленій зацікавленості учасників у впровадженні інновацій.

Поведінкова модель акцентує увагу на врахуванні соціально-психологічних потреб працівників у процесі реалізації інноваційних проєктів, що сприяє підвищенню їхньої трудової ефективності. Системна модель, яка є найбільш комплексною, базується на попередньому аналізі організаційних проблем і пошуку шляхів їх вирішення з урахуванням впливу внутрішніх та зовнішніх чинників, а також рівня сприйнятливості персоналу до інноваційної діяльності.

Процес управління інноваційною діяльністю у готельно-туристичній сфері розпочинається з планування стратегічних цілей і завдань, що визначають пріоритетні напрями розвитку підприємства у коротко- та середньостроковій перспективі. У межах планування формується система основних напрямів інноваційної діяльності [2], яка залежить від наявної ресурсної бази, рівня ринкового попиту.

Планово-аналітичні розрахунки, що здійснюються на цьому етапі, забезпечують деталізацію цілей інноваційних проєктів, їх конкретизацію для окремих виконавців, розподіл функціональних обов'язків між учасниками процесу [3], а також визначення послідовності та термінів виконання робіт із урахуванням необхідних організаційних і матеріальних передумов на кожному етапі реалізації.

Функція планування в готельно-туристичному бізнесі охоплює широкий спектр завдань і передбачає розроблення та інтеграцію різних

типів планів, що розрізняються за своїм змістом, рівнем деталізації, предметом і стратегічними цілями, у єдину узгоджену систему. Ефективна реалізація запланованих заходів можлива лише за умови створення відповідних організаційних структур, залучення висококваліфікованих фахівців і забезпечення їхньої скоординованої діяльності, спрямованої на досягнення визначених інноваційних цілей підприємства.

Функція організації в системі управління інноваційною діяльністю готельно-туристичних підприємств полягає у забезпеченні реалізації планових завдань, визначених у межах затвердженої стратегії розвитку інноваційних проєктів, шляхом формування ефективної організаційної структури. Для досягнення максимальної результативності прийнятих управлінських рішень організація інноваційної діяльності має забезпечувати раціональне узгодження у просторі та часі всіх складових елементів інноваційного процесу.

Отже, вибір конкретної організаційної форми інноваційної діяльності підприємства визначається передусім особливостями його продукції чи послуг.

Список використаних джерел

1. Sukhorukova, A. L., & Bryliova, M. O. (2023, November 27–28). Trends and prospects for the development of marketing of domestic companies during wartime and post-war period [Conference presentation abstract]. Innovative modernization of the Ukrainian economy in the context of European integration: Proceedings of the 8th International Scientific and Practical Internet Conference, KrNU, Kremenchuk, Ukraine. <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/16420>.

2. Kurepin, V. M., & Ivanenko, V. S. (2024, April 1). Tourism during martial law: Organization of safe recreation [Conference presentation abstract]. Modern trends in the development of the tourism and hospitality industry: Global challenges, O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Kharkiv, Ukraine. <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/17467>.

3. Ivanenko, V. O. (2025, April 24–25). Personalization of services in hospitality: New strategies for engaging clients [Conference presentation abstract]. Hotel, restaurant and tourism business in Ukraine: Formation of national-cultural identity: Proceedings of the All-Ukrainian Scientific and Practical Internet Conference, Mykolayiv National Agrarian University, Mykolayiv, Ukraine. <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/21328>.