

ІННОВАЦІЇ ЯК СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.

Нікітіна Т.А., к.е.н.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Активізація конкуренції в готельній індустрії вимагає використання більш ефективних методів управління конкурентоспроможністю готельних підприємств та застосування різноманітних інновацій, як одного з інструментів конкурентоспроможності підприємств готельного типу. В умовах економіки знань та зміни тактики конкурентної боротьби зростає важливість реалізації інноваційної діяльності готельних підприємств, як невід'ємного фактору сталого розвитку. Ці обставини обумовлюють **актуальність** зосередження зусиль на вдосконаленні готельного продукту за рахунок впровадження інновацій в готельній індустрії.

Матеріали і методи дослідження. Теоретичні аспекти дослідження інновацій як економічної категорії всебічно розглядаються такими вченими як Р.А.Фатхутдинов, Д.М.Черваньов, Л.І.Нейкова, А.А.Пересада, Б.Санто, П.С.Харів, В.Г.Мединський, Ю.В.Яковець, Л.Л.Антонюк, П.Друкер та ін.

Певним питанням впливу інновацій на конкурентоспроможність готельного підприємства присвячені роботи сучасних українських вчених Агафонові Л. Г., Муніна Г., Доругунцова С.І., Андренко Б., Кравець О.М., Писаревського І.М. та ін.

Теоретичною та методичною основою дослідження є система загальнонаукових і спеціальних методів, а саме: метод узагальнення та наукової абстракції, аналізу та синтезу. Інформаційною базою дослідження виступають роботи вітчизняних і зарубіжних вчених, присвячені вивченню інновації як економічної категорії; впливу інновацій на конкурентоспроможність готельного підприємства тощо.

Результати обговорення. Конкурентні переваги підприємства розділяють на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх конкурентних переваг діяльності підприємства відносять: виробничі, технологічні, кваліфікаційні, організаційні, управлінські, інноваційні — системи і методи розробки та впровадження нових технологій, продуктів, послуг, наявність і впровадження "ноу-хау", економічні та географічні. Зовнішніми конкурентними перевагами підприємства є: інформаційні, конструктивні, якісні, поведінкові, кон'юнктурні, сервісні, іміджеві, цінові, збутові та комунікаційні.

Одними з джерел створення нових конкурентних переваг підприємства є впровадження у виробництво новітніх технологій, виникнення нового попиту на новий товар або послугу, на певне удосконалення вже існуючого товару, зростання або зменшення вартості створення товару, послуги.

Конкурентні переваги сучасних готельних підприємств, у переважній своїй більшості пов'язані з використанням різноманітних інновацій: технічних,

комерційних, технологічних, виробничих, пов'язаних з обслуговуванням. Інновації призведуть до створення якісно нової готельної послуги і відповідно до зростання ефективності діяльності готелю.

До основних факторів конкурентоспроможності готельної послуги на ринку відносять наступні. По-перше, це ціна готельної послуги. По-друге, це споживна вартість готельної послуги або інакше здатність задовільнити вимоги гостя які вони висувають до данної категорії готелей. По-третє, це інноваційність запропонованої готельної послуги, введення певної корисної для гостя новізни, що робить дану готельну послугу ексклюзивною, винятковою.

Розглядають такі інновації в готельній індустрії. По-перше, це продуктові інновації. Продуктові інновації в готельній індустрії направлені на підвищення ефективності та швидкості надання готельних послуг, доповнення їх новими характеристиками або впровадження нових послуг. Це може стосуватися зміни дизайну, інтер'єру, сервісу в готелі.

По-друге, це інновації у маркетинговій діяльності готелю. До таких відносять більш прогресивні методи просування готельного продукту на ринок, запровадження нових стратегій ціноутверення готельної послуги, різноманітні акції та індивідуальні пропозиції для гостей, програма лояльності для певних категорій гостей та ін.

По-третє, це інновації пов'язані з організацією роботи готелю в цілому та окремих робочих місць. Запровадження інноваційних методів при виконанні щоденної роботи готелю.

Висновок. Підвищення конкурентопридатності готельного продукту можна досягти внаслідок впровадження інноваційних готельних послуг і технологій обслуговування, які сприятимуть забезпеченню конкурентоспроможності готельного підприємства на ринку. З метою підвищення конкурентопридатності готельного продукту на ринку доцільним є впровадження інноваційних технологій що сприятимуть створенню нових готельних послуг, удосконалення існуючих та впровадження унікальних технологій готельного обслуговування.

Література.

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. – К.: Знання України, 2006. – 378 с.

2. Галасюк К.А. Перспективи розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності закладів готельного господарства/К.А.Галасюк//Теорія, практика та інновації розвитку туристичної та готельно-ресторанної індустрії: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Умань, 28-29 травня 2015 р.). – Умань: Візаві, 2015. – С. 23-25.