

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Інновації стають найважливішим чинником економічного зростання, умовою виживання і довгострокового функціонування підприємств, зокрема у сфері готельного господарства. Центральним елементом будь-якого економічного обміну є послуга, яка може визначатися як процес використання спеціальної компетенції (сукупність знань та навичок) через дії, процеси та виконання, з метою досягати абсолютних та відносних переваг для підприємства.

У контексті сервісних інновацій пропонується виділяти три основних рушійних чинника: взаємна (багатофункціональна) компетенція, динамічна орієнтація на клієнтів, якість та рівень знань на підприємстві. Ці чинники впливають на результати сервісної інновації, характеризуючи при цьому кількісний (об'єм) та якісний (насиченість) ріст інноваційності на підприємстві. Запропоновано модель сервісної інновації, яка містить наступні елементи.

Кооперація з клієнтами, що обумовлює генерування нових ідей та прискорення їх впровадження. Вона здебільшого впливає на об'єм інновацій, ніж на їх насиченість. Кооперація з партнерами стимулює процес всередині та розширює зовнішні ринки для пошуку та освоєння інновацій. Акцент у даному випадку робиться на якість (насиченість) інновацій, тому що постачальники, зазвичай, володіють інформацією та уявленнями кінцевого споживача, що в свою чергу обумовлює зміни більш радикального характеру.

З огляду на те, що орієнтація на клієнта та орієнтація на інновацію є суто організаційними характеристиками, які складають загальну сукупність збалансованих інноваційних стратегій, можна припустити, що динамічна здатність до клієнторієнтованості може впливати і на об'єм, і на насиченість (радикальність) сервісних інновацій. Ефективна кооперація всередині персоналу може прискорити процес розвитку нової послуги та збільшити кількість накопичувальної інформації стосовно потреб клієнтів. Ключовим елементом в даній схемі є механізм інтеграції знання. На нашу думку він є формальним процесом ефективного здобуття, аналізу та синтезу знань та їх дисиміляції між різними функціональними підрозділами. Всередині такого механізму інтеграція потенціалу підприємства із зовнішньою інформацією націлена на створення успішних пропозицій нових послуг, ріст ефективності та розширення знання для отримання

конкурентних переваг. Суттєвим виявляється зв'язок інновацій з результатами діяльності підприємства. Так, збільшення об'єму та насиченості інноваційної діяльності веде до росту доходів та операційних прибутків. Причому важливим в даному контексті виявляється виділення якісної складової інноваційного процесу як головного елементу, що визначає позитивний ефект.

Доцільним вбачається конкретизація та формулювання певних специфічних інновацій, притаманних саме готельному господарству. При орієнтації на групування інновацій за ступенем глибини та інтенсифікації звичайно виділяють інкрементальні та радикальні інновації. В рамках діяльності засобів тимчасового розміщення – готелів, мотелів, курортних комплексів здебільшого проявляються організаційні заходи адміністративного та внутрішньоопераційного характеру.

У рамках інкрементальних інновацій серед способів роботи з клієнтами, були оновлені традиційні методи обслуговування, а саме:

- детальне вивчення звичок та смаків гостей, націлене на передбачення та завчасну пропозицію конкретної послуги;
- технічне вдосконалення процесу обслуговування;
- нетрадиційні підходи у досервісному та післясервісному обслуговуванні.

Серед радикальних інновацій виділяють стратегічні орієнтири та технологічне оновлення всього комплексу послуг. Так, з метою уникнення дратівливості і черг в періоди активного потоку клієнтів пропонується введення переносного тимчасового обладнання на рецепшн. На всіх рівнях надання послуг пропонується змінити філософію обслуговування. Система внутрішньої організації має бути переорієнтованою на споживача. Головним принципом роботи має стати гнучкість та адаптивність функціонування відповідно до бажань та переваг гостей.

Таким чином, гармонійна взаємодія на рівні персоналу є сприятливим чинником у формуванні кількісного та якісного інноваційного розвитку. Кооперація з клієнтами сприяє росту об'єму інновацій, слугуючи джерелом нових ідей у сервісі, а кооперація з партнерами обумовлює якісний ріст інноваційної активності. Важливим виявляється синергетичний ефект, обов'язковою умовою якого є гармонічне поєднання взаємної кооперації з партнерами та з клієнтами.