

## МЕНЕДЖМЕНТ І ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС

**О.В. Борисова**, канд. екон. наук, ст. викл. (*ХДУХТ, Харків*)

### **ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ**

Останнім часом активно проголошують тему інноваційного розвитку підприємств. Саме на цьому шляху бачиться перспектива відродження економіки. Однак, за оцінками фахівців, інноваційний потенціал конкретних підприємств затребуваний сьогодні лише на 7–10%. У результаті інноваційної діяльності народжуються нові ідеї, нові й удосконалені продукти, нові чи удосконалені технологічні процеси, з'являються нові форми організації і управління різними сферами економіки та її структур. Результати інноваційної діяльності можуть виникати у виді інноваційної продукції, що може мати конкретну речовинну форму або бути у виді нематеріального активу (наприклад, ноу-хау).

Комплексною характеристикою спроможності підприємства до інноваційної діяльності є його інноваційний потенціал. Це поняття є концептуальним відображенням феномену інновацій. Під інноваційним потенціалом розуміють одну з трьох складових інноваційного простору, яка включає в себе «особисті ділові якості керівників, професійну й економічну підготовку, професійні досягнення (авторські посвідчення, винаходи тощо), матеріально-технічне і фінансове забезпечення». Досліджуючи це поняття, прийшли до висновку, що інноваційний потенціал для підприємств ресторанного господарства (ПРГ) визначає не тільки «...сукупність ресурсів, що необхідні для здійснення інноваційної діяльності», але й механізм їх використання в системі управління підприємством при виробництві, реалізації та споживанні готової продукції та послуг. Слід урахувати й зовнішні економічні фактори, що впливають на інноваційний потенціал, такі, як державна інноваційна політика, політика кредитних установ, конкурентні стратегії споживачів, тощо.

Отже інноваційний потенціал підприємств має ряд параметрів, які слід враховувати при реалізації інноваційних стратегій. На нашу думку, до комплексу параметрів інноваційності слід включати наступні параметри: наукомісткості виробничої діяльності ПРГ,

техніко-економічного рівня продукції (послуг), якості і конкурентоспроможності продукції (послуг), оновлення продукції (технології), експортоспроможності продукції (послуг) та ін.

Дослідження 33 підприємств ресторанного господарства м. Харкова і Харківської області за вищевказаними параметрами показали, що на перші позиції виступає оновлення продукції (технології) (78%), друге місце займає техніко-економічний рівень продукції (послуг) (57,2%), третє - якість і конкурентоспроможність продукції (послуг) (47,1%) і на останніх позиціях науковість виробничої діяльності ПРГ (13%) і експортоспроможність продукції (послуг) (5,4%).

В ході експертного опитування керівників структурних підрозділів встановлено, що у своїй діяльності вони стикаються з цілою низкою проблем кризового характеру, зокрема, серед факторів зовнішнього середовища на їх діяльність найбільший вплив мають соціальні (64,3% респондентів), фінансово-економічні (61,9%), політичні (33,3%) та виробничо-технологічні (21,4%) фактори. На думку керівників позитивні зміни соціального становища населення України можливі тільки за умови реального покращення економічної ситуації у країні. Також визначено, що особливу стурбованість керівників ПРГ викликає некомпетентність управлінського персоналу (63,7% опитаних); недосконалість організаційної структури управління підприємством (32,3%), в тому числі відсутність чіткого розподілу посадових обов'язків (28,6%); рівень заробітної плати працівників підприємства зайняв третє місце (24,7%). Найбільш впливовими факторами підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємств ресторанного господарства є поліпшення соціально-економічного становища працівників підприємства (75,2%) та підвищення професійної підготовки персоналу (63,1%).

Таким чином, дослідження інноваційного потенціалу та ефективність його використання повинні враховувати комплекс факторів зовнішнього і внутрішнього впливу, але на підприємствах ресторанного господарства, які наближені до споживача, у першу чергу, направляти зусилля на цільові фактори соціально-економічного становища працівників, розвивати їх інтелектуальну складову та творчу активність.