

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ СПРИЙНЯТЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

О. Хачатурян, кандидат економічних наук
Центральноукраїнський національний технічний університет

Сучасна індустрія гостинності функціонує в умовах високої динамічності попиту, цифровізації сервісів та зростаючої конкуренції, що обумовлює необхідність постійного оновлення управлінських підходів. У цьому контексті особливого значення набуває інноваційна сприйнятливість менеджменту як здатність керівників своєчасно ідентифікувати, адаптувати та впроваджувати нові ідеї, технології та управлінські рішення.

Низький рівень інноваційної сприйнятливості стримує розвиток підприємств готельно-ресторанного бізнесу, обмежує їх конкурентні можливості та ускладнює адаптацію до змін зовнішнього середовища. Водночас відсутність комплексного підходу до формування стратегій розвитку цієї характеристики менеджменту визначає актуальність дослідження.

Проблематика інноваційного розвитку підприємств сфери гостинності є предметом численних наукових досліджень. У наукових працях доведено, що впровадження інновацій виступає ключовим чинником забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу [2, с. 1-3].

Водночас наголошується, що ефективність інноваційної діяльності значною мірою залежить від організаційно-економічного механізму управління та здатності менеджменту до сприйняття нововведень [1, с. 2-4].

Інноваційна сприйнятливість персоналу розглядається як інтегральна характеристика, що визначає рівень активності участі в інноваційних процесах і безпосередньо впливає на результати діяльності підприємства [3, с. 110-112].

Окремі дослідження підкреслюють роль стратегічного підходу до управління інноваціями, який передбачає формування гнучких організаційних структур і розвиток адаптивності підприємства [4, с. 1-3].

Попри значну кількість наукових праць, питання формування саме стратегій розвитку інноваційної сприйнятливості менеджменту залишаються недостатньо систематизованими.

Метою дослідження є обґрунтування стратегій розвитку інноваційної сприйнятливості менеджменту підприємств готельно-ресторанного бізнесу з урахуванням сучасних тенденцій функціонування індустрії гостинності.

Інноваційна сприйнятливість менеджменту доцільно розглядати як багатовимірну категорію, що поєднує когнітивні, мотиваційні та організаційні аспекти управлінської діяльності. Її формування відбувається під впливом як внутрішніх факторів (організаційна культура, рівень кваліфікації персоналу, система мотивації), так і зовнішніх (конкурентне середовище, технологічні зміни, поведінка споживачів).

Узагальнення теоретичних підходів дозволяє виділити ключові компоненти інноваційної сприйнятливості менеджменту, серед яких особливе місце займають професійна компетентність, готовність до змін та здатність до стратегічного мислення. Взаємозв'язок цих елементів відображено на рис. 1, який демонструє логіку формування інноваційної поведінки менеджменту в умовах динамічного середовища.

Як випливає з представленої моделі, інноваційна сприйнятливість виступає проміжною ланкою між ресурсним потенціалом підприємства та результатами його діяльності. Вона забезпечує трансформацію знань і компетентностей у конкретні управлінські рішення, спрямовані на впровадження інновацій.

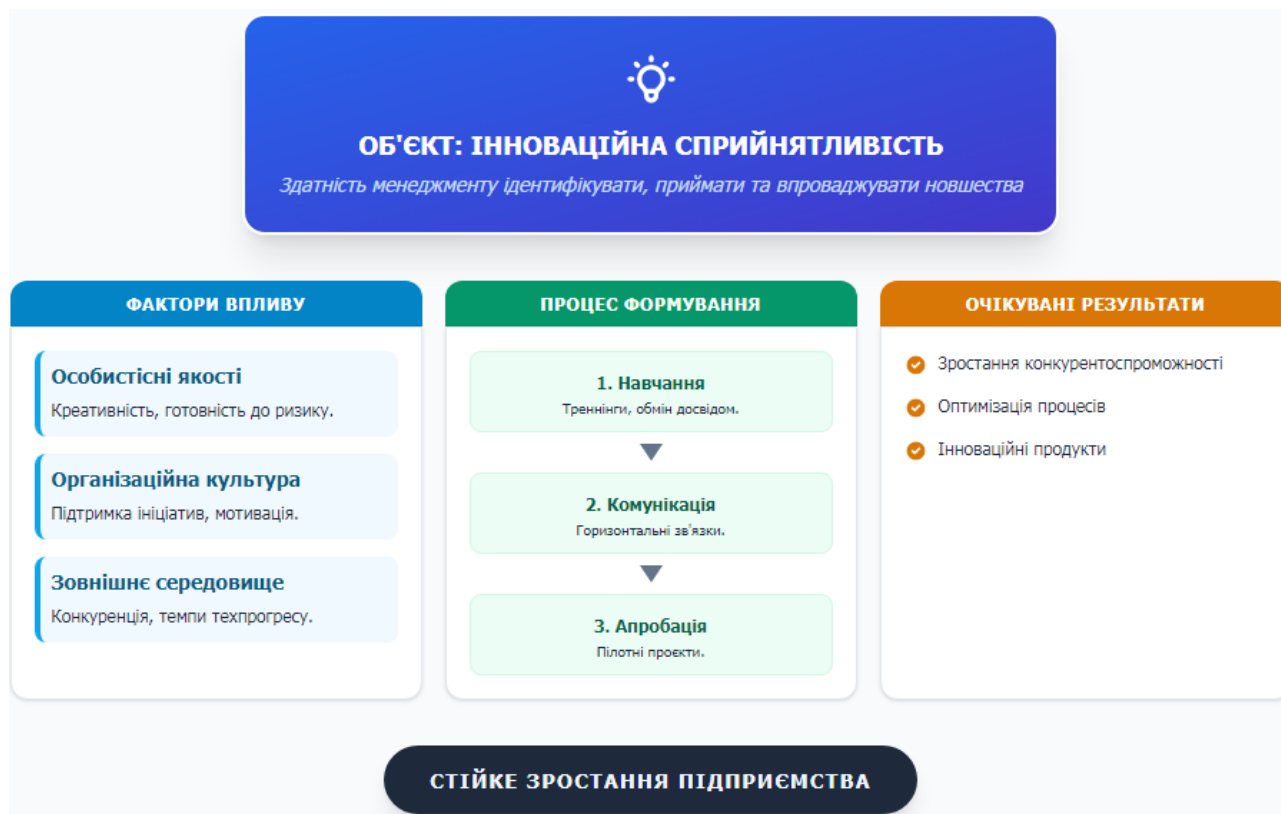


Рисунок 1 – Модель формування інноваційної сприйнятливості менеджменту

Науково-аналітичний аналіз моделі формування інноваційної сприйнятливості менеджменту базується на розумінні цього феномену як динамічної характеристики організації, що виникає внаслідок синергії внутрішніх та зовнішніх чинників. Центральним об'єктом тут виступає інноваційна сприйнятливість, яка поєднує в собі когнітивну здатність керівників ідентифікувати перспективні новшества та їхню вольову готовність до впровадження змін в умовах невизначеності.

Фундамент моделі закладається через детермінанти впливу, де особистісні якості менеджерів, такі як гнучкість мислення та креативність, виступають первинним фільтром для сприйняття ідей. Цей процес нерозривно пов'язаний з інституційним середовищем, оскільки організаційна культура визначає рівень допустимого ризику та право на помилку, що є важливим для самозбереження управлінського персоналу. Одночасно з цим зовнішнє середовище створює необхідний тиск конкуренції, що стимулює менеджмент до постійного пошуку нових рішень.

Механізм трансформації потенційної готовності у практичну площину реалізується через три етапи процесу формування. Початкова освітня фаза закладає необхідний теоретичний базис, що згодом підкріплюється соціальною взаємодією через горизонтальні комунікаційні зв'язки для зниження бюрократичного спротиву. Завершальним етапом стає праксеологічна апробація у форматі пілотних проєктів, яка дозволяє наочно продемонструвати ефективність змін та підвищити довіру до масштабних інновацій.

Результативність такої моделі проявляється у поступовому переході від точкової оптимізації бізнес-процесів до створення унікальних інноваційних продуктів. Кінцевою стратегічною метою є досягнення стійкого зростання підприємства, де інноваційна сприйнятливість трансформується у головну конкурентну перевагу, оскільки саме здатність менеджменту ефективно інтегрувати технології, а не просто їх наявність, забезпечує виживання в сучасній економіці знань. Системний підхід моделі підтверджує, що успішна трансформація неможлива без гармонійного поєднання психології лідера, гнучкої корпоративної культури та безперервного циклу практичного навчання.

Розвиток інноваційної сприйнятливості менеджменту потребує реалізації відповідних стратегій, які мають комплексний характер. Узагальнення таких стратегій наведено в табл. 1, де відображено їх зміст і очікувані результати.

Таблиця 1 – Стратегії розвитку інноваційної сприйнятливості менеджменту готельно-ресторанного бізнесу

Стратегія	Зміст	Очікуваний результат
Освітньо-розвиткова	Підвищення кваліфікації, навчання	Зростання компетентності
Мотиваційна	Стимулювання інноваційної активності	Підвищення ініціативності
Організаційна	Формування інноваційної культури	Підвищення адаптивності
Технологічна	Впровадження цифрових рішень	Оптимізація управління
Партнерська	Співпраця з інноваційними структурами	Розширення можливостей

Дані табл. 1 свідчать, що ефективність розвитку інноваційної сприйнятливості досягається за умов поєднання різних стратегічних напрямів. Зокрема, освітньо-розвиткова стратегія забезпечує формування необхідних знань, тоді як мотиваційна створює передумови для їх практичного застосування.

Важливою складовою є формування інноваційної організаційної культури, яка сприяє відкритості до змін і підтримці нових ідей. Дослідження показують, що гнучкість організації виступає ключовим фактором реалізації інноваційного потенціалу підприємства [4, с. 605-607].

У сучасних умовах значну роль відіграє цифровізація управлінських процесів, яка забезпечує підвищення швидкості обробки інформації та прийняття рішень. Використання інноваційних технологій дозволяє підприємствам не лише оптимізувати діяльність, а й формувати нові конкурентні переваги [5, с. 67-69].

Таким чином, розвиток інноваційної сприйнятливості менеджменту слід розглядати як стратегічний напрям управління, що забезпечує довгострокову конкурентоспроможність підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Проведене дослідження дозволяє зробити висновок про те, що інноваційна сприйнятливості менеджменту є ключовою умовою ефективного функціонування підприємств індустрії гостинності. Вона визначає здатність підприємства адаптуватися до змін, впроваджувати інновації та забезпечувати стійкий розвиток.

Обґрунтовано, що формування інноваційної сприйнятливості потребує реалізації комплексних стратегій, які охоплюють освітній, мотиваційний, організаційний та технологічний аспекти. Запропонована модель і систематизація стратегій можуть бути використані як теоретична основа для розробки практичних заходів розвитку підприємств.

Список літератури

1. Ільницька-Гикавчук Г. Інноваційні інструменти менеджменту готельного підприємства. 2025. DOI: <https://doi.org/10.15802/rtem2025/338862>
2. Dovbush V. Innovative technologies as a factor of increasing competitiveness of hotel and restaurant enterprises. 2019. DOI: <https://doi.org/10.30857/2415-3206.2019.1.10>
3. Кучинський В., Гуцан О., Крамської Д. Інноваційна сприйнятливості персоналу як основа економічного розвитку підприємства. 2019. С. 110-116. DOI: <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2019.24.110>
4. Be flexible: turning innovativeness into competitive advantage in hospitality firms. 2019. С. 605-624. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2018-1014>
5. Нецадим Л. Стратегії інноваційного розвитку готельно-ресторанних підприємств України. 2023. С. 67-72. DOI: [https://doi.org/10.31499/2786-7838.ssedj.2023.1\(1-2\).67-72](https://doi.org/10.31499/2786-7838.ssedj.2023.1(1-2).67-72)