

# ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МЕТОДІВ МЕНЕДЖМЕНТУ В ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Виконала  
Студентка групи МО-12  
Прийма Софія

# Мета, цілі, завдання і функції інноваційного менеджменту

1

**Мета** - це кінцевий стан, бажаний результат, якого прагне досягти будь-яка організація. Мета встановлює певні орієнтири розвитку на заданий період часу. З одного боку, мета виступає як результат прогнозів і оцінки ситуації, а з іншого - як обмежувач для запланованих інноваційних заходів.

2

**Цілі** інноваційного менеджменту зводяться до того, щоб знайти нове технічне рішення в області створення винаходу, проведення НДДКР, організації серійного виробництва, одночасної підготовки та організації збуту продукції, впровадження нового товару на ринок, закріплення на нових ринках за допомогою більш високої якості і конкурентоспроможності товару.

Реалізація поставлених цілей передбачає врахування різного роду факторів, серед яких можна виділити наступні: орієнтація інновацій на ринок, відповідність інновацій цілям підприємства, сприйнятливість підприємства до інновацій, наявність на підприємстві джерела творчих ідей, економічно обґрунтована система відбору та оцінки інноваційних проектів, ефективні методи управління інноваційними проектами і контроль за їх реалізацією, індивідуальна і колективна відповідальність за результати інноваційної діяльності.

# 3

Інноваційний менеджмент припускає виконання наступних **завдань** (робіт):

- о розробка та здійснення єдиної інноваційної політики;
- о розробка проектів і програм інноваційної діяльності;
- о підготовка і розгляд проектів створення нових пілон продуктів;
- о контроль над ходом робіт по створенню нової продукції і її впровадження;
- о фінансове і матеріальне забезпечення проектів інноваційної діяльності;
- о підготовка і навчання персоналу до інноваційної діяльності;
- о формування цільових колективів, груп, здійснюють рішення інноваційних проектів.

Перелік завдань, які можна вирішити в процесі управління інноваціями, досить широкий і може розрізнятися по відношенню до продуктовим інноваціям і технологічними нововведеннями. Так, стосовно до продуктовим інноваціям основними завданнями, які вимагають свого вирішення, будуть: дослідження ринків збуту і можливих способів реалізації нових продуктів, дослідження ринків ресурсів; прогноз особливостей і тривалості кожної стадії життєвого циклу нового товару; аналіз патентної чистоти нового продукту і способів її забезпечення, визначення методів захисту нового продукту; визначення субпідрядників за проектом створення нового продукту; пошук варіантів кооперації з можливими конкурентами при реалізації технічно складних виробів і високо ризикових нововведень.

З безлічі розв'язуваних інноваційним менеджментом завдань можна сформулювати його основне завдання - **досягнення прибутковості (вигоди)** від здійснення інноваційної діяльності.

# 4

Стан інноваційної системи, коли забезпечується ефективно та узгоджене функціонування всіх внутрішніх і зовнішніх її елементів, називається гармонією. Тому основна цільова кроку інноваційного менеджменту - досягнення гармонії в розвитку інноваційного підприємства.

**Функції управління** інноваційним менеджментом у загальному вигляді можна визначити як види (напрями) діяльності, необхідні для керівництва тим чи іншим об'єктом. Виділяють дві групи функцій інноваційного менеджменту:

- 1) основні функції;
- 2) забезпечують функції.

Основні функції - це планування (стратегічне, поточне, оперативне), організація, мотивування; контроль. Основні функції інноваційного менеджменту є загальними для всіх видів і будь-яких умов ведення інновацій, вони відображають зміст основних стадій управління інноваційною діяльністю.

До забезпечуючих функцій інноваційного менеджменту відносять функції, які сприяють ефективному здійсненню основних функцій: соціально-психологічні та технологічні або процесуальні функції. Соціально-психологічні функції менеджменту пов'язані з станом виробничих відносин в колективі. Розрізняють два їх різновиди: делегування і мотивація.

**Делегування** - комплекс управлінських рішень, що сприяють раціональному розподілу робіт з управління інноваційними процесами та відповідальності за їх здійснення між працівниками апарату управління.

**Мотивація** - створення системи моральних і матеріальних стимулів для працівників організації, забезпечення їх професійного рівня та можливості кар'єрного росту, тобто створення умов, які мають вплив на поведінку людини. Раціональне співвідношення делегування повноважень та мотивації праці виконавців - головна умова успішного менеджменту в інноваціях.

# Методи інноваційного менеджменту

До числа методів інноваційного менеджменту відносять методи примусу, аналізу, переконання, мережні методи, методи спонукання і методи прогнозування.

**Методи примусу** - методи менеджменту, якими керуюча підсистема впливає на керовану підсистему. Ці методи спираються на законодавчі акти країни і регіону; нормативно-директивні і методичні документи фірми та вищестоящої організації; плани, програми, проекти, завдання, оперативне керівництво.

**До методів аналізу** відносяться: метод порівняння, індексний метод, метод ланцюгових підстановок, метод елімінування, графічний метод, факторний аналіз і ін

**Методи переконання** засновані на дослідженні психологічного портрета особистості і мотивації її потреб. Їх структура і обсяг визначаються характером, освітою, соціальним становищем та цінностями конкретної особистості.

**Методи переконання** засновані на дослідженні психологічного портрета особистості і мотивації її потреб. Їх структура і обсяг визначаються характером, освітою, соціальним становищем та цінностями конкретної особистості. Методи переконання застосовуються до об'єктів управління з високим ступенем свободи, що робить задачу більш важкою: легше наказувати або економічно стимулювати, ніж переконувати.

**Мережеве планування та управління -**

графоаналітичний метод управління процесами створення (проекування) будь-яких систем. Основним елементом при цьому методі є сітковий графік, що являє собою графічну модель всього комплексу робіт, спрямованих на виконання єдиного завдання, в якій відображені логічний взаємозв'язок, послідовність робіт і зв'язку між ними.

**Методи**

**спонукання** націлені на економію ресурсів, підвищення якості та конкурентоспроможності товарів і послуг, інфраструктури, рівня життя населення у відповідності з ідеологією і політикою розвитку системи. Ці методи базуються на оптимізації управлінського рішення і мотивації персоналу на його реалізацію.

До основного методу спонукання відноситься економічне стимулювання персоналу до досягнення кінцевих цілей системи управління.

Під **методами прогнозування** розуміється сукупність прийомів мислення, способів, які дозволяють на основі аналізу інформації про прогнозований об'єкт винести щодо вірогідне судження щодо майбутнього розвитку об'єкта. Всю сукупність методів прогнозування, що використовуються в інноваційному менеджменті, можна розділити на три групи: фактографічні, експертні та комбіновані.