

супроводжуватися постійним пошуком інформації, пов'язаної з розробкою і впровадженням інновацій. Основою положення такою частиною такого процесу є подолання опору інноваційним процесам і впровадження в діяльність готелю нововведення. Така ціль вирішується ефективно, якщо управлінський персонал переконаний у перспективі інновацій і є прихильником ідеї [1, с. 174].

При розробці стратегії інноваційного проекту впровадження важливу роль грає організація загального планування. Менеджер, який відповідає за інновації, повинен діяти подібно інвестору. Такий менеджер ставить завдання, підбирає виконавців і встановлює певний регламент робіт і позначає деякі етапи, на яких знадобиться втручання і координація.

При формуванні системи забезпечення управління інноваційним розвитком в готельних підприємствах необхідно звернути особливу увагу на соціально – психологічний мікроклімат персоналу підприємства у зв'язку з розробкою і застосуванням системи управління інноваційним процесом. Кожне нововведення вимагає тривалої підготовки робітників підприємства, які приймають участь у його впровадженні і використанні, що часто не виконується на практиці [2, с. 214].

Основні висновки. Отже, інновації на ринку, сьогодні, виступають потужним засобом конкурентної боротьби серед аналогічних підприємств готельної сфери. Без інновацій та інноваційного процесу на підприємствах немислимий науково-технічний процес. Інноваційна діяльність – це діяльність по створенню, впровадженню, доведення їх до кінцевого споживача, результатом якої є практичні використання й поширення нових ідей. Для управління інноваційним процесом готельної сфери необхідні спеціально навчені люди, які могли б займатися не тільки рішенням будь-яких організаційно-економічних питань, але й щоб вони володіли навичками і методами управління.

ЛІТЕРАТУРА

1. Браймер, Р. А. Основи управління в індустрії гостинності / Р. А. Браймер. Пер. з англ. – М., 2015. – 254 с.
2. Ільєнкова С. Д. Інноваційний менеджмент / С. Д. Ільєнкова. – М., 2014. – 274 с.
3. Санто Б. Інновація як засіб економічного розвитку / Б. Санто. – М., 2015. – 312 с.

Олександр Бачурський,
студент М1мн групи
гуманітарно-економічний факультет
Науковий керівник: **К. М. Леміш**, к. е. н., доцент (БДПУ)

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ В МІЖНАРОДНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Необхідність стратегічного планування в міжнародному менеджменті обумовлено потребою координації і інтеграції різноманітних операцій у масштабах усієї корпорації. Наявність стратегічного планування допомагає

підготуватися до непередбачених змін та швидкої реакції на них.

Аналіз останніх досліджень. Основою цього дослідження є праці вітчизняних та зарубіжних економістів з проблем стратегічного планування в міжнародному менеджменті: М.Г.Луцькій, О.М.Скібіцькій, Л.І.Міхайлова, В.Д.Немцов, Багрова, В.Д.Рогожін, У. Кінг, та інші.

Мета і методи дослідження. Метою дослідження являється вивчення теоретичних засад стратегічного планування в рамках міжнародного менеджменту. Для вирішення поставленої мети використовувались наступні наукові методи, а саме: дослідження, синтез, комплексний та системний аналіз,

Сутність дослідження. У міжнародному менеджменті стратегічне планування – це процес що дозволяє спланувати господарську діяльність фірми відповідно до потреб ринку, а також можливостей отримання необхідних ресурсів [3]. Як показує міжнародна практика, стратегічне планування – це основа взаємодії більшості внутрішніх та зовнішніх економічних процесів, факторів та явищ.

Здійснюючи діяльність зі стратегічного планування необхідно враховувати інтереси всіх суб'єктів ринку. Також потрібно орієнтуватися не тільки на міжнародну, а й на економіку конкретної держави.

Як стверджує У. Кінга, план допомагає в свою чергу погоджувати ресурси фірми зі справжніми та майбутніми, а також те що план – це найважливіший елемент для визначення напрямку, яке повинно забезпечити фірмі процвітання [1].

Необхідність стратегічного планування полягає в наступному [4]:

- збереженням напрямку розвитку компанії в умовах розширення асортименту продукції та послуг, а також освоєння нових ринків збуту;
- координація та інтеграція різноманітних операцій у масштабах усієї корпорації;
- належна підготовка до виникаючих нових міжнародних проривів і вимог.

Процес стратегічного планування в міжнародному менеджменті складається з етапів, зображених на рис.1 [2].

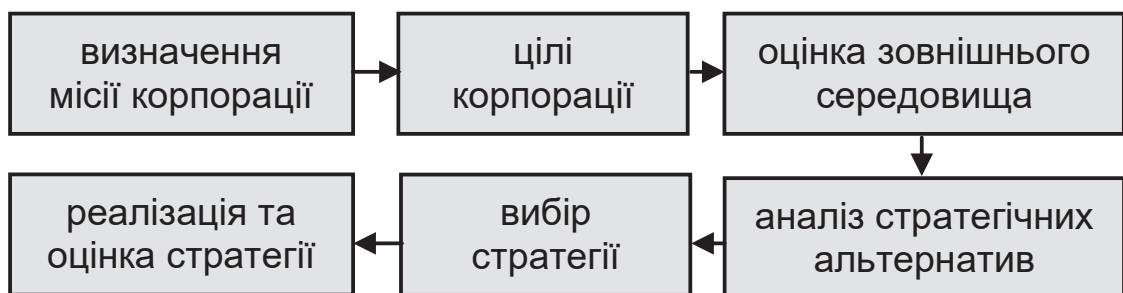


Рис.1 Етапи стратегічного планування

На якість та рівень стратегічного планування в міжнародному менеджменті впливають такі фактори [5]:

- компетентність керівника фірми;
- кваліфікації фахівців,
- наявність нової інформаційної бази;

- забезпечення сучасною комп'ютерною технікою.

Основні висновки. Підводячи підсумки, можна сказати, що міжнародні корпорації, які припускають успішне та довгострокове існування на ринку повинні приділяти більше уваги стратегічному плануванню. Тому що в умовах нинішньої ринкової економіки господарюючі суб'єкти не можуть успішно працювати без наявності обґрунтованого стратегічного плану.

ЛІТЕРАТУРА

1. Білик Р. С. Міжнародний менеджмент [Текст] : навч. посіб. / Р. С. Білик, Р. Р. Білик ; Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. – Чернівці : Чернів. нац. ун-т, 2010. – 319 с. : рис., табл. – Бібліогр.: с. 319 с.
2. Галушка З. І.. Стратегічний менеджмент [Текст] : навч.-метод. посіб. / З. І. Галушка, І. Ф. Комарницький ; Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. – Вид. 2-е, допов. та переробл. – Чернівці : Букрек, 2011. – 239 с. : табл., рис. – Бібліогр.: с. 237 с.
3. Гоголь Г. П. Міжнародний маркетинг [Текст] : навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. України всіх форм навч. напряму "Економіка і підприємництво" (менеджмент) / Г. П. Гоголь ; Національний ун-т "Львівська політехніка". – Л. : Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2004. – 147 с.
4. Ігнат'єва І. А. Стратегічний менеджмент: теорія, методологія, практика [Текст] / І. А. Ігнат'єва ; Київський національний ун-т технологій та дизайну. – К. : Знання України, 2005. – 250 с.
5. Куриляк В.Є. Міжнародний менеджмент [Текст] : навч. посібник / В. Є. Куриляк ; Тернопільська академія народного господарства. – Т. : Карт-бланш, 2004. – 268 с.

Бачурський Олександр,
студент 6 курсу
гуманітарно-економічного факультету
Наук. керівник: **Н. І. Бабіна,**
старший викладач (БДПУ)

АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ РЕЙТИНГУ УКРАЇНИ ЗА ІНДЕКСОМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОДОРОЖЕЙ І ТУРИЗМУ

За останні десять років туризм став одним із найвпливовіших факторів для зростання економік держав та регіонів. На сьогодні важливим завданням для нашої країни є залучення іноземних туристів, що стимулюватиме наповнення державного бюджету та стрімкий розвиток інфраструктури.

Аналіз останніх досліджень. Сучасні тенденції міжнародного туризму, а також питання щодо розвитку конкурентоспроможного ринку туристичних послуг досліджували зарубіжні та вітчизняні вчені, а саме: В.Гудак, П.Ебергардт, Дж.Уокер, Г.Долматова, Є.Єгорова, О.Любіцева, М.Мальська та інші.