

ИННОВАЦИИ В ГОСТЕПРИИМСТВЕ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Коноплева Анастасия Вадимовна

магистрант, Институт магистратуры, СПбГЭУ, РФ, Санкт-Петербург

Innovations in hospitality through the prism of innovation management

Anastasia Konopleva

graduate student, Institute of Magistracy, SPbGEU, Russia, St. Petersburg

Аннотация. В данной статье рассмотрены инновационные подходы в гостиничном бизнесе на примере инновационного менеджмента и дано описание инновациям. Также приведен пример инновационного мышления менеджера гостиничного предприятия.

Abstract. In this article the innovative approaches in the hotel business on the example of innovative management are considered. The description of innovations is given. Also, the hotel manager innovative thinking is give as example.

Ключевые слова: инновации; инновационный менеджмент; индустрия гостеприимства; менеджмент; гостиница.

Keywords: innovations; innovative management; hospitality industry; management; hotel.

По мере развития мира индустрия туризма и гостеприимства постоянно появляются новые проблемы, вынуждая гостиничные предприятия адаптироваться к новым условиям и непостоянной экономической ситуации. Традиционные решения, которые давали успех в течение длительного времени, больше не являются подходящими, так как устарели. Новые и инновационные способы ведения бизнеса необходимы для его развития. Одиночные предприятия и сети нуждаются в гибкости, чтобы неожиданные изменения в окружающей среде влияли на само предприятие с меньшей силой.

Таким образом, все гостиничные предприятия должны иметь возможность анализировать свою работу и предвидеть изменения окружающей среды и адаптироваться путем создания новых продуктов, услуг или процессов на своем предприятии. А также уметь верно изменить свою маркетинговую стратегию на рынке гостиничных услуг.

Индустрия гостеприимства - это интенсивная деятельность человека на предприятии и инновации в гостиницах в основном зависят от приверженности сотрудников и постоянного их совершенствования. Поэтому менеджеры должны уметь определять ведущий талант в каждом из своих сотрудников в команде, который поможет более точно и умело выполнять должностные обязанности - талантливые люди более привержены и, следовательно, более

способны для создания творческих решений для непрерывной и качественной работы [6].

Однако, на гостиничные предприятия все чаще внедряют командную систему (как творческие методы решения проблем) для решения сложных проблем и, таким образом, переходят от индивидуального уровня решения проблемы к командному и организационному. По итогу творческая работа и инновации становятся более сложными для разделения, так как в таком случае результат будет практичнее и интереснее для внедрения на гостиничном предприятии.

Область гостеприимства, по определению, является отраслью обслуживания. Его задача - создать богатство акционеров, обслуживая и удовлетворяя гостей.

Являясь ключевой категорией инновационной теории, инновации определяют суть, специфику инновационных процессов и, соответственно, особенности управления ими.

Новизна составляет обязательное условие любой инновации, отражает ее внутреннюю ценность и реальные отличия от других, обычно предшествовавших ей товаров или услуг. О новизне можно говорить только в течение определенного периода времени, когда внедряемое новшество не подвергается моральному износу, таким образом, само понятие новизны следует рассматривать в нескольких аспектах. Это может быть научно-техническая новизна, рыночная новизна, новизна для производителя и потребителя и т.п. Исходя из этого, новизна определяется как совокупность свойств, характеризующих радикальность изменений объекта и дающих ему право называться новым.

Среди отечественных разработок по теме инноваций особое место занимают исследования А.И. Пригожина. Предложенная им типология нововведений считается одной из наиболее полных причем некоторые ее аспекты являются, по сути дела, уникальными [1].

Возвращаясь к инновациям на предприятии и ответственным за их внедрение менеджером, можно с уверенностью сказать, что современный менеджер анализирует среду, организационный контекст и потенциал последователей, чтобы гарантировать адекватные отношения с командой гостиничного персонала в будущем. Инновации могут не только внедряться на гостиничное предприятие, а также и представляться в виде инновационного лидерства управляющего, которое заключается в развитии «творчества и инноваций» коллег с целью постоянного улучшения качества и удовлетворенности клиентов [5]. Они имеют ориентированный на клиента подход к работе и позволяют согласовать сотрудников с целями и стратегией организации.

Инновационное поведение менеджеров позволяет им использовать разнообразные каналы информации, а именно гости, коллеги, проверяющие инстанции, сотрудники, конкуренты [2]. Тем самым, стандартные менеджеры относятся только к информации клиентов, без какой-либо конкретной стратегии оценки различных источников, что не позволяет поддерживать здоровую атмосферу в коллективе и наладить эффективную работу персонала гостиничного предприятия.

Инновации в гостиницах высокой категории, связаны с небольшими изменениями, внесенными в повседневную деятельность, которые могут себе позволить, например, международные гостиничные сети, в связи со стабильной ежедневной работой на гостиничных рынках мира [4].

Большинство опрошенных топ-менеджеров сказали, что особое внимание уделяется персоналу, который приглашают пройти обучение и провести некоторое время в гостинице, принадлежащей к одной и той же цепочке, что является эффективным способом предложить им возможность пройти через опыт пребывания клиента в пятизвездочном отеле [3].

Таким образом, одним из примеров инновационного мышления менеджера было создание велосипедной команды с регистраторами, которые изучали исторические и культурные объекты гостиничной среды, улучшая при этом качество информации предоставленной гостю гостиницы. Такой опыт обучения и жизненного опыта связывает менеджера с сотрудниками отеля, позволяя создавать более общее понимание в пути развития стратегии того или иного

гостиничного предприятия на рынке [6]. Кроме того, если инновационные предложения будут возникать в процессе взаимодействия, то есть в формальных и неформальных процессах коммуникации, произойдет улучшение отношений между менеджером и коллективом, которые помогут обратить внимание на какие-либо мелкие детали в работе предприятия и тем самым привлечь менеджера к размышлениям, которые ведут к постоянному улучшению качества и инновациям.

Список литературы:

1. Обзор международных гостиничных сетей в России [Электронный ресурс]. – «КПМГ», 2016. Режим доступа: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/05/ru-ru-hotel-operators-cis.pdf>. Дата обращения: 19.11.2017
2. Гостиничный бизнес. Персонал гостиницы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gostinica.org/personal-gostinicy.html>. Дата обращения: 20.11.2017
3. Сфиева З.Х., Вагабов М.М. Особенности управления предприятиями гостиничного бизнеса в современных условиях / З.Х. Сфиева // *Общественные и гуманитарные науки*. – 2015. – №2 (31). – С. 23-27
4. Hotel Master. Управление гостиничным предприятием [Электронный ресурс]. – 2016. Режим доступа: <http://hotelmaster.ru/upravlenie-gostinichnym-predpriyatiem/>. Дата обращения: 17.11.2017
5. Логутова А.В. Маркетинговые управленческие решения в гостиничном бизнесе и технология их принятия // *Актуальные вопросы экономики и управления: материалы IV междунар. науч. конф.* — М.: Буки-Веди, 2016. — С. 79-83
6. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства. - М.: Экономика, 2013. – С. 142