

**Бондаренко Г.А.**, канд. экон. наук., доцент  
Белорусский государственный университет физической культуры,  
Республика Беларусь, Минск  
**Bondarenko G.A.**, Cand. of Econom. Science, Associate Professor  
Belarusian State University of Physical Culture  
The Republic of Belarus, Minsk

## **ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

**Аннотация.** Рассматривается понятие «инновация» как экономическая категория, исследуется значение и роль инновационных технологий в развитии организаций индустрии гостеприимства, приводятся примеры практической реализации инновационных продуктов в данной сфере деятельности.

**Ключевые слова:** инновации; инновационные технологии; инновационный продукт; инновационная деятельность; разработки; индустрия гостеприимства; качество; эффективность; конкурентные преимущества.

## **INNOVATIVE APPROACHES IN THE MANAGEMENT OF HOSPITALITY INDUSTRY ORGANIZATIONS**

**Abstract.** The concept of “innovation” as an economic category is considered, the importance and role of innovative technologies in the development of organizations of the hospitality industry is investigated, and examples of the practical implementation of innovative products in this field of activity are given.

**Keywords:** innovations; innovative technologies; innovative product; innovative activity; developments; hospitality industry; quality; efficiency; competitive advantages.

К настоящему времени в мировой практике не выработана общепринятая и однозначно признанная как научным сообществом, там и международными экономическими организациями методология определения понятия «инновационный продукт индустрии гостеприимства», позволяющая определить классификационные признаки и критерии данной группы продуктов.

В научный оборот понятие «инновация» как экономическая категория было введено в начале XX века австрийским экономистом Й. Шумпетером. В научной публикации «Теория экономического развития: капитализм, социализм и демократия» Й. Шумпетер отмечает: «Производственная функция описывает количественное изменение продукта с учетом изменений во всей совокупности воздействующих на него факторов. Если вместо суммы факторов мы изменим форму функции, то получим инновацию» [1]. В этой же работе Й. Шумпетер определяет инновацию как новую комбинацию (изменение) факторов производства в совершаемом производственном кругообороте, применяемых с целью

внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производственных и транспортных средств, рынков и форм организации в промышленности [1].

Согласно теории Й. Шумпетера, понятие «инновация» объединяет в себе пять следующих типов новшеств:

- производство нового продукта, т. е. продукта, в котором присутствуют ранее неизвестные потребителям блага или новое качество того или иного блага;
- внедрение нового, т. е. еще практически неизвестного для данной отрасли промышленности метода (способа) производства, в основе которого не обязательно лежит новое научное открытие;
- освоение нового рынка сбыта, т. е. такого рынка сбыта, на котором данная отрасль промышленности страны еще не была представлена, независимо от того существовал этот рынок прежде или просто не принимался во внимание, или считался недоступным, или его еще только предстоит создать;
- освоение новых источников сырья и ресурсов;
- создание новых рыночных структур для той или иной отрасли [1].

Со времен Й. Шумпетера данное понятие не сильно эволюционировало, и в настоящее время в большинстве случаев инновация рассматривается как новшество, обладающее либо самостоятельной ценностью, либо существенно повышающее эффективность какого-либо процесса или производимой продукции. В мировой экономической литературе «инновация» интерпретируется как превращение потенциального научно-технического прогресса (НТП) в реальный, воплощающийся в новых продуктах и технологиях. Согласно международным стандартам инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам [2].

Определяя понятие «инновация» важно также отделить его от других, близких с ним по смыслу понятий. Например, очень часто термин «инновация» ассоциируется с терминами «изобретение» и «улучшение». Однако здесь есть одно важное отличие: «инновация» является более емким определением. Так, какое-либо изобретение или произведенное улучшение (например, совершенствование технологии обслуживания) будет считаться инновацией только при условии, что оно будет включено в производственный процесс, и принесет видимый экономический эффект. Таким образом, различная трактовка понятия «инновация» одновременно и ограничивает, и расширяет употребление данного термина.

Несмотря на некоторую дискуссионность определения феномена инновации, среди определяющих его признаков выделяют: процесс, изменение, результат. Поэтому можно сделать вывод, что концептуальной составляющей инновации являются изменения (в сфере организации деятельности хозяйствующих субъектов, разработке и усовершенствовании продуктов и услуг, создания и применения

новых технологий и т. д.), являющиеся результатом процесса осуществления инновационной деятельности [3].

Разработка и внедрение инноваций в организациях индустрии туризма и гостеприимства выступает важнейшим инструментом для повышения эффективности их деятельности, достижения новых конкурентных преимуществ, чрезвычайная актуальность которых усилилась в условиях кризисных ситуаций, вызванных пандемией коронавируса и неблагоприятной международной политической обстановкой. Инновационная деятельность в сфере гостеприимства направлена на создание новых или модификацию существующей продуктов, на постоянное совершенствование основных и дополнительных гостиничных услуг, освоение новых рынков, внедрение цифровых технологий в процессы обслуживания и управления. В общем плане инновации в индустрии гостеприимства можно условно разделить на три группы: простейшие технологии, используемые для сохранения конкурентного потенциала (технологии уборки гостиничных номеров, сервиса в ресторанах, кафе, барах и т. д.); ключевые – технологии, внедренные в небольшое количество объектов индустрии гостеприимства, позволяющие достичь конкурентного преимущества и повысить стандарт обслуживания, снизить расходы и увеличить доходность; ведущие технологии – так называемые «ноу-хау», предназначенные для неосвоенных сегментов рынка и обеспечивающие более высокую эффективность.

Определяя инновационные решения, которые можно использовать с целью уменьшения влияния негативных последствий пандемии и смягчения кризисной ситуации, Н.С. Морозова выделяет следующие мероприятия:

- выход на новые рынки;
- создание нового туристического и гостиничного продукта (услуги);
- внедрение инновационных цифровых технологий;
- инновационные решения в сфере маркетинга и продвижения туристических и гостиничных услуг и туристических дестинаций;
- организационные изменения в структуре предприятий индустрии туризма и гостеприимства;
- инновации в управлении персоналом предприятия индустрии туризма и гостеприимства и другие [4].

В обеспечении развития организаций индустрии гостеприимства наиболее значимую роль играет технологическая сфера. Именно в этом направлении наиболее очевидными как со стороны владельцев бизнеса, так и для гостей являются преимущества от использования инноваций. Среди инновационных технологий, которые наиболее активно начали внедряться в индустрию гостеприимства в последние годы, можно выделить следующие.

Замена пластиковых карточек, которые в свое время сменили традиционные ключи, на возможность открытия гостиничных номеров с помощью специальных приложений для телефона. Таковую систему в своих гостиницах впервые внедрила гостиничная сеть «Marriott», а в последствии она была быстро распространена

на отели сетей «Le Méridien», «Westin», «Sheraton», «Four Points» и многие другие. В настоящее время в аналогичном приложении зарегистрированы миллионы электронных ключей. Развивая данное направление деятельности гостиниц, китайские компании уже проводят тестирование системы распознавания гостей по лицам, которая должна обеспечить доступ гостей в номера без использования любых ключей. Мобильные приложения, используемые в гостиницах, позволяют также дистанционно управлять системами освещения, кондиционирования, настройками телевидения и бытовой техники, функциями штор и матрасов.

Активно поддерживая тренд, направленный на ведение здорового образа жизни, заботу о физическом и эмоциональном состоянии гостей, многие гостиницы предлагают новый продукт – «комнаты (номера) здоровья», отличающиеся от обычных номеров рядом особенностей. В них установлены не простые кондиционеры, а системы очистки воздуха, которые удаляют не только пыль, но и аллергены и микробы. Душ оснащен фильтрами для очистки воды от хлора. Вместо обычных выключателей света используются регуляторы, которые подстраивают освещение под циркадные ритмы в течение дня, что помогает пережить джетлаг днем и улучшает сон ночью.

Одни из последних разработок инновационных гостиничных продуктов направлены на создание экосистем для путешественников, цель которых состоит в том, чтобы не только помочь человеку выспаться и поесть, но и получить уникальный опыт от поездки. Предполагается, что именно эти положительные эмоции и будут ассоциироваться с отелем.

Инновации в гостиничном бизнесе появляются регулярно и направлены на привлечение большего количества гостей, расширения предложения и повышения качества предлагаемых услуг. В настоящее время создание инновационных продуктов и внедрение инновационных технологий является необходимым условием для обеспечения конкурентоспособности организаций индустрии гостеприимства на рынке.

1. Шумпетер, Й. А. Теория экономического развития = *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung* ; Капитализм, социализм и демократия = *Capitalism, socialism and democracy* : пер. с нем. и англ. / Й. А. Шумпетер ; предисл. В. Автономова. – М.: Эксмо, 2007. – 861 с.

2. Михайлец, А. В. Перспективы внедрения инновационных методов управления в индустрии гостеприимства [Электронный ресурс] / А. В. Михайлец // Молодой ученый. – 2016. – № 5 (109). – С. 374–377. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/109/26610>. – Дата доступа: 23.03.2022.

3. Горшкова, Н. В. Исследование дефиниций «инновация» и «инновационная деятельность»: теоретический подход [Электронный ресурс] / Н. В. Горшкова, В. Ю. Иванов // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 10-2. – С. 380–385. – Режим доступа: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=40864>. – Дата доступа: 18.03.2022.

4. Морозова, Н. С. Инновационные направления развития индустрии туризма и гостеприимства в кризисных условиях / Н. С. Морозова // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2020. – № 4 – С. 11–18.