Четирбук О.Р.
Львівський державний університет фізичної культури ім. І. Боберського

ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЗАКЛАДІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Chetyrbuk O.

INNOVATIVE DIRECTIONS OF THE HOSPITALITY INDUSTRY ESTABLISHMENTS' MODERNIZATION

Будь-яка система діяльності людини потребує розвитку, який вона проходить шляхом модернізації. Цей процес супроводжується прогресивними змінами усіх її елементів: принципів, методів, цілей та потребує подолання укорінених звичок, взаємозв'язків, стійких тенденцій. У результаті цього, виникає нова якість, яка виявляється в оновленні матеріально-технічної бази, суспільних відносин, системи управління, новітніх життєвих стилів, у появі нових способів життя.

У сучасній науці та практиці для відображення напрямів розвитку тої чи іншої сфери широко використовується термін «інновації»,. Це поняття науковці використовують більше ста років, проте й до сьогодні у його розумінні не має одностайності. Багатогранність поглядів, а в результаті й відмінності в трактуванні поняття «інновація» обумовлені різною спрямованістю досліджень науковців (галузями господарства, напрямами науки, об'єктом і предметом дослідження). Традиційно вважається, що термін «інновація» у науковий дискурс ввів у 1912 році австрійський вчений Йозеф Шумпетер у своїй праці «Теорія економічного розвитку» [1], йому також належить і перша спроба класифікації інновацій.

Згідно з сучасними уявленнями, інновація – це нововведення в будь-якій сфері людської діяльності, яке є процесом (чи результатом процесу), спрямоване на необхідне та достатнє виконання певних умов (наприклад, забезпечується випуск товарів і послуг, які за своєю якістю співмірні зі світовим рівнем).

Неодностайність трактування терміну «інновація», його багатогранність і комплексний характер обумовлюють існування цілої низки класифікаційних ознак. Так сучасні українські вчені (Антонюк Л. Л., Поручник А. М., Савчук В. С.) виокремлюють їх близько 20 [2]. Водночас, згідно з класифікацією Й. Шумпетера, інновації поділяються на базисні та вторинні. Таке групування з часом дещо удосконалювалося, а групи інновацій набували інших назв. Розвиваючи цю класифікацію, Г. Менш [1] запропонував уведення ще однієї групи – псевдоінновацій. Такий підхід до групування й понині широко використовується в навчальній та науковій літературі. Класифікація інновацій за значенням для еволюційної теорії має вагоме значення при визначенні впливу нововведення на розвиток суспільства.

Базисні (радикальні) – це інновації, в основі розробки яких лежать нові фундаментальні наукові досягнення. Вони здатні корінним чином змінити характер людської діяльності, створити нові галузі, започаткувати новий технологічний уклад [2]. Для готельного господарства базисними інноваційними напрямами є нововведення, які корінним чином можуть змінити характер надання послуг із урахуванням нового технологічного укладу. Одним із таких прикладів є проведення віртуальних зустрічей та заходів (наприклад: 3D-ефект віртуальної присутності в бізнес-готелі Іспанської готельної мережі NH Hotel Group) [3]. Ця інновація поєднує у собі мультимедійні можливості LED-екрану та 3D-ефект віртуальної присутності. У найближчому майбутньому керівництво готельної мережі планує впровадити технологію голографічної присутності в 400 своїх готелях.

Наступним видом інновацій є поліпшуючі. Вони створені за рахунок використання оптимального набору (комплексу) раніше накопичених і перевірених у світовій практиці наукових досягнень (знань, технологій, обладнання та ін.). Їх пов'язують із поліпшенням властивостей наявних процесів виробництва, продуктів і послуг. Такі інновації є

модернізованими щодо базисних – вони створюються на основі поширення та вдосконалення базисних інновацій (тобто в межах конкретного покоління техніки й технології). Цей вид інновацій сприяє розвитку й повнішому задоволенню існуючих потреб і реалізації нових поколінь товарів (послуг). Такі інновації сприяють реалізації здебільшого дрібних винаходів, які націлені на часткове поліпшення застарілих поколінь техніки та технології [3]. Прикладом поліпшуючих інновацій у готельному господарстві є обладнання конференц-залів новими технологіями та засобами зв'язку (наприклад: завдяки облаштування в готелі NH Hotel Group конференц-зали відповідними системами в одному відео-дзвінку може брати участь до 250 учасників.

Існує поняття умовної новизни, яке полягає у тому, що в наш час формується відповідний культ новизни, який призводить до інноваційної патології – псевдоінновацій. Межа між інноваціями розмита й поліпшуючі нововведення часто призводять до псевдоінновацій. Псевдоінновації передбачають незначні відмінності параметрів продукції, що виникають у результаті суспільних настроїв, моди, реклами, а не науково-технічного прогресу [1]. Прикладом псевдоінновацій у готельній сфері є впровадження послуг типу «мильний дворецький», «дворецький щодо запахів» тощо. Сучасні п'ятизіркові готелі пропонують дедалі ширші та урізноманітненні додаткові послуги (наприклад: у готелі Viceroy Riviera Maya гостям при поселенні пропонуються не лише різноманітні банні засоби, а й обслуговування «мильного дворецького»). У мережі готелів «Rosewood Hotels & Resorts» пропонується ексклюзивний сервіс із оригінальною назвою «Fragrance Butler» («дворецький щодо запахів»). У будь-який час доби гостеві можуть запропонувати на вибір розкішні аромати духів таких, як Chanel No. 5, Daisy Marc Jacobs, Tom Ford for Men, Bulgari Pour Homme тощо. Також до псевдоінновацій іноді відносять ретровведення. Дуже часто вже пройдені етапи розвитку суспільства, науки чи техніки знову стають актуальними. Прикладом таких ретровведень у готельному господарстві можна вважати актуалізацію елементів дизайну. Такий підхід реалізовано в готелі Peliroccо (Брайтон), у якому є номер. де всі елементи інтер'єру (штори, серветки, наволочки на подушки, торшер) зв'язані вручну [3].

Таким чином для успішної модернізації закладів індустрії гостинності необхідною є активізація інноваційної діяльності та розроблення відповідної інноваційної стратегії. Така стратегія повинна ґрунтуватися на новизні послуг, поліпшенні технологічності їх надання, економічній та соціальній ефективності.

Список використаних джерел:

1. Антонюк Л. Л., Поручник А. М., Савчук В. С. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: монографія. Київ : КНЕУ, 2003. 394 с.

2. Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент : підручник. Суми : ВТД «Університетська книга», 2010. 334 с

3. Інноваційні технології в готельному господарстві: основи теорії, навчальний посібник. Полтава 2018. URL: http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/8074/1/210-1039.pdf