

Г.Л. Чміль, асист. (*ХДУХТ, Харків*)
Т.М. Брикова, асист. (*ХДУХТ, Харків*)

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ГОТЕЛЮ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

На сучасному етапі рівень конкуренції в готельному бізнесі неухильно зростає. Щорічно будуються нові готелі і в умовах конкуренції, що посилюється готельєри змушені безперервно шукати нові шляхи підвищення конкурентоспроможності своїх закладів. На конкурентоспроможність готелю впливають безліч чинників. Тому, сьогодні на передній план виходить здатність готелю створювати інновації. Відсутність інноваційної активності негативно впливає на конкурентоспроможність готелю. Для виживання в сформованих умовах жорсткої конкуренції готель повинен своєчасно і адекватно відповідати на зміни зовнішнього середовища та інновації в даному випадку є вигідним рішенням. Саме інновації є основою конкурентного потенціалу готелю, і забезпечують його сталий розвиток.

Здатність готелю здійснювати інноваційну діяльність залежить від його інноваційного потенціалу. Інноваційний потенціал - це сукупність всіх ресурсів, необхідних для здійснення інноваційної діяльності (розробки, впровадження та розповсюдження інновації) для отримання економічних, організаційних та інших видів благ.

Інноваційний потенціал включає матеріально-технічні, трудові, інформаційні, правові, соціальні та інші види ресурсів підприємства, а значить, є однією зі складових загального потенціалу закладу. Будь-яка інновація починається з ідеї, а ідеї генеруються людьми, тобто співробітниками готелю. Тому однією з важливих складових інноваційного потенціалу є творчий потенціал співробітників. Тим більше що в індустрії гостинності величезну роль відіграє людський ресурс. Творчість в наш час є економічним ресурсом і ним, як і будь-яким іншим ресурсом, необхідно управляти.

Менеджмент творчості необхідний тоді, коли заклад прагне не просто вистояти, а й думає про розвиток, перспективи і збереження лідируючих позицій, а також у тих випадках, коли навіть при зростанні компанії, процес конкуренції настільки високий, що нестача нововведень призведе до відставання від конкурентів.

До функцій менеджменту творчості відносяться: інтенсифікація виробництва нових і ефективних ідей; розробка і виконання ефективних методик вирішення нестандартних завдань; підтримка та супровід індивідуальних і групових процесів вирішення проблем і генерації

нових ідей; оцінка творчих стилів персоналу; формування ефективних творчих команд; розвиток творчого потенціалу персоналу; організаційна та технічна підтримка творчості співробітників; усунення «блоків для творчості» і формування творчого клімату; оцінка творчого клімату; експертиза ідей і продуктів; контроль та фокусування творчості персоналу відповідно до цілей і завдань готелю.

Проблемою вітчизняних закладів (і готелів, зокрема), є безініціативність співробітників, відсутність у них мотивації на генерування ідей. Тому важливо створити умови для творчості, впровадити культуру творчості в готелі і мотивувати працівників на висунення ідей. Створення творчої культури в організації вимагає комплексного підходу і опрацьованого плану дій.

На першому етапі необхідно інформувати керівників усіх підрозділів готелю про важливість інноваційного розвитку підприємства, про те, які можливості воно дає. Для цього слід організувати робоче зібрання керівників вищої та середньої ланки. Далі важливо донести інформацію про важливість інновацій в діяльності готелю до співробітників готелю. Крім цього, кожен співробітник повинен бути обізнаний про місію готелю, його цілі, завдання і проблеми. Прозорість даної інформації спрямує ідеї співробітників в потрібне русло і послужить фільтром ідей, сприятиме створенню атмосфери довіри в готелі, а також мотивує працівників на прояв ініціативи. При цьому важливо інформувати і новоприбулих співробітників про творчу культуру готелю. Це дозволить приймати на роботу тільки зацікавлених співробітників і з першого дня мотивувати їх на творчий підхід до вирішення завдань.

Вкрай важливим етапом є збір і обробка ідей, висунутих співробітниками. Для організації збору ідей можна встановити ящик, куди співробітники зможуть опускати заявки на ідеї. Заповнення заявки в той же час стане додатковим фільтром ідей. План дій при впровадженні творчої культури для кожного готелю може мати свої особливості і повинен розроблятися для кожного готельного підприємства окремо.

Застосування даного підходу відкриє перед готелем нові можливості підвищення конкурентоспроможності. Крім того, приверне в готель більш кваліфікованих і зацікавлених працівників і знизить плінність кадрів, знизить опір співробітників нововведенням. Образ інноваційного закладу підвищує імідж готелю. А позитивно налаштовані працівники будуть працювати ефективніше, що підвищить якість обслуговування гостей.