

УДК 316.354.2

## ИССЛЕДОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПЕРСОНАЛА КАК ОДНОЙ ИЗ СОСТАВЛЯЮЩИХ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

<sup>1</sup>Скульмовская Л.Г., <sup>2</sup>Кудинова О.С.

<sup>1</sup>ФГБОУ ВПО «Нижневартровский государственный университет», Нижневартовск;

<sup>2</sup>ФГБОУ ВПО «Тобольская государственная социально-педагогическая академия  
им. Д.И. Менделеева» Тобольск, e-mail: tobolskkudinova@rambler.ru

Оценка инновационной активности предприятия осуществляется с помощью количественных и качественных показателей. К количественным измеримым показателям относятся внутренние исследования и разработки, приобретение внешних исследований, приобретение внешних знаний (прав на использование патентов, торговых марок и т.п.), приобретение оборудования для осуществления инноваций, проектирование производства новых продуктов, процессов и методов доставки, подготовка кадров для разработки и внедрения инноваций, планирование и внедрение новых методов организации. К качественным показателям относятся информация о характеристике, уровне образования персонала. Оценка качественных показателей дает возможность сформировать представление об инновационном потенциале и об инновационной составляющей кадрового потенциала предприятия. Для повышения инновационной активности предприятия необходима специально разработанная и осуществляемая стратегия нововведений, включающая кадровую политику, а для проявления инновационной активности отдельными группами работников – развитие их трудового потенциала. Инновационная активность персонала обусловлена наличием инновационной культуры на предприятии, проявлениями которой можно считать создание условий для творческого решения проблем, стимулирование инициативных сотрудников, готовность и принятие нововведений. Условием проявления инновационной активности личности является наличие личностных качеств (специальные знания и умения, образовательный потенциал, психофизиологический потенциал, нравственный потенциал и коммуникативный потенциал) в совокупности с определенными интеллектуальными возможностями. С целью измерения степени инновационной активности личности нами было проведено социологическое исследование работников гостиничных предприятий, расположенных на территории юга Тюменской области и ХМАО-Югры. Исследование показало, что при проявлении инновационной активности личности на первый план выходят не академические знания и навыки, а желание и способность ими воспользоваться.

**Ключевые слова:** инновационная активность, кадровый потенциал, гостиничное хозяйство

## RESEARCH OF INNOVATIVE ACTIVITY OF PERSONNEL AS ONE OF THE COMPONENTS OF PERSONNEL RESOURCES IN THE SPHERE OF HOSPITALITY

<sup>1</sup>Skulmovskaja L.G., <sup>2</sup>Kudinova O.S.

<sup>1</sup>Nizhnevartovsk State University, Nizhnevartovsk;

<sup>2</sup>Tobolsk State Social-Pedagogical Academy D.I. Mendeleev's name, Tobolsk,  
e-mail: tobolskkudinova@rambler.ru

Estimation of innovative activity of the enterprise is carried out with the help of quantitative and qualitative indicators. The quantitative measurable indicators include internal research and development, purchase of foreign studies, acquisition of external knowledge (rights to use the patents, trade marks etc), acquisition of equipment for the implementation of the innovation project of manufacture of new products, processes and methods of delivery, personnel training for the development and implementation of innovations, planning and implementing new methods of organization. Qualitative indicators include information and characteristics, level of education personnel. Assessment of qualitative indices makes it possible to form an idea of the innovation potential and the innovative component of the personnel potential of the enterprise. For increase of innovative activity of the enterprise requires a specially designed and implemented the strategy of innovations, including personnel policy, and for the manifestation of innovative activity of individual groups of workers – development of their labour potential. Innovative activity of personnel due to the presence of a culture of innovation at the enterprise, the manifestations of which can be considered as the creation of conditions for creative solutions to problems, encouraging motivated employees, willingness and adoption of innovations. Condition for the initiation of innovative activity of the person is the presence of personal qualities (special knowledge and skills, educational potential, potential psycho-physiological, moral potential and communicative potential) in conjunction with certain intellectual abilities. To measure the degree of innovation activity of the person we have carried out a sociological study of workers of hotel enterprises located on the territory of the South of Tyumen region and Khanty-Mansiysk-Yugra. The study showed that in the manifestation of innovative activity of the person in the foreground is not academic knowledge and skills, and the desire and ability to use them.

**Keywords:** innovation activity, personnel potential, hospitality management

Развитие российской экономики связывают с инновационными процессами, протекающими во всех сферах социально-экономической деятельности. При этом одни специалисты видят перспективы перехода к инновационно-ориентированной экономи-

ке в активизации деятельности корпораций, способных выпускать наукоемкую, высокотехнологичную и конкурентоспособную продукцию, другие считают, что инновационная экономика в большей степени формируется как подсистема инновационной

культуры и социально-ценностных ориентаций. По мнению В.А. Журавлева, основой креативного (инновационного) общества являются гражданский социум, предпринимательство и инновации [1].

На наш взгляд, к этим составляющим инновационного общества, способного к развитию, следует добавить участие государства в части правовой защиты результатов инновационной деятельности, законодательного обеспечения и упрощения процедур осуществления инновационных процессов не только в сфере материального производства, но и в сфере услуг, в том числе нематериальных. Кроме того, становление и развитие инновационной культуры как в малых и средних организациях, так и принятие ее на уровне отдельных индивидов – работников, способно стать одним из стимулов инновационных процессов в организациях.

Инновационная культура является особой формой человеческой культуры и обнаруживает взаимосвязь с управленческой, корпоративной, правовой, предпринимательской культурой. Проявлениями инновационной культуры в организации можно считать повышение престижа творческой деятельности, создание условий для осуществления творческого решения проблем, стимулирование инициативных сотрудников, готовность и осознание рациональности радикальных нововведений и т.п. Это также означает возможность сочетания традиционных культурных ценностей с новыми, продуктивными культурными ценностями, необходимость которых действительно неоспорима. Наличие инновационной культуры в организации служит условием для проявления инновационной активности ее работников.

Согласно рекомендации Руководства Осло, целесообразно фиксировать количественные и качественные показатели инновационной активности организации. К количественным измеряемым показателям следует относить [8]:

- внутренние исследования и экспериментальные разработки – творческая деятельность, осуществляемая на систематической основе в стенах предприятия, включая фундаментальные исследования;

- приобретение внешних исследований и экспериментальных разработок – результаты исследований приобретаются у государственных или частных исследовательских предприятий или других организаций;

- приобретение внешних знаний – приобретение прав на использование патентов и непатентованных изобретений, торговых марок, ноу-хау и т.п.;

- приобретение машин, оборудования и других капитальных товаров, в том числе вычислительной техники, земли и зданий для осуществления продуктовых и процессных инноваций;

- проектирование, планирование производства новых продуктов (товаров, услуг), производственных процессов и методов доставки;

- подготовку кадров, связанную с разработкой и внедрением инноваций;

- планирование и внедрение новых методов организации.

Оценить уровень инновационной активности предприятия по вышеуказанным количественным показателям возможно с помощью учета затрат на эти виды деятельности. Качественными показателями инновационной активности предприятий являются информация о характеристике рабочей силы, уровне образования персонала, участии предприятия в национальных программах, предоставляющих финансовую поддержку для обучения или найма исследовательского персонала. Оценка качественных показателей дает возможность сформировать представление об инновационном потенциале и об инновационной составляющей кадрового потенциала предприятия.

В отечественной практике индикаторами инновационной деятельности предприятия считаются следующие показатели [2]:

- инновационная активность организации;
- наличие научно-исследовательских подразделений;

- объем инновационных товаров (работ, услуг);

- объем экспорта инновационных товаров (работ, услуг);

- наличие и количество совместных проектов по выполнению инновационных исследований и разработок;
- затраты на все виды инноваций.

Актуальность внедрения инноваций в области стандартизации услуг предприятий сферы туризма, гостиничного и ресторанного сервиса не вызывает сомнений. Многие действующие с советских времен стандарты не соответствуют меняющимся требованиям современных потребителей, рыночным и международным стандартам, требуют пересмотра и внесения изменений.

Многие компании определяют качество как соответствие стандартам и нормативам. Такой подход работает на операционном уровне производства услуг, особенно там, где могут возникать проблемы с определением потребностей гостей, но он опасен на высшем уровне менеджмента. На этом уровне руководителям важно понимать, что

соответствие стандартам является только одним из условий достижения высокого качества. Качество как цель меняется по мере изменения потребностей гостей. Компания должна не только выделить услуги, лучше других соответствующие потребностям клиентов, но и разработать такое предложение, которое при необходимости можно модифицировать или полностью изменить.

Необходимость нововведений в отечественных предприятиях сферы гостеприимства обуславливается, как правило, следующими факторами:

- экономическими: экономической эффективностью, возможностью снижения постоянных и переменных затрат, созданием экономической стабильности в функционировании гостиницы;

- рыночными: возможностью получить конкурентное преимущество, как реакция на изменение спроса и предложения на рынке гостиничных услуг;

- технологическими: развитием научно-технического прогресса, внедрением новых технологий, изделий, оборудования, совершенствованием процесса организации труда;

- социальными: необходимостью социальной поддержки определенных слоев, категорий работников;

- политическими: изменением законов, регулирующих деятельность гостиничных предприятий, смена политического строя или курса;

- форс-мажорными обстоятельствами.

Наряду с факторами, детерминирующими необходимость инновационной деятельности того или иного предприятия, существуют факторы, препятствующие внедрению инноваций. Для предприятий сферы услуг такими факторами являются, прежде всего, недостаток собственных денежных средств, высокая стоимость нововведений, низкий инновационный потенциал организации, недостаток квалифицированного персонала и др. Влияние этих факторов на деятельность организации в целом может быть достаточно высоким, но, в отличие от внешних факторов, внутренними можно управлять с помощью инструментов инновационного менеджмента.

Социологический подход к изучению нововведений в организациях позволил зафиксировать характерный для российской действительности поведенческий стандарт: всеобщее недоверие и конфронтация утвердились как типичная норма экономической и социальной жизни [6]. Это явление названо «социальным цинизмом» и описывается рядом ученых как следствие распространения и пропаганды стремления к власти, богатству, ориентирующие людей в направ-

лении эгоцентризма и равнодушия к согражданам [4].

В связи с этим в качестве внутренних факторов, сдерживающих развитие инновационной деятельности предприятия со стороны персонала, можно отметить следующие:

- неправильное понимание или непонимание целесообразности нововведения, которое заключается в проявлении недоверия, скептицизма к инновации;

- личную заинтересованность в неэффективности инновационного процесса, обусловленную ожиданиями работников в отношении ухудшения условий труда, снижения заработной платы, увеличения производственной нагрузки, увольнения, сокращения и т.п.;

- низкую собственную способность к изменениям, выражающуюся в недостатке квалификации определенных категорий персонала, занятого внедрением инноваций.

Конструктивная ориентация деятельности и мотивация лежат в основе формирования инновационной культуры на предприятии, что, в свою очередь, служит условием для проявления инновационной активности всех категорий персонала. Инновационная культура считается одной из отличительных черт современного предпринимательства, особым социальным феноменом, интегрирующим в себе возможность использования не только новейших достижений науки, техники, но и образования, управления и культуры.

Для инновационно активного предприятия характерно наличие реализуемой стратегии нововведений, использование инструментов инновационного менеджмента, в том числе для предотвращения возникновения сопротивления инновациям, а также распространение и принятие принципов инновационной культуры большинством работников предприятия. Соответственно основными внутренними факторами, способствующими развитию инновационной деятельности предприятия, можно считать следующие:

- четкое понимание и осознание персоналом необходимости перемен, которое может выражаться в невозможности продолжать работу без внесения изменений;

- понимание личной выгоды от внедрения инноваций каждым сотрудником и способность сопоставить личную выгоду и выгоду для предприятия (корпоративное мышление);

- высокий кадровый потенциал предприятия в целом и каждого отдельного работника в частности, который также имеет тенденцию к развитию только при условии наличия возможностей для творческой

деятельности персонала, его саморазвития и самореализации.

Не вызывает сомнения, что для повышения инновационной активности предприятия необходима специально разработанная и осуществляемая стратегия нововведений, включающая кадровую политику, а для проявления инновационной активности отдельными группами работников – развитие их трудового потенциала. Персонал, обладающий высоким уровнем кадрового потенциала, отличается не только высокой профессиональной компетентностью, но и стремлением к саморазвитию и самореализации.

Профессионализм сотрудников гостиничного бизнеса в большей степени зависит от квалификации и заинтересованности человеческого капитала, от его творческих способностей, умения осваивать новые технологии, а также от использования новых организационных процессов и форм используемой для обслуживания клиентов материальной базы. Профессиональная компетенция выступает основой профессиональных качеств личности.

Одной из составляющих культуры обслуживания является культура поведения персонала, которая может свидетельствовать о высоком уровне его профессионализма. Культура поведения персонала – это комплексное понятие, компонентами которого являются безопасность при обслуживании; создание комфортных условий обслуживания; знание психологических особенностей личности и процесса обслуживания; знание и соблюдение персоналом эстетических норм обслуживания; знание и соблюдение персоналом, порядка и очередности обслуживания гостей [7].

Такие понятия, как «профессионализм», «мастерство» и «компетентность» являются важнейшими субъектно-личностными характеристиками субъекта деятельности. Подсистема профессионализма деятельности характеризуется гармоничным сочетанием высокой профессиональной компетентности и профессиональных умений и навыков на уровне профессионального мастерства.

По мнению А.В. Шабуровой, профессиональная компетентность – это один из ведущих когнитивных компонентов подсистемы профессионализма деятельности, сфера профессионального ведения, постоянно расширяющаяся система знаний, позволяющая выполнять профессиональную деятельность с высокой продуктивностью, круг решаемых проблем или вопросов [9].

Профессионализм складывается из многих видов профессиональной компетент-

ности, внутри которой иногда выделяют компетенции как способности к чему-либо, зависимые как от знаний, умений, так и от степени убежденности и потребности пользоваться этой способностью. Изучением видов профессиональной компетентности занималась Н.В. Кузьмина, которая выделяет «психологическую компетентность», состоящую из нескольких взаимосвязанных подсистем [3]:

1) социально-перцептивной компетентности (знание людей, ее основу составляет наблюдательность и проницательность);

2) социально-психологической (закономерности поведения, деятельности и отношений человека, включенного в профессиональную группу);

3) аутопсихологической (самопознание, самооценка, самоконтроль, умение управлять своим состоянием и работоспособностью, самоэффективность);

4) коммуникативной (знания о различных стратегиях и методах эффективного общения);

5) психолого-педагогической (знания методов осуществления влияния).

По А.К. Марковой различают следующие виды профессиональной компетентности [5]:

– специальная компетентность – владение собственно профессиональной деятельностью на достаточно высоком уровне, способность проектировать свое дальнейшее профессиональное развитие;

– социальная компетентность – владение совместной (групповой, кооперативной) профессиональной деятельностью, сотрудничеством, а также принятыми в данной профессии приемами профессионального общения, социальная ответственность за результаты своего профессионального труда;

– личностная компетентность – владение приемами личностного самовыражения и саморазвития средствами противостояния профессиональной деформации личности;

– индивидуальная компетентность – владение приемами самореализации и развития индивидуальности в рамках профессии, готовность к профессиональному росту, способность к индивидуальному самосохранению, неподверженность профессиональному старению, умение организовать рационально свой труд без перегрузок времени и сил, без усталости.

Каждый из видов компетентности включает в себя и общие межпрофессиональные компоненты. Так, специальная компетентность характеризуется способностью к планированию производственных процессов, умением работать с компьютером, с оргтехникой, чтением технической документации.

Личностная компетентность включает способность планировать свою трудовую деятельность, контролировать и регулировать ее, способность самостоятельно принимать решения, способность находить нестандартные решения (креативность), гибкое теоретическое и практическое мышление, умение видеть проблему, способность самостоятельно приобретать новые знания и умения. Индивидуальная компетентность включает в себя такие межпрофессиональные компоненты, как мотивацию достижения, ресурс успеха, стремление к качеству своей работы, способность к самомотивированию, уверенность в себе, оптимизм.

Проанализировав источники, мы пришли к выводу, что социально-профессиональная компетентность состоит из различных специфических компетенций, определяющих успешность выполнения профессиональной деятельности и являющихся неотъемлемой частью личности профессионала. Одной из таких компетенций является личностная компетенция, обеспечивающая личностное развитие и самосовершенствование в процессе профессиональной деятельности. Для специалиста в сфере гостиничного сервиса и туризма особо важным критерием профессиональной компетентности является наличие такого качества, как коммуникативная компетентность. Коммуникативная компетентность складывается из способностей:

1) давать социально-психологический прогноз коммуникативной ситуации, в которой предстоит общаться;

2) социально-психологически программировать процесс общения, опираясь на своеобразие коммуникативной ситуации;

3) осуществлять социально-психологическое управление процессами общения в коммуникативной ситуации.

Коммуникативная компетентность выступает интегральным качеством, синтезирующим в себе общую культуру и ее специфические проявления в профессиональной деятельности.

В современных условиях коммуникативная компетентность рассматривается как система внутренних ресурсов, необходимых для построения эффективной коммуникации в определенном кругу ситуаций личностного взаимодействия. Компетентность в общении имеет, несомненно, инвариантные общечеловеческие характеристики и в то же время исторически и культурно обусловленные характеристики. В процессе общения обеспечивается единство действий людей, осуществляется их объединение, упорядочиваются взаимопонимание и согласованность действий, поступков, поведения, формируются каче-

ства человека как субъекта культуры, познания, труда.

При всем многообразии показателей оценки профессионализма работников гостиничного предприятия, их можно условно разделить на три группы:

1. Показатели результативности труда, т.е. способность и или желание выполнять общие функции управления, как по отношению к другим объектам воздействия, так и по отношению к самому себе: планирование деятельности, организация и регулирование процесса, учет и контроль хода работы.

2. Профессиональное поведение – сотрудничество и коллективизм в работе, самостоятельность в решении тех или иных задач, готовность к принятию дополнительной ответственности или дополнительной нагрузки.

3. Показатели квалификации и личностных качеств – индивидуальные способности работника: специальные знания и умения, образовательный потенциал, психофизиологический потенциал, нравственный потенциал и коммуникативный потенциал.

Следует заметить, что условием проявления инновационной активности личности является именно наличие перечисленных личностных качеств в совокупности с определенными интеллектуальными возможностями. С целью измерения степени инновационной активности личности нами было проведено социологическое исследование работников гостиничных предприятий, расположенных на территории юга Тюменской области и ХМАО-Югры. Согласно статистическим данным – среднегодовая численность работников, занятых в гостиничном сервисе по Тюменской области и в ХМАО составляет 28,9 тыс. чел. (по данным на конец 2011 г.). Выборочная совокупность ( $N = 800$ ) составляет 2,77% от генеральной, что позволяет утверждать о репрезентативности проведенного исследования.

На территории Тюменской области (без автономных округов) функционируют 284 средства размещения (в том числе гостиницы), из которых 183 находятся в частной собственности, 19 – в государственной, 37 – в муниципальной, 8 – смешанной российской и 1 гостиница в иностранной собственности. Тип выборки – многоступенчатая: территориальная (распределение по городам) и серийная (гнездовая) выборка (опрашивались только работники гостиничных предприятий).

Наибольшее количество опрошенных, работающих в гостиницах, – в возрасте 25–29 лет, что составило 31,7%. Большинство респондентов на вопрос об образовании указали наличие у них среднего,

среднего специального (38,8%) и высшего образования (35,5%). Несколько высших образований у 3,4%, незаконченное среднее и начальное образование имеют 1,9% респондентов. Значительное большинство респондентов работают в гостиницах не более 3-х лет (63,9% от общего количества опрошенных).

Вопросы анкеты были разделены на шесть частей таким образом, чтобы каждая из них могла позволить оценить уровень одного из компонентов кадрового потенциала: психофизиологического потенциала персонала; мотивационного потенциала; социальной активности сотрудников; отношение к профессии, к должности и некоторые другие составляющие квалификационного потенциала; инновационного потенциала персонала; потенциала мобильности.

Исследование показало, что при проявлении инновационной активности личности на первый план выходят не академические знания и навыки, а желание и способность ими воспользоваться. Как показывает практика, работодателей в сфере обслуживания в большей степени интересуют претенденты, обладающие определенным потенциалом.

#### Список литературы

1. Журавлев В.А. Креативное общество и национальное богатство // Российское предпринимательство. – 2009. – № 6(2). – С. 4–10.
2. Индикаторы инновационной деятельности: 2009. Статистический сборник. – М.: ГУ-ВШЭ, 2009. – 488 с.
3. Кузьмина Н.В. Профессионализм личности преподавателя и мастера производственного обучения. – М.: Высшая школа, 1990. – 305 с.
4. Лебедева Н., Татарко А. Ценности культуры и развитие общества. – М.: Изд. дом. ГУ-ВШЭ, 2007. – 527 с.
5. Маркова А.К. Психология профессионализма. – М.: МГФ «Знание», 1996. – 308 с.
6. Наймушин П.Н., Астальцев В.Н. Корпоративные отношения и формирование инновационной культуры корпорации // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2008. – Т.6. – № 4. – С. 107–114.
7. Полякова Е.Г. Культура поведения работников сферы гостиничного сервиса как условие их профессионализма // Вузовская наука – Северо-Кавказскому региону: материалы XIII научно-технической конференции. – Т. 2. Общественные науки. Ставрополь: СевКавГТУ, 2009. – 181 с.
8. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. – М.: Центр исследований и статистики науки, 2010. – 107 с.
9. Шабурова А.В. Компетентность работников: оценка и управление / Российское предпринимательство. – 2009. – № 2(2). – С. 108–113.

#### References

1. Zhuravlev V.A. Creative community and national wealth, Russian entrepreneurship, 2009, no. 6(2), pp. 4–10.
2. Indicators of innovation activity: 2009. Statistical collection. M., su-HSE, 2009, 488 p.
3. Kuzmina N.V. Professionalism of the teacher and the master of inservice training. M., 1990, 305 p.
4. Lebedeva N. Tatarko A. the Values of culture and development of society. M., Izd. house. SU-HSE, 2007, pp. 51–54.
5. Markova A. Psychology of professionalism. IFG «Knowledge». M., 1996, 308 p.
6. Naymushin P.N., Aastal'cev V.N. Corporate relations and formation of a culture of innovation Corporation, Economic Bulletin of the Rostov state University, 2008, Vol. 6, no. 4, pp. 107–114.
7. Polyakova E.G. Culture of behavior of workers of sphere of hotel service as a condition of their professionalism, Proceedings of the XIII scientific-technical conference «University science to North-Caucasus region». Volume two. Social Sciences. Stavropol, 2009. 181p.
8. Oslo Manual. Recommendations for the collection and analysis of data on innovation. M., «Center for science research and statistics», 2010, 107 p.
9. Shaburova A.V. Competence of employees: assessment and management, Russian entrepreneurship., 2009., no. 2(2), pp. 108–113.

#### Рецензенты:

Акулич Е.М., д.соц.н., профессор, директор Института социокультурного сервиса и информационных технологий, доцент ВАК, г. Тюмень;

Васильева Е.Н., д.соц.н., профессор, доцент ВАК, Тюменская государственная академия культуры, искусств и социальных технологий, г. Тюмень.

Работа поступила в редакцию 02.10.2013.