

ДЬЯЧЕНКО Александр Васильевич

*Волгоградский государственный аграрный университет (Волгоград, РФ);
доктор экономических наук, профессор; e-mail: marketec@mail.ru*

Метатеоретические исследования творческого капитала гостеприимства

В современной сервисной экономике эффективность предприятия в существенной степени зависит от способностей персонала создавать гостеприимную среду взаимодействия с клиентом. Этим обусловлена актуальность исследования содержания творческого капитала гостеприимства, которым должен обладать компетентный, высококвалифицированный профессионал сферы сервиса.

Материалы и методы: Исследование проведено на основе метатеоретического подхода к определению творческого капитала. Использована авторская методология определения синтаксиса характеристик, анализа их содержания и последующего синтеза категории исследуемой системы. Материалы работ отечественных и зарубежных учёных использованы для проведения системно-позитивных исследований.

Результаты: Сформулированы императивы и синтезирована категория творческого капитала гостеприимства, который является системой отношений между владельцами производственного и финансового капиталов, с одной стороны, разработчиками технологий приёма гостей, с другой стороны, а также продавцами и потребителями услуг. Эти отношения складываются по поводу: творческих способностей, опыта, лидерских качеств, инноваций радушного приёма, размещения, питания, досуга, обеспечения удовлетворённости гостя. Капитал гостеприимства обеспечивает конкурентоспособность предприятия, повышает потребительскую ценность услуги, создаёт у клиента мироощущение удовлетворённости и счастья. Гостеприимство превращается в одно из основных свойств сервиса, которое требует постоянного развития в условиях благоприятной социально-экономической и законодательной среды. Императивы творческого капитала и полученная категория отражают основные ориентиры развития способностей человека в сфере гостеприимства. Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ №17-12-34032.

Ключевые слова:
способности,
одарённость,
творческий капитал,
гостеприимство,
метатеория,
системный анализ,
императивы, синтез,
категория

Введение. Творческие способности человека являются различными формами возобновляемых ресурсов современных социально-экономических систем. Обычно выде-

ляют интеллектуальные, организационные, эмоционально-эстетические, художественные, литературные, музыкальные, технические, коммерческие способности и т.п. В современ-

ной постиндустриальной экономике необходима организация сервисных систем и процессов с учётом способностей и склонностей производителей продукции. Так как персонал сервисного предприятия, обычно, одновременно производит, предоставляет, продвигает услугу и реализует её ценовую политику. При этом эффективность предприятия в существенной степени зависит от способностей персонала проявлять гостеприимство.

Гостеприимство является агрегированным проявлением интеллектуальных, эмоционально-эстетических и организационных способностей, интегративным качеством которых является услуга создания жизнерадостного мироощущения клиента. В такой услуге проявляются признаки искусности и высокого мастерства персонала. Способности, будучи использованными для реализации образцов искусства и высокого мастерства в производимой продукции, обладают свойствами творческого капитала. Как пишет К. Маркс, капитал – это не деньги, не средства производства, а отношение, в результате которого у собственника средств производства появляется возможность присваивать часть неоплаченного труда наёмных работников [15, с. 62]. Капитал гостеприимства, являясь ценностью, реализованной в форме хозяйственно-экономических отношений, обеспечивает получение дополнительной прибыли предприятием, в котором он используется, а также части прибавочной стоимости его владельцами. Этим обусловлена актуальность определения содержания творческого капитала гостеприимства, которым должен обладать высококвалифицированный профессионал современной сервисной экономики.

Целью данного исследования является определение подхода к выявлению актуального содержания творческого капитала гостеприимства. Для успешного достижения такой цели необходимо решить следующие задачи:

- сформулировать метатеоретический подход к определению творческого капитала способностей человека;

- выявить императивы актуального персонального творческого капитала, необходимого для результативной деятельности специалиста;

- провести метатеоретический анализ содержания гостеприимства;

- определить характеристики и синтезировать категорию актуального творческого капитала гостеприимства.

Объектом исследования являются процессы формирования творческого капитала одарённого человека. Предметом исследования выступают отношения по поводу формирования творческого капитала гостеприимства и соответствующих персональных способностей.

Материалы и методология исследования:
Метатеоретический подход к определению творческого капитала способностей человека

Творческие способности человека связаны с успешностью выполнения определённых видов деятельности [4, с. 75]. Общие и специальные способности [4, с. 81] совершенствуются благодаря инвестициям в человеческий капитал [12, с. 17]. В общем случае творческие способности целесообразно подразделять на врождённые способности человека и накопленные в результате его обучения [4, 15]. Очевидно, обучение оказывается более эффективным, когда опирается на имеющиеся у обучаемого способности и склонности. Поэтому подбор персонала целесообразно производить, ориентируясь на врождённые способности работника и на приобретённые его компетенции, подготовку же квалифицированного специалиста необходимо начинать с определения имеющихся у человека способностей и склонностей, а затем их развивать в процессе обучения [9].

Творческий капитал, как продукт мыслительной, эмоциональной, интуитивной деятельности, принадлежащий его владельцу, и, необходимый для реализации производственных процессов, обладает свойствами замещения всех прочих экономических ограниченных ресурсов, что позволяет решать ак-

туальные проблемы эффективного развития хозяйственных систем. Образование работников высшей квалификации (магистров, кандидатов и докторов наук), реализующих эффективные управленческие процессы в индустрии гостеприимства, а также искусства, обеспечивающих высокую лояльность потребителей услуг, следует строить таким образом, чтобы они были ориентированы на разработку собственных способностей, являющихся их творческими капиталами, и на вступление в партнёрские отношения с владельцами производственного и финансового капиталов, с которыми будут делить добавленную стоимость от совместно производимого продукта. Весь этот комплекс актуальных задач развития творческого капитала предполагает необходимость идентификации характеристик и категории его предмета.

Используем следующий метатеоретический синтаксис системных характеристик для исследования содержания творческого капитала: *P* – классификационная характеристика предмета метатеоретического исследования, определяющая его как отношение, систему, механизм, способ существования и т.п.; *A* – характеристика субъектов, вступающих в отношения по поводу объектов; *B* – характеристика объектов; *C* – характеристика системообразующих свойств; *D* – характеристика результирующего эффекта предмета; *E* – динамическая характеристика, направленности развития предмета; *F* – характеристика причинно-следственных воздействий на предмет, динамических изменений в нем; *G* – характеристика ограничивающих условий, при которых он существует, динамично развивается и используется. [6]

Динамическая система является комплексом отношений субъектов по поводу объектов, позволяющих получить интегративное качество предмета, претерпевающего определённые причинно-следственные изменения, прогрессирующего благодаря свойственной ему динамической направленности развития и существующего при выполнении

определённых условий. В случае такой трактовки, в соответствии с принятыми обозначениями, системное описание творческого капитала будет отвечать выражению:

$$S = f(P, C, A, B, D, F, E, G).$$

Характеристики творческого капитала различаются в зависимости от сферы деятельности. Поэтому при определении его содержания необходимо учитывать два основных аспекта процесса реализации творческих способностей человека:

- выявление принципов формирования одарённого человека, обладающего комплексом способностей, от которых зависит достижение успеха в сфере его деятельности;

- учёт влияния отраслевой специфики на характеристики соответствующего творческого капитала. В сфере услуг необходимы одарённые управленцы, способные подбирать, организовывать и обучать персонал, который сможет предоставлять как клиентоориентированную качественную услугу и товарную её составляющую, так и театрализованную эмоциональную составляющую гостеприимства, обеспечивающую мироощущение удовольствия и удовлетворённости гостя.

Результаты исследований императивов актуального формирования творческого капитала одарённого человека

Императивы творческого капитала являются основными принципами совершенствования индивидуальных способностей, востребованных множеством субъектов хозяйственной системы. Реализация императивов будет способствовать оптимизации управления и максимизации эффективности этой системы.

Принимая допущение о том, что в основе творческого капитала лежит индивидуальный интеллектуальный капитал, способствующий формированию структурного и клиентского капиталов, проведём метатеоретический анализ известных концептуальных его трактовок, используя результаты исследований Э. Брукинга [1, с. 31], И.А. Иванюк [8, с. 75], Б.Б. Леонтьева [13, с. 101], В.Н. Рябых [18],

Н. Alalwany, N.A. Koshak, M.K. Ibrahim [19, p. 2433-2437], S. Zambon, D. Monciardini [20, p. 13-26].

Используя метатеоретический синтаксис системных характеристик описания интеллектуального капитала, получим их семантические трактовки.

Р: Интеллектуальный капитал отражает отношения отдельных лиц и организаций, которые оцениваются стоимостью соответствующих нематериальных активов, востребованных в хозяйственных процессах.

С: Интеллектуальный капитал образует единую экономическую ценность нематериальных активов, без которых бизнес компании не может существовать.

А: Субъектами отношений интеллектуального капитала являются конкретные люди и организации.

В: Объектами отношений являются: человеческие, инфраструктурные и рыночные интеллектуальные активы, знания, природные и приобретенные интеллектуальные способности, опыт сотрудников предприятия, инновации, исследования, полезные отношения с другими субъектами, умения решать проблемы, лидерские качества, предпринимательские и управленческие навыки.

Д: Реальные результаты интеллектуальной деятельности усиливают конкурентные преимущества и отражают экономическую ценность бизнеса.

Е: Без интеллектуального капитала компания не может усиливать свои конкурентные преимущества. Ценность интеллектуального капитала должна рассматриваться в соотношении с результатами, полученными благодаря интеллектуальной деятельности.

Е: Интеллектуальный капитал требует постоянного развития, тренинга. Развитие его тождественно процессу приобретения человеком способности к труду, образованию, квалификации и сопровожда-

ется накоплением баз знаний, а также полезных отношений с другими субъектами.

Г: Составными частями интеллектуального капитала являются: человеческие активы, интеллектуальная собственность, инфраструктурные и рыночные активы, которые требуют постоянного развития.

Используя приведённые системные характеристики, получим принципы, которым должен отвечать творческий капитал высококвалифицированного специалиста. Эти принципы будут иметь природу императивов [7] эффективной реализации творческого капитала специалиста в его профессиональной деятельности.

Ир: Творческий капитал талантливых управленцев является системой отношений одарённых личностей и предприятия, использующего их способности для производства созидательных нематериальных активов, востребованных в хозяйственных процессах.

Ис: Творческий капитал, сформированный на базе знаний, умений и навыков создания и использования активов, обеспечивает реализацию экономических ценностей, без которых бизнес предприятия не может эффективно существовать.

Ид: Субъектами творческих процессов являются: владельцы производственного, финансового капиталов, компетенций творческого капитала; а также предприятия, использующие созидательные активы.

Ив: Объектами отношений являются: врождённые и приобретённые творческие способности, опыт, исследования, плодотворные связи с другими субъектами, лидерские качества, предпринимательские и управленческие навыки, умения решать актуальные задачи, инновации.

Ир: Творческая деятельность должна обеспечивать повышение экономической ценности бизнеса предприятия.

Иг: Творческий капитал является развитым созидательным источником конкурентных преимуществ, обеспечивающих

конкурентоспособность предприятия.

И_Е: Развитие творческого капитала выражается в приобретении человеком способностей организации: труда, образования, повышения квалификации и сопровождается накоплением: практических навыков эффективного хозяйствования; информационных баз, используемых для принятия инновационных управленческих решений; а также полезных связей с другими субъектами.

И_Г: Творческий капитал требует постоянного развития.

Полученные характеристические императивы являются принципами эффективной

реализации творческого капитала. Поэтому для определения направленности развития индивидуального творческого капитала в той или иной сфере целесообразно использовать полученные императивы эффективной его реализации. На рис. 1 представлена иллюстрация процесса выявления содержания творческого капитала гостеприимства на базе результатов метатеоретического анализа аспектов его проявления.

Принципы реализации творческого капитала соответствуют полученным выше императивам. Содержание же свойств предмета гостеприимного сервиса необходимо выявить.



Рис. 1 – Иллюстрация процесса выявления содержания творческого капитала гостеприимства

Влияние отраслевой специфики на творческий капитал: результаты анализа содержания гостеприимства

Определение содержания творческого капитала гостеприимства предполагает необходимость выявления принципов формирования способностей, востребованных в хозяйственно-экономических системах, а также свойств предмета доброжелательного, гостеприимного сервиса.

Метатеоретическое описание предмета гостеприимства целесообразно проводить в соответствии с базисом характеристик, который аналогичен тому, что применялся выше

при исследовании интеллектуального и творческого капиталов. Эти характеристики могут быть получены по результатам анализа существующих концепций эффективной реализации гостеприимства. Используя результаты системного анализа категории гостеприимства, проведённого В.И. Кривцовым и Т.Л. Косильниковой [11, 10], результаты работ М.А. Морозова и Т.В. Львова [15], Л.В. Вагена [2, с. 32], Е.Б. Доброжанской [5, с.6], Е.О. Похомчиновой [17], Т.В. Поляковой [16], Е.С. Васильева и Ю.П. Фоменко [3], получены следующие трактовки системных характеристик предмета гостеприимства:

P_2 : Гостеприимство является экономическими отношениями получения дополнительной прибыли предприятием и части прибавочной стоимости его владельцами.

C_2 : Системообразование происходит благодаря заботе о клиенте, созданию у гостя ощущения удовлетворённости и счастья.

A_2 : Субъектами отношений являются: разработчики технологий приёма гостей, продавцы и потребители услуг.

B_2 : Технологии: продвижения и реализации услуг радушного приёма, размещения, питания, досуга; обеспечения удовлетворённости гостя.

F_2 : Оказание гостеприимной услуги приводит к повышению оценки её стоимости.

D_2 : Создаётся у клиента мироощущение счастья вдали от дома.

E_2 : Гостеприимство превращается в одно из основных свойств сервиса.

G_2 : Необходимо чтобы были благоприятные социально-экономические условия и законодательная система.

В соответствии с полученными метатеоретическими характеристиками, используя выражение $S_2 = f(P_2, C_2, A_2, B_2, F_2, D_2, E_2, G_2)$ системного описания предмета гостеприимства (S_2), сформулируем категорию гостеприимства, соответствующую сложившейся практике предоставления услуг.

S_2 : Гостеприимство является экономическими отношениями разработчиков технологий приёма гостей, продавцов и потребителей услуг, взаимодействующих по поводу радушного приёма, размещения, питания, досуга, удовлетворённости гостя, которые обеспечивают получение дополнительной прибыли предприятием и прибавочной стоимости его владельцами за счёт повышения качества предоставляемых услуг, благодаря заботе о клиенте и созданию у гостя ощущения удовлетворённости и счастья. Оказание гостеприимной услуги приводит к повышению оценки её стоимости, созданию у клиента мироощущения удовлетворённости

и счастья, что превращает гостеприимство в одно из основных свойств сервиса, которое развивается в условиях благоприятной социально-экономической и законодательной среды.

Используя полученные императивы творческого капитала и системные свойства предмета гостеприимства, выявим системные характеристики актуального творческого капитала гостеприимства.

Результаты синтеза категории творческого капитала гостеприимства

Метатеоретические описания императивов творческого капитала и характеристик гостеприимства используем для концептуального исследования ориентиров совершенствования индивидуальных способностей гостеприимства одарённых личностей, обеспечивающих организацию и развитие эффективных сервисных предприятий. Трансформация характеристик творческого капитала определяется гипотезой его совершенствования. В том случае, если решается проблема вариации творческого капитала в соответствии с гипотезой рационального развития гостеприимства необходимо использовать соответствующие системные характеристики. Метатеоретическое описание гипотезы (Γ) будет определяться множеством системных характеристик гостеприимства $\Gamma = \{P_2, C_2, A_2, B_2, F_2, D_2, E_2, G_2\}$.

Системные характеристики гипотезы используем для определения результатов трансформации свойств творческого капитала под влиянием характеристик гостеприимства. Формализованные выражения следствий гипотезы трансформации творческого капитала образуют комплекс функций φ (влияния определённой характеристики гостеприимства, являющейся элементом гипотезы трансформации, на содержание императива творческого капитала):

$$\begin{aligned} P^* &= \varphi_P (I_P; P_2); & F^* &= \varphi_F (I_F; F_2); \\ C^* &= \varphi_C (I_C; C_2); & D^* &= \varphi_D (I_D; D_2); \\ A^* &= \varphi_A (I_A; A_2); & E^* &= \varphi_E (I_E; E_2); \\ B^* &= \varphi_B (I_B; B_2); & G^* &= \varphi_G (I_G; G_2). \end{aligned}$$

Позитивный анализ результатов функ-

циональных воздействий φ_i (для $i = P \div G$) характеристик гипотезы на императивы творческого капитала позволяет выявить рациональные изменения свойств творческого капитала. В результате позитивного анализа влияний характеристик ($P_2, C_2, A_2, B_2, F_2, D_2, E_2, G_2$) гипотезы гостеприимства на характеристики императивов ($I_P, I_C, I_A, I_B, I_F, I_D, I_E, I_G$) творческого капитала получим позитивно подтвержденные характеристики $P_{поз}^*, C_{поз}^*, A_{поз}^*, B_{поз}^*, F_{поз}^*, D_{поз}^*, E_{поз}^*, G_{поз}^*$ творческого капитала гостеприимства.

$P_{поз}^*$: Творческий капитал гостеприимства является системой отношений одаренных личностей и предприятия, использующего их способности для производства качественных услуг.

$C_{поз}^*$: Капитал гостеприимства направлен на использование знаний, умений и навыков создания и использования творческих активов для обеспечения заботы о клиенте, создания у гостя ощущения удовлетворенности и счастья, без которых сервис не может перспективно развиваться.

$A_{поз}^*$: Субъектами творческих процессов гостеприимства являются: владельцы производственного, финансового капиталов, разработчики техник и технологий приёма гостей, продавцы и потребители услуг, а также предприятия, использующие эти созидательные инструменты.

$B_{поз}^*$: Объектами отношений являются: врожденные и приобретенные творческие способности, опыт, исследования, плодотворные связи с другими субъектами, лидерские качества, предпринимательские и управленческие умения продвигать и реализовывать инновационные услуги радушного приёма, размещения, питания, досуга; обеспечения удовлетворенности гостя.

$F_{поз}^*$: Творческий капитал гостеприимства является развитым созидательным источником конкурентных преимуществ, обеспечивающих конкурентоспособность предприятия и повышение потребительской ценности услуги.

$D_{поз}^*$: Гостеприимная деятельность должна обеспечивать повышение экономической ценности бизнеса предприятия благодаря созданию у клиента мироощущения удовлетворенности и счастья.

$E_{поз}^*$: Развитие творческого капитала выражается в приобретении человеком способностей организации: труда, образования, повышения квалификации и сопровождается накоплением информационных баз, используемых для принятия эффективных управленческих решений, а также полезных связей с другими субъектами. Гостеприимство превращается в одно из основных свойств сервиса.

$G_{поз}^*$: Творческий капитал требует постоянного развития, для чего необходимы благоприятные социально-экономические условия и законодательная среда.

В соответствии с выражением:

$S_{поз}^* = f(P_{поз}^*, C_{поз}^*, A_{поз}^*, B_{поз}^*, F_{поз}^*, D_{поз}^*, E_{поз}^*, G_{поз}^*)$ получим категорию творческого капитала гостеприимства, содержащую комплексное описание предпочтительных, позитивно подтвержденных ориентиров его совершенствования.

$S_{поз}^*$: Творческий капитал гостеприимства является системой отношений использования знаний, умений и навыков создания и внедрения творческих активов, складывающихся между владельцами производственного и финансового капиталов, с одной стороны, разработчиками техник и технологий приёма гостей, с другой стороны, а также продавцами и потребителями услуг, с третьей. Эти отношения складываются по поводу использования творческих способностей, опыта, исследований, лидерских качеств, инноваций для организации: радушного приёма, размещения, питания, досуга, обеспечения удовлетворенности гостя. Капитал гостеприимства обеспечивает конкурентоспособность предприятия, повышает потребительскую ценность услуги, создаёт у клиента мироощущение удовлетворения и счастья. Развитие творческого капитала выражается в приобретении чело-

веком способностей организации: труда, образования, повышения квалификации и сопровождается накоплением информационных баз, используемых для принятия эффективных управленческих решений, а также полезных связей с другими субъектами. Гостеприимство превращается в одно из основных свойств сервиса, которое требует постоянного развития, для чего необходимы благоприятные социально-экономические условия и законодательная среда.

Заключение. Интеллектуальные, организационные, эмоционально-эстетические, художественные, литературные, музыкальные, технические, коммерческие способности и т.п., будучи реализованными в предметах мастерства и искусства, являются капиталом,

используемым для получения прибавочной стоимости их владельцами. Принимая допущение о том, что в основе творческого капитала лежит индивидуальный интеллектуальный капитал, проведён метатеоретический анализ известных концептуальных его трактовок, в соответствии с результатами которого сформулированы императивы творческого капитала. На базе императивов творческого капитала и свойств гостеприимства выявлены характеристики предмета творческого капитала гостеприимства. Используя системные характеристики творческого капитала гостеприимства синтезирована соответствующая категория. Полученная категория отражает основные принципы развития творческих способностей человека в сфере гостеприимства.

Список источников:

1. **Брукинг Э.** Интеллектуальный капитал. СПб: Питер, 2001. 228 с.
2. **Ваген Л.В.** Гостиничный бизнес. Ростов н/Д.: Феникс, 2001. 412 с.
3. **Васильев Е.С., Фоменко Ю.П.** Методологические предпосылки к разработке системы расчёта интегрального индекса инновационной активности предприятий индустрии гостеприимства // Императивы развития инфраструктуры гостеприимства в регионе: Материалы Международной научной конференции. Волгоград: ФГБОУ ВО Волгоградский ГАУ, 2016. С. 293-298.
4. **Вяткин А.П.** Экономические способности: понятие, сущность, структура // Известия ИГЭА. 2003. №3–4 (36–37). С. 75-81.
5. **Доброжанская Е.Б.** Управление инновационной деятельностью в сфере гостеприимства: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. СПб, 2011. 26 с.
6. **Дьяченко А.В.** Искусство в повышении потребительных ценностей услуг // Сервис в России и за рубежом. 2013. №7(45). С. 114-123.
7. **Дьяченко А.В.** Метатеория императивов развития экономической инфраструктуры // Известия Нижневолжского агроуниверситетского комплекса: наука и высшее профессиональное образование. 2016. №4(44). С. 286-292.
8. **Иванюк И.А.** Маркетинговая модель воспроизводства интеллектуального капитала. М.: Высшая школа, 2003. 203 с.
9. **Келейнова М.Е.** Условия формирования и развития интеллектуального капитала // Экономические науки. 2012. №7(92). С. 44-48.
10. **Косильникова Т.Л.** Инструменты формирования капитала гостеприимства // Императивы развития инфраструктуры гостеприимства в регионе: Материалы Международной научной конференции. Волгоград: ФГБОУ ВО Волгоградский ГАУ, 2016. С. 270-275.
11. **Кривцов И.В., Косильникова Т.Л.** Ориентиры формирования сельского гостеприимства Российской Федерации // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т.10. №7(68). С. 53-63. DOI: 10.12737/21823.
12. **Курганский С.А.** Структура человеческого капитала и его оценка на макроуровне // Известия ИГЭА. 2011. №6(80). С. 15-22.
13. **Леонтьев Б.** Цена интеллекта // Интеллектуальный капитал в российском бизнесе. М.: Издат. Центр «Акционер». 2002. 200 с.

14. **Маркс К.** Критика политической экономии. М., 1978. 62 с.
15. **Морозов М.А., Львова Т.В.** Гостеприимство как составляющая часть понятия качества туристских услуг // Вестник Российского нового университета. 2010. №2. С. 169-173.
16. **Полякова Т.В.** Свойства услуг и театрализация гостеприимства: территориальный аспект // Императивы развития инфраструктуры гостеприимства в регионе: Материалы Международной научной конференции. Волгоград: ФГБОУ ВО Волгоградский ГАУ, 2016. С. 64-68.
17. **Похомчикова Е.О.** Понятие и структура индустрии гостеприимства // Вестник Кемеровского государственного университета. 2014. №4(60). Т.3. С. 266-274. DOI: 10.21603/2078-8975-2014-4-266-274.
18. **Рябых В.Н.** Формирование и использование человеческого капитала в инновационной экономике // Актуальные инновационные исследования: наука и практика. 2008. №1. URL: <http://www.actual.research.ru> (Дата обращения: 20.04.2017).
19. **Alalwany H., Koshak N.A., Ibrahim M.K.** Developing Intellectual Capital to Advance Innovation and Entrepreneurial Capacity and Sustain Knowledge // World Academy of Science, Engineering and Technology. 2014. №8. Vol.8. Pp. 2433-2437.
20. **Zambon S., Monciardini D.** Intellectual capital and innovation. A guideline for future research // Journal of Innovation Economics & Management. 2015. №17. Pp. 13-26. DOI: 10.3917/jie.017.0013.

Aleksandr V. DYACHENKO

*Volgograd State Agrarian University (Volgograd, Russia);
PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor;
e-mail: marketec@mail.ru*

METATEORETICAL RESEARCHES OF CREATIVE CAPITAL OF HOSPITALITY

In the modern service economy, the efficiency of an enterprise largely depends on the ability of the staff to create a hospitable environment for the client. This causes the relevance of the study in the content of the creative capital of hospitality, which must have a competent, highly qualified professional in the service sector.

Materials and methods: The study is carried out on the basis of a metatheoretical approach to the definition of creative capital. The author uses the methodology of determining syntax of characteristics, analysis of their content and subsequent synthesis of the category of the system under investigation. The materials of the works of domestic and foreign scientists are used for conducting system-positive studies.

Results: The author formulates the imperatives and the category of the creative capital of hospitality. The last is a system of relations among the owners of production and financial capitals, developers of technologies for receiving guests, and sellers and consumers of services. These relationships are formed over: creative abilities, experience, leadership qualities, hospitality innovation, accommodation, nutrition, leisure, ensuring the satisfaction of the guest. The capital of hospitality ensures the enterprise competitiveness, increases the service value creates satisfaction and happiness of clients. Hospitality is becoming one of the main properties of the service, which requires constant development in a favorable socio-economic and legislative environment. The imperatives of creative capital and the category received reflect the basic guidelines for the development of human abilities in the field of hospitality. The work was supported by the grant of the Russian Foundation for Basic Research No. 17-12-34032.

Keywords:

*abilities, giftedness,
creative capital, hospitality,
metatheory, system analysis,
imperatives, synthesis,
category*

References

1. **Brooking, E.** (2001). *Intellektual'nyy kapital [Intellectual Capital]*. St. Petersburg: Peter. (In Russ.).
2. **Vagen, L. V.** (2001). *Gostinichnyy biznes [Hotel business]*. Rostov-on-Don: Phoenix. (In Russ.).
3. **Vasiliev, E. S., & Fomenko, Yu. P.** (2016). Metodologicheskiye predposylki k razrabotke sistemy rascheta integral'nogo indeksa innovatsionnoy aktivnosti predpriyatiy industrii gostepriimstva [Methodological preconditions for the development of a system for calculating the integral index of innovation activity of hospitality industry enterprises]. In coll.: *Imperativy razvitiya infrastruktury gostepriimstva v regione [Imperatives of the hospitality infrastructure development in the region]*: Proceedings of the International Scientific Conference. Volgograd: Volgograd State Agrarian University, 293-298. (In Russ.).
4. **Vyatkin, A. P.** (2003). Ekonomicheskiye sposobnosti: ponyatiye, sushchnost', struktura [Economic abilities: concept, essence, structure]. *Izvestia IGEA [Bulletin of Baikal State University]*, 3-4(36-37), 75-81. (In Russ.).
5. **Dobrozhanskaya, E. B.** (2011). *Upravleniye innovatsionnoy deyatel'nost'yu v sfere gostepriimstva [Innovation Management in the Hospitality Industry]*. St. Petersburg. (In Russ.).
6. **Dyachenko, A. B.** (2013). Iskustvo v povyshenii potrebitel'nykh tsennostey uslug [Art in increasing the use values of services]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 7(45), 114-123. (In Russ.).
7. **Dyachenko, A. V.** (2016). Metateoriya imperativov razvitiya ekonomicheskoy infrastruktury [Imperatives meta-theory of economic infrastructure development]. *Izvestiya Nizhnevolzhskogo agrouniversitetskogo kompleksa: nauka i vyshee professional'noe obrazovanie [Proceedings of Nizhnevolzskiy Agrouniversity Complex: Science and Higher Vocational Education]*, 4(44), 286-292. (In Russ.).
8. **Ivanyuk, I. A.** (2003). *Marketingovaya model' vosпроизводства intellektual'nogo kapitala [Marketing Model of Reproduction of Intellectual Capital]*. Moscow: Higher School. (In Russ.).
9. **Keleina, M. E.** (2012). Usloviya formirovaniya i razvitiya intellektual'nogo kapitala [Conditions influencing the establishment and development of intellectual capital]. *Ekonomicheskie nauki [Economic sciences]*, 7(92), 44-48. (In Russ.).
10. **Kosulnikova, T. L.** (2016). Instrumenty formirovaniya kapitala gostepriimstva [The tools for creating hospitality capital]. In coll.: *Imperativy razvitiya infrastruktury gostepriimstva v regione [Imperatives of the hospitality infrastructure development in the region]*: Proceedings of the International Scientific Conference. Volgograd: Volgograd State Agrarian University, 270-275. (In Russ.).
11. **Krivtsov, I. V., & Kosulnikova, T. L.** (2016). Oriyentiry formirovaniya sel'skogo gostepriimstva Rossiyskoy Federatsii [Rural hospitality directions in the Russian Federation]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 10(7), 53-63. doi: 10.12737/21823. (In Russ.).
12. **Kurgansky, S. A.** (2011). Struktura chelovecheskogo kapitala i ego ocenka na makrourovne [Structure of human capital and its assessment at macro level]. *Izvestia IGEA [Izvestiya of Irkutsk State Economics Academy]*, 6(80), 15-22. (In Russ.).
13. **Leontiev, B.** (2002). Cena intellekta [The price of intelligence]. In book: *Intellektual'nyy kapital v rossiyskom biznese [Intellectual Capital in Russian Business]*. Moscow, Publ. Center "Shareholder". (In Russ.).
14. **Marx, K.** (1978). *Kritika politicheskoy ekonomii [Criticism of Political Economics]*. Moscow. (In Russ.).
15. **Morozov, M. A., & Lvova, T. V.** (2010). Gostepriimstvo kak sostavlyayushchaya chast' ponyatiya kachestva turistskikh uslug [Hospitality as the component of the concept quality of tourist services]. *Vestnik Rossijskogo novogo universiteta. Seriya «Chelovek i obshchestvo» [Bulletin of the Russian New University. Series "Man and Society"]*, 2, 169-173. (In Russ.).

16. **Polyakova, T. V.** (2016). Svoystva uslug i teatralizatsiya gostepriimstva: territorial'nyy aspekt [The properties of services and theatricalization of hospitality: Territorial aspect]. In coll.: *Imperativy razvitiya infrastruktury gostepriimstva v regione [Imperatives of the hospitality infrastructure development in the region]*: Proceedings of the International Scientific Conference. Volgograd: Volgograd State Agrarian University, 64-68. (In Russ.).
17. **Pokhomchikova, E. O.** (2014). Ponyatiye i struktura industrii gostepriimstva [The definition and structure of hospitality industry]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of Kemerovo State University]*, 3(4), 266-274. doi: 10.21603/2078-8975-2014-4-266-274. (In Russ.).
18. **Ryabykh, V. N.** (2008). Formirovaniye i ispol'zovaniye chelovecheskogo kapitala v innovatsionnoy ekonomike [Formation and use of human capital in the innovative economy]. *Aktual'nyye innovatsionnyye issledovaniya: nauka i praktika [Actual Innovation Research: Science and Practice]*, 1. URL: <http://www.actual.research.ru> (Accessed on April 20, 2017). (In Russ.).
19. **Alalwany, H., Koshak, N. A., & Ibrahim, M. K.** (2014). Developing Intellectual Capital to Advance Innovation and Entrepreneurial Capacity and Sustain Knowledge. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 8(8), 2433-2437.
20. **Zambon, S., & Monciardini, D.** (2015). Intellectual capital and innovation. A guideline for future research. *Journal of Innovation Economics & Management*, 17, 13-26. doi: 10.3917/jie.017.0013.

Дьяченко А.В. Метатеоретические исследования творческого капитала гостеприимства // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т. 11. Вып. 8. С. 6-16. DOI: 10.22412/1995-042X-11-8-1.

Dyachenko, A. V. (2017). Metateoretical researches of creative capital of hospitality. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 11(8), 6-16. doi: 10.22412/1995-042X-11-8-1. (In Russ.).