

ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

А.С. БАСЮК, Ю.И. МАНУЙЛОВА

*Кубанский государственный технологический университет,
350072, Российская Федерация, г. Краснодар, ул. Московская 2,
электронная почта: anaitbas@mail.ru*

Индустрия гостеприимства сегодня – это быстро и интенсивно развивающаяся отрасль. Причина заключается в возросшем влиянии социально-общественных факторов, а именно в увеличении свободного времени, в росте общественного благосостояния. Увеличение числа клиентов предприятий гостиничной сферы, привело к необходимости внедрения новых сервисных технологий в обслуживании. Развитие передовых технологий в сервисе, новейших телекоммуникационных технологий открывают большие возможности развития любому гостиничному предприятию. Использование телекоммуникационных систем позволяет клиенту самостоятельно планировать свой отдых, что на данный момент очень актуально. В статье определены направления инновационной деятельности в сфере гостиничной индустрии, приведена система оценки эффективности работы персонала, отмечается специфичность инновационного процесса в индустрии сервиса, отмечается роль информационных и телекоммуникационных технологий в повышении эффективности деятельности предприятий индустрии гостеприимства.

Ключевые слова: инновации, инновационный процесс, индустрия гостеприимства, конкурентоспособность, эффективность, инновационные технологии, сервис

Современная деятельность туристско-рекреационной сферы, как сферы приложения общественно-экономических интересов, за достаточно короткий период времени достигла колоссального прогресса. Большинство стран активно развивают климатологические курорты, а также разрабатывают научные основы лечебно-восстановительных мероприятий с использованием курортных факторов, а также проводится множество исследований природных лечебных факторов, изучаются потребности населения в отдыхе и лечении, проводится анализ результатов курортного оздоровления.

Все эти данные свидетельствуют о том, что индустрия гостеприимства пользуется возрастающим спросом. На наш взгляд, в последнее десятилетие активнее стала проявляться социально-экономическая направленность курортного отдыха, которая заключается в том, что ее развитие на сегодняшний день напрямую связано с рядом общественных и социальных факторов:

- 1) увеличением свободного времени населения;
- 2) ростом общественного благосостояния и спроса на услуги;

Научные труды КубГТУ, № 14, 2016 год

- 3) возрастающей потребностью в отдыхе и оздоровлении;
- 4) демографическими изменениями;
- 5) урбанизацией и глобализацией;
- 4) трансформацией традиций и культур, а также общественного сознания;
- 5) изменениями в структуре духовных ценностей и др. [1].

Кроме того, курортная сфера обеспечивает получение в национальном, региональном и местном масштабах дополнительных выгод. При этом экономическая выгода, рассматривается, прежде всего, как показатель полезности туристской деятельности, а также деятельности в сфере гостеприимства, выражающейся в добавлении в национальную, региональную и местную экономику эффектов в виде доходов предприятий, личных доходов, а также доходов государства [10]. С учетом, нарастающей конкуренции среди предприятий гостиничной индустрии, активной реализации новых программ в сфере сервисного обслуживания клиентов, отечественные предприятия, работающие в сфере гостиничного отдыха, вынуждены искать новые и адаптировать уже известные механизмы повышения сервисных услуг в индустрии гостеприимства, которые зарекомендовали себя в мировой туристской практике.

Инновационная деятельность в сфере гостиничной индустрии развивается по нескольким направлениям:

- использование новых ресурсов;
- изменение в организации производства и потребления (применение передовых принципов маркетинга и менеджмента);
- выявление и использование новых рынков сбыта продукции, использование новой техники и технологий [1].

На сегодняшний день использование именно новых технологий, которые заключаются сегодня в компьютеризации и повсеместной глобализации общества [7], даёт наибольший эффект в деятельности предприятий гостиничной индустрии. Освоение новых и применение уже известных

Научные труды КубГТУ, № 14, 2016 год

технологий благотворно влияет на деятельность предприятий гостиничной индустрии, а конкретнее мы можем говорить о том, что:

- 1) увеличивается их конкурентоспособность;
- 2) возрастает прибыльность;
- 3) повышается число клиентов.

Все это позволяет пересмотреть требования к компетенции кадров и качеству предоставляемых услуг гостиничных предприятий. Гостиничные предприятия основной целью своей деятельности видят удовлетворение услуг своих клиентов на максимально высоком уровне и качестве. [6] И насколько высока эта степень, настолько и высока реализации поставленных целей и в целом эффективно складывается работа гостиничного предприятия. Общепринято мнение, что гостиница – это живой организм, который функционирует постоянно, и качество его работы напрямую зависит от того, как сотрудники выполняют свои должностные обязанности. Человеческий фактор играет в работе гостиничного предприятия очень важную роль, так как один и тот же сотрудник может замечательно обслужить клиента сегодня и очень непрофессионально – завтра. Причины такого поведения сотрудника кроются в его субъективной плоскости. Гостиничные предприятия, разрабатывающие систему оценки работы своих сотрудников, обеспечивают и в дальнейшем высокую эффективность управления персоналом. На сегодняшний день мы еще не можем говорить о сбалансированной системе оценки работы сотрудников, так как каждая гостиница учитывает свои индивидуальные особенности в своей работе. Но если же, смотреть в будущее, то можно говорить о том, что дальнейшая разработка система оценки всегда должна быть объективной, а ее критерии – предельно доступно объяснены сотрудникам. Результаты оценки должны обсуждаться только сотрудником и его непосредственным руководителем.

Если система оценки эффективности работы персонала грамотно разработана, то она позволяет:

- 1) позитивно воздействовать на мотивацию сотрудников;

Научные труды КубГТУ, № 14, 2016 год

2) определить необходимость проведения повышения квалификации и спланировать ее;

3) принять обоснованные и справедливые решения о поощрении или порицании сотрудников [2, 6] .

В настоящее время мы не можем также не упомянуть и кризисные явления, которые накладывают негативный отпечаток на эффективность работы гостиничных предприятий, а также на экономическое положение клиентов, пользующихся их услугами. Поэтому руководитель, должен способствовать стимулированию творческой инициативы своих сотрудников, создать в коллективе благоприятный климат, что является очень значимым в настоящее время. При внедрении в работу предприятия новых технологий возникает также вопрос о потребности в обучении персонала, который распространяется на всех сотрудников предприятия гостиничной индустрии без каких-либо исключений. Самый простой и достаточно эффективный путь обучения, это, конечно же, тренинг, который определяется непосредственной заинтересованностью в поддержке обучения управляющей командой. Проблемы могут появиться из-за крупномасштабности поставленных целей и задач, а также не всегда достаточном для реализации целей и задач, промежутке времени.

Но все это может оказаться достаточно несущественным, если эффективно разработать план проведения обучающих занятий. Правильно разработанная программа может быть усвоена за весьма короткий промежуток времени. В проведении обучения большая ответственность ложится на менеджера, который осуществляет реализацию обучения: человек должен иметь глубокие знания предмета, быть компетентным и достаточно терпеливым, и тактичным. Также успех специализированного обучения объясняется максимальной тщательностью его планирования и проведения.

В настоящее время имидж гостиничного предприятия складывается из большого числа составляющих его элементов, где важную роль играет качество обслуживания и уровень цен. Также мы не можем обойти стороной тот факт,

Научные труды КубГТУ, № 14, 2016 год

что в большинстве отечественных гостиниц высокий уровень цен ни в коей мере не определяет качество оказываемых услуг. Привлекая клиента, необходимо убедить его в уникальности предлагаемой услуги. К примеру, на долю людей «зрелого» возраста сейчас приходится значительное число путешествующих. Разработка специальных предложений, хорошо продуманное меню, интересные и содержательные развлечения помогут заинтересовать данный сегмент гостей. Желая привлечь в гостиницу семьи с детьми, необходимо учитывать пожелания детей, атмосфера заведения должна быть уютной не только для взрослых, но и для детей. И в данном случае, мы говорим не только об обслуживании, но и о наличии специального детского меню, манежей, игрушек, детской мебели, то есть, соответствующим образом оформленных игровых комнат, услуг подготовленного персонала – все это будет являться проявлением особой заботы. Как правило, семьи с детьми стараются размещать на одном этаже, чтобы исключить проблему шума. Впечатления, оставшиеся у маленьких посетителей гостиничного предприятия, могут в достаточно большой мере повлиять на выбор их родителями гостиницы в следующий раз. [3]

Имидж гостиничного предприятия часто определяется путем обработки анкетных данных, полученных от клиентов. Здесь проблема может заключаться в следующем:

- 1) оценка гостем предложенной услуги, чаще всего, носит субъективный характер;
- 2) далеко не всегда гостиничное предприятие правильно и максимально тщательно разрабатывает систему оценочных критериев. [2, 3]

Важно также не оставлять без внимания то, что наиболее достоверное выявление благоприятных и неблагоприятных сторон гостиничного предприятия возможно лишь в том случае, если правильно разработаны критерии оценки, которые в полной мере характеризуют все особенности деятельности гостиничного предприятия.

Научные труды КубГТУ, № 14, 2016 год

В индустрии гостиничного сервиса, как и в других отраслях, появилась тенденция глобализации, отражающая многостороннее сотрудничество предприятий и организаций гостиничной индустрии во многих областях. Характерной особенностью процесса глобализации является применение новых информационных и телекоммуникационных технологий, которые способствуют повышению эффективности работы предприятий гостиничной сферы и совершенствуют работу сервисного обслуживания, улучшают обслуживание клиентов, ускоряют многие оперативные процедуры, благосклонно влияют на создание новых маркетинговых методик. [2, 5]

Новые телекоммуникационные технологии являются достаточно новой формой рыночных отношений и открывают большие границы развития любому гостиничному предприятию, показывая преимущество перед другими секторами, так как клиент получает приобретаемую услугу непосредственно в месте ее предоставления.

Развитие передовых технологий постепенно начинает вытеснять печатные издания, заменяя их публикацией информации и рекламы в Интернете или другими формами. Более эффективные возможности поиска нужной информации, новые портативные беспроводные устройства, расширение количества и качества информации о туристских центрах, гостиничных предприятиях и оказываемых в них услугах ведут к значительным изменениям в сфере туризма и гостеприимства. [2, 5] Использование новых телекоммуникационных систем позволяет клиенту самостоятельно спланировать свой отдых, а значит, что он может: составлять самостоятельно свой маршрут следования, заказывать и оплачивать гостиницу, экскурсии и многое другое.

Для того чтобы облегчить получение информации о туристической сфере пользователями, корпорация Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) разработала новую базу данных специально для туристского бизнеса (travel), который успешно функционирует и в настоящее время [3]. Также существует еще один очень удобный сайт (Румгуру) разработанный

Научные труды КубГТУ, № 14, 2016 год

специально для удобного поиска отелей. Сайт (Румгуру) не осуществляет бронирование отельных номеров. Он только их ищет. В этом и заключается его главный плюс [3].

Вбивая необходимое направление в строку поиска, вы получаете возможность сравнить, сколько стоит конкретный отельный номер в различных системах бронирования. Всего в базе (hotelscombined) более 5,5 миллионов предложений. Поэтому, бронируя конкретный номер, вы можете быть точно уверены в том, что получаете лучшую цену и не переплачиваете зря. [3] Таким образом, инновационные технологии выполняют следующие функции (табл. 1)

Таблица 1 – Функции инновационных технологий

Функции	Характеристика функции
Воспроизводственная	Получаемая прибыль от инноваций будет использоваться в качестве источника ресурсов.
Инвестиционная	Полученная прибыль может направляться на финансирование последующих инновационных разработок.
Стимулирующая	Внедрение инноваций стимулирует дальнейшее движение в данном направлении, развитие и поиск новых открытий.

Изложенные выше характеристики, позволяют предположить, что вложение инвестиций в развитие инновационных технологий может дать достаточно стабильный экономический рост предприятий [8] индустрии гостеприимства. Однако в рамках процесса глобализации в рассматриваемом вопросе, могут обозначиться и достаточно серьезные проблемы.

Повсеместно действующая стандартизация характеристик потребления предложенных сервисных услуг в целом ряде стран, оказывает отрицательное влияние на местную субкультуру, поэтому тенденциям к интернационализации противостоят тенденции сохранения уникальности и самобытности национального достояния. Инновационный процесс в индустрии сервиса и гостеприимства достаточно специфичен. Он получает свое признание, с одной стороны, через туристский рынок и степени удовлетворенности клиента услугами, а с другой стороны, благодаря принятию совместных решений

Научные труды КубГТУ, № 14, 2016 год

туристскими организациями, органами управления отраслью в регионе, органами местного самоуправления и общественными организациями, деятельность которых связана со сферой гостеприимства. Только слаженное взаимодействие всех элементов инновационного процесса может привести к появлению существенного эффекта, выраженного в качестве развития отрасли. [2, 5]

Следует также упомянуть, что создание инновационной инфраструктуры в сфере гостиничного сервиса зависит от уровня технологического и экономического развития страны в целом. Страны, имеющие развитую производственную инфраструктуру, характеризуются информатизацией общества, которое опережает развитие сферы услуг [9]. Таким образом, можно предположить, что уже формируются реальные возможности для создания сети консалтинговых, сервисных, информационных услуг, способствующих поддержке инновационных процессов.

В условиях трансформации общества инновационная структура должна эффективно содействовать вхождению научных разработок и в сферу гостиничного сервиса, способствовать развитию гостиничной индустрии и в научно-технической сфере, поэтому формирование инноваций во многом определяется состоянием рыночной инфраструктуры страны. В целом инновационная структура в индустрии гостиничного сервиса представляет собой организационную, материальную и финансово-кредитную, информационную базу для создания условий, способствующих эффективному распределению средств, а также предоставлению услуг высокого качества. [5]

Исходя из всего вышеизложенного, мы можем сделать вывод о том, что глобализация в туристической сфере, а также в гостиничной индустрии, определяется как процесс усиления туристических потоков и конечно же, потоков предоставляемых услуг в этой сфере, а также, информации и новых технологий. Подводя итог, отметим, глобализация и развитие инновационных технологий оказывают положительное влияние на развитие гостиничного

сервиса, а их движущей силой, прежде всего, является революция в информационно-коммуникационной сфере.

ЛИТЕРАТУРА

1. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш. уч. заведений / В.С. Новиков. – М.: Академия, 2013. – 208 с.

2. Нюренбергер, Л.Б., Архипов, А.Е. Формирование системы сервисного сопровождения туристских услуг. – Новосибирск: Изд-во НГУЭУ, 2014. - 126 с.

3. Национальный туристический портал [Электронный ресурс] // <https://russia.travel> (дата обращения 04.10.2016)

4. Басюк А.С., Куликова Н.В. Управление организацией индустрии туризма путем достижения конкурентных преимуществ на рынке // Социальная сфера общества: инновационные тенденции развития. IV Международная научно-практическая конференция. 2013. С. 51-54.

5. Захарова Е.Н., Басюк А.С. Маркетинг и инновационная деятельность: учебное пособие // Майкоп: Изд-во ООО «Аякс», 2010. – 107 с.

6. Басюк А.С., Куликова Н.В. Современные методы управления персоналом // Социальная сфера общества: инновационные тенденции развития. IV Международная научно-практическая конференция. 2013. С. 57-60.

7. Левин С.С., Кобозева Е.М. Инновационный подход к управлению предприятием // Наука в современном обществе: закономерности и тенденции развития. – Сборник статей Международной научно-практической конференции: в 2-х частях. - 2016. - С. 57-60.

8. Гладилин А.В., Коломыц О.Н. Механизм реализации инновационных подходов в функционировании социально-экономических систем // Экономика и предпринимательство. - 2015. - № 1 (54). - С. 323-326.

9. Гудкова А.Г., Прохорова В.В. Актуальные вопросы регионального развития (на примере туристической сферы региона) // Сборник научных статей факультета экономики, управления и бизнеса ФГБОУ ВПО «КубГТУ». - Краснодар, 2015. - С. 148-150.

10. Прохорова В.В. Сущность и экономическое содержание территориальных систем современной России // Представительная власть - XXI век: законодательство, комментарии, проблемы. – 2013. - № 1 (120). - С. 26-28.

REFERENCES

1. Novikov V.S. Innovatsii v turizme: ucheb. posobie dlya stud. vyssh. uch. zavedeniy / V.S. Novikov. – М.: Akademiya, 2013. – 208 s.
2. Nyurenberger, L.B., Arkhipov, A.E. Formirovanie sistemy servisnogo soprovozhdeniya turistskikh uslug. – Novosibirsk: Izd-vo NGUEU, 2014. - 126 s.
3. Natsionalnyy turisticheskiy portal [Elektronnyy resurs] // <https://russia.travel> (data obrashcheniya 04.10.2016)
4. Basyuk A.S., Kulikova N.V. Upravlenie organizatsiey industrii turizma putem dostizheniya konkurentnykh preimushchestv na rynke // Sotsialnaya sfera obshchestva: innovatsionnye tendentsii razvitiya. IV Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya. 2013. S. 51-54.
5. Zakharova E.N., Basyuk A.S. Marketing i innovatsionnaya deyatelnost: uchebnoe posobie // Maykop: Izd-vo OOO «Ayaks», 2010. – 107 s.
6. Basyuk A.S., Kulikova N.V. Sovremennye metody upravleniya personalom // Sotsialnaya sfera obshchestva: innovatsionnye tendentsii razvitiya. IV Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya. 2013. S. 57-60.
7. Levin S.S., Kobozeva E.M. Innovatsionnyy podkhod k upravleniyu predpriyatiem // Nauka v sovremennom obshchestve: zakonomernosti i tendentsii razvitiya. – Sbornik statey Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii: v 2-kh chastyakh. - 2016. - S. 57-60.
8. Gladilin A.V., Kolomyts O.N. Mekhanizm realizatsii innovatsionnykh podkhodov v funktsionirovanii sotsialno-ekonomicheskikh sistem // Ekonomika i predprinimatelstvo. - 2015. - № 1 (54). - S. 323-326.
9. Gudkova A.G., Prokhorova V.V. Aktualnye voprosy regionalnogo razvitiya (na primere turisticheskoy sfery regiona) // Sbornik nauchnykh statey fakulteta ekonomiki, upravleniya i biznesa FGBOU VPO «KubGTU». -Krasnodar, 2015. - S. 148-150.

Научные труды КубГТУ, № 14, 2016 год

10. Prokhorova V.V. Sushchnost i ekonomicheskoe sodержanie territorialnykh sistem sovremennoy Rossii // Predstavitel'naya vlast - XXI vek: zakonodatel'stvo, kommentarii, problemy. – 2013. - № 1 (120). - S. 26-28.

INNOVATION IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

A.S. BASYUK, YU.I. MANUYLOVA

*Kuban State Technological University,
2, Moskovskaya st., Krasnodar, Russian Federation, 350072;
e-mail: anaitbas@mail.ru*

The hospitality industry today is a fast and rapidly growing industry. The reason is the increasing influence of the social factors, namely the increase in leisure time, increase in social welfare. The increase in the number of clients of the enterprises of hotel industry has led to the need to introduce new service technologies of service. The development of advanced technologies in the service of modern telecommunications technologies open large opportunities for the development of any hospitality enterprise. The use of the telecommunication systems enables the customer to plan their holidays, which at the moment is very important. The article defines the directions of innovative activity in the hospitality industry, the system of evaluating the performance of personnel, the specificity of the innovation process in service industry, the role of information and communication technologies in enhancing the efficiency of enterprises in the hospitality industry.

Key words: innovations, innovative process, hospitality industry, competitiveness, efficiency, innovation, service.