

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК НЕОБХОДИМОСТЬ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

С.Н. Ясенюк,

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»

В настоящее время становится вполне очевидно, что гостиничный бизнес ежегодно, набирая обороты, создает свой собственный сегмент со своими правилами игры. И, конечно же, инновации неизбежно влияют на все сферы жизни человека и переворачивают представление о товарах, услугах и обслуживании. Хотелось бы отметить и вливание инновационных технологий в сферу гостиничного бизнеса, инновационная активность которого в последнее время, развивается довольно стремительно.

Даже в России, несмотря на то, что в нашей стране гостиничный бизнес находится в начале пути своего развития, а спрос на гостиничные услуги не удовлетворён в полной мере, гостиничные предприятия вынуждены участвовать в конкурентной борьбе и придумывать всё новые способы привлечения и удержания клиента [2].

Нельзя построить успешный гостиничный бизнес, игнорируя мировые тенденции и перемены.

В связи с быстро меняющимися условиями на современном рынке можно наблюдать открытие, так называемых, инновационных отелей, деятельность которых основана на современных технологиях, с целью совершенствования методов ведения деятельности и ввода новых услуг, чтобы оставаться полноценным участником рынка. Как известно, термин инновация подразумевает собой использование в той или иной сфере общества результатов интеллектуальной (научно-технической) деятельности, направленной на улучшение технологических и производственных процессов или их результатов.

Для анализа понятия «инновация» в контексте гостиничной деятельности необходимо учитывать специфику данного бизнеса. Гостиничный продукт представляет собой не только аренду жилого помещения, но и эмоциональный опыт гостя. Лояльность гостей во многом зависит от общего впечатления от отеля, которое, помимо удобства и чистоты гостиничного номера, формируется за счёт работы контактного персонала и спектра предлагаемых сопутствующих и дополнительных услуг.

Здесь следует подчеркнуть специфику инновационной активности предприятий гостиничного сегмента, которая, на наш взгляд, наиболее всего сосредоточена в двух сферах предоставляемых услуг:

- обеспечение материально-технических условий для поставки услуг клиентам;
- расширение ассортимента сопутствующих и дополнительных услуг.

Помимо этого, на региональных рынках и обычные гостиницы стараются внедрять в свою работы различные инновации, к которым следует отнести уникальные услуги, телевизионные и интернет-технологии, инновационные формы маркетинга и т. п. Инновационное развитие гостиничного рынка находится в прямой зависимости от инновационного развития и активности государства. Несмотря на рост количества отечественных предприятий индустрии гостеприимства, эту отрасль назвать инновационной нельзя, как и всю экономику РФ.

Конкуренция среди отельеров привела к серьезным и сильным изменениям и самой структуры гостиничного бизнеса. Так, многие современные отели уже сейчас представляют собой не одну компанию, а группу компаний, которые объединены в холдинговую структуру. На данный момент внимание руководства отеля смещается с вопросов управления номерным фондом на управление всеми ресурсами предприятия и организацию эффективного финансового менеджмента.

В настоящее время в России наблюдается катастрофическая инновационная пассивность предприятий. Доля принципиально новой продукции в совокупном объеме промышленного производства в России составляет только 0,4%. Например, в Финляндии этот

показатель равен - 16%, в Германии - 12%. Лишь 5-7% российских предприятий занимаются инновациями, в то время как доля таких предприятий в США и Японии составляет 75-80%. По объему экспорта высокотехнологичной продукции Россия уступает Южной Корее в 14 раз, а США – в 42 раза. В некоторых государствах гостиничный бизнес, обеспечивающий функционирование туристского сектора экономики, превратился в ведущую индустрию, обеспечивая прирост ВВП и занятость доли населения [4].

Действующая в настоящее время в России стратегия инновационного развития до 2020 года, определяет пути ее реализации и финансовые источники, развитие и совершенствование нормативно-правовой базы, однако, несмотря на все вышеперечисленное, в промышленном производстве реальных изменений в процессе введения новшеств не происходит. Затрагивая сферу гостиничного сегмента, необходимо сделать акцент на значительно малую долю применения инновационных технологий, отмечая в свою очередь, что инновационное развитие более характерно для мировых гостиничных корпораций, старающихся применять уникальные технологии во всех странах, в которых они представлены.

В деле внедрения инновационных технологий в гостиничный бизнес существуют, конечно, и препятствия. Большинство авторов, занимающихся проблемами внедрения инноваций в гостиничную отрасль, к их числу относят следующие:

- цену инновационной технологии или ее разработки;
- количество ресурсов, временных и интеллектуальных, которые будут потрачены на то, чтобы научиться работать с этой технологией;
- ориентация на получение дохода с предприятия.

К основным преградам внедрения новшеств в гостиничной индустрии следует также отнести и недостаточную конкуренцию на развивающемся рынке гостиничных услуг, отсутствие мотивации в гостиничных предприятиях для применения инноваций. Самой главной проблемой, на наш взгляд, остается проблема нежелания перемен в сознании руководства, ориентированного только на доход с деятельности организации, а не на видение возможностей получения большей выгоды в будущем, используя инновационные решения.

Для устранения вышеперечисленных проблем и повышения управляемости в гостиничной отрасли, необходимо применять инновационные технологии, активное использование которых позволяет предприятиями гостиничной индустрии контролировать качество предоставляемых услуг. Такие автоматизированные системы как FIDELIO, OPERA Enterprises Solution, Micros-Fidelio, KEI-Hotel являются одними из лучших в части функционального управления предприятиями гостиничного бизнеса. Каждая из средств автоматизации состоит из таких частей как:

- подсистема управления финансами;
- подсистема управления материальными потоками;
- подсистема управления сервисом;
- подсистема управления качеством;
- подсистема управления персоналом;
- подсистема управления сбытом;
- подсистема анализа финансов, себестоимости, оборотных средств, и т.п. [5].

Нельзя не отметить тот факт, что для развития инновационной деятельности, не только в России, в первую очередь нужна очень хорошая инфраструктура около гостиничных предприятий, за развитие которых должно отвечать государство. И здесь одной из самых острых проблем стоит проблема, связанная с отсутствием дальновидности и стремления повышать свой конкурентный статус, внедряя все больше инноваций, влекущих за собой новые правила и риски «новой игры на рынке».

В настоящий момент в мире одним из главных препятствий перехода на инновационный путь развития в регионах является и проблема ослабленной позиции страны на мировом рынке инноваций высокотехнологичных продуктов и услуг. Так, объем мирового рынка наукоемкой продукции составляет в настоящее время 2 трлн. 250 млрд. долларов

США. Из данной суммы в процентном соотношении большую часть имеет США-40 %, Япония – 29 %, Германия – 15 %. В то время как доля РФ составляет порядка 0,3 %, что является очень маленькой и несущественной цифрой в сравнении с другими странами. В настоящее время в России почти 7,5 тысяч гостиниц, а количество россиян, проживавших в 2016 году в гостиницах, санаториях и других гостиничных предприятиях, составила до 42,6 млн. человек [2].

Гостиничный бизнес в нашей стране является не только главным звеном индустрии гостеприимства, но и фундаментом туристской сферы, на которую приходится около 70% работников отрасли. С возрастанием платных услуг нужно улучшать качество обслуживания методом внедрения новшеств [3].

В качестве отправной точки, подтверждающей возможность достижения огромного прогресса в части создания инноваций и их внедрения, необходимой конкурентной борьбы на региональном рынке, является инновационный подход в сфере гостеприимства, включающий не только использование современных информационных технологий и предоставление новых услуг, но так же целый комплекс нововведений, затрагивающих абсолютно все сферы управления (управление качеством, финансами, персоналом и т. п.).

Известно, что основная проблема успешного развития бизнеса прямо зависит от скорости обмена и передачи информации, от ее актуальности, своевременности получения. Это же относится к любому предприятию индустрии гостеприимства, то есть успешное развитие отелей и других средств размещения предполагает обширное использование новшеств, ускоряющих обмен информацией на расстоянии.

Анализ современного состояния инновационного развития российского гостиничного бизнеса показывает, что дальнейшее развитие отрасли будет осуществляться путем обширного внедрения новшеств. Объективно важное место в системе инновационных решений гостиничного бизнеса отводится при этом техническому прогрессу, появлению и внедрению базовых инноваций (нано-технологии, биотехнологии), широкому использованию знаний.

В заключение хотелось бы отметить, что процесс инновационного развития гостиничного бизнеса довольно обширен. Растущая конкуренция среди предприятий гостиничного комплекса обязывает быть в курсе всех новаций и внедрять их для упрочения и сохранения своих позиций на рынке.

Литература

1. Белавина Я.А. Организация и управление гостиничными предприятиями в преддверии Чемпионата Мира по футболу 2018 / Я.В. Белавина, А.С. Ильюшенков // Вестник молодых ученых самарского государственного экономического университета. – 2016. - № 1(33). – С. 18-21.
2. Гареев Р. Р. Инновационные методы стимулирования спроса в индустрии туризма / Р.Р. Гареев, К.А. Милорадов // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Перспективы модернизации современной науки». – 2015. – С. 48-51.
3. Гареев Р. Р. Инновационный потенциал российского гостиничного бизнеса / Р.Р. Гареев // Молодой ученый. – 2017. – №2. – С. 382-384.
4. Основные инновационные тенденции на рынке гостиничных услуг // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по материалам XLIV студ. междунар. заочной науч.-практ. конф. – М.: «МЦНО». – 2017 – № 4(44) [Электронный ресурс]. URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/4\(44\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/4(44).pdf) (дата обращения: 01.10.2017).
5. Инновационные подходы к управлению и маркетингу услуг в гостиничном бизнесе: адаптация международного опыта в условиях современного российского рынка. Е.А. Блинова, А.П. Ковальчук, Ю.А. Трифонова [Электронный ресурс]. <http://www.e-rej.ru/upload/iblock/18c/18cdcd598f4a74a45eb0f8c15a3beb9a.pdf>