

*Гамзатова Фарида Гамзатовна,  
студентка магистратуры 2 курса  
направления «Гостиничное дело»*

*ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный  
университет им. Х.М. Бербекова»*

*Россия, КБР, г. Нальчик*

*Научный руководитель: Макоева Залина Ауесовна,  
к.с.н, доцент кафедры теории и технологии социальной работы,  
внутренний совместитель кафедры экономики и менеджмента в туризме*

*ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный  
университет им. Х.М. Бербекова»*

*Россия, КБР, г. Нальчик*

## **РОЛЬ ИННОВАЦИОННЫХ УСЛУГ В РАЗВИТИИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

***Аннотация:** статья посвящена анализу инноваций в сфере гостиничного бизнеса. Рассматриваются основные направления инновационных технологий в гостиничном и туристическом бизнесе, а так же способы их внедрения в деятельность гостиничных предприятий, этапы внедрения и факторы эффективности.*

***Ключевые слова:** инновация, гостиничный бизнес, инновационный процесс, мультимедийные технологии, рентабельность.*

***Abstract:** the article is devoted to the analysis of innovations in the hotel business. The main directions of innovative technologies in the hotel and tourism business, as well as ways of their implementation in the activities of hotel enterprises, stages of implementation and efficiency factors are considered.*

***Keywords:** innovation, hotel business, innovation process, multimedia technologies, profitability.*

В мировой экономической литературе «инновация» интерпретируется как превращение потенциального научно-технического прогресса в реальный, воплощающийся в новых продуктах и технологиях. Термин «инновация» стал активно использоваться в переходной экономике России как самостоятельно, так и для обозначения ряда родственных понятий: «инновационная деятельность», «инновационный процесс», «инновационное решение» и т.п. [2].

Сфера гостиничного бизнеса является одной из максимально насыщенных информационных отраслей. Успешность бизнеса в части экономических отраслей находится в прямой зависимости от качества информации, ее оперативности и актуальности. Это касается так же всех средств размещения – масштабное использование усовершенствованных технологий – залог успеха, как в части расширения гостиничных услуг, так и в части их внедрения на рынок услуг. Инновационные технологии стали определяющим фактором повышения конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса и способом совершенствования качества обслуживания с возможностью сокращения персонала [1].

В настоящее время основная масса гостиничных предприятий имеет собственные интернет сайты, что является достаточно перспективным шагом к повышению эффективности предприятия.

Их популяризации способствовало внедрение компьютерных систем резервирования CRS (Computer Reservation System), отличающиеся высокой степенью надёжности и удобством применения. Внедрение CRS позволило ускорить процесс резервирования, создало возможности осуществления его в режиме реального времени, что позволило тем самым повысить качество предоставляемых услуг за счет сокращения времени обслуживания гостей.

Одним из основных направлений инновационных технологий в гостиничном и туристском бизнесе является внедрение мультимедийных технологий, в частности справочников, буклетов, каталогов. В настоящее время и турфирмы, и гостиницы выпускают справочники и каталоги в книжном исполнении, на видеокассетах, на лазерных дисках, в сети Интернет.

Электронные каталоги по гостинице позволяют виртуально путешествовать по номерам различных категорий, залам ресторанов, конгресс-центрам, вестибюлю, посмотреть полную информацию о гостиничном предприятии, ознакомиться со спектром предоставляемых услуг, системой льгот и скидок.

Использование мультимедийных технологий дает возможность оперативно предоставлять потенциальному гостю информацию об отеле и, тем самым, позволяет быстро и безошибочно выбрать тот гостиничный продукт, в котором нуждается гость [3].

Разработка программ автоматизации деятельности гостиницы, ресторанов и других подразделений гостиничного предприятия приводит к существенным изменениям в менеджменте, а также повышает качество обслуживания.

Проблема обеспечения безопасности гостиничного предприятия также решается с помощью инновационных технологий. В настоящее время безопасность проживания гостя можно обеспечить: телевизионной системой наблюдения; системой контроля за доступом; системой защиты.

Главными тенденциями современности считаются рост глобализации бизнеса и повышение эффективности компьютерных технологий. Сервисные компании, включая банки, рекламные агентства и фирмы, которые выполняют бухгалтерский учет и отчетность, выходят на мировой рынок, что бы быть конкурентоспособными (Всемирный Банк, Internet, SWIFT).

Решение финансовых вопросов в настоящее время осуществляется с учётом совершенствования технических средств связи и развития ЭВМ. В основе инновационного процесса должна быть стратегия развития отеля. Если это условие не выполняется, деятельность гостиничного предприятия не будет эффективной. Инновационный процесс состоит из следующих этапов:

- определение инновационного потенциала гостиницы;
- обязательная постановка целей и задач внедрения инноваций;
- обобщение, анализ и отбор идей;
- выделение лучших целей для разработки инновационных концепций;

- технологическое решение по внедрению инноваций.

Все планируемые нововведения на гостиничном предприятии необходимо испытывать лишь на части гостей, что бы избежать излишних нареканий в случае их не успешности и оценить все плюсы и минусы путём сравнения. Это будет способствовать своевременному выявлению и устранению недочётов. В случае, когда нововведение себя оправдало, последним этапом будет интеграция его в корпоративную культуру гостиницы, чтобы все сотрудники могли понять и принять эти изменения[4].

Для получения наиболее перспективных идей необходимо придерживаться определённой тактики. В первую очередь, это психологический климат в отеле, способствующий генерации идей. Он зависит от степени лояльности владельцев и руководства отеля в части нововведений. Если владельцы не склонны менять привычный уклад – процесс обречён на неудачу. Если же руководство заинтересовано в постоянном развитии и совершенствовании, идеи генерируются как сотрудниками отеля, так и его гостями. И, наконец, процесс отбора идей.

Для того чтобы отбирать наиболее интересные идеи, надо первоначально довести стратегические цели гостиницы до всех сотрудников, чтобы каждый сотрудник понимал, в каком направлении гостиница движется на рынке. Также важны каналы коммуникации в гостиницы, т.к. не все сотрудники гостиницы имеют доступ к Интернету. Например, в некоторых гостиницах вывешивается ящик для сбора интересных предложений сотрудников по совершенствованию обслуживания гостей и т.д. Казалось бы, это такой давний способ, однако, он – действенный. Должна гарантироваться анонимность автору идеи, если сотрудник об этом просит и заинтересован в этом. Далее – важный канал коммуникаций: опросы гостей, т.к. гости – ключевой фактор генерирования новых идей. Создание фокус-групп – это тоже эффективное решение. Группы рекомендуется набирать в различных функциональных подразделениях гостиницы, т.к. на стыке функций и рождаются наиболее интересные идеи. Должны быть обозначены сроки сбора идей. И еще важна

мотивация сотрудников гостиницы, которых надо поощрять за генерацию интересных идей [4].

Важно помнить, что инновации без оценки рентабельности не имеют смысла. Специалисты рекомендуют внедрять инновации в том случае, если инновационный бюджет составляет от 1 до 10% инновационного потенциала.

Инновации призваны сделать бизнес эффективным, экономичным и оперативным на рынке. Инновации оправданы в случаях: увеличения прибыли гостиницы, привлечения дополнительных доходов, повышения конкурентных преимуществ на рынке, роста доли рынка, снижения издержек, совершенствования процесса обслуживания, повышения эффективности работы гостиницы в целом или какого-то из ее подразделений. Если все эти направления начинают выполняться – инновации признаются оправданными.

#### **Использованные источники:**

1. Зворыкина Т.И.; Платонова Н.А. «Техническое Регулирование: сфера услуг». Москва, АЛЬФА-М ИНФРА-М.: 2018 г. – 276 с.
2. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности: Учебник. М.: издательство «Грамота», 2015. – 288 с.
3. Кириллов В.Н. Гостиничное дело. М.: издательство «Кругозор». 2016. -82 с.
4. Соколова С.А. Гостиничное дело. М.: издательство «Профессиональная Литература», 2015. -84 с.