

ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Сегодня туристские услуги предлагают более 150 стран мира, каждая из которых имеет свой характерный образ и может положительно влиять на все более разнообразный спрос и мотивацию поездок туристов. Эффективному развитию туризма и гостеприимства способствует формирование разнообразных сегментов и ниш международного рынка. Индустрия отдыха превращается в лидирующую отрасль мировой экономики.

Инновации и инновационная деятельность традиционно представляются как направление научно-технического прогресса (высокотехнологичной его составляющей) и как процесс, связанный с внедрением результатов научных исследований и разработок в практику. Однако смысл и содержание понятия «инновация» более широк. Сфера инноваций многогранна, она не только охватывает практическое использование научно-технических разработок и изобретений, но и включает перемены в продукте, процессах, маркетинге, организации. Инновация выступает в качестве явного фактора перемены, как результат деятельности, воплощенный в новый или усовершенствованный продукт, технологические процессы, новые услуги и новые подходы к удовлетворению социальных потребностей [1. с. 85].

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. Именно использование новых технологий, заключающихся сегодня в компьютеризации и глобализации, даёт наибольший эффект в деятельности предприятий гостиничной индустрии.

Применение передовых технологий благотворно влияет на деятельность компаний, а именно: увеличивает их конкурентоспособность, прибыльность, число потребителей, позволяет пересмотреть комплектацию и требования к компетенции кадров, качеству продукции и услуг [3.с. 65].

Гостиничные предприятия основной целью своей деятельности ставят оказание услуг максимально высокого качества. И насколько высока степень реализации поставленных целей, настолько эффективно действует гостиничное предприятие. Общеизвестно, что гостиница – это живой организм, функционирующий круглосуточно, и качество его работы напрямую связано с тем, как сотрудники выполняют свои обязанности. Человеческий фактор играет в работе гостиничного предприятия основополагающую роль, один и тот же сотрудник может превосходно обслужить клиента сегодня и скверно – завтра; причины тому лежат в субъективной, житейской плоскости. Гостиничные предприятия, разрабатывающие систему оценки работы сотрудников, обеспечивают в дальнейшем высокую эффективность управления персоналом. На данный момент единой, сбалансированной системы оценки работы персонала не существует, каждая гостиница учитывает свои особенности при введении градации. В любом случае, разрабатываемая система оценки всегда должна быть объективной, а критерии – понятно объяснены сотрудникам; результаты же оценки должны обсуждаться только сотрудником и его непосредственным руководителем.

Грамотно разработанная система оценки эффективности работы персонала позволяет:

- позитивно воздействовать на мотивацию сотрудников;
- определить необходимость проведения повышения квалификации и спланировать ее;
- принять обоснованные и справедливые решения о поощрении или порицании сотрудников.

В настоящее время кризисные проявления наложили заметный отпечаток и на эффективность работы гостиничных предприятий, и на экономическое положение клиентуры, поэтому такие качества руководителя, как профессиональная компетентность, умение планировать и правильно распределять работу между сотрудниками, способность стимулировать творческую инициативу, создать в коллективе благоприятный морально-психологический климат, являются максимально значимыми. При внедрении новых технологий в работу предприятия возникает вопрос потребности в обучении, которая распространяется на всех сотрудников. Самым простым путем обучения здесь является тренинг, специфика которого определяется непосредственно заинтересованной в поддержке обучения административной управляющей командой. Проблема может заключаться в крупномасштабности поставленных задач и минимальном промежутке времени; вместе с тем, при правильном планировании и эффективном проведении обучающих занятий программа может быть усвоена за весьма короткий срок. В проведении обучения большая ответственность ложится на тренирующего менеджера: человек должен обнаруживать глубокие знания предмета, быть технически компетентным, 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, где основополагающими являются качество обслуживания и уровень цен. Необходимо признать, что в большинстве отечественных гостиниц высокий уровень цен ни в коей мере не оправдывает качества оказываемых услуг. Привлекая клиента, необходимо убедить его в уникальности предлагаемой услуги. К примеру, на долю людей зрелого возраста сейчас приходится значительное число путешественников. Разработка специальных предложений,

хорошо продуманное меню, интересные и содержательные развлечения помогут заинтересовать данную категорию гостей. Желая привлечь в гостиницу семьи с детьми, необходимо приложить все усилия к тому, чтобы атмосфера заведения была уютной не только для взрослых, но и для детей. И в данном случае важно не только обслуживание, но и наличие специального детского меню, манежей, игрушек, детской мебели, соответствующим образом оформленных игровых комнат, услуг подготовленного персонала – все это будет проявлением особой заботы. Как правило, семьи с детьми стараются размещать на одном этаже (соседних этажах), чтобы исключить проблему шума. Впечатления, оставшиеся у маленьких клиентов, могут в полной мере повлиять на выбор их родителями гостиницы в следующий раз.

Имидж гостиничного предприятия часто определяется путем обработки анкетных данных, полученных от гостей. Здесь проблема может заключаться в следующем: во-первых, оценка гостем предложенной услуги, чаще всего, носит субъективный характер; во-вторых, далеко не всегда гостиничное предприятие правильно и максимально тщательно разрабатывает систему оценочных критериев. Важно учитывать, что наиболее достоверное выявление слабых и сильных сторон гостиничного предприятия возможно лишь в том случае, если правильно разработаны оценочные критерии, в полной мере характеризующие все аспекты его деятельности.

В гостиничной индустрии, как и в других отраслях экономики, появилась тенденция глобализации, отражающая разноплановое и многостороннее сотрудничество предприятий и организаций в экономической, культурной и других областях. Характерной особенностью процесса глобализации является применение новейших информационных и телекоммуникационных технологий, которые способствуют повышению эффективности и совершенствованию работы компаний, улучшению обслуживания клиентов, ускорению всех оперативных процедур, созданию новых маркетинговых методик и распределительных каналов.

Являясь новой формой рыночных отношений, новейшие телекоммуникационные технологии открывают большие возможности развития любому гостиничному предприятию, проявляя важное преимущество перед другими секторами электронной торговли, т.к. потребитель получает приобретаемый продукт непосредственно в месте его производства.

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 услугах ведут к значительным изменениям в сфере туризма и гостеприимства. Использование телекоммуникационных систем позволяет клиенту самостоятельно планировать поездку: составлять маршрут, заказывать и оплачивать гостиницу, экскурсии, билеты на самолет, поезд и др.

Таким образом, инновационные технологии выполняют несколько функций:

- 1) воспроизводственную – получаемая прибыль от инноваций будет использоваться в качестве источника ресурсов;
- 2) инвестиционную – полученная прибыль может направляться на финансирование последующих инновационных разработок;
- 3) стимулирующую – внедрение инноваций стимулирует дальнейшее движение в данном направлении, развитие и поиск новых открытий.

Изложенные характеристики позволяют предположить, что вложение небольших инвестиций в развитие инновационных технологий может дать стабильный экономический эффект.

Однако в рамках процесса глобализации для гостиничной индустрии могут обозначиться и серьезные проблемы. Чрезмерная стандартизация характеристик потребления и моделей предложения услуг в целом ряде стран оказывает отрицательное влияние на местную культуру, поэтому тенденциям к интернационализации и унификации противостоят тенденции сохранения уникальности и национальной самобытности.

Инновационный процесс в гостиничной индустрии достаточно специфичен. Он получает свое признание, с одной стороны, через туристский рынок и степень удовлетворенности клиента, а с другой стороны, благодаря принятию совместных решений туристскими организациями, органами управления отраслью в регионе, органами местного самоуправления и общественными организациями, деятельность которых связана с гостеприимством. Только такое взаимодействие всех элементов инновационного процесса может привести к появлению существенного эффекта, выраженного в качестве развития отрасли [2.с. 88].

Следует отметить, что создание инновационной инфраструктуры в гостиничной индустрии зависит от уровня технологического и экономического развития национальной экономики. Страны, имеющие развитую производственную инфраструктуру, характеризуются повышением роли не вещественных, нематериальных факторов производства, информатизацией общества, опережающим развитием сферы услуг. Таким образом, формируются реальные возможности создания сети консалтинговых, инжиниринговых, сервисных, информационных услуг, способствующих поддержке инновационных процессов.

В условиях трансформационного общества инновационная инфраструктура должна способствовать вхождению науки в рыночную среду, развитию предпринимательства в научно-технической сфере, поэтому ее формирование во многом определяется состоянием рыночной инфраструктуры. В целом инновационная инфраструктура в гостиничной индустрии представляет собой организационную, материальную, финансово-кредитную, информационную базу для создания условий, способствующих эффективной аккумуляции и распределению средств, а также оказанию услуг высокого качества.

Литература

1. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш. уч. заведений / В.С. Новиков. - М.: Академия, 2007. -208 с.
2. Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учеб.пособие / С.А. Севастьянова. - М.: КНОРУС, 2007. - 256 с.
3. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: [учеб.пособие] / Н.И. Кабушкин. – Мн.: Новое знание, 2002. – 432 с.
4. Сборник научных статей международной научно-практической конференции – Гомель – 2012. – 340 с.