

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**
«Алтайский государственный университет»
Институт географии
Кафедра рекреационной географии, сервиса, туризма и гостеприимства

**ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В
ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**
выпускная квалификационная работа

Выполнила студентка
4 курса 974Б группы
Воронова К.А.

(подпись)

Научный руководитель
к.п.н. доцент Есимова Д.Д.

(подпись)

Допустить к защите
зав. кафедрой
Редькин А.Г.

(подпись)

Выпускная квалификационная
работа защищена
« ____ » _____ 2021г.

Оценка _____

Председатель ГЭК
Воронов С.Д.

(подпись)

Барнаул 2021

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа включает в себя разработку рекомендаций по внедрению инновационных технологий в гостиницах города Барнаул.

Предмет исследования работы: исследование применения инновационных технологий в гостиничных предприятиях.

В первой главе рассмотрена теория инновационной деятельности на гостиничных предприятиях, изучены функции и виды инноваций в гостиничном бизнесе.

Вторая глава включает в себя анализ использования инновационных технологий на международном и российском гостиничном рынке. Представлены проблемы внедрения инновационных технологий в гостиницах РФ.

В третьей главе был проанализирован гостиничный рынок Алтайского края и города Барнаула. Было проведено исследование по выявлению проблем инновационной деятельности на гостиничных предприятиях. Разработаны рекомендации по внедрению инновационных технологий в гостиницы города.

Для решения поставленных задач в рамках исследования были использованы следующие методы: наблюдение (опрос и анкетирование), анализ (детализация и классификация), анализ научной литературы, систематизация данных.

Выпускная квалификационная содержит 7 приложений, 7 рисунков, 2 таблицы и 59 источников.

ANNOTATION

The final qualification work includes the development of recommendations for the introduction of innovative technologies in hotels in the city of Barnaul.

The subject of the research work: the study of the application of innovative technologies in hotel enterprises.

In the first chapter, the theory of innovation activity in hotel enterprises is considered, the functions and types of innovations in the hotel business are studied.

The second chapter includes an analysis of the use of innovative technologies in the international and Russian hotel market. The problems of the introduction of innovative technologies in hotels of the Russian Federation are presented.

In the third chapter, the hotel market of the Altai Territory and the city of Barnaul was analyzed. A study was conducted to identify the problems of innovation in hotel enterprises. Recommendations for the introduction of innovative technologies in the hotels of the city have been developed.

To solve the tasks set in the framework of the study, the following methods were used: observation (survey and questionnaire), analysis (detailing and classification), analysis of scientific literature, systematization of data.

The final qualification contains 7 appendices, 7 pictures, 2 tables and 58 references.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ГОСТИНИЧНОМ ПРЕДПРИЯТИИ.....	8
1.1 Понятие и сущность инновации в индустрии гостеприимства.....	8
1.2 Функции инноваций и их классификация	12
1.3 Виды инноваций в гостиничном бизнесе	18
2 МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ.....	21
2.1 Анализ инновационных технологий в международных гостиницах и отелях	21
2.2 Использование инноваций на гостиничном рынке Российской Федерации.	26
3 АНАЛИЗ ГОСТИНИЧНОГО РЫНКА АЛТАЙСКОГО КРАЯ И ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	35
3.1 Анализ гостиничного рынка Алтайского края и г. Барнаула	35
3.3 Проблемы внедрения инновационных технологий в Алтайском крае и в г. Барнауле	42
3.4 Разработка рекомендаций по внедрению инновационных технологий в гостиницах Алтайского края и города Барнаул	44
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	57
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	59
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	67

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время международный гостиничный бизнес занимает важное место в современной мировой экономике. В последние десятилетия он относится к наиболее динамично развивающимся и довольно прибыльным видам экономической деятельности. В некоторых развитых странах гостиничная индустрия настолько развита, что приводит к приросту ВВП и увеличению доли занятости населения.

Что касается гостиничного бизнеса в России, то он так же представляет большой потенциал, который направлен на развитие экономики страны в целом. С каждым годом количество средств размещения в России увеличивается, проводятся реконструкции старых отелей и растет количество крупных отелей международного уровня.

В связи с ростом гостиниц и других средств размещения, растет и борьба за внимание клиентов. Для повышения интереса и спроса у потенциальных гостей и целевой аудитории отельеры внедряют инновационных технологии. Именно поэтому инновации в гостиницах актуальны для изучения. Гостиницы и отели, которые хотят развиваться и выйти на новый уровень, заинтересованы во внедрении и освоении инновационных технологий, так как это позволит им получить огромное конкурентное преимущество, тем самым улучшить свой имидж, и конечно же сделать проживание гостей более безопасным и комфортным.

Как уже было сказано инновации составляют основу конкурентоспособности предприятий индустрии гостеприимства, так как позволяют выдерживать конкуренцию за рынки сбыта и закупок путем освоения новых и более экономичных технологий, использование в обслуживании различных информационных и управленческих нововведений, производственных и правовых инноваций. Развитие информационных технологий оказывает огромное влияние на индустрию туризма и гостеприимства.

Уже сейчас многие отели существенно отличаются от остальных. Отсутствие стойки регистрации, использование последних технических нововведений, уникальные услуги или полное отсутствие «видимого персонала» - эти и многие другие нововведения позволяют привлечь внимание современного гостя, повысить конкурентоспособность гостиницы, увеличить прибыльность, число потребителей, так же инновации позволяют пересмотреть комплектацию и требования к компетенции кадров, качеству продукции и услуг.

Цель выпускной квалификационной работы: исследовать зарубежный и отечественный гостиничный рынок и разработать рекомендации по использованию современных инновационных технологий на гостиничном рынке Алтайского края и г. Барнаула.

В ходе выпускной квалификационной работы были поставлены следующие задачи:

- 1) изучить теоретические аспекты инноваций, инновационных технологий и применение их в индустрии гостеприимства;
- 2) изучить виды инновационной деятельности в гостиничном сервисе;
- 3) проанализировать международные и отечественные инновации, используемые на гостиничном рынке;
- 4) провести анализ гостиничного рынка Алтайского края и г. Барнаула
- 5) разработать рекомендации по внедрению инновационных технологий в гостиничных предприятиях Алтайского края и г. Барнаула.

Объектом выпускной квалификационной работы является инновационные технологии в гостиничной индустрии.

Предмет: исследование применения инновационных технологий в гостиничных предприятиях.

Для решения поставленных задач использовались следующие методы исследования: наблюдение (опрос и анкетирование), анализ (детализация и классификация), анализ научной литературы, систематизация данных.

В исследовании использовались работы отечественных и зарубежных авторов (социологов, теоретиков и практиков менеджмента), статьи

периодических изданий, в области оказания гостиничных услуг, Интернет ресурсы, в том числе официальные сайты гостиничных предприятий и Федеральный перечень туристских объектов.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ГОСТИНИЧНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

1.1 Понятие и сущность инновации в индустрии гостеприимства

В наше динамичное время инновационные технологии в гостиничном бизнесе играют одну из главных ролей в конкурентной борьбе отелей за каждого клиента. Применение новейших технологий гостиничного бизнеса позволяют отельерам повысить эффективность своего хозяйства, находить новые резервы повышения качества обслуживания, эффективной охраны номеров и имущества гостей, оказания новых услуг.

Как уже было сказано инновации составляют основу конкурентоспособности предприятий индустрии гостеприимства, так как позволяют выдерживать конкуренцию за рынки сбыта и закупок путем освоения новых и более экономичных технологий, использование в обслуживании различных информационных и управленческих нововведений, производственных и правовых инноваций. Развитие информационных технологий оказывает огромное влияние на индустрию туризма и гостеприимства. Все инновации в гостиничном бизнесе направлены не только на привлечение как можно большего числа постояльцев, но и на удержание постоянных гостей, что обеспечивает стабильные продажи.

В мировой экономической литературе «инновация» интерпретируется как превращение потенциального научно-технического прогресса в реальный, воплощенный в новых продуктах и технологиях. Проблематика нововведений в нашей стране традиционно разрабатывалась в рамках экономических исследований НТП.

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.

Под инновацией чаще всего понимают «инвестицию в новацию». Новация (новшество) – это результат интеллектуальной деятельности, являющийся объектом гражданско-правовых отношений, обладающий признаками: новизны, т.е. новыми качествами; практической применимости с точки зрения потребительской полезности и безопасности; экономической эффективности (конкурентоспособности).

Инновация (нововведение) – это:

– полный процесс от идеи до готового продукта, реализуемого на рынке (Я. Кук, П. Майерс);

– процесс, в котором изобретение или идея приобретает экономическое содержание (Б. Твисс);

– внесение в разнообразные виды человеческой деятельности новых элементов (видов, способов), повышающих результативность этой деятельности (Ю.В.Яковец).

– изменение (новые комбинации) производственных факторов, мотивированное предпринимательским духом (Й. Шумпетер) [45].

Согласно Федеральному закону «О науке и государственной научно-технической политике» инновациями называются: введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж либо новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или внешних связях [48].

Не смотря на то, что формулировка данных определений различна, среди них можно выделить общее – это новая идея или продукт, которые повышают экономическую результативность какой-либо деятельности.

Для того чтобы повысить эффективность стратегических управленческих решений по созданию и внедрению различных инноваций в гостиницах необходимо проведение глубокого и всестороннего анализа их особенностей в гостиничном бизнесе и их роли в гостиницах. Для этого нужно изучить основные

научные подходы к определению сущности понятия «Инновации в гостиничном бизнесе». Рассмотрим некоторые из них:

– Инновации в гостиничном бизнесе могут рассматриваться как более «мягкий» вид инноваций, основывающийся на способностях и межорганизационных кооперациях (Mattson J).

– Инновации в гостиничном бизнесе вместе с изменениями в рыночной экономике обуславливают гостиничную индустрию, как и любые другие предприятия (Якимович Г. Б.) [35].

– Инновации в гостиничном бизнесе заключаются в следующем: привлечь как можно большее количество клиентов, заинтересовав своей гостиницей, своим брендом; расположить гостя к себе и тем самым сделать его постоянным; увеличить прибыль предприятия (Гребенькова Я. В.).

– Инновации в гостиничном бизнесе имеют более социальную и организационную составляющую в отличие от производственного сектора (GallojF.) [35].

Таким образом, можно сделать вывод, что инновация в гостиничном бизнесе - это более «мягкий» вид инноваций, который имеет социальную составляющую и используется для привлечения большего количества клиентов и повышения конкурентоспособности гостиницы.

Предпосылками развития инноваций служат, как желания владельцев отелей обеспечить получение постоянных доходов, за счет максимального количества клиентов, так и продажи им широкого спектра новых дополнительных услуг, расширения базы постоянных и лояльных гостей. Решение этих задач становится возможным при внедрении и использовании инновационных технологий в гостиничную деятельность.

На необходимость внедрения инноваций в гостиничном предприятии, также влияют следующие факторы:

- кризисные явления в политике, экономике, обществе;
- модификация вкусов, предпочтений клиентов;
- возникновение новых потребностей посетителей гостиниц;

- угроза устаревания существующих продуктов;
- сокращение жизненного цикла гостиничных услуг;
- усиление конкуренции [7].

Инновационные технологии в гостиничной деятельности призваны получить экономический, научно–технический, социальный и экологический эффект. Внедрение инновационных технологий в гостиничную деятельность позволяет:

- значительно повысить эффективность традиционных методов управления гостиничным предприятием,
- модернизировать маркетинговые стратегии и мероприятия, – повысить конкурентоспособность гостиничных услуг;
- повысить эффективность бизнес–процессов, производственной деятельности в целом;
- реализовать инновационный климат, основанный на доверии и направленный на развитие инновационной деятельности гостиничного предприятия,
- обеспечить максимальное удовлетворение потребностей целевой группы потребителей, формирование их приверженности за счет создания комфорта и высокого уровня сервиса,
- повысить эффективность методов и технологий управления персоналом, мотивации работников, снижению текучести и повышению лояльности персонала;
- сократить все виды рисков и повысить эффективность управленческой отчетности;

Основными направлениями развития инновационных технологий являются:

- динамичное развитие гостиничного бизнеса в связи с проведением значимых международных и деловых мероприятий;

- адаптация зарубежного опыта управления инновационной деятельностью в национальную практику;
- повышение квалификации руководителей и специалистов гостиничного комплекса, развитие компетенций и опыта у руководителей и специалистов гостиничных предприятий по управлению инновационными проектами;
- активизация внедрения инновационного маркетинга в деятельность всех гостиничных предприятий;
- совершенствование законодательной базы по регулированию инновационной деятельности в гостиничном бизнесе;
- формирование системы государственно–частного партнерства по поддержке инновационных проектов в гостиничном бизнесе [34].

Сфера услуг постоянно меняется, а внедрение инноваций на предприятии сервиса обеспечивает ему более стабильное положение на рынке. Итак, новшества в индустрии гостеприимства — это нововведения, увеличивающие конкурентоспособность предприятия, которые необходимы для увеличения прибыли, получаемой собственником. Такие решения должны либо улучшать качество удовлетворения уже существующей потребности гостей, либо создают услугу, удовлетворяющую желание, ранее не удовлетворявшееся, так же инновации помогут модернизировать маркетинговые стратегии и мероприятия, повысить конкурентоспособность гостиничных услуг и повысить эффективность бизнес–процессов, производственной деятельности в целом. Так же подобные решения позволяют привлечь в отель большее количество отдыхающих и вызвать интерес у тех групп населения, которые в прошлом не обращались к услугам гостиниц.

1.2 Функции инноваций и их классификация

В гостиничной деятельности инновации оценивают, как по технологическим параметрам, так и с рыночных позиций.

По технологическим параметрам различают продуктовые и процессные инновации.

По технологическим параметрам:

– инновация-продукт предполагает разработку и внедрение технологически новых и усовершенствованных продуктов. Продуктовые инновации должны быть новыми для конкретного предприятия, но не обязательно оказываются новыми для рынка.

Такие инновации нацелены на экономический эффект, который получается в результате вывода нового или усовершенствованного продукта на рынок;

– инновация-процесс предполагает разработку и внедрение технологически новых или технологически значительно усовершенствованных производственных методов (но не продуктов). Инновации такого рода могут быть основаны на использовании нового производственного оборудования, новых методов организации производственного процесса и т.д.

С рыночных позиций определяют тип новизны инновации для определенных рынков: инновации для отрасли; инновации для данного гостиничного предприятия или группы предприятий.

По месту на гостиничном предприятии выделяют следующие виды инноваций:

– инновации на входе предприятия, к которым относятся: изменения в выборе и использовании сырья, материалов, машин и оборудования, информации;

– инновации на выходе гостиничного предприятия — изделия, услуги, технологии, информация;

– инновации системной структуры предприятия: управленческой, производственной, технологической [34].

По инновационному потенциалу выделяются следующие виды инноваций:

– радикальные (базисные) являются отраслеобразующими и представляют выпуск новой ранее не производимой продукции или использование новой технологии. С появлением радикальных инноваций начинается формирование

нового технологического уклада, новых отраслей народного хозяйства, при этом многие отрасли, утратившие свою актуальность, начинают постепенно отмирать;

- модернизирующие (улучшающие) – это изменения (существенные) отдельных характеристик уже выпускаемой продукции или используемой технологии;

- модифицирующие (псевдоинновации) предполагают собой изменение внешнего вида или незначительное изменение отдельных характеристик уже выпускаемой продукции.

По содержанию:

- управленческие (организационные) – это реализация нового метода в ведении бизнеса, организации рабочих мест или внешних связей. Данные новации направлены на повышение эффективности деятельности организации путем снижения административных и транзакционных издержек;

- маркетинговые – реализация новых или значительно улучшенных маркетинговых методов, например, существенны изменения в дизайне и упаковке продуктов, внедрение новых методов продаж, новых методов продвижения и т.д.;

- социальные – внедрение изменений в социальные процессы организации или даже целой страны. Например, на уровне отдельной организации это может быть внедрение дополнительного гибкого социального пакета для работников предприятия, а на уровне экономики страны внедрение материнского капитала;

- технологические – деятельность организации, связанная с разработкой и внедрением технологически новых продуктов или процессов, а также значительных технологических усовершенствований в продуктах и процессах; технологически новых или значительно усовершенствованных услуг, новых или значительно усовершенствованных способов производства (передачи) услуг.

По характеру удовлетворяемых потребностей:

- инновации, ориентированные на существующие потребности. Внедрение таких нововведений связано с умеренным уровнем риска, поскольку уже известны спрос и предложение на рынке. Понимание степени удовлетворенности

спроса (не удовлетворены полностью или частично) позволяет более точно определять емкость рынка.

– инновации, ориентированные на формирование новых потребностей. Внедрение таких нововведений связано с высоким уровнем риска, поскольку спрос и предложение на рынке, его емкость можно только прогнозировать. Внедрение таких нововведений основано на предвосхищении ожиданий потребителей. Как правило, такие инновации являются радикальными и стратегическими. Хрестоматийным примером блестящего видения будущих потребностей выступает разработка плеера «Sony Walkman», когда глава компании «Sony» Акио Морита вопреки всем скептическим прогнозам (предсказывавшим, что товар не будет пользоваться спросом) продолжил реализацию этого проекта, и компания добилась успеха.

По степени территориальной новизны:

– инновации в мировом масштабе, когда внедряется новшество, не имеющее аналогов ни в одной стране мира;

– инновации для страны или отрасли, когда известное в международной практике нововведение начинает осваиваться в пределах конкретной страны или отрасли, где ранее его не было;

– инновации для предприятия, когда новшество уже известно в стране или отрасли, но на конкретном предприятии внедряется впервые [5].

Подходы к классификации инноваций различны. Одна из таких классификаций был составлена кандидатом экономических наук, доцентом, Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова Никольской Е.Ю. Ею было проведено исследование научно–практических методов инновационного развития гостиничных предприятий, которое позволило составить классификацию инновационных технологий, включающих организационные, технологические, маркетинговые, кадровые технологии, применяемые в международных гостиничных сетях, которые могут адаптировать в свою практическую деятельность независимые гостиничные предприятия России (Приложение 1).

Рассматривая различные подходы к классификации инноваций, необходимо учитывать, что обобщение и систематизация классификационных признаков и создание на этой почве научно обоснованной классификации инноваций имеют достаточно весомую практическую значимость, поскольку обладают потенциальной способностью дать детальное представление о характеристиках того или иного прогрессивного новшества. А это в свою очередь необходимо для осуществления реальной, ощутимой поддержки со стороны государственных органов по внедрению инноваций на предприятиях страны.

Инновация как экономическая категория отражает наиболее общие свойства, признаки, связи и отношения производства и реализации нововведений. Сущность инновации проявляется в ее функциях. Функции инновации отражают ее назначение в экономической системе государства и ее роль в хозяйственном процессе. Можно выделить три функции инноваций.

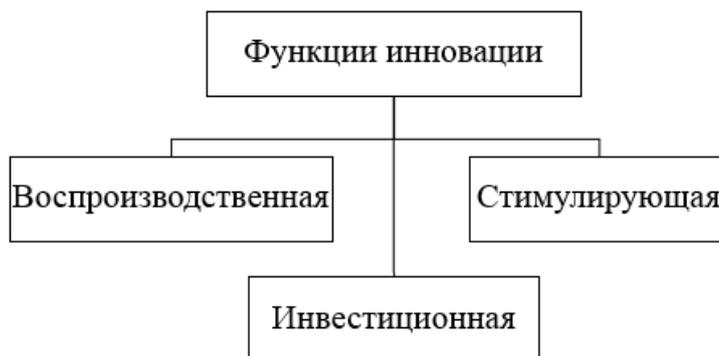


Рисунок 1.2.1 – Функции инноваций (составлено автором)

Воспроизводственная функция означает, что инновация представляет собой важный источник финансирования расширенного воспроизводства. Смысл производственной функции состоит в получении прибыли от инновации и использовании ее в качестве источника финансовых ресурсов.

Прибыль, полученная за счет реализации инновации, может использоваться по различным направлениям, в том числе и в качестве капитала. Этот капитал может направляться на финансирование новых видов инноваций.

Таким образом, использование прибыли от инновации для инвестирования составляет содержание инвестиционной функции инновации.

Получение предпринимателем прибыли за счет реализации инновации прямо соответствует основной цели любой коммерческой организации. Прибыль служит стимулом для предпринимателя для внедрения новых инноваций; побуждает его постоянно изучать спрос, совершенствовать организацию маркетинговой деятельности, применять современные методы управления финансами. Все вместе это составляет содержание стимулирующей функции инновации.

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 невещественных, 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.

1.3 Виды инноваций в гостиничном бизнесе

В гостиничном бизнесе инновационная активность развивается довольно стремительно. Ежегодно можно наблюдать открытие, так называемых, инновационных отелей, деятельность которых основана на современных технологиях и роботизированной технике. Кроме того, и обычные гостиницы стараются внедрять в свою работу различные инновации — уникальные услуги, телевизионные и интернет — технологии, инновационные формы маркетинга и т. п.

Существуют различные виды инноваций, разрабатываемых и применяемых на предприятиях гостиничной индустрии. Рассмотрим самые востребованные и популярные, а также некоторые новинки.

Первая группа инноваций представляет собой новшества, направленные на индивидуальное обслуживание гостя. Такие инновациями представлены системами запоминания индивидуальных предпочтений постоянных посетителей предприятия и системами с настраиваемыми под предпочтения гостя параметрами [45].

Примером одной из подобных инноваций может служить предложение гостям отелей сети «Starwood». Так, клиенты предприятия могут использовать свой iPhone в качестве ключа от гостиничного номера. Такая система называется «SPG Keyless», которая, по мнению создателей, является первой мобильной системой в гостиничной сфере. Данная технология позволяет гостям экономить время и оперативно получать доступ к номерам предприятия, а сотрудникам — предоставлять более персонализированный сервис.

Аналогом представленной инновации может служить пример внедрения технологии распознавания гостя с помощью его отпечатков пальцев. В испанском отеле «Ushuaia Ibiza Beach» руководство предприятия предлагает зарегистрированным гостям осуществлять все необходимые операции с помощью отпечатков: получать и предоставлять информацию, производить оплату услуг предприятия, осуществлять процедуры бронирования не только в

гостинице, но и на предприятиях, расположенных на ее территории. Данная система позволяет гостю расплачиваться безналичным способом.

Вторая группа представлена техническими и технологическими инновациями, позволяющими осуществлять процессы на предприятии с наилучшими в настоящее время техническими и технологическими показателями. В данную группу входят механизмы, машины, коммуникации, аппараты, оборудование и технологии, используемые персоналом предприятия для осуществления своей профессиональной деятельности. К этой группе необходимо отнести инновации, используемые для налаживания более эффективного процесса бронирования [45].

В качестве примера можно привести разработки ведущих мировых компаний, представленные в виде программного обеспечения для смартфонов различных брендов и предназначенные для самостоятельного заказа услуг бронирования, а также ряда дополнительных услуг любых отелей мира. Так, например, гостиница «Montcalm London Marble Arch» является первым сервисным предприятием в Великобритании, обслуживающий персонал которого будет использовать устройство, имеющее название «Google Glass». Этот гаджет представляет собой очки с операционной системой. В устройстве используются дисплей, камера, микрофон и датчик GPS. Очками можно управлять голосом, движением головы или нажатием на дужку. Данное устройство предназначено для помощи сотрудникам предприятия в целях предоставления полной и качественной информации гостям отеля по всем необходимым им вопросам, а также осуществления части производственных операций. Также одним из основных объектов модернизации и внедрения инноваций в данной категории является система управления гостиничным предприятием [11].

В настоящее время на рынке предлагается несколько видов систем электронного управления отелем от различных производителей. Однако многие гостиницы до сих пор используют решения, приобретенные ими несколько десятилетий назад: «Fidelio», «Opera», «Epitome PMS». Хотя современным

стандартам отельного бизнеса уже отвечают системы «PMS Cloud», «Эдельвейс», «B52», «ProHotel», «SaaS-технология», поскольку данные технологии позволяют сотруднику отеля напрямую обращаться к веб-сервису, передавать и получать всю информацию об отеле. Усилия разработчиков программного обеспечения также направлены на предложение гостиничной индустрии и узконаправленных систем: систем автоматизации труда работников отдела продаж, систем работы с клиентами, систем управления программами лояльности для клиентов и систем управления мероприятиями отеля [12].

Третья группа представлена инновациями, ориентированными на бизнес-клиентов, и представляющими собой технические и технологические новшества, используемые клиентами как в специализированных помещениях (конференц-залах гостиницы, бизнес-центрах), так и в рабочей зоне номера. Так, испанская гостиничная сеть «NH Hotel Group», являющейся одним из лидеров индустрии бизнес-отелей Европы, запустила голографическую 3D-технология для организации виртуальных встреч и мероприятий. Технология «High Tech Made Easy» является уникальной и сочетающей мультимедийные возможности LED-экрана и 3D-эффект виртуального присутствия [11].

Динамичное развитие современных технологий требует быстрой реакции гостиничного бизнеса, обновления и совершенствования, поиска новых путей в борьбе за гостя. Поэтому очень важно отслеживать и внедрять инновации, которые помогут отелю выйти на новый, современный уровень на высококонкурентном рынке гостиничных услуг. Только так можно не потерять старых клиентов и завоевать доверие новых гостей.

2 МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

2.1 Анализ инновационных технологий в международных гостиницах и отелях

В настоящее время гостиничный бизнес, как и практически все другие отрасли, начинает восстановление после пандемии. Многие отели и гостиницы по всему миру не смогли пережить тяжелые времена и закрылись навсегда, а кто-то наоборот принял уроки пандемии и улучшил качество своего обслуживания.

Специалисты исследовательской компании BoldData, которые специализируются на аналитике больших данных, и имеют доступ к 227 миллионам контактов в 341 миллионе компаний по всему миру, в том числе и в отельном секторе, собрали и изучили информацию из международных платформ бронирования, бедбанков и отельных агрегаторов.

Было выяснено, что в настоящее время в мире насчитывается 1 073 500 объектов размещения, из которых 402 933 – это классифицированные отели с присвоенными «звездами».

Самое большое количество отелей зарегистрировано в Европе, готовы принять туристов около 660 тыс. отелей, хостелов, официально зарегистрированных апартаментов и иных средств размещения, но менее трети (204 151) из них присвоены «звезды». Тем не менее и этого количества Европе достаточно, чтобы обеспечить половину мирового количества отелей со «звездами».

В Азии, согласно данным BoldData, услуги размещения туристам предлагают 93 290 отелей с той или иной «звездностью».

Что касается Америки, то во всех частях обеих Америк расположены 18% всех отелей со «звездами» в мире, а именно 72 528. Больше всего таких отелей, естественно, в США – 45 462. Кстати, если брать общее количество объектов

размещения всех классов, то в США их вообще больше всего в мире: 436 068 или 41% от всего мирового объема [54].

В Африке количество отелей со «звездами» составляют 19 263.

В Австралии и Океании расположены всего 3,4% (13 701) от общемирового количества отелей со «звездами». Среди них 94% расположены в двух странах – Австралии и Новой Зеландии.

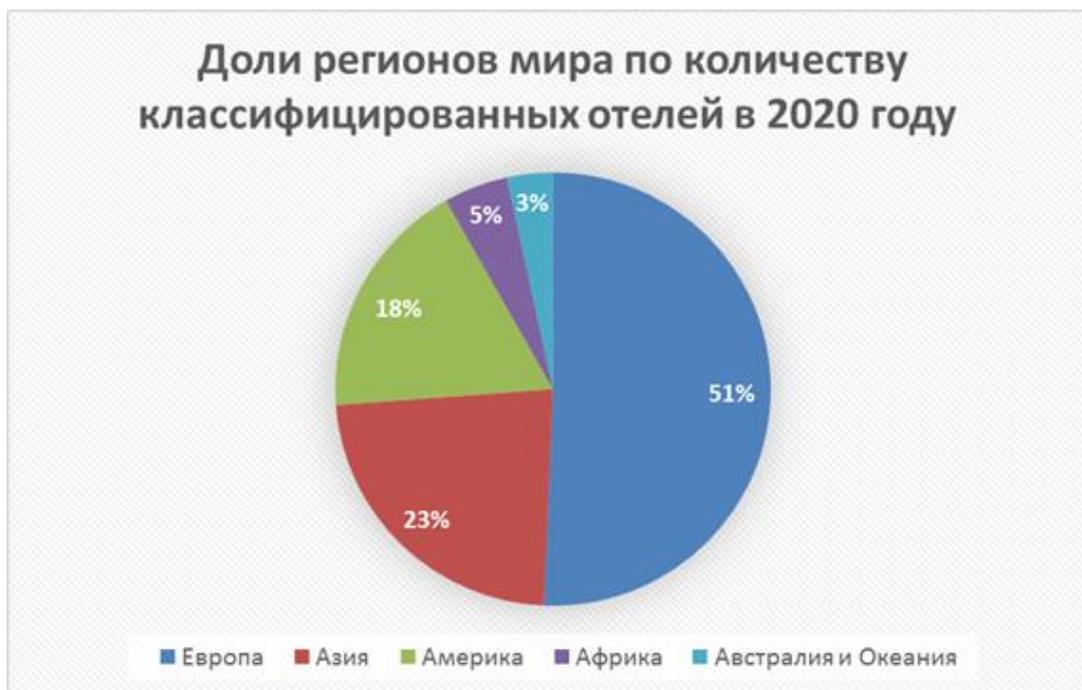


Рисунок 2.1.1 – Доля регионов мира по количеству классифицированных отелей в 2020 году

Несмотря на сложные времена многие отели продолжают развиваться, внедрять различные инновации, которые направлены на улучшение безопасности гостей и их комфорта.

Маркетинговая компания The Leading Hotels of the World, объединившая более 430 отелей и курортов в более чем 80 странах, в связи с плохой эпидемиологической обстановкой разработала свой собственный подход к безопасному проживанию гостей, а также усовершенствовала санитарные стандарты и правила.

Данный подход был разработан Leading Hotels в сотрудничестве с доктором Майклом Котлером из RemoteMD, доктором Аланом Ньюманом из ProHealth Environmental и доктором наук, инструктором Федерального агентства

по управлению в чрезвычайных ситуациях США (FEMA), Джоном Косме. Конечно же основное внимание уделено на снижение вероятности заражения и распространения вируса, а также на улучшение существующих стандартов в области безопасности и здоровья.

Все отели ассоциации, должны подтвердить свое соответствие высоким критериям чистоты и безопасности. Для этого Leading Hotels в партнёрстве с Глобальным консультативным советом по биорискам (GBAC) и подразделением международной ассоциации индустрии чистоты (ISSA), предложила отелям пройти аккредитацию GBAC STAR™. Аккредитация предоставляется при достижении конкретных результатов, а также помогает отелям создать комплексную систему для очистки, дезинфекции и профилактики инфекционных заболеваний. Получить аккредитацию GBAC STAR™ смогут те отели, которые будут соответствовать каждому из 20 критериев программы в отношении правил, процедур и ведения документооборота.

Помимо аккредитации Leading Hotels разработал новые санитарные стандарты, в которых решаются такие вопросы как:

- Ведется ли в отеле документация, подтверждающая существование процесса проверки температуры тела сотрудников?
- Было ли доступно дезинфицирующее средство для рук на служебном входе, в раздевалках для персонала, уборных и служебной столовой?
- Была ли реорганизована расстановка мебели в общественных зонах отеля таким образом, чтобы обеспечить социальную дистанцию?
- Существуют ли меры для обеспечения социальной дистанции в очередях, при рассадке гостей и во время общения?
- Размещены ли санитарные правила на видном месте в фитнес-центре отеля?

Если отель не сможет подтвердить свое соответствие новым стандартам, то будет стоять вопрос о исключении его из ассоциации.

Помимо внедрения новых мер безопасности и различных санитарных правил гостиницы внедряют и различные технологии. Так, например, в феврале

2021 года отель Radisson Blu, Zurich Airport представил своего нового роботизированного помощника JEEVES, который предлагает бесконтактную доставку заказов в номер и следит за тем, чтобы все заказы и другие ежедневные задачи выполнялись безопасно и эффективно.

Интеллектуального помощника создала мюнхенская технологическая компания Robotise для рынка Швейцарии, в соответствии с последними требованиями в области гигиены, безопасности и продуктивности.

Помимо того, что в отеле Radisson Blu Hotel Zurich Airport появился робот JEEVES, в отеле была усовершенствована автоматизированная система управления лифтами марки Schindler. Это было сделано для того, чтобы робот мог самостоятельно добраться до всех 330 номеров и люксов отеля. Благодаря инновационной облачной технологии лифты теперь обмениваются данными напрямую с роботом-помощником, тем самым обеспечивая беспрепятственное перемещение по всему отелю.

Генеральный управляющий и региональный директор Radisson Hotel Group в Швейцарии, Италии, Австрии и Юго-Восточной Европе, Дэниел Тверенболд, подчеркивает растущую актуальность цифровой трансформации и инноваций в повседневной деятельности международной гостиничной индустрии и считает, что JEEVES является идеальным инструментом для соответствия последним требованиям в области гигиены.

Так же европейское новшество, направленное на индивидуальное обслуживание гостя, а именно применение робота-дворецкого используют гости отеля «Aloft» в США. Теперь постояльцы отеля будут давать поручения и объяснять свои пожелания роботу-дворецкому «A.L.O Botlr», который самостоятельно передвигается по этажам гостиницы, осуществляет доставку в номер заказанного обеда, корреспонденции, белья, а также выполняет функции отельного гида [31].

Еще один робот в 2016 году появился в Бельгии в отеле Marriott Hotel Ghent. Робот-помощник Марио владеет 19 языками, его основными обязанностями является приветствие гостей и выдача ключей от номера, кроме

того, электронный помощник может поделиться с постояльцами полезной информацией, в том числе рассказать о меню в ресторане. Помощь электронных сотрудников незаменима, они могут предоставить гостям необходимую информацию о номерах и дополнительных услугах, проводить их в конференц-зал или помочь зарезервировать столик в ресторане.

Так же остается актуальной внедрения различных систем автоматизации и мобильных приложений. Так одна из крупнейших гостиничных компаний Hilton Worldwide в 2016 году ввела революционную технологию цифровой регистрации в своих отелях. Подобное нововведение позволило путешественникам посредством своих смартфонов выбирать подходящий номер благодаря специальному программному обеспечению, которое позволяет посмотреть цифровые планы этажей, а также самостоятельно проводить онлайн регистрацию заезда и выезда. При желании повышения категории номера, достаточно будет отправить запрос. Помимо этого, туристы смогут управлять услугами, предоставляемыми в отелях Hilton, а именно осуществлять заказы, которые немедленно будут доставляться в номер. К концу 2018 года такие сервисы, как цифровая система регистрации и выбор номера в отеле, включая электронный план гостиницы, стали доступны более чем для 4000 отелей Hilton, включающих 11 брендов [35].

В настоящее время мобильное приложение Hilton HHonor, позволяет не только забронировать номер, но и используется в качестве бесконтактного «ключа» от номера. Следует отметить, что в сети Hilton мобильное приложение позволяет гостям получать доступ не только в свой номер, а также к дверям фитнес-центра, этажей, лифтов и парковки.

Тенденция здорового образа жизни привела компанию Mandarin Oriental Hotel Group внедрить в своих отелях так называемую Silent Night (ночь тишины). Это ежегодная акция, которая направлена на направлена на то, чтобы понизить уровень шума, исходящий от внешнего мира.

В день проведения акции после пяти часов вечера гости могут посетить спа-процедуры в полной тишине. Перед началом процедуры специалисты

проводят консультации с гостями, а сами процедуры проходят в полной тишине. Данная акция направлена на то, чтобы люди могли освободиться от постоянной привязанности к цифровым устройствам. Программа продолжительностью 80 минут направлена на работу с телом и разумом. Массаж тела снижает уровень стресса, помогает расслабиться и войти в состояние покоя.

Кроме того, группа Mandarin Oriental разработала советы и рекомендации, которые помогут установить границы по использованию техники, очистить разум от ненужных мыслей и начать вести здоровый и сбалансированный образ жизни.

Динамичное развитие современных технологий требует быстрой реакции гостиничного бизнеса, обновления и совершенствования, поиска новых путей в борьбе за гостя. Поэтому очень важно отслеживать и внедрять инновации, которые помогут отелю выйти на новый, современный уровень на высококонкурентном рынке гостиничных услуг. Только так можно не потерять старых клиентов и завоевать доверие новых гостей.

2.2 Использование инноваций на гостиничном рынке Российской Федерация

На сегодняшний день ситуация в нашей стране по многим направлениям научно-технического прогресса, инновационного прорыва остается не совсем благоприятной. Согласно данным доклада о глобальном инновационном индексе (ГИИ, Global Innovation Index), который был представлен 2 сентября 2020 года, Россия заняла 47 место, опустившись по сравнению с прошлым годом на один пункт [40].

В России в среднем используется лишь 8–10% инновационных идей и высокотехнологичной продукции, тогда как, например, в США–62%, В Японии–95%. На отечественных предприятиях выполняется лишь 6% научных исследований, а на предприятиях стран ЕС–65%, в Японии–71%, в США–75% [8].

Гостиничный бизнес в России так же, как и международный пытается встать на ноги после внезапной вспышки COVID-19. Согласно данным Росстата за весь 2020 год суммарный доход всех зарегистрированных российских КСР от предоставляемых услуг без НДС, акцизов и аналогичных платежей составил около 363,6 млрд рублей. Стоит заметить, что годом ранее гостиницы заработали на 36% больше – 572,7 млрд. Количество туристов в объектах размещения упало с 76 до 41,8 млн. Общее число гостиниц и аналогичных средств размещения по последним данным Федеральной службы государственной статистики без учета пансионатов и микро предприятий составляет 21 312.

Из такого довольно большого количества гостиниц, многие не сдаются и пытаются усовершенствовать уже имеющиеся услуги и технологии, и конечно же повысить уровень безопасности здоровья своих клиентов.

Во всех отелях в обязательном порядке должны быть соблюдены меры дистанционирования, обработки помещений и инвентаря, а также наличие дезинфицирующих средств на всей территории гостиницы.

Помимо уже имеющихся мер предосторожности, Barvikha Hotel & Spa, Lotte Hotel Moscow, расположенные в Москве и Lotte Hotel St. Petersburg, состоящие в ассоциации The Leading Hotels of the World, с июня 2020 года проходят аккредитацию GBAC STAR™, которая включает более 20 новых критериев, которые включают комплексную систему для очистки, дезинфекции и профилактики инфекционных заболеваний. Кроме того, данным отелям нужно вести обязательную документацию о проверке температур у гостей и персонала, наличии дезинфицирующих средств и др.

Помимо мер профилактики, отели внедряют различные инновации, которые повышают уровень комфорта для клиентов.

Интересный новый и очень нужный многим путешественникам сервис внедрил отель Crowne Plaza Moscow WTC – BagsPorter – уникальная услуга по доставке багажа на рейсы авиакомпаний, которая призвана существенно повысить уровень комфорта путешественников.

Подобные сервисы довольно успешно зарекомендовали себя в Великобритании, ОАЭ и Америке.

Услуга заключается в том, что, делая чек-аут из отеля, гость может заказать доставку своего багажа в аэропорт, существенно сэкономив тем самым время и силы, ведь у него не будет необходимости возвращаться в отель, чтобы забрать чемоданы перед поездкой в аэропорт – гость может спокойно завершать свои дела в городе или гулять.

Создателями сервиса были предусмотрены все важные моменты – это страховка багажа, обеспечение безопасности перевозки и даже проверка на наличие запрещенных к провозу веществ и упаковки сумок в специальные дизайнерские чехлы.

На данный момент сервис предоставляет возможность доставки багажа гостей отеля Crowne Plaza Moscow WTC в аэропорт Шереметьево, на очереди – Домодедово и Внуково.

Стоит отметить, что Crowne Plaza Moscow WTC стал первым отелем в России, который планирует активно предоставлять и расширять данную услугу.

Директор по маркетингу Crowne Plaza Moscow WTC Мария Балашова говорит о том, что отель стремится сделать все процессы довольно простыми и легкими для гостя, используя для этого все доступные современные инструменты, и сервис BagsPorter подходит для этого как нельзя лучше. Мария считает, что однажды гость, оценив все преимущества данной услуги, уже не будет представлять свой чек-аут по-другому.

В начале апреля 2019 года отель «Метрополь» в Москве, закончил реконструкцию номеров и представил 70 обновленных номеров, в которых исторические элементы декора сочетаются с современным дизайном и функциональностью.

Теперь гостям отеля доступен выбор между классическими номерами с подлинными интерьерами начала XX века и размещением в новых номерах категорий Представительский номер, Гранд Супериор, Делюкс, Люкс Делюкс, Метрополь Люкс, Премьер Люкс, Посольский Люкс.

При сравнении обновленных и классических номеров гостиницы, стоит заметить, что площадь новых номеров увеличилась минимум в два раза, так же увеличилась и площадь ванных комнат и теперь их площадь не менее 15 м². Все номера оснащены по мировым стандартам отелей класса люкс: системой «Умный дом», тропическим душем, системой подогрева полов, iPad Air 2 для моментальных заказов в номер, современной техникой KitchenAid, Samsung, Nespresso.

Данные технологии гостиницы упрощают работу персоналу, значительно увеличивает комфорт и безопасность проживания гостей, а также снижают затраты на эксплуатацию здания предприятия.

Помимо технической инноваций, которые, к сожалению, доступны не для всех гостиниц, практически все могут себе позволить использовать различные маркетинговые инновации, это могут быть различные программы лояльности, виртуальные туры по гостинице, а также использование аромамаркетинга.

Так, например, гостиница «Вега Измайлово», постоянно стремится к лидирующим позициям в своем сегменте и активно внедряет различные инновации. Сейчас отель входит в список 30 лучших отелей Москвы по версии TripAdvisor и имеет рейтинг 9.1 по версии Booking.com. Но не смотря на это в отеле долгое время остро стояла проблема неприятного запаха затхлости. Настолько остро, что администрация отеля вынуждала своих сотрудников несколько раз в день проходить по холлам и распыскивать аэрозоли, чтобы справиться с неприятным запахом, но это не слишком помогало. Тогда было принято решения использования нано-ароматизации, а именно использование арома-машины, что помогло и в короткие сроки устранили все неприятные запахи. Арома-машины помогают равномерно распределять аромат, которые держаться в воздухе до 24 часов. Аромат ощущается натуральным и естественным. Также устраняются все нежелательные запахи.

Благодаря такому решению гостиница решила проблему неприятного запаха, и поддерживает свой высокий уровень комфорта.

Еще одно маркетинговой инновацией является применение программ лояльности, это наиболее популярная инновация в сфере гостеприимства.

Гостиница «Метрополь» в сотрудничестве с авиакомпанией «Аэрофлот» предлагает своим клиентам следующую программу «Аэрофлот Бонус»: Двойные мили.

Данная программа дает возможность получать двойные мили при покупке различных билетов на мероприятия, завтраков и других товаров в интернет-магазине отеля «Метрополь». Данная акция в отеле постоянно и длится до 1 месяца. На данный момент она действует до 31 мая 2021 года.

Условия акции следующие, если у гостя базовый или серебряный уровень, ему начисляются 2 мили за каждые потраченные 30 рублей, если же у гостя золотой или платиновый уровень, то 2 мили он получает за каждые потраченные 15 рублей. Начисление миль производится после фактического посещения мероприятия или получения товара.

Использование и внедрение инновационных технологий возможно практически в любом направлении гостиничного предприятия. В современном мире, где популяризирован здоровый образ жизни, несомненно огромное значение влияет наличие фитнес-центров в гостинице и их функциональность. Так, например, в гостинице Radisson Collection Hotel, Moscow работает фитнес-центр, который оснащен инновационными тренажерами. Их отличительная особенность заключается в том, что они делают упор на биомеханику. То есть, все тренажеры могут синхронизироваться с гаджетами гостей, тем самым помогают контролировать процесс тренировки и результата, а также просматривать биометрические данные с помощью специальной платформы. Еще одна инновационная особенность данного фитнес-центра в том, энергия, которую вырабатывают гости на данных тренажерах, используется как возобновляемый источник питания спортивного оборудования. Это способствует снижению затрат электроэнергии на предприятии, а как следствие оказывает благоприятное воздействие на окружающую среду.

Данная инновация несомненно вызвала положительный отклик у гостей гостиницы и повысила спрос на услуги фитнес-центра.

Еще одно интересное и удобное нововведение в сфере цифровизации использует московский отель Crowne Plaza. Отель использует такой способ коммуникации с клиентами, как HotelChat. Это программа с искусственным и самообучаемым интеллектом, которая помогает гостям заказать ту или иную услугу, предоставляемую отелем, принимает просьбы и жалобы и многое другое. Еще одно не менее важное свойство данной программы, что для ее использования не нужно скачивать какие-то сторонние приложения. HotelChat начинает работать сразу, после подключения к Wi-Fi гостиницы.

Данная программа помогает не только разгрузить персонал отеля в некоторых вопросах, но и помогает преодолеть языковой барьер между гостем и персоналом. Сервис поддерживает 70 языков, включая экзотические. Оператор видит сообщение на русском языке, но у него всегда есть возможность посмотреть оригинальный текст. Отвечать можно на сообщение иностранного гостя можно на русском языке, а автоперевод переведет текст на нужный язык. При этом система предупреждает гостя, что используется автоперевод. Кроме того, HotelChat позволяет отелям продавать дополнительные услуги, причем делать это более качественно, чем сейчас. Например, при заказе ужина в номер гость сможет не только прочесть название блюда, но и посмотреть фотографии, а при бронировании спа-процедур – получить более подробную информацию, узнать рекомендации.

Конечно, HotelChat не отменяет телефон и личное обращение клиента. Это всего лишь дополнительный способ коммуникации с гостями, однако возможно в будущем, такой способ станет основным.

Московская гостиница «Космос», находящаяся под управлением Cosmos Group, совместно с компанией TravelLine разработала и внедрила инструмент для автоматизированной онлайн-регистрации гостей. Гостиница «Космос» начала использовать подобную технологию в марте 2019 года и стала первой среди независимых отелей.

Теперь гости, при бронировании номера на сайте гостиницы могут самостоятельно зарегистрироваться заранее, еще до приезда в гостиницу.

Не позже чем за 3 дня до прибытия в отель на электронный адрес гостя приходит уведомление о начале регистрации. В письме указаны дата заезда и ссылка на онлайн-регистрацию. При переходе по ссылке гость вносит свои данные, а форма с пройденной онлайн-регистрацией автоматически уходит в систему бронирования отеля. При заселении в отель гостю достаточно предъявить документ, удостоверяющий личность, сотруднику Службы приёма и размещения и получить ключ от номера.

Данная инновация сокращает время заселения гостя в несколько раз. Применение онлайн-регистрации значительно улучшит обслуживание гостей при заселении в гостиницу «Космос», а также позволит освободить часть персонала от административных функций, чтобы сфокусироваться на предоставлении лучшего сервиса.

Так же большое количество инноваций действует и во многих гостиницах Санкт-Петербурга (Приложение 2).

Но не смотря на различные инноваций в сфере гостеприимства, необходимо отметить, что в нашей стране внедрение инноваций в гостиничной индустрии имеет ряд некоторых проблем:

- недостаточная конкуренция на развивающемся рынке гостиничных услуг;
- большие затраты на создание новшеств;
- отсутствие мотивации в гостиничных предприятиях для применения инноваций;
- необходимость перемены в сознании руководства, ориентированного только на доход с деятельности организации, а не на видение возможностей получения большей выгоды в будущем, используя инновационные решения.

Для того, чтобы внедрение инноваций было всеобщим и доступным России в первую очередь нужна очень хорошая инфраструктура около

гостиничных предприятий, за развитие которых должно отвечать государство. Поддержка государства даст возможность многим предприятиям применять различные новшества, тем самым повышать уровень комфорта и безопасность гостиницы.

Вместе с тем, несмотря на наличие вышеуказанных проблем, внедрение инноваций в гостиничном деле имеет хорошие перспективы. Перечислим наиболее очевидные из них:

1. Повышение внимания со стороны государства к проблемам инноваций в российской экономике в целом. Последние 5 лет государство усиленно занимается созданием инновационной среды в РФ. Это можно видеть по множеству бизнес инкубаторов по всей России, создание Сколково и других. По мере развития инновационной среды спектр областей, в которых поддерживаются инновации, увеличивается, поэтому можно ожидать, что вскоре разработка инноваций для гостиничной сферы будет поддерживаться наравне с инновациями в производственном секторе.

2. Создание государством системы поддержки инновационных предприятий. Государство оказывает поддержку инновационной деятельности в целях модернизации российской экономики, обеспечения конкурентоспособности отечественных товаров, работ и услуг на российском и мировом рынках.

Подтверждением этому является принятие ряда изменений в Федеральный закон от 23 августа 1996 г. N 127-ФЗ "О науке и государственной научно-технической политике»: Федеральным законом от 21 июля 2011 г. N 254-ФЗ, Федеральным законом от 7 мая 2013 г. N 93-ФЗ, Федеральным законом от 13 июля 2015 г. N 270-ФЗ. Об эффективности реализации этих законов говорит ежегодный рост количества инновационных проектов и инвестиций в их развитие.

3. Усиление конкуренции в борьбе за потребителя способствует внедрению инноваций. Вследствие влияния кризиса на гостиничный бизнес сократилось количество гостей, способных платить высокую стоимость за

традиционные услуги размещения. Все это мотивирует и заставляет руководителей гостиниц больше средств вкладывать в инновации, чтобы обойти своих конкурентов, иначе они рискуют обанкротиться

4. Объединение гостиниц в гостиничные цепи, ориентированные на внедрение инноваций. Объединение гостиниц позволяет собирать информацию и передовой опыт инновационной деятельности в гостиничном бизнесе, следствием чего становится консолидация усилий гостиничного менеджмента для разработки и внедрения инноваций во всех гостиницах, входящих в цепь. Такие объединения позволяют повысить конкурентоспособность предприятий, как на отечественном, так и на международном рынке.

3 АНАЛИЗ ГОСТИНИЧНОГО РЫНКА АЛТАЙСКОГО КРАЯ И ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.

3.1 Анализ гостиничного рынка Алтайского края и г. Барнаула

Для всего туристического бизнеса 2020 год стал особенно трудным, ведь туризм один из первых принял удар связанный с пандемией коронавирусной инфекции. Алтайский край не стал исключением. В марте 2021 года состоялось обсуждение итогов работы управления Алтайского края по развитию туризма и курортной деятельности, а также развития отрасли в целом за 2020 год.

Несомненно, все введенные ограничения и приостановка деятельности туристических предприятий привели к отрицательной динамике основных показателей.

Согласно данным управления по развитию туризма и курортной деятельности, туристский поток в июле-сентябре в крае увеличился на 13,2% в сравнении с аналогичным периодом 2019 года и практически остался на уровне прошлого года в новогоднее время. Но не смотря на это, общее число туристов и экскурсантов, прибывающих в крае, сократилось более чем на 40%. Пропорционально уменьшилась и численность лиц, размещённых в коллективных средствах размещения - на 41,8% (в СФО на 47,8%, в России на 45%).

Так, в 2019 году в Алтайский край приехало 2,2 млн туристов, в 2020 году из-за трехмесячного простоя отрасли – только 1,3 млн.

Кроме того, по данным ведомства, в 2020 году снизился и объем оказываемых платных услуг в крае – операторы заработали на 1,2 млрд рублей меньше, чем в 2019 году. Более всего пострадали санатории – объем услуг у них уменьшился на 32%, у гостиниц и кемпингов – на 22,5%.

По его данным, объем платных услуг в сфере туризма за 11 месяцев года сократился в регионе на 27%, составив 1,3 млрд руб.

Что касается основного туристического потока, то его формировали жители соседних регионов: Новосибирская, Омская, Томская, Кемеровская, области и Красноярский край. Заметно возросла доля Москвы и крупных регионов западной части России, составив около 10%.

Весь туристический поток, который был размещен в гостиницах и иных средствах размещения был распределен по целям поездок.

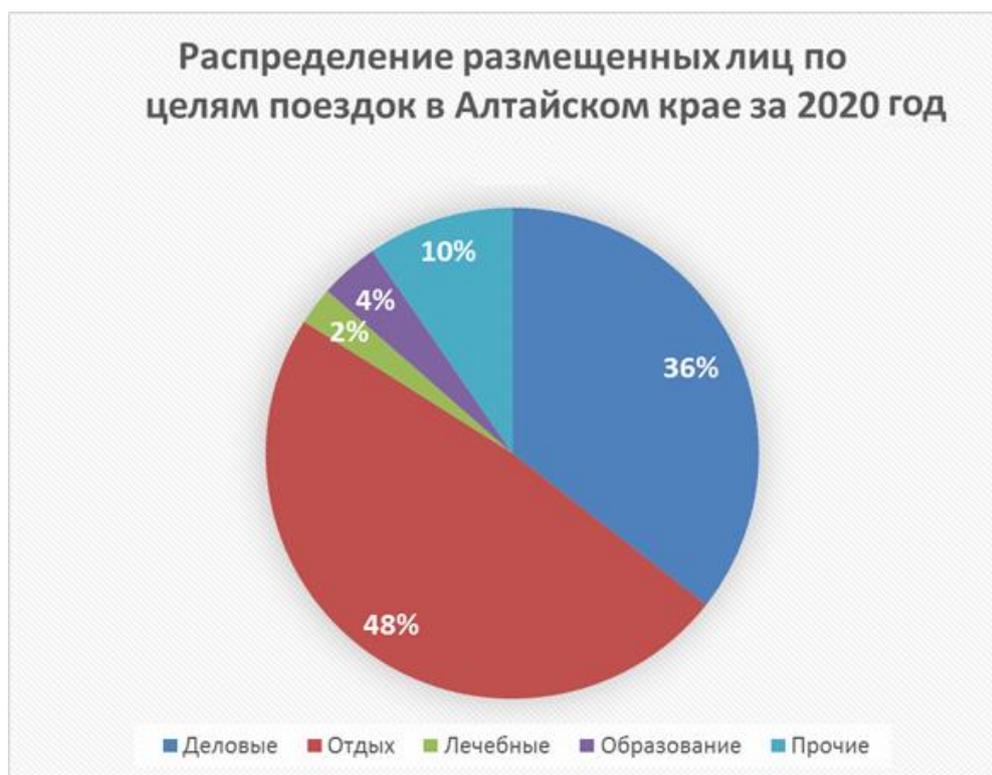


Рисунок 3.1.1 – Распределение размещенных лиц по целям поездок в Алтайском крае за 2020 год

Из данных диаграммы видно, что основной поток туристов приехали для отдыха (48%), на втором месте деловой туризм (36%), далее идут прочие цели (10%), образование (4%) и лечебные (2%).

По данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю в крае в 2020 году функционировало 527 коллективных средств размещения (официально зарегистрированных), среди них 323 гостиниц и иных средств размещения, общей вместимостью 35 523 единиц. Число ночевков в гостиницах и иных средствах размещения составило 717 099.

Таблица 3.1.1 – Основные показатели деятельности коллективных средств размещения (по полному кругу хозяйствующих субъектов) [56].

	2016	2017	2018	2019	2020
Число коллективных средств размещения	349	512	515	520	527
в том числе:					
гостиницы и аналогичные средства размещения	232	316	315	318	323
специализированные средства размещения	117	196	200	202	204
Число номеров, единиц	9744	12364	12357	12868	12886
в том числе:					
в гостиницах и аналогичных средствах размещения	4042	4963	4980	5067	5131
в специализированных средствах размещения	5702	7401	7377	7801	7755
Число мест, единиц	24069	34579	34870	35769	35553
в том числе:					
в гостиницах и аналогичных средствах размещения	8204	10024	10585	10664	11172
в специализированных средствах размещения	15865	24555	24285	25105	24381
Число ночевок, единиц	3064597	3704818	3431886	3597919	2143412
в том числе:					
в гостиницах и аналогичных средствах размещения	788967	959388	864685	971501	717099
в специализированных средствах размещения	2275630	2745430	2567201	2626418	1426313
Численность размещенных лиц, человек	604889	694212	690596	726993	494604
в том числе:					
в гостиницах и аналогичных средствах размещения	321490	394341	402375	418222	306630
в специализированных средствах размещения	283399	299871	288221	308773	187974

Что касается классифицированных предприятий, то согласно данным федерального агентства по туризму на 7 июня 2021 года в Алтайском крае зарегистрировано 141 классифицированных гостиниц и иных средств размещения, среди них 34 гостиницы расположено в г. Барнауле. Напомним, что с 1 января 2021 года действует новый порядок классификации в отношении всех гостиниц. В связи с этим гостиницы города продолжают ремонтные работы, проводят реконструкции своих зданий, ради получения необходимой категории.

Гостиницам, прошедшим классификацию, были присвоены соответствующие категории (Приложение 3).

По данным из таблицы видно, что наибольшее число предприятий — это гостиницы категории «без звезд», общее количество которых составляет 16 штук. Далее по количеству идут гостиницы категории «две звезды» - 7 штук, «три звезды» – 6 штук, категории «одна звезда» всего 3 штуки, категории «четыре звезды» и «пять звезд» по одной гостинице.

Гостиничный рынок города не стоит на месте, постепенно появляются новые частные малые гостиницы, которые не уступают по комфорту и гостиницам-лидерам. Так же впервые на гостиничном рынке города появилась гостиница «пять звезд», что говорит о том, что гостиничный рынок города встает на новый уровень обслуживания.

Меняется сервис обслуживания, появляется большое количество различных дополнительных услуг полного комплекса. Наиболее популярные из них – это сауны, косметические и лечебно-оздоровительные услуги, и конечно же конференц-залы, так как основной контингент гостиниц — это деловые и командировочные люди.

Что касается инновационной политики, то она остается на низком уровне и практически отсутствует на предприятиях города. Основными новшествами в гостиницах являются: наличие Wi-Fi, система автоматизации гостиницы, онлайн бронирование, наличие развитого официального сайта. Но к сожалению, даже это доступно не для всех гостиниц города.

Подводя итог, можно сделать вывод, что не смотря на сложное время после пандемии, гостиницы города продолжают развиваться и восстанавливаться. Согласно данным доклада Евгения Дешевых – главе управления Алтайского края по развитию туризма и курортной деятельности, на восстановление турбизнеса в регионе было выделено более 1 млрд рублей, что позволило стабилизировать деятельность предприятий туристической отрасли края и в определенной мере снизить для них негативные последствия пандемии.

3.2 Анализ проведенного анкетирования среди гостиниц города Барнаул

По данным крупнейшего российского рейтингового агентства АО «Эксперт РА» инновационный потенциал Алтайского края находится на среднем уровне развития и занимает 30 позицию среди всех субъектов Российской Федерации. По удельному весу малых предприятий, которые осуществляют технологические инновации, регион располагается на 2 месте в стране. Но все эти инновации в основном приходятся на развитие промышленного и аграрного производства.

Инновационное развитие гостиничного рынка в Барнауле и Алтайском крае, как и в целом в России находится на довольно низком уровне.

В целях исследования проблем развития инновационной деятельности на гостиничных предприятиях города было проведено анонимное анкетирование среди нескольких гостиниц Барнаула.

При анализе полученных ответов было выявлено, что больше половины опрошенных предприятий в течение последних трех лет не имело внедрение инноваций, в том числе и исследование и разработки новой продукции и услуг.

При ответе на вопрос: «Какие виды инноваций используются в Вашем бизнесе?», большинство предприятий указало на маркетинговые, технологические и организационно-управленческие. Так же несколько предприятий имело опыт внедрения, информационных, экономических и экологических инноваций.

Диаграмма использования инновационных технологий в гостиницах г.Барнаул



Рисунок 3.2.1 – Использование инновационных технологий в гостиницах г. Барнаул

Среди причин, по которым предприятием был выбран именно этот вид инноваций можно выделить следующие:

1. Информационные инновации делают совместную работу служб более эффективной, мобилизуя взаимоотношения между различными отделами гостиницы. Необходимость внедрения маркетинговых инноваций связано с насущной необходимостью в конкурентном противостоянии и более выгодном представлении своих услуг на рынке.

2. Заселение большого количества клиентов требуют оперативной обработки заявок на бронирование и регистрации гостей, поэтому используются информационные технологии в управлении гостиницей. Системы автоматизации облегчают и ускоряют работу персоналу, и сокращает ожидание у потребителей.

3. На гостиничном предприятии очень часто возникают проблемы с подбором высококвалифицированного персонала и его управлением. Поэтому

использование организационно-управленческих новшеств позволяют мотивировать персонал и улучшить качество обслуживания.

Так же при обработке полученных данных было выявлено, что больше половины, опрошенных в ближайшее время не собираются внедрять никаких новшеств на своем предприятии, так как не видят в этом необходимости, а также по причине отсутствия финансовых возможностей. Это и понятно, весь туристический и гостиничный бизнес больше всего пострадал от пандемии, и до сих пор пытается встать на ноги.

Но не смотря на это несколько гостиниц планирует в ближайшем будущем внедрение различных инноваций для реализации следующих целей:

- Повышение качества производимой продукции/услуг
- Снижение временных затрат на производство единицы продукции
- Внедрение новых видов продукции/услуг

Не менее важным в гостиничном бизнесе является поддержка со стороны властей. Данная поддержка может проявляться как в финансовом плане, так и в государственных заказах и обучении населения предпринимательской грамотности. Но, к сожалению, основная поддержка государства направлена на промышленно-производственные предприятия, которые выполняют государственные заказы.

При анализе ответов на вопрос, что наиболее важно при поддержке бизнеса со стороны властей было выявлено, что наиболее востребованным является государственный или муниципальный заказ (21%), далее следует финансовая поддержка, помощь в получении ссуд и кредитов (16%), организация технопарков и бизнес-инкубаторов (15%), помощи при продвижении продукции на региональные и иные рынки, организация выставок и ярмарок (15%), информационная и консультационная поддержка малого бизнеса (14%), предоставление в аренду государственных и муниципальных помещений на льготных условиях (11%), обучение населения основам предпринимательской деятельности (8%).

Таким образом можно сделать вывод, что инновационная активность гостиничного рынка Барнаула довольно слаба. Основные нововведения, которые используют гостиницы связаны с организационно-управленческой и маркетинговой деятельностью, так как это более доступные и менее затратные инструменты. Основная причина отсутствия инноваций в гостиницах это отсутствие финансовых возможностей и недооценка их влияния на гостиничный бизнес в целом.

3.3 Проблемы внедрения инновационных технологий в Алтайском крае и в г. Барнауле

Инновационное развитие гостиничного рынка находится в прямой зависимости от инновационного развития и активности государства.

Алтайский край является одним из промышленно развитых, ведущих инновационных регионов России, что подтверждается высокими позициями в различных рейтингах.

По данным АО «Эксперт РА», в рейтинге инвестиционной привлекательности регионов России по уровню инновационного потенциала Алтайский край занимает 13 место среди всех субъектов Российской Федерации. В рейтинге инновационных регионов России находится на 30 позиции. Кроме того, Алтайский край стабильно относится к числу лидеров по уровню инновационной активности организаций - в 2019 году данный показатель составил 12,9% (в среднем по России - 9,1%, по Сибирскому федеральному округу - 7,5%). По удельному весу малых предприятий, которые осуществляют технологические инновации, регион располагается на 2 месте в стране [42].

Но не смотря на то, что Алтайский край входит в регионы России, где довольно хорошо развита инновационная политика, в гостиничном бизнесе это развито довольно слабо. На процесс внедрения инноваций влияет ряд проблем, которые характерны для всех регионов России и Алтайского края в том числе.

Первая и основная проблема при переходе на инновационный путь развития гостиниц в России – это слабая позиция страны на мировом рынке инноваций высокотехнологичных продуктов и услуг. Доля РФ составляет примерно 0,3 %, что незначительно в сравнении с другими странами: США - 40 %, Япония - 29 %, Германия - 15 %.

Вторая причина - это отсутствие в регионе поддержки инновационной детальности предприятий от государства. Так как приоритет отдается промышленно-производственным предприятиям, которые выполняют важные государственные заказы, или предприятиям, входящим в зону приоритетного развития, связанных с проведением крупных международных соревнований и форумов.

Еще одной проблемой при внедрении инноваций в регионе является низкий уровень конкуренции между гостиничными предприятиями региона.

Проблемой на пути внедрения инноваций в регионе является низкий уровень конкуренции на рынке гостиничных услуг в регионе. Рынок средств размещения Алтайского края представлен почти 527 средствами размещения различного уровня организации и обслуживания. Среди них более 300 это гостиницы и иные средства размещения, которые заполняются путем деловых туристов и командировочных людей. Этот контингент весьма непривередлив и находит средство размещения согласно своим запросам и платежеспособности.

Так же негативное влияние оказывает отсутствие денежных средств у собственников гостиниц, которые можно было направить на внедрение инноваций. Также необходимо отметить большие затраты на инновационные разработки.

Еще одной актуальной проблемой при внедрении инноваций на гостиничных предприятиях края является нежелание руководителей вкладывать средства в инновационное развитие предприятия. Всем достаточно иметь доход здесь и сейчас. Чаще всего это связано с высокими рисками при внедрении различных инновационных проектов в гостиничную индустрию. Такое положение можно изменить только путем перемен в сознании руководства на

перспективы получения прибыли в будущем, используя инновационный гостиничный продукт.

Не меньшее влияние на внедрение инноваций влияет и общая инфраструктура края. Слабая привлекательность и инфраструктура в местах где расположены различные исторические, культурные и природные памятники региона, навряд ли привлекут большое количество туристов, а, следовательно, средства на внедрение новшеств.

Ряд проблем можно связать с подготовкой кадров. Внедрение инноваций сдерживается и необходимостью дополнительных затрат на обучение персонала, так как нововведения, особенно связанные с новыми технологиями, потребуют дополнительных знаний.

Еще один фактор, препятствующий развитию инноваций – это техническое состояние многих гостиниц. Устаревшее оборудование, мебель и инвентарь гостиницы, которые уже давно отработали свой срок, вынуждает предприятия прежде всего думать о текущем ремонте и элементарной замене изношенного оборудования на более современные аналоги, а не вкладывать средства в новейшие технологические разработки.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что развитие инновационной деятельности в гостиничной индустрии Алтайского края находится на начальном уровне, в сравнении с крупными российскими городами.

3.4 Разработка рекомендаций по внедрению инновационных технологий в гостиницах Алтайского края и города Барнаул

Грамотное и последовательное внедрение инноваций – это залог успеха любого гостиничного предприятия. Во внедрении и применении новых технологий обслуживания в гостиничном бизнесе важную роль играет кадровый, финансовый и информационно-технический потенциал.

С позиции кадрового потенциала внедрению новых технологий обслуживания в гостиничном бизнесе могут способствовать:

1) практико-ориентировочное образование и отождествление теоретических научных знаний в практическую форму использования их в предпринимательстве посредством проведения части дисциплин в гостиницах;

2) новые методы обучения работников гостиниц и их более быстрая интеграция в коллектив, которая позволяет повысить производительность труда.

С позиции финансового потенциала необходимо применить следующие технологии:

1) выявление новых стратегических ресурсов и новых методов управления человеческими ресурсами, которое включает в себя понимание управленцами путей развития капитала, условий оплаты и снижения потерь из-за ошибок работников гостиницы.

2) высокопродуманная тарифная политика и использование системы премирования работников для их стимулирования на продажу новых и более дорогих услуг отеля.

3) высокоэффективное управление ликвидностью, активами гостиницы и ее издержками.

С позиции информационно-технического потенциала новыми технологиями по обслуживанию в гостиничном бизнесе могут выступать следующие:

1) разработка новых программ в гостиничном бизнесе, таких как OPERA, Libra Hospitality, Эдельвейс, Отель, Senium, системы ERP, системы CRM.

2) использование глобальных и альтернативных систем бронирования номеров в гостинице.

3) использование системы онлайн-видеонаблюдения.

4) использование системы магнитных замков.

Данные технологии помогут упростить работу гостиниц, сэкономить время клиентов и работников гостиницы, повысить прибыль и конкурентоспособность предприятия.

При внедрении инноваций важно выбрать то, что действительно необходимо и поможет гостинице повысить прибыль, уровень обслуживания и, следовательно, конкурентоспособность на гостиничном рынке.

Сергей Фомин – генеральный директор Libra Hospitality, рассказал о десяти главных трендах 2021 года в индустрии гостеприимства. Среди них на первом месте остается автоматизация гостиничных услуг с помощью искусственного интеллекта.

Для гостиниц города Барнаула так же, как и для многих гостиниц в регионах, остается актуальной проблема автоматизации предприятий. Многие гостиницы города уже используют различные системы автоматизации, которые помогают упростить и ускорить многие аспекты при бронировании, регистрации гостей, при постановке на учет, но к сожалению, многие предприятия еще не оценили всю значимость автоматизированных систем и продолжают пользоваться обычным Excel.

Так, например, в Барнауле по программе «1С Отель» работают гостиница «Колос», «Алтай» и «Турист», так же в 2013 году к системе подключился парк-отель «Ая», а в 2014 санаторий «Эдем» (Белокуриха). К системе «Эдельвейс» подключилась гостиница «Барнаул», гостиница «Улитка» работает в системе «Libra Hospitality», «Alexander House Sport», работает в системе Shelter.

Система автоматизации гостиничных предприятий – это специализированный пакет программ, использование и интеграция которых, позволяет оптимизировать функцию всех служб гостиничного комплекса.

Автоматизированная система управления взаимодействует со смежными программами (с АСУ кафе и ресторана, СПА, системой удаленного бронирования и др). Все эти системы работают вместе, обмениваясь информацией друг с другом.

Система автоматизации помогает гостинице вовремя реагировать на изменения на гостиничном рынке, повысить уровень сервиса и качества работы сотрудников, способствует накоплению необходимой информации и её своевременному получению, хранение базы данных «истории гостя», которые

позволяют поощрять постоянных клиентов, точно изучать целевой рынок гостиницы, прогнозировать спрос на услуги, а также проводить эффективную маркетинговую и кредитную политику.

Автоматизация процессов функционирования гостиницы — это обязательное условие успешной работы предприятия, а эффективное использование собранных данных является ключевым фактором его конкурентоспособности [4].

Выделяют три основных критерия оценки целесообразности инвестиций в автоматизированные системы управления гостиницами:

1. Достижение конкурентного преимущества.
2. Повышение производительности работы.
3. Максимальное использование имеющихся ресурсов гостиницы [29].

Как уже было сказано ранее, роль и значение систем автоматизации в гостиничных предприятиях в настоящее время многими явно недооцениваются. В профессиональных стандартах, предложенных Федерацией рестораторов и отельеров, устанавливается, что «иметь представление» о них должны только менеджеры четвертого уровня, занимающиеся стратегией развития предприятия. Однако реальная практика работы показывает, что даже современные горничная, официант, бармен должны не только «иметь представление», но и работать с соответствующими средствами, конечно, на своем уровне. И автоматизация настолько прочно вошла в повседневную жизнь современного предприятия гостеприимства, что POS-терминал на стойке сегодня уже воспринимается скорее как неотъемлемая часть интерьера, нежели как рабочий инструмент контактного персонала и автоматизации бизнес-процессов. Тем не менее, соответствующие средства всё ещё воспринимаются многими акционерами и управленцами бизнеса как некая дань моде.

А исходить нужно из следующего, — это инструмент получения, упорядочивания, накопления и анализа информации [28].

Необходимо выделить следующие возможности автоматизированных систем управления гостиничным предприятием:

1. Оперативный контроль и управление деятельностью предприятия в реальном масштабе времени. В система с полным функциональным обеспечением данная возможность предоставляется с любой точки земного шара при наличии доступа в Интернет. Она осуществляется через предоставление удаленного доступа к информационным ресурсам сервера на предприятии или через автоматизированное рабочее место на портативном компьютере пользователя.

2. Обеспечение долговременного и стабильного повышения прибыли при снижении переменных затрат. Достигается за счет перекрытия большинства каналов, которые используются персоналом для злоупотреблений, повышения скорости оборота управленческой им формации, оптимизации бизнес-процессов и практически без дополнительных затрат.

3. Снижение постоянных затрат. Этот эффект вызван тем, что отпадает необходимость в найме сотрудников на некоторые управленческие должности на предприятии, уменьшается количество контактного персонала.

4. Получение, обработка и анализ любых данных о состоянии и результатах деятельности предприятия в реальном масштабе времени. При этом обеспечивается многообразие и удобство форм представления информации — тексты, таблицы, графики, видео и др.

5. Увеличение объема оборотных средств и повышение скорости их оборота. Это достигается, в частности, за счет оптимизации складских запасов. Система обычно позволяет автоматически определять минимально необходимые складские запасы по группам и номенклатурам расходных материалов, продуктов, товаров и в последующем строго контролировать их остатки. В результате появляется возможность минимизировать «замороженные» в складских запасах средства и быстрее реагировать на изменения конъюнктуры рынка.

6. Ведение полноценного управленческого учета и анализа. Автоматизированная система управления позволяет реально наблюдать, где, сколько, на что, кто и с какой эффективностью тратит финансовые средства,

вырабатывать и реализовывать меры по минимизации затрат. Управление расходами — краеугольный камень управленческого учета и основа повышения прибыльности предприятия. Постатейное структурирование переменных и постоянных расходов, автоматически учитываемых в системе, позволит цивилизованно на современном уровне управлять ими. Затраты при ведении бизнеса неизбежны, но они не должны быть больше, чем необходимо [4].

Можно сделать вывод, что внедрение и установка автоматизированных систем в гостиничный бизнес – это необходимое нововведение, которое позволяет систематизировать информацию, которой располагает гостиница, а также контролировать все рабочие процессы. Такие системы оказывают влияние на качество обслуживания туриста, на конкуренцию. Автоматизированные системы должны использоваться во всех гостиничных предприятиях, так как это способствует долгосрочному успеху, а также установлению барьеров на пути проникновения в отрасль новых конкурентов.

Еще одним трендом в 2021 году становится бесконтактное обслуживание, важность которого подтвердила пандемия COVID-19. Так же в XXI веке, все больше людей общаются через социальные сети путем переписок, это быстро и удобно. Так же многие люди стесняются или боятся звонить или просить о помощи лично, им легче написать сообщение или нажать на нужную кнопку, которая выдаст им всю нужную информацию.

Практически в каждой гостинице города есть беспроводной интернет, так как его отсутствие может негативно повлиять на выбор гостя. Современный человек не может существовать без интернета и наличие Wi-Fi это уже не новшество, а необходимость. Поэтому одним интернетом уже никого не удивить, а наличие iPad или планшета в номере, поможет повысить интерес среди клиентов.

Вместо того чтобы звонить администратору или консьержу, гости сами могут узнать всю нужную информацию и заказать услуги отеля с помощью планшета. Кроме того, если гостиница не заинтересована в программе для заказа услуг через планшеты, это отличная идея для сбора информации о качестве

услуг. Есть специальные планшеты-оценки качества, благодаря которым клиенты могут пройти анкету о качестве предоставляемых услуг и написать отзыв о гостинице.

Планшет подключается к специальной программе или приложению, благодаря которой вся информация будет поступать на компьютер к администратору и в другие службы гостиницы.

Планшет в номере позволит ускорить процесс обслуживания клиентов, сократит взаимодействие сотрудников и клиентов, а так может позволить оценить качество предоставленных услуг, выявить все достоинства и недостатки гостиницы.

С целью выявления спроса на данную технологию был проведен опрос среди жителей города Барнаула и других городов России. Из 100 опрошенных человек 45% составили мужчины и 56% женщины. Среди них 9%, лица до 18 лет, 45% - от 19 до 25 лет, 34% - от 25 до 45 лет, и 12% опрошенных это люди, возраст которых более 45 лет.



Рисунок 3.4.1 – Распределение респондентов по возрасту, в %

Среди всех респондентов на вопрос: «Отдадите ли Вы предпочтение номеру, в котором будет установлен iPad или планшет, для заказа основных и дополнительных услуг, а также для доступа к развлекательным приложениям (YouTube, Netflix и др)» - ответ «да» выбрали 75,5%, ответ «нет» - 5,9% и нейтрально отнеслись 18,6% опрошенных.

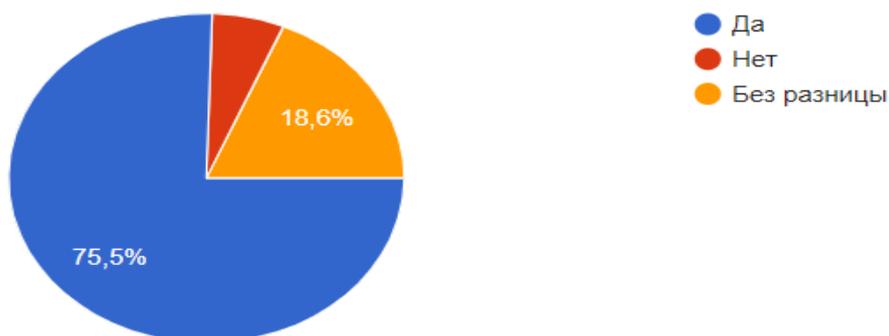


Рисунок 3.4.2 – Результаты опроса (Вопрос №5)

Так же при анализе данного опроса было установлено, что 66,7% респондентов готовы доплатить за такой номер. Сумма доплаты варьировалась от 100 до более 500 рублей. Почти половина опрошенных (48%) готова доплатить за номер, в котором будет установлен iPad или планшет от 100 до 300 рублей, 38,2% готовы доплатить за такой номер от 300 до 500 рублей и 13,7% опрошенных готовы отдать более 500 рублей.

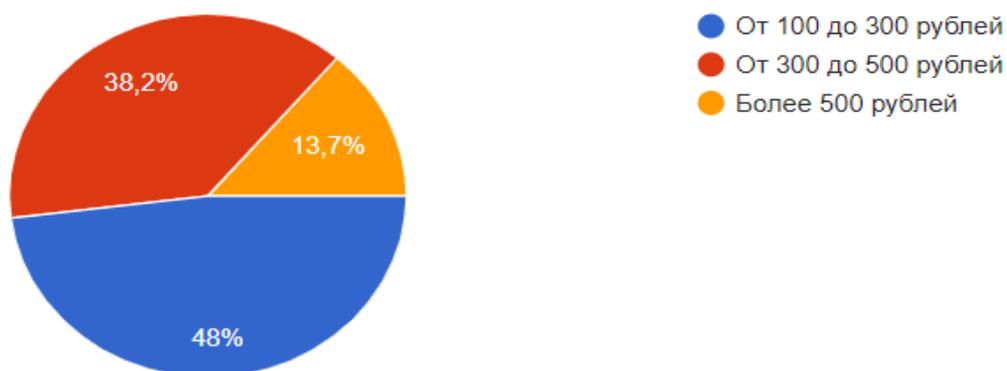


Рисунок 3.4.3 – Результаты опроса (Вопрос №7)

Таким образом, можно сделать вывод, что внедрение данной технологии позволит в среднем увеличить стоимость номера на 200-300 рублей.

Установка данных технологий позволит гостинице выйти на новый уровень обслуживания, увеличить доход и индекс лояльности гостей, позволит определить популярность и востребованность тех или иных услуг гостиницы, так же это позволит более эффективно управлять продажами с помощью различных акций и спецпредложений.

У клиентов гостиницы появится возможность самостоятельно заказывать и бронировать все нужные услуги отеля из номера через планшет, возможность смены языка интерфейса планшета для удобства иностранных гостей. Так же возможность смотреть любимые развлекательные шоу и кино.

Это абсолютно новая технология для гостиничного рынка Барнаула, и использование данной технологии привлекает внимание как постоянных, так и новых гостей.

Таким образом, можно сделать вывод, что внедрение планшета в номерах будет пользоваться большой популярностью среди гостей, упростит систему общения между клиентом и персоналом гостиницы и ускорит процессы обслуживания, тем самым повысит статус и конкурентоспособность предприятия.

Так же при анализе гостиничного рынка были проанализированы отзывы с официальных сайтов по бронированию гостиниц таких как Booking.com, Ostrovok.ru и официальные сайты нескольких гостиниц. При анализе были выявлены некоторые общие проблемы многих гостиниц города. Одна из главных проблем – это некомпетентность персонала гостиницы, грубое отношение к проживающим и даже воровство.

В данном случае в гостиницах нужно усовершенствовать кадровую политику при подборе и обучении персонала. Кадровые инновации в гостиничном бизнесе можно разделить на 3 группы:

1. Кадровые нововведения в процессе труда.

Эта группа включает различные методы работы с кадрами в период освоения каких-либо новых техник и видов труда, аттестацию кадров.

2. Нововведения, связанные с переподготовкой и повышением квалификации кадров.

Данная группа включает ряд нововведений, которые основываются на переподготовке и повышении квалификации персонала, новые методы включения кадров в процесс труда после переподготовки и повышения квалификации и др.

3. Нововведения в сфере сокращения персонала и ликвидации кадрового балласта.

В эту группу входят различные методы определения несоответствия кадров необходимому уровню, сокращение и увольнение кадров.

Существует огромное количество видов обучения, которые могут проходить с отрывом от производства проводится, то есть вне рабочего места, как правило, с использованием специально упрощенных учебных инструментов и оборудования, либо без отрыва от производства, когда нет необходимости снимать сотрудника с работы. Так же обучение может проходить как внутри производства, так и через услуги сторонней организации.

При анализе различных средств и методов обучения, для гостиниц Барнаула были выбраны следующие:

1) hotel excellence — этот метод обучения представляет собой экскурсию в особо успешный отдел гостиницы с пояснением, почему работа этого подразделения столь эффективна;

2) учебные ситуации — анализ реальной или выдуманной ситуации. В ходе обучения разбирается собранный банк различных реальных и выдуманных ситуаций, которые были или могли бы возникнуть на данном предприятии при работе персонала

3) e-learning (электронное или дистанционное обучение) — оно осуществляется с помощью электронных носителей, видеоконференций, доступа к материалам через сети разного уровня в гостинице и т.д.

4) ролевые игры — моделирование ролевого поведения с целью получения непосредственного практического опыта межличностного общения и получения обратной связи. Чаще всего такие методы используются при подборе персонала, для выявления у будущего сотрудника необходимых навыков и качеств при работе с клиентами.

5) узкоспециализированные тренинги – данные тренинги ориентированы на специалистов разных отделов гостиницы. Например, тренинги для отдела приема гостей и сотрудников отдела продаж «Как предлагать и продавать услуги гостиницы», обслуживание VIP-гостей и др.

Обучение и тренинги должны проводиться, как для новых сотрудников, так и для тех, кто уже давно работает на предприятии.

Обучение и переподготовка персонала способствует избежать различных затруднений, которые связаны с присвоением гостинице необходимой категории, повышает качество обслуживания, увеличивает прибыль предприятия и помогает привлечь новых постояльцев, так как грамотный и высококвалифицированный персонал производит положительное впечатление на гостей.

Помимо подбора и обучения персонала большую роль играет мотивация персонала гостиничного предприятия. Мотивация персонала гостиницы - это комплекс эффективных и продуманных мер, позволяющих поддерживать сервис в заведении на должном высоком уровне.

Эффективная система мотивации персонала всегда была неотъемлемой частью гостиничных предприятий. Грамотно разработанная и хорошо применяемая на практике система мотивации персонала является гарантией успешной работы гостиничного предприятия. Необходимо знать, что эффективнее всего работает система, которая совмещает в себе и материальное, и нематериальное стимулирования труда.

Особенностью мотивации персонала гостиничных предприятий является то, что в работе сотрудников поощряется клиентоориентированность, понимание потребностей гостей и своевременное их удовлетворение, добавление

персоналом гостиницы дополнительной ценности гостиничным услугам своим собственным отношением и подходом, свойственным каждому сотруднику в отдельности.

При применении системы мотивации руководству гостиничного предприятия следует уделить внимание сотрудникам, которые непосредственно контактируют с гостями и обеспечивают им комфортное проживание.

Основные обязанности по размещению гостей, поддержанию их комфорта во время проживания и непосредственное общение с ними выполняют администраторы и горничные. Но к сожалению, среднее время работы этих сотрудников в отеле составляет не более 5 месяцев, затем они чаще всего пишут заявление по собственному желанию. Такая частая смена персонала не приносит в работу предприятия ничего хорошего.

В интересах предприятия сформировать постоянный кадровый состав администраторов и горничных. Людей, на которых можно будет положиться и которым можно доверять.

В связи с этим предлагается ряд нововведений, которые помогут повысить мотивацию работников, предотвратить текучесть кадров среди администраторов и горничных и сформировать постоянный кадровый состав отеля.

Предлагается ввести следующие материальные методы повышения мотивации для разных категорий персонала.

Таблица 3.4.1 – Методы стимулирования труда сотрудников гостиничных предприятий г. Барнаула.

Методы стимулирования труда	Администраторы	Горничные
Материальные методы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дополнительные выплаты в размере 50/100 рублей за каждое бронирование по телефону в месяц. 2. Премия в конце каждого месяца лучшему администратору в размере 500-1000 рублей. 3. Прибавка в размере 100-200 рублей за смену в «высокий сезон». 4. Дополнительные выплаты в день рождения сотрудника. 5. Прибавка к окладу за звание лучшего работника года. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ежемесячная выплата в размере 1500-2500 рублей для лучшей сотрудницы. 2. Надбавка за смену в «высокий сезон» в размере 1500-200 рублей. 3. Дополнительные выплаты в день рождения. 4. Дополнительные выплаты за звание лучшего работника года.
Нематериальные методы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Продвижение по карьерной лестнице. 2. Звание лучшего работника месяца/года. 3. Публичная похвала от руководства. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Гибкий график работы. 2. Похвала от руководителя предприятия. 3. Звание лучшего работника месяца/года.

Внедрение данных методов на гостиничное предприятие позволит замотивировать сотрудников на добросовестное выполнение своих должностных обязанностей, помочь сформировать постоянный и эффективный персонал, и улучшить качество обслуживания в целом.

Таким образом можно сделать вывод, что разработанные рекомендации для гостиниц являются актуальными и востребованными на гостиничном рынке города Барнаул. Данные технологии позволят гостиницам города выйти на новый уровень обслуживания, увеличить прибыль и повысить конкурентоспособность.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В наше динамичное время инновационные технологии в гостиничном бизнесе играют одну из главных ролей в конкурентной борьбе отелей за каждого клиента. Применение новейших технологий гостиничного бизнеса позволяют отельерам повысить эффективность своего хозяйства, находить новые резервы повышения качества обслуживания, эффективной охраны номеров и имущества гостей, оказания новых услуг, а также привлечь в отель большее количество отдыхающих и вызвать интерес у тех групп населения, которые в прошлом не обращались к услугам гостиниц.

Международный гостиничный рынок очень развит и насчитывает огромное количество инноваций от новых стандартов обслуживания до роботов-дворецких. Так, например, отель Radisson Blu, Zurich Airport в 2021 году представил своего нового роботизированного помощника JEEVES, который предлагает бесконтактную доставку заказов в номер и следит за тем, чтобы все заказы и другие ежедневные задачи выполнялись безопасно и эффективно.

Российский гостиничный рынок не так богат инновационными технологиями, но не смотря на это многие отели продолжают развиваться и выходить на международный уровень. Так Московский отель Crowne Plaza использует инновации в области автоматизации услуг с помощью искусственного интеллекта. Отель использует такой способ коммуникации с клиентами, как HotelChat. Это программа с искусственным и самообучаемым интеллектом, которая помогает гостям заказать ту или иную услугу, предоставляемую отелем, принимает просьбы и жалобы и многое другое.

Гостиничный рынок Алтайского края и города Барнаула находится на стадии развития, гостиницы продолжают реконструкции своих здания для прохождения обязательной классификации. На данный момент в крае действует 323 официально зарегистрированных гостиниц, 141 прошла обязательную классификацию и получила соответствующую категорию.

С целью выявления существующих проблем при внедрении инноваций был проведен опрос среди гостиниц города Барнаула. При анализе полученных данных было выяснено, что основная причина отсутствия инноваций в гостиницах это недостаток финансовых средств и недооценка их влияния на гостиничный бизнес в целом.

На основе полученных данных повышения уровня обслуживания и конкурентоспособности в гостиницах Барнаула и Алтайского были разработаны рекомендации.

Для повышения качества обслуживания и ускорения процесса бронирования и регистрации гостей, предлагается внедрение систем автоматизации таких как: «1С Отель» «Эдельвейс», «Libra Hospitality», «Shelter» и др. Так как наличие система автоматизации – это своевременное реагирование на изменения на гостиничном рынке, упрощение и ускорение обслуживания гостей, а так же помощь в проведение эффективной маркетинговой и кредитной политике.

Для увеличения спроса на гостиничные услуги и для увеличения прибыли предлагается внедрение iPad или планшетов в номерах, для заказа основных и дополнительных услуг гостиницы, а также для доступа к развлекательным приложениям. При проведении опроса о востребованности данной технологии, больше половины опрошенных готовы доплатить за такой номер в среднем 300 рублей. Кроме того, гостиница может сдавать гаджеты в аренду, тем самым еще больше увеличит прибыль предприятия.

Для повышения уровня квалификации и мотивации персонала предлагается ряд мероприятий. Одно из мероприятий это регулярное обучение и переподготовка кадров, которая позволит улучшить уровень сервиса на предприятии. Так же с целью прекращения текучки кадров, был разработаны методы повышения мотивации администраторов и горничных отеля.

После реализации данных рекомендаций гостиницы города должны выйти на новый уровень обслуживания, увеличить прибыль и повысить конкурентоспособность.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный закон Российской Федерации от 23 августа 1996 г. N 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» // СЗ-РФ. – 1996. – №1 – ст.2.
2. Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // СЗ-РФ. – 2006. - №4 – ст.5.
3. Борисова, Ю. В. Проблемы оснащения гостиничных предприятий инновационными технологиями / Ю. В. Борисова, С. Ю. Пряжникова, Т. А. Сенькина // Интеграция туризма в экономическую систему региона: перспективы и барьеры: материалы I международной научно-практической конференции, - 2019. – Орёл: Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева, 2019. – С. 440-443.
4. Бочарников, Владимир Николаевич. Информационные технологии в туризме : учебное пособие / В. Н. Бочарников, Е. Г. Лаврушина, Я. Ю. Блиновская ; Рос. акад. образования, Московский психолого-социальный ин-т. - Москва : Флинта : Московский психолого-социальный ин-т, 2008. - С. 356
5. Бухалков, М.И. Управление персоналом: учебник / М.И. Бухалков. М.: ИНФРА-М, 2017. – С. 400.
6. Быстров, С. А. Организация гостиничного дела: учебное пособие / С. А. Быстров. — Москва: ФОРУМ : ИНФРА-М, 2016. — 432 с.
7. Вертакова Ю. В., Симоненко Е. С. Управление инновациями : теория и практика : учеб. пособие / Ю. В. Вертакова, Е. С. Симоненко. - М.: Эксмо, 2008. - 432 с.
8. Выкиданец, О.Д. Анализ современных инноваций в индустрии гостеприимства / О.Д. Выкиданец // Международный научный журнал «инновационная наука» – 2016 – №11.– С 32 – 35.

9. Гогонина, Н. С. Инновационные методы управления персоналом гостиничного предприятия / Н. С. Гогонина, И. Ю. Хохлов, О. И. Веретенникова // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2019. – Т. 13. – № 2. – С. 22-26.
10. Грибанова, Д.А. Использование инноваций в деятельности гостиничных предприятий. Современные инновации: актуальные направления научных исследований // Современные инновации № 3(31) / Сб. ст. по материалам VIII Международной заочной научно-практической конференции - 2019. М.: Изд. «Проблемы науки» - 2019. - С.41-44.
11. Денисенко, Я. О. Инновации в гостиничном бизнесе / Я.О. Деисенко // Журнал «Актуальные вопросы экономических наук» - 2010 - № 14, с. 137-140.
12. Донскова, Л. И. Инновационная деятельность на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма: проблемы и перспективы в российском регионе / Л. И. Донскова // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. – 2018. – № 9. – С. 22-41.
13. Дуракова, И.Б. Управление персоналом: учебник / И.Б. Дуракова. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 570 с.
14. Егоршин, А.П. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебное пособие / А.П. Егоршин. М.: ИНФРА-М, 2017. – 378 с.
15. Зайцева, Н.А. Управление персоналом в гостиницах: учебное пособие / Н.А. Зайцева. М.: ИНФРА-М, 2016. – 416 с.
16. Крюкова А.А., Гизатулина М.Ф. Инновационные подходы к мотивации персонала // Карельский научный журнал. 2017. Т. 6. № 2 (19). С. 67-68.
17. Кудашов, В.И. Функции управления инновационной деятельностью и механизмы их реализации / В.И. Кудашов // Инновационные образовательные технологии. – 2011 – №2(26). – С. 57-66.
18. Куксова, И. В. Инновационные технологии в развитии услуги гостеприимства / И. В. Куксова // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. – Барнаул : Алтайский государственный университет, 2013. – С. 147-150.

19. Маннапов А.Р. Система управления инновационной деятельностью в организации // Проблемы теории и практики управления. 2013. № 6. С. 98–104.
20. Маслова, А. А. Инновации в кадровой работе гостиниц / А. А. Маслова, М. С. Матвеева // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2020. – Т. 7. – № 2. – С. 118-123.
21. Международные стандарты в сфере гостеприимства. Требования ВТО. Особенности их внедрения и поддержания: уч.метод.пособ. – 2007. –С 100.
22. Никольская, Е. Ю. Инновации, технологии в гостиничной деятельности / Е. Ю. Никольская // Бюллетень науки и практики. – 2018. – Т. 4. – № 10. – С. 351-359.
23. Полевая М.В. Управление персоналом в гостиничном сервисе: учебник / М.В. Полевая, А.Н. Третьякова. - М.: Издательский центр «Академия», 2017. - 208 с.
24. Прокопьева, А. В. Анализ эффективности инновационной деятельности / А. В. Прокопьева // Актуальные вопросы экономических наук. – 2012. – № 25-1. – С. 160-164.
25. Прудникова, Н. Г. Автоматизация гостиничного бизнеса / Н. Г. Прудникова, А. Н. Панасенко // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. – 2016. – № 5(3). – С. 49-53.
26. Прудникова, Н. Г. Тенденции развития гостиничного хозяйства в Алтайском крае / Н. Г. Прудникова, Н. Н. Праздникова, М. Н. Игнатенко // Вестник Национальной академии туризма. – 2019. – № 2(50). – С. 68-70.
27. Разумов А.В. Принципы построения системы мотивации персонала предприятия / А.В. Разумов // Вестник ТвГТУ. - 2016. - № 1. - С. 196–207.
28. Саак, А. Э. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны) (учебное пособие) / А. Э. Саак, М. В. Якименко // Международный журнал экспериментального образования. – 2012. – № 1. – С. 115.

29. Сайбель, Я.В., Мезер С.Д. Анализ современных методов оптимизации бизнес-процессов // Актуальные проблемы экономической теории и практики: сборник научных трудов / под ред. В.А. Сидорова. Выпуск 19. Краснодар: Кубанский государственный университет, 2015. с. 149–154.

30. Соломанидина Т.О. Управление мотивацией персонала: учебно-метод. пособие / Т.О. Соломанидина, В.Г. Соломанидин. – М.: ЮНИТИ ДАНА, 2015. - 313 с.

31. Толстых, И. Н. Совершенствование системы мотивации персонала / И.Н. Толстых, К.Р. Непомнящая // Азимут научных исследований: педагогика и психология 2019. – Т.8. – №3(28) – С. 356-360.

32. Хусаинова, Л. Р. Инновационное развитие сферы гостеприимства в России / Л. Р. Хусаинова // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2020. – Т. 14. – № 2-1. – С. 163-170.

33. Черезова Я.А., Халиманенко С.Н. Разработка эффективной системы мотивации сотрудников аптек // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2018. Т. 7. № 2 (23). С. 350-354.

34. Алтайкрайстат [Электронный ресурс]: официальный сайт Управление Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай. Режим доступа: <https://akstat.gks.ru/> - Загл. с экрана.

35. Ассоциация туроператор [Электронный ресурс] официальный сайт Ассоциация Туроператор, АТОР. – Режим доступа: <https://www.atorus.ru/about.html> - Загл. с экрана.

36. Бронирование отелей Петербурга - специализированные программы по организации бронирования, Отель «Золотой треугольник», [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.goldtriangle.ru/ppages/bronirovanie-otelei-peterburga.htm> – Загл. с экрана.

37. Виды инноваций. Классификация инноваций, Инновационное управление в современном мире, [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://innovation-management.ru/vidy-innovaczij> - Заглавие с экрана.

38. Гареев, Р. Р. Инновационный потенциал российского гостиничного бизнеса [Электронный ресурс] / Р. Р. Гареев. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 2 (136). — С. 382-384. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/136/38281/> - Загл. с экрана..
39. Гребенькова, Я. В. Инновации в гостиничном бизнесе / Я.В. Гребенькова // Журнал «Современные наукоемкие технологии» – 2013 - № 10-2. – С 247. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ru.booksc.xyz/ireader/36382960>.
40. Гуманитарный портал [Электронный ресурс]: Интернет ресурс Гуманитарный портал. Режим доступа: <https://gtmarket.ru/ratings/global-innovation-index> - Загл.с экрана.
41. Жарикова, Т. А. Инновации в гостиничной деятельности: учебно-методическое пособие [Электронный ресурс] / сост. М. С. Ельчанинов. – Тольятти. - Изд-во ПВГУС, 2018 – 52 с. Режим доступа: www.tolgas.ru – Загл.с экрана.
42. Зеленцова, Т.А. Перспективные технологии в обслуживании гостей в отеле [Электронный ресурс] / Т.А. Зеленцова, Ж.В. Косинова // Материалы XI Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум – 2019».– Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2019/article/2018012624> - Загл. с экрана.
43. Инновации [Электронный ресурс]: Официальный сайт Алтайского края. – Режим доступа: <https://www.altairegion22.ru/territory/innovatsii/>. – Загл. с экрана.
44. Интернет журнал ProHotel. Инновации в гостиничном бизнесе: отель на ладони, Hotelline.ru, [Электронный ресурс]: официальный сайт Интернет журнал ProHotel. - Режим доступа: <http://ubr.ua/business-practice/innovation-in-business/innovacii-v-gostinichnom-biznese-otel-na-ladoni-55480> - Загл. с экрана.
45. Итоги развития туротрасли в Алтайском крае в 2020 году [Электронный ресурс]: официальный сайт Управление Алтайского края по

развитию туризма и курортной деятельности. Режим доступа: <http://tourism.alregn.ru/> - Загл. с экрана.

46. Казначеева, А. А. Внедрение новых технологий обслуживания в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс] / А. А. Казначеева, О. А. Карташева, А. В. Нуриянова // Региональные проблемы преобразования экономики. - 2019. - № 3. - С. 81-86. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=38543767> – Загл. с экрана..

47. Купчеков, А. М. Развитие гостиничного бизнеса в Санкт-Петербурге / А. М. Купчеков, Н. А. Бикбаева. — [Электронный ресурс] Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 17 (121). — С. 426-430. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/121/33440/>.

48. Михайлец, А. В. Перспективы внедрения инновационных методов управления в индустрии гостеприимства / А. В. Михайлец. — [Электронный ресурс] Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 5 (109). — С. 374-377. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/109/26610/>.

49. Мобильные приложения и сайты для отелей: функциональность, польза, грамотное внедрение [Электронный ресурс]: официальный сайт интернет журнала Welcome Times. Режим доступа: <https://welcometimes.ru/opinions/mobilnye-prilozheniya-i-sayty-dlya-oteley-funkcionalnost-polza-gramotnoe-vnedrenie>. – Загл.с экрана.

50. Печерица, Е. В. Инновационные технологии в гостиничном бизнесе: монография [Электронный ресурс] / Е. В. Печерица, М. И. Шевченко ; Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики, 2013. – 135 с. Режим доступа: – https://revolution.allbest.ru/sport/00421178_5.html. – Загл. с экрана.

51. Печерица, Е.В. Рекомендации по внедрению экологических инноваций в отелях категории «пять звезд» (на примере гостиницы «Гранд Отель Европа», Санкт-Петербург) [Электронный ресурс] / Е. В. Печерица // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2013. – № 43(181). – С. 40. - Режим доступа:

<https://cyberleninka.ru/article/n/rekomendatsii-po-vnedreniyu-ekologicheskikh-innovatsiy-v-otelyah-kategorii-pyat-zvezd-na-primere-gostinitsy-grand-otel-evropa-sankt>. – Загл.с экрана.

52. Рубцова, Н. В. Инновации в индустрии гостеприимства [Электронный ресурс] / Н. В. Рубцова // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – Т. 10. – № 1. – С. 457-466. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42676116> – Загл. с экрана.

53. Система бронирования отелей [Электронный ресурс]: официальный сайт Booking.com. Режим доступа: <https://www.booking.com/index.ru.html>. Загл.с экрана.

54. Сычева В. О. Значение и виды инновационных технологий в гостиничной индустрии [Электронный ресурс] / В.О. Сычева // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 8. – С. 321–325. – Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2015/65065.htm>. – Загл. с экрана

55. Титов, К. П. Исследование научно-теоретических подходов к внедрению инноваций и их особенности в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс] / К. П. Титов // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2016. – Т. 3. – № 4. – С. 64-73. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-nauchno-teoreticheskikh-podhodov-k-vnedreniyu-innovatsiy-i-ih-osobennosti-v-gostinichnom-biznese> - Загл. с экрана.

56. Федеральный перечень туристских объектов [Электронный ресурс]: официальный сайт Федеральное агентство по туризму. Режим доступа: <https://xn---7sba3acabbldhv3chawrl5bzn.xn--p1ai/> - Загл. с экрана.

57. Фомин, С.Н. Тренды гостиничных технологий [Электронный ресурс]: официальный сайт интернет журнала Welcome Times. – Режим доступа: <https://welcometimes.ru/opinions/trendy-gostinichnyh-tehnologiy-2021> - Загл.с экрана.

58. Халдина А. Д. Бизнес-идеи по внедрению инновационных технологий в деятельность гостиничных предприятий [Электронный ресурс] // Материалы VII Международной студенческой научной конференции

«Студенческий научный форум - 2015». Режим доступа:
<https://scienceforum.ru/2015/article/2015014237> - Загл. с экрана

59. Экизьян В.В. Инновационные технологии в гостиничном сервисе рф
// Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки: сб. ст. по
мат. LXXVIII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 6(78). [Электронный ресурс]
Режим доступа: [https://sibac.info/archive/guman/6\(78\).pdf](https://sibac.info/archive/guman/6(78).pdf). – Заглавие с экрана.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Таблица 1.1 – Классификаций инновационных технологий. Е.Ю Никольская.

Название технологии	Характеристика
<p style="text-align: center;">Управленческие инновации</p>	<ul style="list-style-type: none"> – новые модели управления (франчайзинг, управляющая компания, торговая марка); – стратегическое управление; – формирование эффективной структуры гостиничного предприятия: – управленческой, производственной, технологической; – технологические цепочки бизнес-процессов; – автоматизация управленческого контроля; – прогнозирование доходов и затрат; – управленческий аудит; – риск-менеджмент
<p style="text-align: center;">Информационные технологии в управлении отелями</p>	<ul style="list-style-type: none"> – использование глобальных систем бронирования Amadeus, Galileo, Worldspan, Сирена, Мегатис – новейшие информационные технологии Opera, Fidelio и Eritome PMS – при внедрении новых видов основных и дополнительных услуг; – система международного онлайн бронирования; – онлайн платеж за гостиничные услуги; – применение новых каналов коммуникаций для продвижения услуг гостиницы; – оптимизация расходов ресурсов и увеличение доходов; – автоматизация управленческой отчетности

Продолжение таблицы 1.1

<p>Инновации при управлении продажами</p>	<ul style="list-style-type: none"> – управление отделом продаж и маркетинга гостиницы; – управление взаимоотношениями с клиентами; – управление программами лояльности и поощрения постоянных клиентов; – управление продажами и мероприятиями в отеле; – CRM; Revenue Management
<p>Инновации в обеспечении комфорта и безопасности клиентов</p>	<ul style="list-style-type: none"> – умный дом, – классификация и стандартизация; – системы видеонаблюдения на территории отеля, на близлежащей территории, – электронные замки на дверях номера и программируемые сейфы – электронные ключи; – системы автоматического тушения пожаров и блокировки помещений и – зоны пожара
<p>Инновационные технологии в продвижении гостиничных продуктов</p>	<ul style="list-style-type: none"> – разработка мультимедийных продуктов, – проведение виртуальных экскурсий в формате 3D; – мобильные приложения; – партнерство поисковыми системами в Яндекс; Google, – работа с потенциальными потребителями в социальных сетях (Контакт, – Телеграмм; Инстаграм и др. – высокоскоростной беспроводной интернет; – работа с отзывами потребителей (Booking.com; Tripadviser. ru и др); – форум – отзывы гостей

Продолжение таблицы 1.1

<p>Инновационные эко– технологии</p>	<ul style="list-style-type: none"> – экологический менеджмент, использование натуральных материалов; – солнечные батареи; ветряные генераторы; – экоотели; – оптимизация ресурсного обеспечения; – отказ от пластиковых трубочек и бутылок; – переработка пищевого мусора в удобрения;
<p>Кадровые технологии</p>	<ul style="list-style-type: none"> – прогнозирование потребности в персонале; – маркетинг персонала; – аутсорсинг; – аутстафинг; – адаптация; – электронные корпоративные университеты по обучению персонала; – требование должности; – модели компетенций; – лояльность персонала; – корпоративная культура; – центры оценки персонала; – кадровый резерв; – нематериальная система мотивации персонала; – планирование карьеры.
<p>Маркетинговые технологии</p>	<ul style="list-style-type: none"> – стратегический маркетинг; – клиентоориентированность; – мерчандайзинг; – внутренний маркетинг и маркетинг взаимоотношений; – программы лояльности; – SWOT анализ; PEST анализ; – конкурентный профиль; – PR; – специальные предложения; – сегментация потребителей;

	– анализ конкурентов;
--	-----------------------

Продолжение таблицы 1.1

<p>Финансовые технологии</p>	<ul style="list-style-type: none"> – процессный подход; продуктовый подход; – финансовый инжиниринг; – автоматизация финансового учета — 1С; – технология организации системы учета Usali; – максимизация доходности; – снижение уровня рисков; – обеспечение ликвидности; – урегулирование конфликтов интересов в операционной деятельности; – повышение эффективности деятельности отдельных подразделений; – гостиницы в целом; – комплексная диагностика гостиничного предприятия.
------------------------------	---

Таблица 2.2.1 – Инновации в отелях Санкт-Петербурга

Место применения и источник инновации	Содержание инновации	Тип инновации
Бутик-отель «Золотой Треугольник»	Автоматизация и упрощение бронирования и размещения гостей.	Технологическая
Отель "Шелфорт"	Программа электронного учета туристов, призванную разрешить кризис с регистрацией иностранцев. Она автоматизирует учёт туристов в Федеральной миграционной службы по Петербургу.	Технологическая
Nevsky Hotels Group	В отеле Grand начал работу новый лифт испанской марки ARONA. Аналогов подобного лифта в России пока не существует. Лифт оборудован интегрированной системой безопасности пассажиров, а его интерьер был специально разработан для компании Nevsky Hotels Group испанскими дизайнерами. Новый лифт общей грузоподъемностью до 1000 кг совершенно бесшумно перемещает большие группы туристов и гостей отеля за считанные секунды	Технологическая
Компании «Hotel Expert»	Система «Белые Ночи» позволяет бронировать отели России по специальным ценам в режиме реального времени. Гостиница с помощью веб-интерфейса «выставляет» в систему количество свободных номеров в каждой категории на даты, когда отель хочет, чтобы номер был «продан». Информация об этом попадает на сайт, а также во внутреннюю систему, где менеджер компании	Маркетинговая

Продолжение таблицы 2.2.1

	<p>может забронировать необходимый ему номер. Гость получает возможность бронировать номер онлайн прямо на сайте</p>	
<p>Компании «Hotel Expert»</p>	<p>«Электронный офис по предоставлению туристских услуг» (терминал), предназначен для широкой аудитории граждан, в том числе и инвалидов. Терминал позволяет выбрать, а также забронировать и оплатить следующие услуги: размещение в гостиницах, приобретение билетов в музеи, театральные постановки, бронирование мест на экскурсионные программы, справка о проезде по городу, по адресам и телефонам административных и социально значимых объектов</p>	<p>Маркетинговая</p>
<p>Отель «Марриот»</p>	<p>Установка датчиков движения на пожарных лестницах, лифтовых холлах для персонала, комнатах со льдогенераторами. Раньше освещение этих помещений было постоянно включено. Теперь включается только при появлении человека. По оценкам экспертов они должны окупиться за год-полтора</p>	<p>Технологическая</p>
<p>Cronwell Hotels&Resorts</p>	<p>Экономичное водо- и энергопотребление. Использование экологически безопасных средств для уборки и мойки номеров. Применение систем контроля и мониторинга кондиционирования, отопления, освещения, энергопотребления и водоснабжения номеров.</p>	<p>Технологическая Продуктовая</p>

Продолжение таблицы 2.2.1

	<p>Теплоизоляция номеров и стен здания, систем водоснабжения.</p> <p>Мониторинг работы холодильных установок, систем вентиляции, насосов и вытяжек.</p> <p>Использование на 80% продуктов местного производства.</p> <p>Выделение номеров для некурящих гостей.</p> <p>Контроль за уровнем шума в залах и номерах</p>	
«Невский Форум»	<p>Напольное покрытие всех номеров из пробки. Пол и лестница в гостиничном лобби — из натурального камня.</p> <p>Везде — энергосберегающие лампы.</p> <p>Поддержка международных стандартов систем экономии воды и электроэнергии</p>	Экоинновация
Отель «Reval Hotel Sonya»	<p>173 номера отеля разделены на четыре категории: «Осознание» (Conscience), «Великодушие» (Grace), «Возрождение» (Rebirth) и «Эго» (Ego). В категории «Осознание» гости отеля могут забронировать стандартные номера. Дизайн апартаментов категории «Эго» предоставляет возможность почувствовать особенности характера главного героя романа «Преступление и наказание» - Родиона Раскольников, его мечту стать гением, «право имеющим» сверхчеловеком, живущим с полным ощущением собственного превосходства над окружающими. Степень погружения в атмосферу романа на время пребывания в апартаментах гость определяет</p>	Продуктовая

Продолжение таблицы 2.2.1

	<p>сам. Уникальные таблички с цитатами из романа «Преступление и наказание» на русском и английском языках украшают вход в каждый номер. Расположенный на первом этаже гостиницы стильный бар и ресторан «Метаморфоз» (Metamorfos) предлагает гостям блюда русской и европейской кухни, полные удивительных контрастов и приятных сюрпризов. Меню представлено в виде книги - художественного произведения, пролог, эпилог и главы которого повествуют о блюдах ресторана. Гости смогут узнать о путешествиях писателя в Европу, о переменах, произошедших в его душе и образе мыслей.</p>	
--	--	--

Таблица 3.1.2 – Классифицированные гостиницы и иные средства размещения г.Барнаула.

Присвоенная категория	Название гостиничных предприятий
«без звезд»	1. Гостиница "Север" ООО "Респект+" 2. Гостиница "5 Чудес" ООО "Прогресс" 3. Гостиница "Сити Фокс Отель" ИП Черканов Михаил Викторович 4. Гостиница "Фокс Отель" ИП Черканов Михаил Викторович 5. Гостиница "Ред Фокс Отель" ИП Черканов Михаил Викторович 6. Общество с ограниченной ответственностью "Пионер" гостиница "Отель 24 часа" 7. Индивидуальный предприниматель Самойленко Наталья Альбертовна хостел "Барнео" 8. Гостиница "9 вал" ООО "Респект+" 9. Отель "Абсолют" ООО "БНК" 10. Хостел "Восток" Индивидуальный предприниматель Пастухов Вячеслав Иванович 11. Гостиница "Олимп" ООО "Олимп" 12. Гостиница «Лалетин» ООО «Люкро» 13. Санаторий «Обь» КГБУ «Санаторий «Обь» 14. Гостиница «Колос» АКГУП Гостиница «Колос» 15. Хостел "АПК" ООО "АПК" 16. Гостиница "Виктория" ООО "Агросервис"

Продолжение таблицы 3.1.2

«одна звезда»	<p>1. Отель "Пальма" 2. Туристическая база "Золоторудная" Общество с ограниченной ответственностью "Капитал-Тур" 3. Гостиница «Русь» ООО «Гостиница Русь»</p>
«две звезды»	<p>1. Отель "Александр Хаус-Спорт" ООО "Семь чудес" 2. Отель «Шоколад» ИП Кудрявцев Максим Александрович 3. Гостиница "Алтай" ООО "Госталт" 4. Парк-отель "Чайка" ИП Кабанова Анастасия Александровна 5. Гостиница «Аэропорт» АО «Авиапредприятие «Алтай» 6. Гостиница "Обь" АО "Спорткомплекс "Обь" 7. Гостиница "Бизнес-Турист" ООО "Шайба"</p>
«три звезды»	<p>1. Отель "House City" ООО "СИТИ" 2. Гостиница "Турист" ЗАО "Гостиница "Турист" 3. Отель "Александр Хаус" ООО "Семь чудес" 4. Гостиница Барнаул АО «Гостиница Барнаул» 5. Гостиница «Сибирь» ООО «МАРТ» 6. Гостиница «Улитка» ООО «Улитка»</p>
«четыре звезды»	<p>1. «Отель Центральный» ООО «Отель Центральный»</p>
«пять звезд»	<p>1. Загородный отель "СПА-отель "Заречье" ООО "Заречье клуб"</p>

Анкета по изучению проблем развития инновационной деятельности в гостиничном бизнесе г. Барнаул.

Анкета

По изучению проблем развития инновационной деятельности в гостиничном бизнесе г. Барнаул.

Уважаемые предприниматели, руководители предприятия!

В целях исследования проблем развития инновационной деятельности в предпринимательстве, просим Вас ответить на предлагаемые вопросы. Ответы на них носят анонимный характер. Мы рассчитываем на Ваше заинтересованное отношение к поставленным проблемам. Просим Вас ответить на все вопросы и внимательно заполнить анкету.

1. Сколько лет Вы работаете в данной сфере?

- менее 1 года
- от 1 до 5 лет
- от 5 до 10 лет
- более 10 лет

2. Оцените успешность Вашей организации по 5 бальной шкале (1- совсем неуспешный; 5- очень успешный):

1 неуспешный	2	3	4	5 Очень успешный

3. Какую систему налогообложения на предприятии Вы применяете?

- упрощенная система налогообложения
- единый налог на вмененный доход
- общая система налогообложения
- патентная система налогообложения
- другое (укажите) _____.

4. Имело ли Ваше предприятие в течение последних 3-х лет внедрение инноваций (в т.ч. исследование или разработка новой продукции/услуги)?

- да
- нет

5. Какие виды инноваций используются в Вашем бизнесе:

- технологические
- организационно управленческие
- экономические
- маркетинговые
- социальные
- экологические
- информационные

6. Почему именно этот вид инноваций предпочтителен на Вашем предприятии?

7. Укажите, пожалуйста, Вы планируете технологическую модернизацию в ближайшее время?

- да
- нет

8. Если да, то для каких целей:

- внедрение новых видов продукции/услуг
- повышение качества производимой продукции/услуг
- повышение увеличения объема производимой продукции
- снижение издержек на производство продукции/услуг
- снижение временных затрат на производство единицы продукции

9. Если нет, то по какой причине?

- не вижу необходимости
- не имею финансовой возможности
- другое _____

10. Укажите, какими условиями инфраструктуры поддержки малого бизнеса вы пользуетесь?

- организации, осуществляющие микрокредитование
- инвестиционный фонд
- инновационный фонд
- венчурный фонд
- бизнес-инкубатор
- технополис
- технопарк
- технологический инкубатор
- консалтинговая структура
- лизинговая организация
- другое _____

11. Ответьте пожалуйста, какие меры по поддержке бизнеса со стороны властей, на Ваш взгляд, наиболее важны?

Вид поддержки бизнеса	Важно / не важно
Финансовая поддержка, помощь в получении ссуд и кредитов	В / Н
Государственный и муниципальный заказ	В / Н
Предоставление в аренду государственных и муниципальных помещений на льготных условиях	В / Н
Информационная и консультационная поддержка малого бизнеса	В / Н
Помощи в продвижении продукции на региональный и иные рынки, организация выставок и ярмарок	В / Н
Обучение населения основам предпринимательской деятельности	В / Н
Организация бизнес-инкубаторов и технопарков	В / Н

12. Что, на Ваш взгляд, для эффективного развития малого и среднего бизнеса в нашем регионе, нужно предпринять?

Обеспечить законодательно-нормативное предпринимателей	деятельность	
--	--------------	--

Борьба с коррупцией (взяточничеством, вымогательством)	
Создать равные возможности для конкуренции	
Обеспечить финансовую поддержку государства (облегченный доступ к кредитам и другим финансовым инструментам (лизинг и др.))	
Уменьшить количество проверяющих органов	
Обеспечить открытость и прозрачность проведения государственных закупок	
Создать поддержку в обществе положительного имиджа предпринимателей	

13. Оцените, пожалуйста, степень доступности для вашего бизнеса следующих ресурсов по 5-бальной шкале (наилучшая оценка – 5 баллов, наихудшая – 1 балл):

№ п/п	Ресурсы	Баллы				
		5	4	3	2	1
1.	Природные ресурсы					
2.	Материально-технические ресурсы					
4.	Кадровые ресурсы					
5.	Производственные ресурсы					
6.	Финансовые ресурсы					

14. Источники финансирования Вашего предприятия:

- внутренние: (взносы учредителей).
- внешние: (кредитование).

15. Оцените влияние инноваций на результаты деятельности предприятия:

- не влияет
- незначительно влияет
- значительно влияет (аргументируйте ваш ответ) _____

16. Какие изменения инновационной деятельности в ближайшее время Вы планируете на предприятии? _____

17. Какую систему автоматизации Вы используете на Вашем предприятии?

- Fidelio
- Libra Hospitality
- Эдельвейс
- 1С –Рарус: Управление отелем
- 1С Отель
- Другое

18. Укажите категорию Вашей гостиницы

- «Без звезд»
- «Одна звезда»
- «Две звезды»
- «Три звезды»
- «Четыре звезды»
- «Пять звезд»

- Другое _____

19. Укажите Ваш пол:

- женский
- мужской

20. Укажите Ваш возраст:

21. Укажите Ваш уровень образования:

- высшее образование
- средне специальное образование
- среднее образование

Спасибо за сотрудничество!

Анализ проведенного анкетирования: «Анкета по изучению проблем развития инновационной деятельности в гостиничном бизнесе г. Барнаул».

1. Сколько лет Вы работаете в данной сфере?

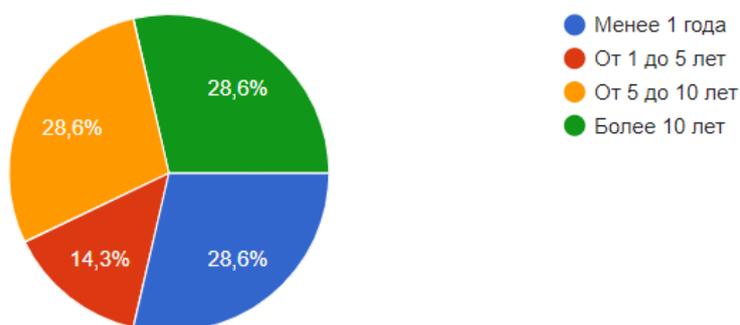


Рисунок 1 – Результаты опроса (Вопрос №1)

2. Оцените успешность Вашей организации по 5 бальной шкале (1 - совсем неуспешный; 5 очень успешный)

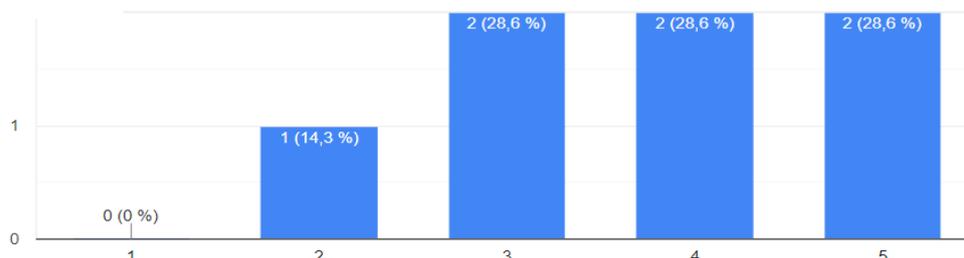


Рисунок 2 – Результаты опроса (Вопрос №2)

3. Какую систему налогообложения на предприятии Вы применяете?



Рисунок 3 – Результаты опроса (Вопрос №3)

4. Имело ли Ваше предприятие в течение последних 3-х лет внедрение инноваций (в т.ч. исследование или разработка новой продукции/услуги)?

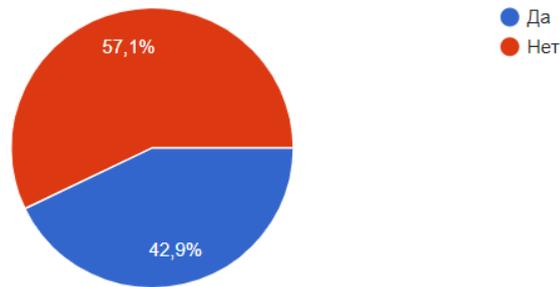


Рисунок 4 – Результаты опроса (Вопрос №4)

5. Какие виды инноваций используются в Вашем бизнесе?

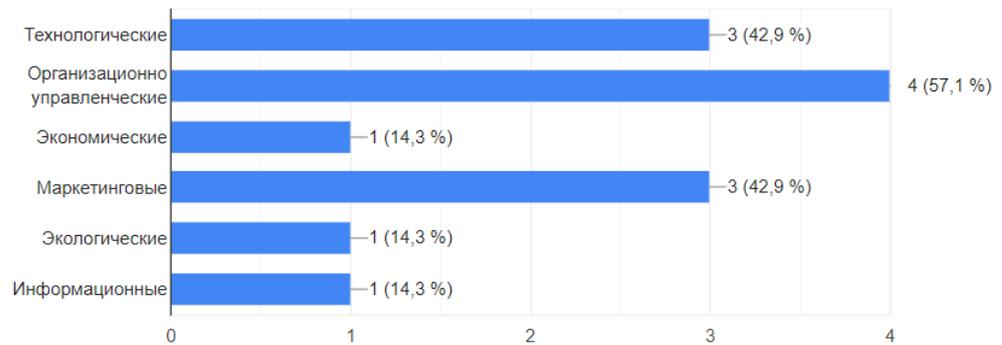


Рисунок 5 – Результаты опроса (Вопрос №5)

6. Почему именно этот вид инноваций предпочтителен на Вашем предприятии?

-
- На предприятии чаще всего возникают экономические проблемы и проблемы с подбором, управлением персоналом
- Большие заезды требуют оперативной обработки заявок на бронирование и регистрации гостей, поэтому используются технологические инновации в виде автоматизированных программ
- Информационные инновации делают совместную работу служб более эффективной, мобилизуя взаимоотношения между различными отделами гостиницы. Необходимость внедрения маркетинговых инноваций связано с насущной необходимостью в конкурентном противостоянии и более выгодном представлении своих услуг на рынке.
- Это способствует более быстрому развитию

Рисунок 6 – Результаты опроса (Вопрос №6)

7. Укажите, пожалуйста, Вы планируете технологическую модернизацию в ближайшее время?

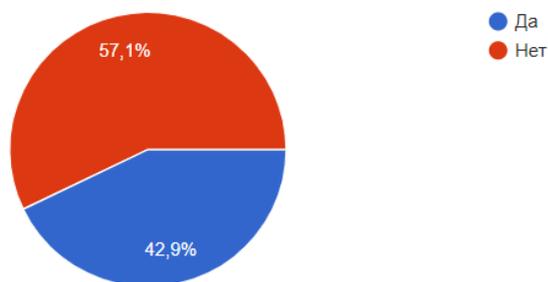


Рисунок 7 – Результаты опроса (Вопрос №7)

8. Если да, то для каких целей?

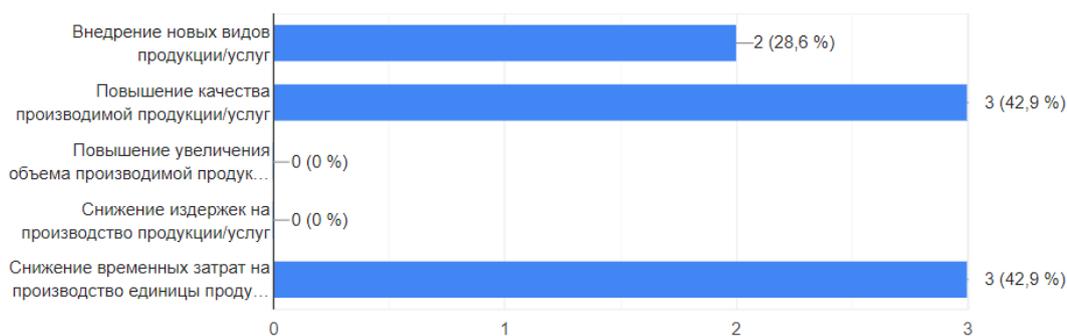


Рисунок 8 – Результаты опроса (Вопрос №8)

9. Если нет, то по какой причине?

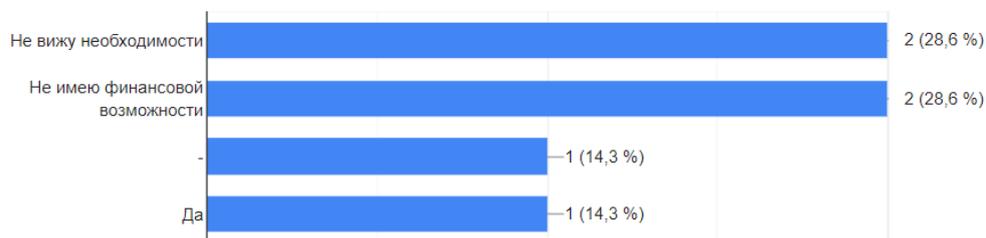


Рисунок 9 – Результаты опроса (Вопрос №9)

10. Укажите, какими условиями инфраструктуры поддержки бизнеса Вы пользуетесь?

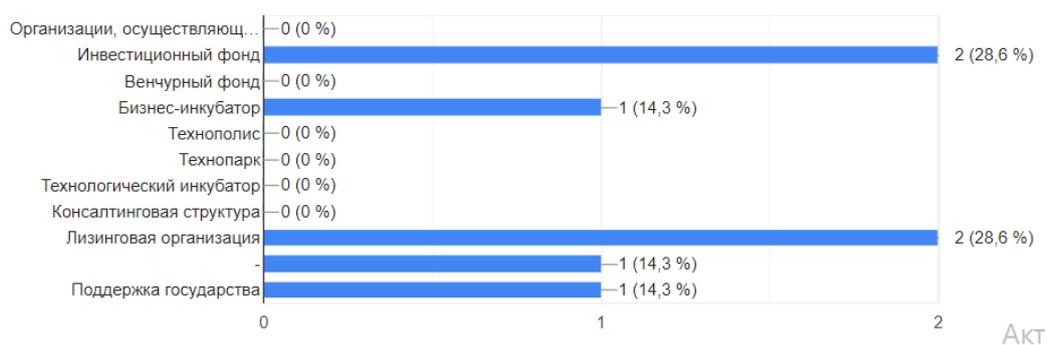


Рисунок 10 – Результаты опроса (Вопрос №10)

11. Ответьте пожалуйста, какие меры по поддержке бизнеса со стороны властей, на Ваш взгляд, наиболее важны?

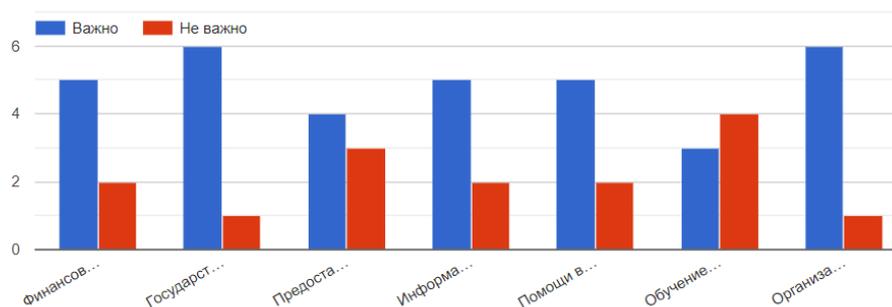


Рисунок 11 – Результаты опроса (Вопрос №11)

12. Что, на Ваш взгляд, для эффективного развития малого и среднего бизнеса в нашем регионе, нужно предпринять?

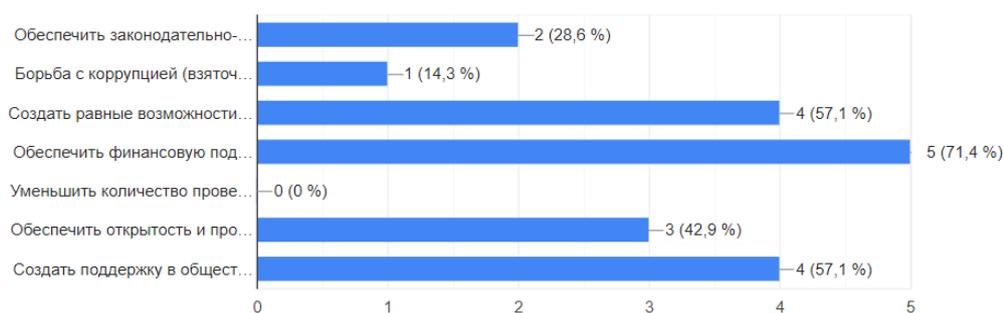


Рисунок 12 – Результаты опроса (Вопрос №12)

13. Оцените, пожалуйста, степень доступности для вашего бизнеса следующих ресурсов по 5-бальной шкале (наилучшая оценка — 5 баллов, наихудшая — 1 балл)

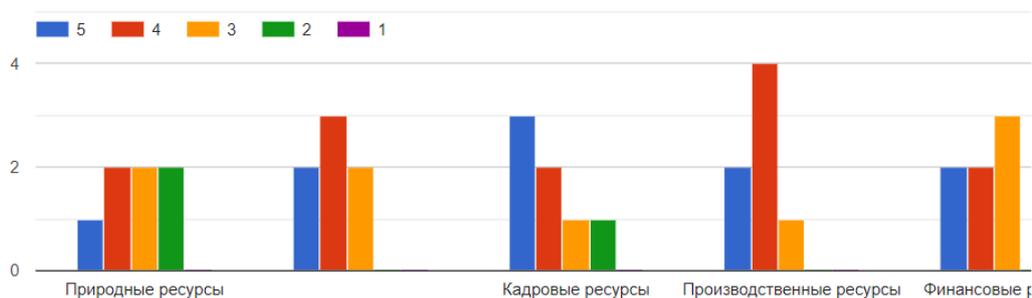


Рисунок 13 – Результаты опроса (Вопрос №13)

14. Источники финансирования Вашего предприятия

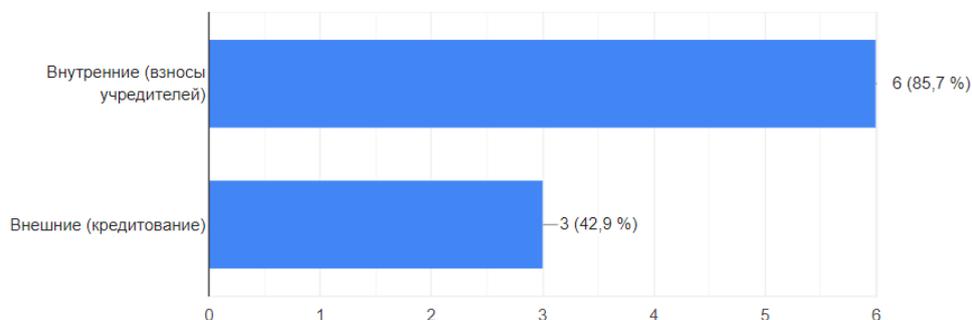


Рисунок 14 – Результаты опроса (Вопрос №14)

15. Оцените влияние инноваций на результаты деятельности предприятия

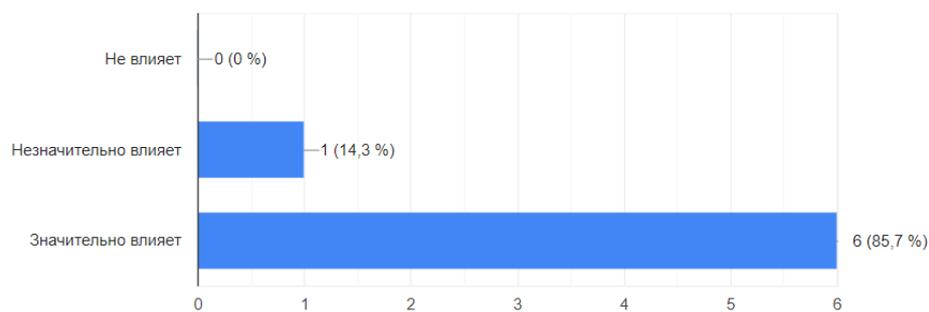


Рисунок 15 – Результаты опроса (Вопрос №15)

16. Какие изменения инновационной деятельности в ближайшее время планируете на предприятии?

Доставка багажа в аэропорт
не планируют
-
Для экономии времени обработки счетов заказчиков планируется настроить синхронизацию между 1с отель и 1с бухгалтерия
Не планируется
Пока не определились

Рисунок 16 – Результаты опроса (Вопрос №16)

Какую систему автоматизации Вы используете на Вашем предприятии?

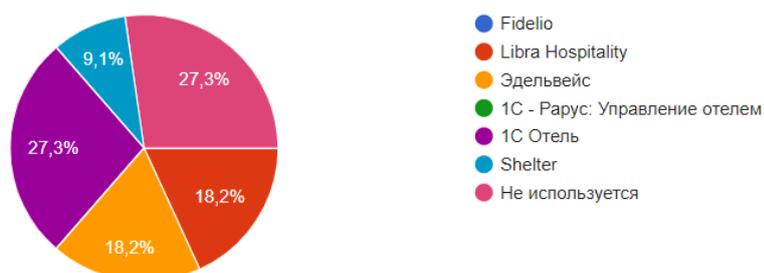


Рисунок 17 – Результаты опроса (Вопрос №17)

Социальный опрос: «Опрос о востребованности iPad и планшетов в гостиничных номерах».

1. Укажите Ваш пол

Женский

Мужской

2. Укажите ваш возраст

Меньше 18

От 19 до 25

От 25 до 45

Больше 45

3. Укажите город, в котором Вы проживаете

4. Как часто Вы останавливаетесь в гостиницах?

Чаще одного раза в месяц

Раз в 2-3 месяца

Раз в год

Другое _____

5. Отдадите ли Вы предпочтение номеру, в котором будет установлен iPad или планшет, для заказа основных и дополнительных услуг, а также для доступа к развлекательным приложениям (Netflix, YouTube и др.)?

Да

Нет

6. Готовы ли Вы доплатить за такой номер?

Да

Нет

7. Если да, то сколько?

От 100 до 300 рублей

От 300 до 500 рублей

Более 500 рублей

Анализ социального опроса:

«Опрос о востребованности iPad и планшетов в гостиничных номерах».

Укажите Ваш пол

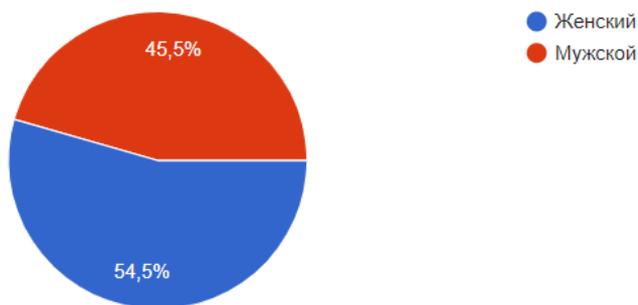


Рисунок 1 – Результаты опроса (Вопрос №1)

Укажите Ваш возраст

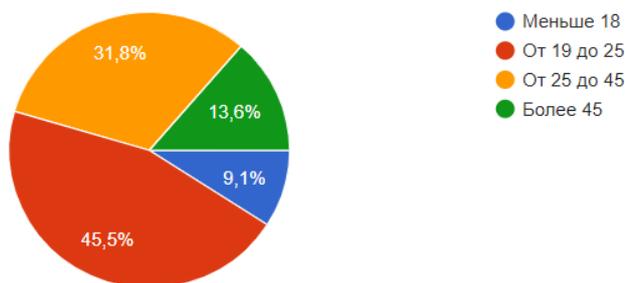


Рисунок 2 – Результаты опроса (Вопрос №2)

Укажите город, в котором Вы проживаете

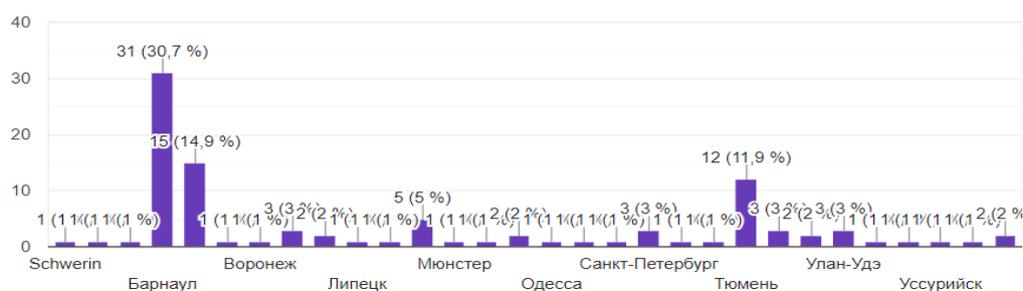


Рисунок 3 – Результаты опроса (Вопрос №3)

Как часто Вы останавливаетесь в гостиницах?

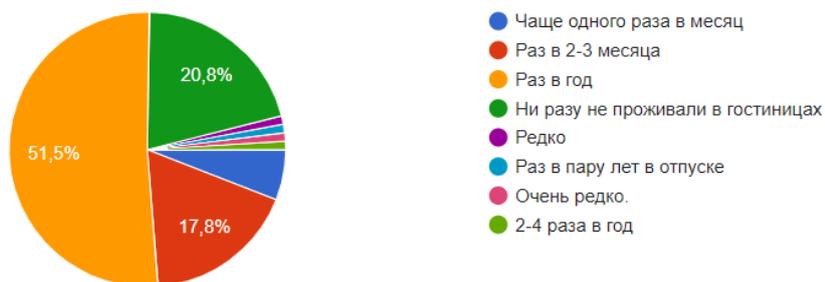


Рисунок 4 – Результаты опроса (Вопрос №4)

Отдадите ли Вы предпочтение, номеру в котором будет установлен iPad или планшет, для заказа основных и дополнительных услуг, а так же для доступа к развлекательным приложениям (Netflix, YouTube и др.)

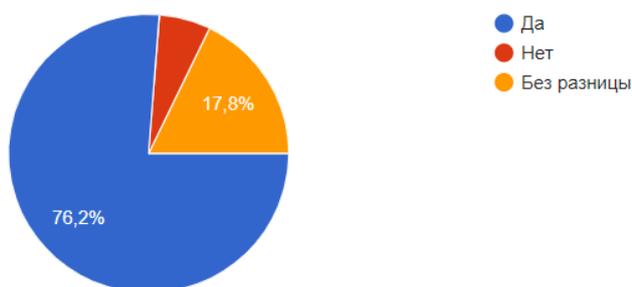


Рисунок 5 – Результаты опроса (Вопрос №5)

Готовы ли Вы доплатить за такой номер?

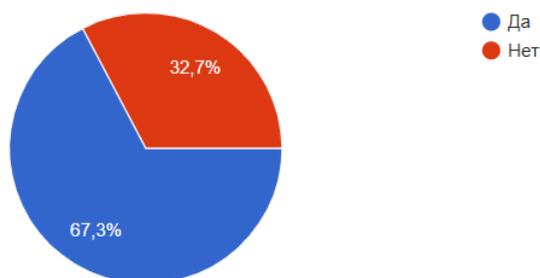
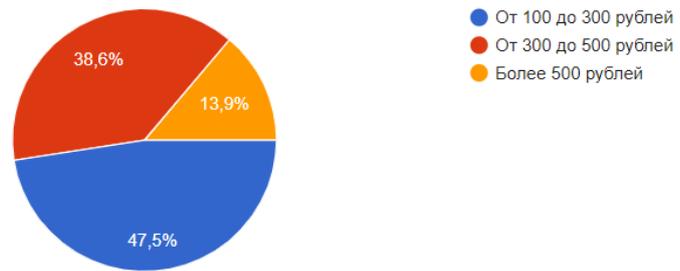


Рисунок 6 – Результаты опроса (Вопрос №6)

Если да, то сколько?



Λ √

Рисунок 7 – Результаты опроса (Вопрос №7)