

### III. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СФЕРЫ УСЛУГ

УДК 33-330

T.V. Bedyayeva, V.E. Sandrina,  
A.A. Zelenskaya

#### DEVELOPMENT OF INNOVATIVE PROCESSES IN THE HOTEL BUSINESS

The article presents the features of innovation in the hotel industry as an integral component of the development of tourism services, maintaining competitiveness in the hospitality sector, as well as the impact of innovation as a factor in building the potential of the hotel industry and entering a new market. The specificity and problems of the innovation strategy of the hotel enterprise are considered.

**Keywords:** hotel industry, innovation, newest technologies, innovation strategy, competitiveness.

Т.В. Бедяева<sup>1</sup>, В.Е. Сандрина<sup>2</sup>,  
А.А. Зеленская<sup>3</sup>

#### РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

В данной статье проанализированы особенности инноваций в гостиничной индустрии как неотъемлемого компонента развития туристических услуг, поддержания конкурентоспособности в сфере гостеприимства, а также влияния инноваций как фактора наращивания потенциала гостиничной индустрии и выхода на новый рынок. Рассматриваются специфика и проблематика инновационной стратегии гостиничного предприятия.

**Ключевые слова:** гостиничная индустрия, инновация, новейшие технологии, инновационная стратегия, конкурентоспособность.

DOI: 10.36807/2411-7269-2021-2-25-60-62

Индустрия гостеприимства играет важную роль в развитии экономики страны и бизнеса. В развитых странах доля услуг в валовом внутреннем продукте достигает 70 %. В настоящее время растёт интерес к развитию гостеприимства на международном, национальном и региональном уровнях, поскольку туризм и гостеприимство являются катализатором развития всех секторов экономики.

Инновационные технологии создают высокий и стабильный спрос и помогают занимать и удерживать лидерские позиции на рынке сферы услуг. Без инноваций в гостинично-туристской отрасли предприятиям было бы сложнее функционировать, ведь новейшие универсальные и уникальные технологии и продукты облегчают процесс ведения предпринимательской деятельности.

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.

<sup>1</sup> Бедяева Т.В., доцент кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса, кандидат педагогических наук, доцент; ФГБОУ ВО "Санкт-Петербургский государственный экономический университет", г. Санкт-Петербург

Bedyayeva T.V., Associate Professor of the Department of Hotel and Restaurant Business, PhD in Education, Associate Professor; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State University of Economics", Saint-Petersburg

E-mail: bediaeva@mail.ru

<sup>2</sup> Сандрина В.Е., доцент кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса, кандидат педагогических наук, доцент; ФГБОУ ВО "Санкт-Петербургский государственный экономический университет", г. Санкт-Петербург

Sandrina V.E., Associate Professor of the Department of Hotel and Restaurant Business, PhD in Education, Associate Professor; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State University of Economics", Saint-Petersburg

E-mail: vikki77@rambler.ru

<sup>3</sup> Зеленская А.А., магистрант кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса; ФГБОУ ВО "Санкт-Петербургский государственный экономический университет", г. Санкт-Петербург

Zelenskaya A.A., Undergraduate of the Department of Hotel and Restaurant Business; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State University of Economics", Saint-Petersburg

E-mail: zelenskayanastya@mail.ru

На сегодняшний день сфера гостеприимства и туризма наиболее чувствительны к конкуренции. Количество туристов растёт из года в год, что приводит к потребности в размещении гостей в отелях с соответствующим уровнем обслуживания, отвечающим наивысшим стандартам.

Перед специалистами в сфере гостеприимства стоит задача привлечь как можно больше постоянных клиентов, одновременно зарабатывая и привлекая новых клиентов с помощью нововведённых услуг. Без внедрения инновационных технологий решить поставленные задачи практически невозможно. Такие вложения улучшают качество услуг за счёт затрат на приобретение специального оборудования и обучение персонала.

Инновационная деятельность предполагает не только практическое применение научно-технических разработок и изобретений, но также включает изменения в продуктах, процессах, маркетинге, организации и управлении гостиничным предприятием. Для её эффективного использования необходимо предварительное рассмотрение, планирование и расчёт последствий такого изменения. Стоит отметить, что затраченные ресурсы в будущей перспективе будут малоэффективны без грамотного стратегического и тактического планирования инновационной деятельности в гостиничной индустрии. Выбор инновационной стратегии для поддержания уровня конкурентоспособности всегда означает построение индивидуального организационно-экономического механизма, обеспечивающего её реализацию.

С точки зрения конкурентоспособности инновации делятся на стратегические (сверхактивные) и гибкие (реактивные).

Реактивные инновации – это инновации, осуществляемые за счёт экономических потерь в ответ на новый продукт конкурента, который уже появился на рынке. Реактивные инновации относятся к реализации так называемой стратегии защиты гостиницы, и в первую очередь являются реакцией на конкурентные инновации в сфере гостеприимства. В этом случае гостиничная компания вынуждена вести инновационную деятельность, чтобы обеспечить выживание на конкурентном рынке.

Стратегические инновации направлены на получение конкурентного преимущества своего результата в будущем. В конечном итоге, при наличии нововведений отель достигает нового благоприятного стандарта эффективности (в данном случае всё ещё многообещающего) раньше, чем его конкуренты, при заметно сниженных затратах. Кроме того, в случае реализации стратегических нововведений гостиничная компания перейдёт на новые конкурентные позиции, что изменит её положение на рынке в благоприятную сторону. Например, это нововведение когда-то было стратегией, а именно, создание глобальных систем бронирования и дистрибуции, которые предполагали объединение гостиниц по всему миру в единую электронную систему для обмена данными и для регулирования туристического потока. Известные гостиничные корпорации начали использовать электронные базы, объединяя их в системы как для внутреннего управления, так и для создания собственных транснациональных компьютерных систем для бронирования и резервирования мест.

До момента внедрения инновации в гостиничный комплекс происходит процесс формирования от научной идеи к конкретной услуге, продукту или процессу. На протяжении всего процесса создания можно встретить различные препятствия, возникающие на макро- и микроуровне. Далее представлены некоторые факторы, затрудняющие инновационную деятельность в гостиничной сфере на территории Российской Федерации.

1) Большое количество неактуальных нормативных документов и правовых барьеров для инноваций. Зачастую инновационные нововведения на гостиничном предприятии использовать нельзя, так как они ещё не описаны в различных положениях и правилах, что приводит к невозможности использования инновации.

2) Выпуск старых технологий под видом новых. Постоянно меняющееся законодательство вынуждает многих новаторов не разрабатывать совершенно новые технологии, а улучшать старые и представлять их как концептуально новые, поскольку это занимает меньше времени, а это означает меньший риск того, что инновации не будут выведены на рынок.

3) Высокие процентные ставки по кредитам. Часто разработка инновационного продукта требует больших затрат на исследования, разработки, испытания и т.д. Поэтому необходимо привлекать инвестиционные средства, но в России крайне высокие ставки кредитования, инновационные компании не рискуют брать займы под высокие проценты, так как новые высокотехнологичные инновации слишком рискованны и их результат не очевиден.

Исследование этих факторов, препятствующих инновациям, показывает ожидаемый результат: независимо от того, задействует ли руководство гостиницы инновации

или нет, им больше всего мешает нехватка ресурсов, высокие затраты, отсутствие государственной поддержки и экономические риски, связанные с инновациями.

Эффективный способ стимулировать инновации в индустрии гостеприимства – создавать инновационные кластеры. Инновационный кластер – это совокупность организаций сферы гостеприимства, инновационных организаций (университетов, исследовательских институтов и т.д.), которые предоставляют организации инвесторов в интересах развития индустрии гостеприимства и повышения её инновационной активности, развития инновационной инфраструктуры.

Тенденции, которые наблюдаются в настоящий момент в мировом гостиничном бизнесе, говорят о том, что дальнейшее развитие отрасли будет осуществляться путём обширного внедрения новшеств. Большое влияние будет оказывать технический прогресс, появление и внедрение базовых инноваций (нанотехнологий, биотехнологий), широкое использование знаний.

#### **Список использованных источников**

1. Алексеева М.Б., Ветренко П.П. Анализ инновационной деятельности: учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2017. – 304 с.
2. Алексеев А.А. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2017. – 259 с.
3. Кириллов И.С. Анализ инновационных технологий в гостиничной деятельности // Индустрия гостеприимства: проблемы и перспективы развития: сборник статей студенческой межвузовской научно-практической конференции (27 марта 2017 г., Москва). – Уфа: Аэтерна, 2017. – 149 с.
4. Kozlov D.A. Hotel organizational structure. – USA, Createspace, 2018. – 82 p.
5. Kozlov D.A. Agent technology in hotel business // Journal of Environmental Management and Tourism. – 2017. – Vol. 8. – N 2(18). – P. 285-290.
6. Current Issues in Hospitality and Tourism: Research and Innovations / A. Zainal, S.M. Radzi, R. Hashim, C.T. Chik, R. Abu. – CRC Press, 2012. – 666 p.
7. Hall M.C., Williams A. Tourism and innovations. – Routledge, 2008. – 263 p.