

УДК.338.48

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Береснева Л.А.

студентка,

ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП)

lidiaberseveva730@gmail.com

Аннотация: Целью работы является определение инновационной деятельности гостиничного бизнеса и определение нововведений, которые гарантируют предприятию огромные преимущества перед конкурентами в данной сфере услуг. В работе применялись теоретические методы, описательный, логическое обобщение, эмпирический метод. В результате внедрения новых идей и знаний для лучшего удовлетворения потребностей клиентов гостиничного предприятия в работе выявлены с позиции финансового потенциала применение разнообразных видов технологии, примеры разработки новых программ в гостиничном бизнесе. Результаты проведенного исследования могут быть использованы в гостиничном бизнесе, сетевыми отелями при развитии автоматизированной системы управления для предприятий индустрии гостеприимства. В условиях высокой конкурентности гостиничные предприятия прилагают максимум усилий для того, чтобы оставаться высокоэффективными и конкурентоспособными. С целью добиться преимущества над конкурентами необходимо разрабатывать и внедрять новые технологии по обслуживанию своих клиентов. Таким образом, инновации имеют все большее значение и обеспечивают гостиничному бизнесу превосходства над конкурентами.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, гостиничная индустрия, инновационные технологии, технологии обслуживания.

MODERN TRENDS AND PROSPECTS OF HOTEL BUSINESS DEVELOPMENT IN THE RUSSIAN FEDERATION

Beresneva L.A.

Abstract. The aim of the work is to determine the innovative activity of the hotel business and the definition of innovations that guarantee the company a huge advantage over competitors in this service sector. The paper used theoretical methods, descriptive, logical generalization, empirical method. As a result of the introduction of new ideas and knowledge to better meet the needs of customers of the hotel company in the work identified from the standpoint of financial potential the use of various types of technology, examples of the development of new programs in the hotel business. The results of the study can be used in the hotel business, chain hotels in the development of an automated control system for the hospitality industry. In a highly competitive environment, hotel companies are making every effort to remain highly efficient and competitive, in order to gain an advantage over competitors, it is necessary to develop and

implement new technologies to serve their customers. Thus, innovation is increasingly important and provides the hotel business with a competitive edge.

Keyword: Hotel business, hotel industry, innovative technologies, hotelier, service technologies.

Гостиничная индустрия развивается вслед за всей индустрией гостеприимства. Как бы она не изменилась за следующие годы, с уверенностью можно сказать, что она будет бурно развиваться, так как туризм и вся индустрия гостеприимства становятся важными отраслями экономики и всей жизни общества.

Появление новейших технологий и инновационных систем, отлично вписывается в сферы гостиничного и ресторанного бизнеса. Новые тенденции разрабатываются постоянно, увеличивая количество посетителей, позволяя бизнесменам улучшать качества предлагаемых услуг [1].

Чем больше зарабатывают предприниматели, тем качественнее и лучше становится сервис. Рост прибыли в технологичных заведениях растет большими темпами, что помогает владельцам обновлять и внедрять новые более удобные устройства и технологии. Развитие гостиничной индустрии в будущем будет проходить в рамках следующих глобальных тенденций, характерных для отелей всего мира [2].

Повышение уровня безопасности в гостиницах. Это тенденция, которая характерна для всех стран в связи с участившимися терактами и беспокойной обстановкой во многих регионах мира. Поскольку хозяева отелей могут повлиять на обстановку в стране и регионе, они обязаны предпринимать повышенные меры безопасности в своих зданиях [3]. Но делать это нужно очень осторожно, так как действия со стороны службы безопасности гостиниц могут внести дискомфорт в пребывании туристов на территории отелей.

Повышение роли новых технологий в гостиничной индустрии. Новые технологии значительно ускоряют и упрощают многие процедуры в гостинице [4].

Так, в номерах гостиницы «Балчуг Кемпински Москва» установлены два вида телефона. Это стационарный телефонный аппарат, обеспечивающий связь внутри отеля, городскую и международную связь. Однако есть еще и радиотелефон, которым можно пользоваться не только в номере, но и в ресторане, оздоровительном центре и других общественных помещениях, где обычная мобильная связь может быть не доступна. Если гостя нет в номере, звонок автоматически переключается на радиотелефон. Он также используется как дополнительная телефонная линия, если занят стационарный телефон. Стандарты обслуживания в отелях пять звезд не предъявляют жестких требований к наличию в номере радиотелефона, этой услуги могло бы и не быть. Однако, ее существование придает дополнительную выгоду основному продукту отеля, являясь, конкурентным преимуществом «Балчуга Кемпински». Что касается обеспечения материально-технических условий, то практически все мировые отели отмечают необходимость переоборудования номеров и введения новейших электронных технологий, проводя специальные исследования по изучению спроса и внедрения на рынок технологий high - tech. Так, в отеле The Peninsula Токуо, каждый номер имеет беспроводную прикроватную панель управления температурой воздуха, освещением, жалюзи, будильником, телефоном, аудиосистемой. Панель оборудована кнопкой подсветки ночью дороги в ванную, где установлены маникюрные сушилки для ногтей и увлажнители воздуха. Обеспечивающие инновации напрямую не связаны с основными функциями гостиничной организации. Эта группа инноваций носит технологический характер и включает в себя инновационные преобразования управленческой структуры, методов организации процесса оказания услуг и реализации гостиничных продуктов [5].

Появление специализированных отелей. Это гостиницы, которые специально предназначены для тех или иных целей. Примером могут служить гостиницы, ориентированные на длительное проживание постояльцев.

Также могут получить популярность отели, ориентированные на людей, находящихся в деловых поездках.

Гостиничная сеть "Westin Hotels & Resorts" корпорации "Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc." представила клиентам США и Канады свои «божественные кровати» (Heavenly Bed), инвестируя в проект \$30000000. Инновационные кровати с уникальными ортопедическими матрасами, физиологическими подушками и натуральным льняным бельем устанавливались ежедневно до третьего квартала 2000 года, и составили 52000 кроватей в 39,552 гостевых номерах. После внедрения Heavenly Bed в Северо-Американском регионе эта инициатива была проведена сначала во всех гостиницах "Westin Hotels & Resorts", а затем в остальных брендах корпорации "Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc".

Сразу же после внедрения программы «Волшебный сон» "Westin Hotels & Resorts", гостиничные компании "Hyatt", и "Hilton", и "Radisson" приступили к разработке собственных высококлассных новинок в области обеспечения комфортного сна. Компания "Hilton" разработала сразу несколько типов номеров для отдыха — «Хилтон Крепкий Сон», «Здоровый Сон» и «Антистрессовая Программа» (Hilton- Slip-Tight, Health-Fit и Stress-Less). Гостиничная "Hyatt" разработала свою программу «Меню Подушек от Хаятта. Выбери свою подушку» (Pillow menu at Hyatt). Практически в это же время переоснащение постелей стало частью глобальной программы компании "Marriott" «Восстановление: новые кровати от Марриот» (Revive: the new bed from Marriott). Проект «Волшебный сон» не единственная инновация сети "Westin Hotels & Resorts". "Westin" разрабатывает стандарты обслуживания гостей на инновационной основе со дня своего открытия в 1930 г

Сегментирование. Это процесс, который оказывает ориентацию отелей на разных клиентов (по признаку достатка). В будущем не исключено, что с увеличением роли гостиничных цепей в мировой гостиничной индустрии,

они станут развиваться не только в направлении увеличения числа отелей, но и в направлении присоединения гостиниц разного уровня

Гостиничная индустрия сегодня представляет собой отрасль с растущим уровнем конкуренции на рынке гостиничных услуг. Несмотря на то, что гостиничный бизнес в России все еще находится в начале пути совершенствования, а спрос на гостиничные услуги остается неудовлетворенным в полной мере, предприятия индустрии гостеприимства сталкиваются с необходимостью бороться за клиента. В соответствии с динамично меняющимися условиями деятельности любое гостиничное предприятие как полноценный участник рынка вынуждено изменяться, становясь инициатором внутриорганизационных инновационных процессов. Естественно, что данные процессы не должны протекать стихийно - их необходимо осуществлять системно в рамках разработанной инновационной стратегии, являющейся частью общей стратегии предприятия.

Стратегические инновации - это инновации, внедрение которых носит упреждающий характер с целью получения конкурентных преимуществ в перспективе. В результате проведения стратегических инноваций новый благоприятный стандарт эффективности достигается гостиницей раньше его конкурентов с ощутимо сократившимися затратами. Причем в случае осуществления стратегических нововведений гостиничное предприятие выдвигается на новые конкурентные позиции, благодаря чему в благоприятную для нее сторону меняется и ее положение на рынке.

Такого рода инновацией в свое время стала стратегия создания глобальных систем бронирования и дистрибьюции, предполагающая объединение отелей в разных странах мира в единую электронную систему обмена данными и клиентами. Известные гостиничные корпорации вслед за авиакомпаниями начали использовать компьютерные гостиничные системы, как для внутреннего управления, так и создания собственных транснациональных компьютерных систем бронирования и резервирования мест.

Например, корпорация "Starwood Hotels & Resorts" предлагает своим гостям стать участником программы «Starwood Preferred Guest (SPG) Программа Привилегированных Гостей Старвуда», которая является самой популярной программой лояльности среди гостиничных сетей. Члены программы получают баллы и дополнительные услуги в отелях сетей Westin, Sheraton, St. Regis, Luxury Collection, W Hotels и Four Points - в более 740 отелях в 80 странах. С целью удовлетворения потребностей деловых людей в крупнейших деловых центрах мира, сеть «Шератон» разработала программу «Гостиницы в аэропортах» в девяти европейских аэропортах и четырех американских. Эта инновационная программа включает «Кухню по биологическим часам», разработанную лучшими шеф-поварами сети и ведущими диетологами для того, чтобы побороть негативные эффекты от перелетов, «Номера для отдыха днем», которые можно забронировать за половину цены, при этом воспользовавшись теми же удобствами, что и во время проживания в отеле. Кроме того, клиентам предоставляется набор «Transit Survival Kit», в который входят предметы личного пользования, и, конечно, услуги прачечной и химчистки.

Диверсификация гостиниц. Это процесс, характерный для экономических гостиниц. Такие гостиницы будут делиться внутри своего класса на несколько групп: на гостиницы высокого класса в своем сегменте, гостиницы среднего уровня и гостиницы среднего класса. Это разделение будет удовлетворять запросам разных групп людей. Разделение экономических гостиниц на несколько направлений востребовано и оправдано, так как нельзя абсолютно всех людей поделить исключительно на 2-3 категории. Люди, пользующиеся экономичными гостиницами неоднородны по своему составу, поэтому их потребности будут удовлетворены наиболее полно, если отели станут ориентироваться на более узкий сегмент.

К наиболее радикальным инновациям следует отнести эксклюзивные варианты средств размещения, которые в ближайшем будущем не будут

скопированы никем. Примером таких гостиниц является отель «Джумейра Бич» (г. Дубай), особенно его второй корпус «Арабская башня». Его отличительными признаками являются высота (321 м), отделка (использованы редчайшие природные материалы), вход (находится на крыше, на высоте более 200 м, рядом с вертолетной площадкой, куда и прибывают гости), ресторан (расположен в самом низу, на морском дне, в огромном стеклянном куполе).

К радикальным инновациям следует отнести и концепцию экологичных отелей. Гостиницы, бренда Innovation Hotel планируют использовать для своей инфраструктуры только солнечную энергию и обходиться постоянным объемом воды, которая после использования будет очищаться и вновь попадать в водопровод. На крыше будут установлены солнечные панели для нагрева воды, а ветряные мельницы смогут генерировать электричество, необходимое для нужд гостиницы. Небольшие парки, разбитые на крышах, помогут сохранить помещения прохладными в жаркие месяцы и защитят от холода зимой, что сэкономит энергию, которая требуется на кондиционирование и обогрев номеров. Вся дождевая вода будет собираться в специальные резервуары, очищаться и использоваться в ваннах и туалетах, а также для мытья, посуды. В отеле будут установлены окна и мебель из переработанных материалов с гарантированным использованием только натуральных компонентов. Еда, оставшаяся на шведских столах, будет герметично упакована и передана в благотворительные фонды, а все бытовые отходы будут сортировать и отправлять на переработку.

Диверсификация - это тенденция, которая в будущем будет характерна не только для гостиничной индустрии, но и для всей индустрии гостеприимства в целом.

Объединение с индустрией развлечения, с игорным бизнесом. Это яркая тенденция прослеживается в тех странах, регионах и городах, где существуют благоприятные условия для развития игорного бизнеса.

Клиентам отелей постоянно предлагают новые услуги, гостиницы стараются наиболее плотно удовлетворить все желания и потребности постояльцев, в том числе и в потребностях развлечения и отдыха.

Игорный бизнес - важная часть индустрии развлечения, но не единственная ее составляющая. Иногда прямо в гостиницы расположены центры развлечений, где клиенты могут для себя выбрать способ отдыха.

Объединение с индустрией развлечений добавит в список услуг, стандартно предоставляемых гостиницей, новые позиции. Это положительно скажется на отдельных гостиницах и на всем гостиничном бизнесе.

Новосозданные гостиничные инновации обычно влекут за собой целую цепочку мероприятий по изменению наличествующих технологий функционирования гостиничной корпорации или отдельной гостиницы и являются достаточно капиталоемкими. Обычно они внедряются в случае глобальных изменений всего внешнего окружения и обусловлены агрессивной позицией гостиницы на рынке в стремлении занять определенный сектор или нишу с помощью предложения принципиально новых продуктов и процедур обслуживания клиентов. Как ведущую технологию и свое конкурентное: преимущество "Moscow Country Club" в Нахабино успешно использует проведение многочисленных установочных сессий и турниров по гольфу, в том числе и на кубок Президента России. Классификация гостиничных инноваций по характеру удовлетворяемых потребностей выделяет инновации, связанные с удовлетворением существующих потребностей, и инновации, направленные на создание новых потребностей. Основная масса нововведений, осуществляемых организациями индустрии гостеприимства, направлена на удовлетворение имеющихся потребностей.

Перечисленные выше тенденции будут характерны для гостиничной индустрии в ближайшем будущем. Они уж сейчас определяют ее развитие. Следует отметить, что многие нововведения негативно воспринимаются бизнесменами по причине недоработок, ухудшающих условия для развития

коммерческой деятельности, но через некоторое время большинство гостиниц приспособляется к новым правилам. Хочется верить, что продвижение внутреннего туризма в России и высокая конкуренция между отелями будут способствовать развитию гостиничного бизнеса, нацеленного на удовлетворение потребностей людей с обычным уровнем дохода.

Таким образом, следует отметить, что возникновение новых услуг гостиничных предприятий и способы оказания уже ставших традиционными основываются на потребностях туристов. Инновации, направленные на создание новых потребностей, достаточно редки, поскольку требуют наличия у гостиниц определенного творческого и инвестиционного потенциала. Кроме этого данная подгруппа инноваций несет в себе значительные риски неуспеха проводимых мероприятий в случае недостаточной полноты данных, полученных в результате исследования рынка, и ошибочности принятого руководящего решения. Чтобы отдых проходил комфортно и качественно, многие бренды уже внедрили множество различных услуг и предложений. Стоит отметить по достоинству вложенные труды и финансовые средства предпринимателей, которые стараются сделать так, чтобы гости посещали их более часто.

Ведь предлагаемый сервис ресторанов и гостиниц, сегодня, имеет самые высокие показатели. Тем самым привлекая еще больше гостей в свои кулуары, распахивая дружеские объятия перед гостями и провожая с надеждой, что все прошло на самом высоком уровне. А это значит, что клиенты, будут возвращаться и посещать данные заведения вновь и вновь.

Библиографический список

1. Григорьева Н.С., Шевердина И.В. Ключевые параметры поддержки развития делового туризма в Ростовской области // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2018. – Т. 4. – № 1. – С. 22-26.
2. Григорьева Н.С. Проблемы и перспективы развития сферы туризма в условиях цифровой экономики // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2019. – Т. 5. – № 2. – С. 47-52.