

технологический прогресс как фактор инноваций в гостиничном бизнесе

Аннотация

В статье описываются особенности инновационного подхода к управлению гостиницами. По мнению авторов, инновации – технологические и не только – являются главным источником конкурентных преимуществ современного отеля.

Ключевые слова: бронирование, гостиничный бизнес, инновационный подход, управление продажами

Кобяк

Марина Викторовна

*канд. экон. наук,
профессор кафедры
гостинично-
туристского бизнеса
gtb@rea.ru*

Лайко

Михаил Юрьевич

*д-р экон. наук,
профессор кафедры
гостинично-
туристского бизнеса,
заслуженный деятель
науки РФ*

*Российский
экономический
университет
им. Г.В. Плеханова*

Информационная доступность современных средств размещения, приводит к двоякому результату: с одной стороны, отель становится максимально открытым и доступным для потенциального клиента, с другой, подобная открытость приводит к быстрому копированию новаций в управлении конкурентами. В подобной ситуации конкурентную борьбу могут выиграть только гостиницы, постоянно применяющие инновационный подход к управлению.

В соответствии с международными стандартами инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности либо в новом подходе к оказанию услуг.

Для предприятий сферы услуг целесообразно внедрение нетехнологических инноваций, которые, с одной стороны, являются источником конкурентных преимуществ, а с другой, не могут быть идеально скопированы.

Если технологические инновации выступают в форме новых продуктов и технологий, а также являются основным фактором производственно-

хозяйственной динамики предприятия, то управленческие инновации – основа постоянного процесса совершенствования системы управления в целом и необходимое условие для эффективного развития гостиничного бизнеса. В соответствии с динамично меняющимися условиями деятельности любое гостиничное предприятие как полноценный участник рынка вынуждено изменяться, становясь инициатором внутриорганизационных инновационных процессов.

Информационные технологии в управлении отелями

Для предприятий гостиничного бизнеса инновационный подход проявляется, прежде всего, в совершенствовании информационного обеспечения деятельности средства размещения. Для обеспечения необходимого уровня конкурентоспособности очевидна необходимость использования новейших информационных технологий при внедрении новых видов основных и дополнительных услуг, а также расширение применения новых каналов коммуникаций для продвижения гостиницы.

В управлении гостиничными комплексами, особенно гостиницами, входящими в крупные международные сети, есть возможность широкого применения всего спектра современных информационных технологий – от систем автоматизированного управления службами гостиницы до программ бронирования номеров в сети интернет.

Наличие подобной системы позволяет гостинице поддерживать быстрое взаимодействие с туроператорами и турагентами, выходить на рынок бронирования услуг для индивидуальных туристов, а также встраиваться в системы глобального бронирования через специализированные порталы.

Современные продукты автоматизации управления отелем, такие, как Fidelio и Epitome PMS, позиционируются как инструменты максимальной интеграции гостиничного комплекса со сторонними системами. Системы управления от корпорации MICROS-Fidelio – самые полнофункциональные решения для управления, предназначенные как для независимых гостиниц, так и для гостиничных сетей, как для небольших отелей с огра-

конкурентную борьбу могут выиграть только гостиницы, постоянно применяющие инновационный подход к управлению

ниченным набором услуг, так и для первоклассных 5-звездочных гостиниц.

Такой охват рынка объясняется тем, что существует большое число продуктовых линеек по одному направлению, ориентированных на предприятия разных сегментов. Орега предназначена для отелей luxury, объектов, входящих в международные цепочки, Fidelio 8 оптимален для несетевых отелей.

Следующим шагом в развитии системы является использование платежных терминалов для продажи номеров по всей России. При участии в пуле до 80–100 отелей разработчики хотят присоединиться к мировым системам он-лайн бронирования.

Инновации при управлении продажами

Отель должен стремиться получить доступ к максимально широкому набору каналов продаж. В каких каналах и когда осуществлять продажи – вопрос политики продвижения, это зависит от сезона, текущей загрузки отеля и множества других факторов. В частности, представлять себя в глобальных (GDS) и/или альтернативных (ADS) системах бронирования, в первую очередь, необходимо отелям, ориентированным на бизнес-сегмент. Однако это могут быть не только городские бизнес-отели, но и средства размещения любого формата: загородные отели, SPA-отели на побережье, отели для любителей экстремального отдыха, желающие привлечь клиентов с определенным уровнем достатка. Среди основных функциональных возможностей системы можно выделить следующие:

1) *управление отделом продаж и маркетинга гостиницы.* Система автоматизирует работу каждого сотрудника отдела продаж, позволяет планировать встречи, телефонные звонки и выполнение различных задач, ведет общий календарь и расписание дня менеджеров. Результаты каждого общения с клиентом фиксируются в системе для получения полной картины деятельности отдела и состояния дел с каждым клиентом. Руководители отделов продаж могут ставить четкие цели работы каждого сотрудника и контролировать их выполнение;

2) *управление взаимоотношениями с клиентами.* Возможность вести учет предпочтений клиента и всех договорных условий, что позволяет предоставлять более высокий уровень клиентского сервиса;

***управленческие
инновации – основа
постоянного процесса
совершенствования
системы управления
в целом и необходимое
условие
для эффективного
развития
гостиничного
бизнеса***

3) управление программами лояльности и поощрения постоянных клиентов позволяет отелю создавать собственные программы лояльности, предусматривающие вознаграждение постоянных клиентов, а также клубные программы с возможностью предоставления скидок, бонусов и выдачи премиальных сертификатов;

4) управление продажами и мероприятиями в отеле. Информация обновляется в режиме реального времени, но самое главное, модуль интерфейсов позволяет обмениваться данными со смежными системами гостиничной автоматизации.

Создание собственного сайта гостиницы позволяет не только бронировать номера напрямую, но и предоставляет широкие маркетинговые возможности самому отелю. Наличие виртуальной экскурсии по гостинице, формы обратной связи, анкеты, направленной на получение информации об оценке сервиса клиентом, возможность подписаться на рассылку специальных предложений и другие возможности современных технологий широко используются ведущими производителями гостиничных услуг. Сайт современной гостиницы может являться не только средством бронирования проживания, но и неким информационным порталом, позволяющим заказать билеты в театр, узнать погоду, проложить маршрут экскурсии по историческому центру или в режиме реального времени посмотреть с помощью веб-камеры на достопримечательности.

Инновации в обеспечении комфорта и безопасности клиентов

Разработка презентационных материалов гостиниц постепенно переходит из формата печатной продукции в категорию мультимедийных продуктов от традиционных каталогов, которые можно скачать с сайта гостиницы (как правило, в формате pdf), до виртуальных экскурсий в формате 3D. Клиент со своего компьютера при помощи интернета может просмотреть меню ресторана отеля, ознакомиться с ассортиментом услуг SPA-салона и распечатать купон, дающий право на скидку. Получение оперативной информации позволяет быстро и точно выбрать необходимую услугу.

Велика роль инновационного подхода в обеспечении безопасности клиентов. Наличие системы виде-

любое гостиничное предприятие как полноценный участник рынка вынуждено изменяться, становясь инициатором внутри-организационных инновационных процессов

**создание
собственного
сайта гостиницы
позволяет не только
бронировать
номера напрямую,
но и предоставляет
широкие
маркетинговые
возможности
самоу отелю**

онаблюдения не только на территории отеля, но и на близлежащей территории, электронные замки на дверях номера и программируемые сейфы стали широко распространенными средствами защиты клиентов. Особенно актуальны вопросы безопасности в небольших отелях с минимумом персонала или его отсутствием.

Инновации в гостиничном бизнесе незаменимы в инженерии. Как только срабатывают датчики сигнализации, открываются электронные замки запасных выходов, действует система оповещения, и людей начинают эвакуировать по специальным путям, при этом в отеле неукоснительно следят за тем, чтобы эти пути всегда были свободны. Все инженерные системы отеля, пожарной сигнализации и оповещения о пожаре, пожаротушения и контроля доступа, видеонаблюдения и охранной сигнализации, а также система управления инженерным жизнеобеспечением объединены в единое информационно-управляющее пространство.

Гостиничный бизнес подразумевает наличие значительного объема работы по учету, контролю и статистической обработке информации. В любой гостинице имеется своя система управления, крупные комплексы используют обычно такие системы, как Fidelio, INHOVA, IR Timelox и т.п. Программный комплекс, на котором будут базироваться все подсистемы безопасности, должен быть совместим с системой управления. Огромный плюс такой системы в том, что она полностью исключает возможность «левых» заселений.

Инновационный эко-отель

Практически стандартом для современных отелей, начиная от уровня 3 звезды и выше, является наличие беспроводного интернета со свободным доступом или платным доступом (для невозможности несанкционированного подключения). Наличие свободного широкополосного интернета у персонала и постояльцев позволяет наладить круглосуточный обмен информацией как между собой, так с внешними источниками. Использование IP-телефонии и специальных программ доступа (Skype и др.) позволяет сократить расходы на междугородние и международные звонки.

Мобильные приложения позволяют туристическим компаниям занимать значительную долю рынка. Для достижения конкурентных преимуществ современной гостинице необходимо изучить возможность использования следующих мобильных приложений.

Мобильный контент, дающий большие возможности для новой интернет-среды может стать новым ключом к маркетингу отеля является проверенным способом, чтобы повысить загрузку и привлекательность отеля.

Популярность таких место-ориентированных мобильных приложений и веб-сайтов растет как среди рекламодателей, так и среди пользователей. Для индустрии туризма больше, чем для любой другой, услуги, основанные на местоположении, необходимы для будущего персонализированного маркетинга. Интеграция местоположения отеля с Google Maps, или реклама, на верно ориентированных на местности платформах, являются чрезвычайно прибыльными и представляют собой возможность для инноваций.

Еще одной инновационной тенденцией является использование принципов экологичности не только при проектировании и строительстве, но и в текущей деятельности отеля.

Инновационный эко-отель, включает в себя солнечные панели на крыше для нагрева воды, ветряные генераторы для выработки электроэнергии, оконные стекла из вторсырья, мебель, полностью сделанную из переработанных материалов. В отделе используются нетоксичные краски. Пищевые отходы перерабатываются в удобрения.

Инновационными могут быть методы использования уже существующей технической базы. Оптимизация расходов, как и увеличение доходности, на современном этапе развития отельного бизнеса, могут быть гарантированы при создании системы инновационного менеджмента, что способствует эффективному и конкурентоспособному бизнесу в индустрии гостеприимства.

Заключение

Таким образом, одним из наиболее сильно влияющих на производственный процесс в гостиничном бизнесе явлений стал прогресс инновационных

инновационный эко-отель включает в себя солнечные панели на крыше для нагрева воды, ветряные генераторы для выработки электроэнергии, оконные стекла из вторсырья, мебель, полностью сделанную из переработанных материалов

технологий. Гостиничная деятельность по ряду своих специфических особенностей одна из первых в полной мере адаптировала своим потребностям достижения в сфере телекоммуникаций и автоматизированных систем обработки информации. Автоматизация позволила гостиничным предприятиям увеличить эффективность деятельности за счет автоматизированных и интернет-систем, обеспечить максимальное присутствие на потребительских рынках и тем самым, максимально приблизиться к своим потенциальным клиентам.

Литература

1. Баркер Алан. Алхимия инноваций. – М.: Вершина, 2003.
2. Гостиничное и ресторанное дело, туризм: сборник нормативных документов. – Ростов-н/Д, 2003.
3. Вертакова Ю.В., Симоненко Е.С. Управление инновациями: теория и практика: учебное пособие. – М.: Эксмо, 2008.
4. Кобяк М.В. Качество гостиничных услуг и других предприятий гостиничного комплекса: основные характеристики услуг. – М.: Арт-Бизнес-Центр, 2011.
5. Лайко М.Ю. Управление знаниями в индустрии гостеприимства. – М.: Изд-во Росс. Эконом. Акад, 2005.

pn

Marina V. Kobyak

Cand. of Econ. Sci., Professor, Department of Hospitality and Tourism Business, Plekhanov Russian University of Economics

Mikhail Y. Laiko

Doctor of Econ. Sci., Professor Department of Hospitality and Tourism Business, Honored Scientist, Plekhanov Russian University of Economics

Technological Progress as a Factor of Innovation in the Hospitality Industry

Abstract

The paper deals with the issues of improving the management of hospitality businesses and describes the features of the innovative approach to the hotel management. The authors believe that technological and other types of innovation are the main source of competitive advantages of a present-day hotel.

Keywords: reservation, hospitality business, innovative approach, sales management