**Внедрение инновационных технологий обслуживания в индустрии гостеприимства**

**Новокрещенова Алина Дмитриевна**

**кафедра социально-культурного сервиса и туризма**

**«Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма»**

**Краснодар, Россия**

Аннотация: Актуальность исследуемой работы заключается в первостепенной роли инновационных технологий, которые помогают компаниям гостиничного бизнеса улучшить процесс предоставления услуг. Развитие дополнительных услуг невозможно без внедрения инновационных технологий, поэтому их использование в обслуживании в гостиничном бизнесе является актуальной проблемой, так как способствует повышению качества обслуживания клиентов и эффективности деятельности отелей в целом. Целью исследования является разработка рекомендаций поэтапному внедрению инновационных технологий в процессе оказания услуг в индустрии гостеприимства. В качестве научного инструментария используются: методы системного и логического анализа; функциональный подход; методы научной классификации; обобщения предметов и явлений. В процессе исследования была обоснована целесообразность внедрения инновационных технологий на предприятиях гостиничного бизнеса и были выделены текущие направления применения инноваций в гостиничном бизнесе, таких как улучшение сервиса.

Ключевые слова: инновационные технологии, индустрия гостеприимства, технология обслуживания, гостиничный сервис

**1. Введение**

**Актуальность** выбранной темы, обусловлена тем, что в настоящее время в соответствии с индивидуальными предпочтениями гостей современный отель может предоставлять широкий выбор дополнительных видов сервиса. Кроме обязательных услуг – размещения и питания, отель предоставляет дополнительные услуги. Разработать такие услуги невозможно без внедрения инновационных технологий, поэтому их использование в обслуживании в гостиничном бизнесе является актуальной проблемой, так как способствует повышению качества обслуживания клиентов и эффективности деятельности гостиниц в целом.

**Теоретико-методологическими ориентирами** послужили труды Гареева Р.Р, который утверждал, что гостинично-туристская отрасль является стремительно развивающейся сферой предпринимательства, эффективное функционирование которой во многом зависит от информационных потоков, коммуникаций, внедрения инновационных технологий; ученого Ф. Никсона, считавшего, что инновация - это совокупность технических, производственных и коммерческих мероприятий, приводящих к появлению на рынке новых и улучшенных промышленных процессов и оборудования. Следовательно, сущность инноваций состоит из концепции понимания инновации как основополагающего фактора конкурентоспособности предприятия на рынке.

**Проблематика исследования** состоит в том, что разработка и внедрение инновационных технологий могут быть использованы предприятиями индустрии гостеприимства при организации мероприятий по совершенствованию процессов оказания услуг.

**Цель исследования** заключается в разработке рекомендаций поэтапному внедрению инновационных технологий в процессе оказания услуг в индустрии гостеприимства.

Поставленная цель достигается решением следующих **задач**:

1. Проанализировать современное состояние индустрии гостеприимства в Российской Федерации.

2. Изучить применение инновационных технологий на примерах ведущих гостиничных цепей.

3. Изучить этапы внедрения инновационных технологий в процесс обслуживания.

**Методология исследования** основана на сочетании приемов системного и логического анализа, позволяющих представить инновационные технологии как взаимосвязанную совокупность компонентов; функциональный подход, с помощью которого определено назначение каждого компонента и системы в целом; методы научной классификации; обобщения предметов и явлений.

**2. Основная часть**

Гостиничная индустрия имеет большой потенциал для развития. Сейчас в России работают отели с самым разным уровнем оказания услуг. Большинство из них находятся на одном уровне технологического оснащения с мировыми гостиничными сетями. Однако гостиничный бизнес в России еще не полностью сформирован. Большую роль сейчас играют дополнительные услуги и развлечения. В результате чего в России одной из главных задач, стоящей перед компаниями гостиничного бизнеса, является привлечение клиентов и создание высокоэффективного уровня обслуживания. Как и любая другая область экономики, гостиничная индустрия нуждается в определенных технологиях, которые обеспечивают ее конкурентоспособность за счет улучшения дополнительного обслуживания.

Вывод дополнительной услуги зависит от использования передовых сервисных технологий. Этот термин относится к совокупности всех существующих и используемых отелем организационных, технологических, маркетинговых, финансовых, логистических, кадровых и других инструментов, методов и способов ведения бизнеса.

В гостиничной и туристической индустрии инновации - это процесс создания и внедрения новых, отличных от стандартных методов технического обслуживания, создания необычных экскурсий, новых способов проектирования предприятия, а также разработка мероприятий, которые способствуют более комфортным условиям пребывания гостей.

Чтобы определить новые направления обслуживания, необходимо собрать информацию о существующих и внедряемых технологиях, которые могут быть использованы для ведения бизнеса. При этом необходим обзор не только гостиничных технологий, но и технологий, используемых партнерами, поставщиками и клиентами. Поиск также может проводиться в соседних и удаленных от гостиничного бизнеса отраслях.

Инновационные технологии могут изменить расстановку сил конкурентной борьбе в отрасли. Ведущая технология на этапе ее реализации, как правило, является собственностью одного игрока на рынке. Успешные передовые технологии могут революционизировать рынок и вывести его носителя в лидеры, даже если раньше он таковым не являлся. Поэтому важно, чтобы лидирующие отели не пропустили появление инновационных технологий на рынке.

Применение инновационных технологий в обслуживании клиентов может быть классифицировано:

1. Разработка новых видов логистического обеспечения туристических услуг, повышающих качество услуги, например, спутниковое телевидение, современные системы безопасности, дистанционное обслуживание клиентов

2. Внедрение компьютерных-информационных технологий в систему бронирования отелей. В настоящее время международные системы, такие как GDS (глобальная система распределения), позволяют туристическим компаниям бронировать отели в режиме реального времени, бронировать рейсы, круизы, тем самым это сокращает время обслуживания клиентов. Также важно отметить, что GDS является эффективным рекламным инструментом. Отель становится известным более чем 500000 туристическим агентствам по всему миру и находится в самых популярных системах бронирования, которые используют GDS базу, таких как Travelocity и Expedia.

3. Экологизация технологий. Нестабильная экологическая ситуация в мире вынуждает гостиничные и туристические компании использовать в своей работе такие технологии, которые, получив высочайшее качество продукции или услуг, обеспечили бы экологическое равновесие в природе, предотвратив загрязнение окружающей среды. Сегодня эко-программы реализуются во многих гостиничных компаниях;

Среди новых услуг отелей в рассматриваемом направлении следует отметить:

1. Внедрение сервиса Hotel Crowne Plaza Moscow WTC BagsPorter – это сервис по доставке багажа на рейсы авиакомпаний, который призван значительно повысить уровень комфорта путешественников. Суть сервиса заключается в том, что, оформив выезд из отеля, гость может заказать доставку багажа в аэропорт, тем самым значительно сэкономив время.

2. Также при поддержке IBM Garage компании Travelport и IBM Services в сотрудничестве с BCD Travel разработали продукт с минимально необходимыми функциями, основанный на технологии blockchain для оптимизации согласования комиссий между BCD и тремя крупными гостиничными сетями. Процесс сопоставления комиссий, которые платят отели, связан с многочисленными проблемами, вызванными отсутствием сквозной регистрации операций. По этой причине данные должны быть сопоставлены вручную, что приводит к финансовым потерям, неблагоприятным коммерческим последствиям при корректировке комиссий и растущей ответственности в прогнозе продаж. Устранение этих недостатков позволяет всем заинтересованным лицам, участвующим в бронировании гостиничных номеров, получить причитающиеся им компенсации и, в конечном счете, вывести обслуживание клиентов на оптимальный уровень. Так, для гостиницы высокого класса с международными стандартами ведения бизнеса внедрение системы управления доходами может стать базовой технологией, тогда как для российской гостиницы средней категории — несомненно, инновационной.

3. Одним из выдающихся примеров инновационных технологий является инновационная система размещения AccorHotels - гостиничный номер #360room. Это проект, который позволяет изменять расположение мебели по желанию гостя с помощью электронного управления. Управление электронными устройствами осуществляется через iPad и всегда находится под рукой.

4. С распространением вируса COVID-19 в мире произошли значительные изменения, поэтому желание защитить клиентов и сотрудников имеет решающее значение. Компания Radisson Hotel Group разработала протокол безопасности Radisson Hotel Safety Protocol, новую программу для поддержания чистоты и проведения дезинфекции. Протокол разработан в партнерстве с мировым лидером в области инспекционных услуг, экспертизы, тестирования и сертификации SGS. Он сочетает в себе лучшие практики в области очистки и гигиены с усиленными протоколами и запатентованными инновационными технологиями для поддержания здоровья.

5. Последнее поколение решений для продаж и взаимоотношений с клиентами является Saas-Libra OnDemand CRM Hotel Management System. Этот продукт интегрирован в систему управления отелем Fidelio, которая полностью адаптирована к российскому рынку. Как правило, он устанавливается отелями вместе с популярным биллинговым и кассовым комплексом «Микрос».

Преимущества и функции Libra OnDemand заключаются в следующем:

- управление продажами и маркетингом отеля. Там, где система автоматизирована каждым торговым представителем, позволяет планировать встречи, звонки и другие задачи заранее. Результаты интервью с гостями регистрируются системой для получения отчета о деятельности отдела и состоянии дел с каждым гостем. Менеджеры по продажам могут контролировать выполнение каждого сотрудника;

- управление взаимоотношениями с гостями. Например, Libra OnDemand CRM дает полный анализ для каждого гостя отеля, компаний и туристических агентств. Статистика для каждого гостя автоматически отправляется PMS в Libra OnDemand и, таким образом, доступна для просмотра и анализа. Менеджеры по продажам и маркетингу получают полную информацию о доходах каждого гостя, включая все бронирования;

-управление программой лояльности и поощрения постоянных клиентов отелей, позволяющее создавать свои программы лояльности, вознаграждение постоянных клиентов, а также возможности предлагать скидки, бонусы и выдавать премии кадрам;

-управление продажами и мероприятиями. Libra OnDemand содержит графический модуль, который позволяет планировать загрузку конференц-залов, составлять меню для банкетов, координировать работу всех служб и подразделений отеля по банкетному обслуживанию.

Внедрение и использование вышеупомянутых дополнительных услуг зависит от:

1. Скорости признания нового продукта конечным потребителем.

2. Скорости признания нового продукта поставщиками услуг.

3. Ресурсов отеля.

4. Управления качеством.

5. Эффективности в отеле существующей системы организации продаж.

6. Ценовой политики для новой услуги.

7. Уровня конкуренции.

8. Сроков достижения рентабельности.

Внедрение инновационных технологий в процессе обслуживания должно происходить постепенно:

На первом этапе проводится научно-исследовательская работа с продвижением научно-технических идей.

Второй этап предполагает довольно рискованные прикладные исследования, которые могут привести к финансовым потерям организации в ходе их реализации.

Третий этап заключается в реализации экспериментально-конструкторских и проектных работ, связанных с разработкой проектов, ограниченных количеством их испытаний. На этом этапе ведется разработка предварительных чертежей, составление плана рабочих процессов, анализа возможных концепций инновационного проекта.

Коммерциализация внедрения, требующая больших инвестиций для подготовки персонала и совершенствования технологий, происходит на четвертом этапе инновационного процесса. Этот этап характеризуется достаточно высоким риском, связанным с возможным непониманием и отказом от новизны, а также большими финансовыми затратами, направленными на развитие крупного производства и реализацию многих процессов совершенствования технологических аспектов предприятия.

Так, менеджеры и отельеры в современную эпоху научно-технического прогресса, чтобы отель оставался конкурентоспособным и высокоэффективным, должны разрабатывать и внедрять новые технологии обслуживания клиентов с учетом кадрового, финансового и информационно-технического потенциала. Потому что инновации могут способствовать не только высокой производительности, но и высокой прибыли.

**3. Заключение**

На основании проведенного исследования были сформулированы нижеследующие выводы.

Выводы:

1. Проанализировав современное состояние индустрии гостеприимства в Российской Федерации и влияние инновационных технологий на качество услуг, необходимо сделать вывод, что сегодняшняя задача российского предпринимателя в гостиничном бизнесе состоит не только в развитии собственных уникальных услуг, но и в возможном заимствовании, совершенствовании и применении уже существующих глобальных инноваций на местном рынке, что позволяет успешно создавать различные дополнительные услуги, привлекательные для потенциальных потребителей, повышающие престиж гостиничного предприятия.  Результаты проведенного исследования могут быть использованы в гостиничном бизнесе для улучшения качества обслуживания гостей.

2. При изучении применения инновационных технологий на примерах ведущих гостиничных цепей стоит отметить, что успешные передовые технологии могут революционизировать рынок и вывести его носителя в лидеры на рынке услуг. Поэтому важно, чтобы лидирующие отели не пропустили появление инновационных технологий на рынке.

3. Во многом перспективы инновационного товара зависят от того этапа, на котором он находится. Чем быстрее осуществляется инновационный процесс, тем вероятнее то, что новинка будет иметь успех на рынке, будет обладать большей ценностью.

**4. Список литературы**

1. Гареев, Р.Р. Инновационные методы стимулирования спроса в индустрии гостеприимства и туризма: учеб. пособие для бакалавров/ Р.Р. Гареев.- М. : РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2015.- 92 с.

2. Гареев, Р.Р. Инновационные технологии в туризме: учеб. пособие для бакалавров/ Р.Р. Гареев, Е.А. Блинова, А.В. Романюк.- М.: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2017. -83 с.

3. Валеева Е. О. Современные технологии организации туристской деятельности: учебное пособие / Е. О. Валеева. - СПб.: Троицкий мост, 2015. - 194 с.

4. Никсон, Ф. Роль руководства предприятия в обеспечении качества и надежности / Ф. Никсон. - М .: Изд-во стандартов, 1990. - 230 с.

5. Технологии и инновации // Официальный сайт ProHotelia- гостиничный бизнес online [Электронный документ] URL http://prohotelia.com/publikacii/technologii-i-innovacii/ (дата обращения 23.05.2020)