

Маюрова Д.Е.

студентка 4 курса

Высшей школы туризма и гостеприимства

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет

туризма и сервиса»

(д. п. Черкизово, РФ)

MayurovaDarya

4th year student Higher school of tourism and hospitality

Russian state «University tourism and service»

(Cherkizovo, Russia)

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

***Аннотация.** В статье обозначено определение понятия «инновация», рассматриваются основные направления развития инновационной деятельности в сфере туризма и гостеприимства, указана взаимосвязь вышеупомянутых сфер, характеризуются инновационные технологии, анализируется их содержание, а также особенности применения и предполагаемой эффективности.*

***Ключевые слова:** гостиничная индустрия, туризм, инновационные технологии, инновация, глобализация, имидж гостиничного предприятия.*

FEATURES OF STAFF INCENTIVES IN HOTELS

Annotation. The article defines the concept of "innovation", considers the main directions of development of innovative activities in the field of tourism and hospitality, indicates the relationship of the above-mentioned areas, characterizes innovative technologies, analyzes their content, as well as the features of application and expected effectiveness.

Keywords: hotel industry, tourism, innovative technologies, innovation, globalization, image of the hotel enterprise.

В нынешнем представлении, туризм прекратил считаться простым путешествием в различные места планеты. В настоящее время туризм начал играть чрезвычайно важную роль в жизни человечества. Ежегодно туристский поток становится все больше и больше, а так же восстанавливаются объекты туристской инфраструктуры, разрабатываются новые туристские продукты.

Сильное развитие в мире электронно-вычислительной техники и использование автоматизации позволяют считать туризм сферой международных информационных технологий и процессов.

Туризм в свою очередь непосредственно связан с гостиничной деятельностью. Стремительному и благополучному развитию туризма и гостиничного бизнеса содействует развитие многообразия сегментов и ниш мирового рынка.

Одним из методов усовершенствования качества обслуживания в индустрии гостеприимства считается внедрение инноваций, однако большее количество компаний либо не знают об инновациях, которые возможно применить с целью улучшения их предприятий, либо отказываются от них, по причине высокой стоимости.

Инновации и инновационная деятельность чаще всего представляются как одно из направлений научно-технического прогресса и как процесс, который плотно связан с внедрением результатов и достижений научных трудов и практик. Тем не менее, главный смысл и сущность определения «инновация» более обширен. Сфера инноваций считается весьма многоплановой и разнообразной сферой, она включает в себя как фактическое использование научно-технических разработок и открытий, так и перемены, изменения в предприятии, продукте и маркетинге.

В международной финансовой литературе «инновация» - это преобразование возможного научно-технического прогресса в настоящий, осуществляющийся в новейших технологиях и продуктах.

Инновационная деятельность в индустрии гостеприимства развивается в таких направлениях, как применение новых ресурсов, изменения в организации изготовления и потребления (использование современных основ менеджмента, а также маркетинга), обнаружение и использование новых рынков сбыта продуктов, использование ведущих технологий и новой техники.

Применение передовых технологий (глобализации компьютеризации) даёт наибольший результат в работе гостиничных предприятий, повышает их конкурентоспособность, количество клиентов и прибыль.

При внедрении инноваций в работу компании возникает проблема потребности в обучении, которая распространяется на любого сотрудника. Одним из наиболее простых решений здесь будут являться тренинги для персонала. Трудность может состоять в крупномасштабности установленных задач и ограниченном времени; но, при правильном планировании и удачном проведении обучающих занятий программа имеет возможность быть понята и усвоена за непродолжительный промежуток времени.

Нередко образ гостиничного предприятия формируется методом обработки анкетных данных. В данном случае проблема может состоять в следующем: во-первых, чаще всего, оценка постояльцем предложенной услуги носит личный характер; во-вторых, редко гостиничное дело качественно и по максимуму формирует систему оценочных критериев. Не маловажно учитывать, что особенно точное проявление слабых и сильных сторон гостиничного предприятия возможно лишь тогда, когда верно созданы оценочные критерии, в полном объёме характеризующие все стороны его деятельности.

В гостиничной индустрии появилась тенденция глобализации, которая отображает единство и многофункциональное участие предприятий в экономической, культурной и других сферах. Индивидуальным качеством

развития глобализации является использование современных информационных и телекоммуникационных технологий.

Формирование инновационных технологий медленно, но верно вытесняет печатные издания, заменяя их публикациями информации и рекламы в Интернете.

Внедрение телекоммуникационных систем дает возможность туристу без помощи других планировать свое путешествие.

В итоге, можно сделать вывод, что инновационные технологии выполняют определенное число важных функций, таких как:

- Воспроизводственная функция – полученная прибыль от инноваций будет использоваться как новый источник ресурсов;
- Инвестиционная функция – прибыль может быть направлена на финансирование последующих инновационных разработок;
- Стимулирующая функция – применение инновационных технологий способствует дальнейшему продвижению в данном направлении, развитие и поиск новых открытий.

Функции инноваций дают возможность допустить то, что вложение инвестиций в формирование инновационных технологий способно предоставить устойчивый финансовый результат предприятию.

Однако в рамках глобализации для индустрии гостеприимства могут появиться и определенные проблемы. Чрезмерная стандартизация характеристик потребления и моделей предложения услуг в большом количестве стран негативно влияет на местную культуру.

Процесс внедрения инноваций в индустрии гостеприимства достаточно своеобразен. Он получает своё признание через рынок туристских услуг, степень удовлетворенности гостя и, с другой стороны, благодаря принятию общих решений туристскими организациями, органами местного самоуправления и общественными организациями, деятельность которых связана с гостеприимством.

Создание инновационной инфраструктуры в индустрии гостеприимства целиком зависит от уровня экономического и технологического развития национальной экономики. Государства, которые имеют развитую производственную инфраструктуру, характеризуются повышением роли не вещественных, нематериальных факторов производства, информатизацией общества, опережающим развитием сферы услуг.

В целом инновационная инфраструктура в гостиничной индустрии представляет собой финансово-кредитную, информационную и организационную базу для разработки условий, способствующих продуктивной аккумуляции и распределению средств, а также оказанию услуг высокого качества.

Если исходить из изложенного выше, то можно сделать вывод, что глобализация в сфере туризма и гостеприимства является процессом стремительного увеличения туристических потоков, а также потоков услуг, капитала, информации и технологий, обычно не попадающих под регулирование национальных правительств. Движущей силой глобализации является, прежде всего, революция в информационно-коммуникационной сфере, либерализация рынков и обострение международной конкуренции.

Использованные источники:

1. Залялиева К.Р. Особенности инноваций в туризме и индустрии гостеприимства // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2019. – С.38-45.
2. Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства // Учебное пособие КНОРУС – 2007. – С. 256.
3. Михайлец А.В. Перспективы внедрения инновационных методов управления в индустрии гостеприимства // Молодой ученый. – 2016. – №5. – С. 374-377.
4. Выкиданец О.Д. Анализ современных инноваций в индустрии гостеприимства // Инновационная наука. – 2016. – №11-1. – С. 32-35.