

УДК 338.462

Алешко Е.В.

Научный руководитель: доцент, к.э.н. Власюк Ю.А.

ИННОВАЦИИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Сегодня гостиничный бизнес – одно из самых перспективных и быстроразвивающихся направлений, приносящее многомиллионные прибыли по всему миру.

Гостиничные технологии представляет собой совокупность методов, форм производства и предоставления услуг временного размещения туристов и сопутствующих услуг на туристском рынке [1].

Технологии в этой области стремительно развиваются. Прежде всего, это связано с тем, что перед отелями стоит непростая задача удовлетворить спрос своего постояльца и завоевать гостя, сделав его постоянным клиентом. Осуществить эти задачи без инновационных решений нереально. Борьба за каждого гостя, особенно в условиях кризиса, требует от отелей модернизации, как в технологиях, так и в сознании.

Однако существуют и определенные препятствия к внедрению новой технологии: стоимость самой инновационной разработки, необходимость адаптации к ней самого предприятия и то, что менеджеры, как правило, делают упор на получение дохода с текущей деятельности предприятия.

Инновационная деятельность в сфере гостеприимства сводится к следующим направлениям:

- выпуск новых видов гостиничных услуг;
- внедрение новой техники и технологии в производство привычных продуктов;
- использование новых ресурсов, ранее не использовавшихся;
- изменения в организации производства и потребления традиционных гостиничных услуг;

- поиск и завоевание новых рынков сбыта продукции.

Инновации в гостиничном бизнесе можно классифицировать следующим образом:

- Инновации в архитектурных технологиях
- Инновации в информационных технологиях
- Инновации в электронных технологиях
- Инновации в PR технологиях
- Инновации в экологических технологиях и т.д.

Остановимся подробнее на некоторых наиболее интересных новых технологиях и разберем, какие из них и как применяются на нашем рынке. Также попробуем просчитать их эффективность.

Архитектурные технологии

Имеется в виду появление новых видов гостиниц: гостиницы-капсулы, гостиницы-бочки, подводные и ледяные гостиницы, парящие воздушные гостиницы и многие другие виды, создаваемые, чтобы удовлетворить потребности в экзотическом виде отдыха.

Известно, что сеть World of Wonders строит здания гостиниц в виде известных исторических памятников. Есть у них Kremlin Palace и Venezia Palace.

Французский La Villa Hamster или Домик хомячка состоит всего из одного номера площадью 16 кв. м, в котором клиент по задумке создателей должен почувствовать себя настоящим грызуном. Дизайнеры решили продолжить эксперименты. Сейчас они хотят открыть отель с номерами, имитирующими утробу матери: там будет мягко, тепло и много приятных звуков [2].

Уже спроектирована орбитальная гостиница. По ожиданиям, она будет построена через 5 лет. Заказ номеров в орбитальном 5-звёздочном отеле доступен любому желающему [3].

Также совсем недавно на рынке появились бутик-отели. Это обычно дорогие отели со стилизованным или соответствующим определенной тематике интерьером. Иногда каждый номер бывает выполнен в своем уникальном стиле. Бутик-отель является шедевром отельного искусства, единственным и неповторимым продуктом, в отличие от массового предложения гостиничных сетей.

Информационные технологии

В настоящее время рынок информационных технологий развивается очень активно. Идет непрерывная работа по созданию программно-аппаратных систем, решающих задачи гостиничного бизнеса. Здесь можно выделить следующие технологии:

- система автоматизации работы гостиниц – позволяет создать единое информационное пространство для всех подразделений гостиничного комплекса, объединить все подразделения гостиничного комплекса в единое целое для организации и контроля работы пользователей и создать базу, предоставляющую оперативную отчетность в любой момент времени. Также помогают обеспечить высокий уровень сервиса (Такие программы как Fidelio, OPERA Enterprise Solution, Amadeus Property Management System являются наиболее распространёнными и используются во всём мире. Они необходимы для бронирования, учёта, регистрации и предоставления оперативной отчетности, а также оптимизации прибыли гостиницы. В этих программах сохраняются данные о гостях, их счета, контакты и многое другое);

- компьютерные системы бронирования. Компьютерные системы обеспечивают доступ к бронированию авиабилетов, гостиниц, круизных туров, прокату автомобилей. Наиболее известные системы бронирования: Amadeus – одна из самых больших туристских распределительных систем; GALILEO; WORLDSPAN – одна из ведущих в области технологий фирма в мире, которая постоянно предлагает новые разработки в сфере информационных услуг; системный комплекс Алеан (РФ) – компьютерная система бронирования нового поколения, построенная на новейших технологиях сети Интернет;

- интернет-технологии. Сегодня на рынок выходят новые возможности сети интернет. TVtrip.com и Trivop.com – это ведущие видеогиды по гостиницам, которые делают выбор отеля более простым, наглядным и увлекательным [4]. Созданные для облегчения поиска и выбора отеля потенциальными клиентами, сайты предоставляют беспристрастный минутный видеоролик, показывающий внешний вид отеля, интерьеры холлов, номеров и других зон.

Годовые затраты отелей на автоматизацию повышаются с каждым годом. Внедрение даже одного проекта управления гостиницей обходится в несколько десятков тысяч долларов. Сумма внушительная, а оценить рентабельность инвестиций в IT очень не просто. Однако внедрение IT-технологий позволяет достигнуть следующих целей:

- повышение производительности;
- снижение операционных издержек;
- повышение качества и скорости обслуживания клиентов;
- максимальное использование всех ресурсов. Основной ресурс гостиницы – её номерной фонд, и правильное управление процессом бронирования позволит использовать его наиболее эффективно.

Электронные технологии

Многие отели во всем мире сталкиваются с необходимостью переоборудования номеров и введения новейших электронных технологий, без которых просто немислим современный мир. Если до недавнего времени гости чаще обращали внимание на размер номера и бытовые удобства, то сейчас High-Tech все более востребован.

Ученые немецкого Института Фраунхофера создали модель «умного» гостиничного номера [5]. Номер оборудован «говорящим компьютером», который слушает голосовые.

Рестораны и отели Европы, США и Японии тестируют новую технологию заказа блюд при помощи сенсорных экранов, которая заменяет не всегда вежливых и иногда ошибающихся официантов. Корпорация Microsoft представила систему Microsoft Surface, которая превращает весь стол в большой сенсорный экран.

Для связи с персоналом отеля IBM предложили использовать устройство IBM's MASTOR со встроенным синхронным переводчиком. Гостю достаточно указать службу отеля, с которой он хотел бы связаться, а дальше можно говорить на своем родном языке. MASTOR автоматически распознает язык и выполнит синхронный перевод между гостем и персоналом отеля.

Также следует обратить внимание на роботизированную технику. Компания iRobot предложила использовать в номере робота – уборщика Roomba. Это небольшой тарелкообразный робот, который выполняет в номере бесшумную вакуумную уборку. Компания Motoman предложила оснастить гостиничный бар роботом, разливающим напитки и смешивающим коктейли.

PR технологии

Задача PR в гостиничном бизнесе состоит в том, чтобы достичь взаимопонимания, сформировать положительное отношение гостя к отелю на длительный период.

В условиях жесткой конкуренции на рынке гостиничных услуг менеджеры вынуждены прибегать к различным PR-акциям и креативным маркетинговым идеям. Однако масштабы осуществления PR-деятельности в гостиничном бизнесе в Беларуси по сравнению с зарубежом гораздо меньше.

Рассмотрим основные прогнозы и тенденции гостиничного маркетинга [6]:

- Создание тематических порталов – тематические порталы становятся одной из основных тенденций привлечения новых клиентов в гостиницы. Данный подход может дать хороший и быстрый результат, однако вначале потребуются большие инвестиции на создание и продвижение проекта.

- Онлайн-видеомаркетинг – онлайн-видеопрезентация. Зарубежные отели часто используют вирусный видеомаркетинг.

- Событийный маркетинг – распространение информации о событиях отеля или региона, в котором он находится.

- PR-акции (различного рода мероприятия): организация в гостинице выставок по искусству, проведение детских карнавалов, показов моды, недели кухонь различных регионов, всевозможные дискуссии и т.д.

Расчет эффективности PR в последних исследованиях производится по очень интересной формуле [7]:

Оценка PR – деятельности = Рост симпатий ÷ Стоимость PR

Считается, PR-деятельность приносит положительный эффект, если она ведет к росту симпатий к предприятию.

Экологические технологии

Одно из наиболее популярных и востребованных направлений в гостиничных технологиях – экологичность применяемых решений.

Отели класса «люкс» призывают сохранить окружающую среду посредством более экологичных технологий в сфере гостиничного бизнеса. Согласно последним исследованиям Международного Экологического Сообщества, более шестидесяти процентов американских туристов готовы платить большую сумму за номера в отелях, если те участвуют в программах охраны окружающей среды [8].

Innovation Hotel – инновационный эко-отель [9], использует солнечные панели на крыше для нагрева воды, ветряные генераторы для выработки электроэнергии, оконные стекла из вторсырья, мебель, полностью сделанную из переработанных материалов. Из бытовых отходов предполагается вырабатывать тепло и энергию, крыша с тонким слоем грунта и зелеными насаждениями помогает тепло- и звукоизоляции, а система сбора дождевой воды будет снабжать водой туалеты. Отработанное масло с кухни будет использоваться как биотопливо. Указатели из натурального базальта на входе и на газонах заменят пластиковые и металлические таблички. В отделке применяются нетоксичные краски. Пищевые отходы перерабатываются в удобрения.

Некоторые отели пошли другим путем. Например, один отель каждую пятницу организует семинары с гостями отеля, которые проводит профессиональный биолог. Вместе с ученым гости знакомятся с подводным миром коралловых рифов; изучают флору и фауну, обсуждают возможность сосуществования человека и природы.

Остается надеяться, что все подобные начинания станут не только престижными, но и смогут приносить ощутимые дивиденды, не обязательно в денежном выражении. Ведь инвестиции в охрану окружающей среды на данный момент – явление, скорее, исключительное, чем обычное. Хочется верить, что рано или поздно все вышесказанное станет актуальным и для Беларуси.

Гостиничный номер скоро перестанет быть просто комнатой с кроватью и столом. Новые технологии изменят не только внешний вид и гостиничное пространство, но и окажет серьезное влияние на все процессы в гостиничной сфере.

Это не все инновации в гостиничном бизнесе, потому что все их невозможно перечислить. Индустрия гостеприимства не стоит на месте, она очень стремительно развивается.

Что касается Беларуси, следует отметить, что развитие гостиничного фонда стало одной из самых сложных проблем, сдерживающих развитие туризма в целом [10]. В настоящее время в большинстве крупных городов существует значительный дефицит гостиниц. Средняя обеспеченность гостиничным фондом в Беларуси в настоящее время значительно уступает средневропейскому показателю (30 мест на тысячу жителей). Беларусь – одна из немногих стран Европы, которая не имеет международных цепей отелей, сеть которых концентрирует 1/3 мирового гостиничного фонда и новейшие технологические достижения. В большинстве крупных городов ведущие гостиницы не могут обслужить потоки гостей ни количественно, ни качественно. А уровень обслуживания во многих гостиницах остался на уровне в лучшем случае 60-70-х годов.

Однако не всё так плохо. В последнее время некоторые гостиницы подверглись модернизации. В ближайшие годы в Минске планируется построить не менее десятка новых гостиниц. Также в ближайшие четыре года голландская компания планирует построить 3-звездные отели в областных центрах и два отеля на 4 и 5 звезд в Минске [11].

Вот только чтобы в новых гостиницах появились гости, в Беларуси необходимо ввести европейский сервис и внедрять в наши гостиницы новые мировые технологии. Однако в белорусской гостиничной индустрии с этим пока есть проблемы.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.С. Новиков. – М.: Издательский центр «Академия», 2007. – 208 с.
2. Самые необычные гостиницы мира [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://www.veklem-tour.com/useful.php?cat=44>
3. Первая орбитальная гостиница будет построена через 5 лет [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://reforum.ru/news/3911-pervaya-orbitalnaya-gostinitsa-budet-postroena-cherez-5-let.html>
4. Видеогиды по гостиницам: TVtrip и Trivop [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://rekonline.ru/news/?uid=10>
5. В Германии создан "умный" гостиничный номер [Элек. ресурс] – Режим доступа: http://www.turkish-businessnews.net/rs/haber.asp?haber_id=2207
6. 10 основных тенденций гостиничного интернет-маркетинга в 2010 году [Электрон. ресурс] – Режим доступа: http://prohotelia.com.ua/2010/02/marketing_trends_2010/
7. Маркетинг гостиничной деятельности [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://www.mebel-land.com/stroimotel/9.php>
8. Экологические дивиденды отелей [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://www.ns1.999corp.ru/hotellada.ru>
9. IHG создает инновационный экологичный отель [Электрон. ресурс] – Режим доступа: http://www.turhotel.ru/news/ihg_sozdaet_innovatsionnyj_ekologichnyj_otel/
10. Белорусский туризм: тенденции и перспективы [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://www.director.by/index.php/section-blog/28-oct2009/714-2010-02-05-13-04-21.html>
11. Гостиничный бизнес в Беларуси переживает бум [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://bdg.by/news/economics/11817.html>

УДК 331.102.12

Богута И.И., Ильющеня П.И.

Научный руководитель: преподаватель Зайцева Н.И.

ЛИЗИНГ ПЕРСОНАЛА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В быстро меняющихся экономических условиях белорусские предприятия вынуждены искать новые технологии управления человеческими ресурсами, стремясь оптимизировать затраты на персонал. Одной из новых для белорусского рынка труда технологий является так называемый «лизинг персонала». Сущность лизинга персонала заключается во временной передаче одного или нескольких сотрудников, работающих на основании трудового договора в кадровом агентстве организации-заказчику на правах аренды. На сегодняшний день данная услуга нова, она не получила достаточного распространения и не имеет отражения в законодательстве. Для запада же такая схема использования рабочей силы явление привычное. В США и многих странах Западной Европы около 1% от общего количества занятых людей состоят в штате кадровых агентств – лизингодателей. О размере рынка лизинговых услуг в мире можно судить исходя из того, что ежегодно число компаний, специализирующихся на кадровом лизинге, увеличивается в 1,5 раза. Суммарный оборот данных компаний превышает 60 млрд. долларов в год.

К лизингу персонала прибегают чаще всего в тех случаях, когда необходимо привлечь высококвалифицированных специалистов, если потребность в них не носит постоянный характер, а сфера их деятельности находится в рамках бухгалтерского учета, аудита, юриспруденции и других областях, в которых действуют специализированные компании. Данной услугой пользуются при появлении в компании вакантных мест на короткий период (например, на период отпусков, отчетных периодов). Сезонность работы в некоторых компаниях обуславливает расширение штата в пик сезона и сокращение в остальное время.