

И.Г. Овчинникова

ОА «Отель Прикамье», директор, г. Пермь

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 338.46

# ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА И ГЛОБАЛЬНОЙ ЦИФРОВИЗАЦИИ

**В** статье рассматривается инновационная деятельность гостиничных предприятиях в условиях кризиса, вызванного новой коронавирусной инфекции COVID-19. Факторы внешней среды оказали сильное влияние на предприятия туристической отрасли, поскольку в это же время активно стали внедряться цифровые технологии. Соответственно руководство гостиничных предприятий должны при внедрении антикризисных инструментов использовать инновационные технологии, которые имеют особое влияние на конкурентоспособность.

**Ключевые слова:** гостиничные предприятия, инновационная деятельность, антикризисный менеджмент, цифровизация.

Irina G. Ovchinnikova

The Ural State University of Economics, Yekaterinburg

Director of PJSC «Hotel Prikamie», Perm

## INNOVATIVE ACTIVITY IN THE HOSPITALITY ENTERPRISES UNDER CONDITIONS OF CRISIS AND DIGITALIZATION

The article considers innovative activity in the hospitality enterprises under conditions of crisis caused by the new coronavirus infection COVID-19. External environmental factors have had a strong impact on the tourism industry enterprises, since at the same time digital technologies began to be actively introduced. Accordingly, management of the hospitality enterprises when implementing crisis prevention instruments should use innovative technologies, which have particular influence on competitiveness.

**Keywords:** hospitality enterprises, innovative activity, crisis prevention management, digitalization.

Кризисы оказывают негативное влияние на деятельность предприятий, особенно на внедрение инновационных технологий, поскольку в период сокращения затрат, приходится приостанавливать эту деятельность. Своевременное внедрение антикризисных инструментов, переосмысление влияния внешней среды, использование новых возможностей позволяет найти новые способы для того, чтобы продолжить инновационное развитие. Инновационная деятельность — это

целенаправленная и организованная творческая деятельность, состоящая из совокупности различных видов работ, взаимоувязанных в единый процесс по созданию, производству и реализации инноваций [6].

В настоящее время на уровень конкурентоспособности, на эффективность кризис — менеджмента, влияет способность организации оперативно внедрять инновации и добиваться нужных результатов. Принятие антикризисных решений, с использованием инновационных технологий, вызвано тем, что на ряду с продолжающимся коронакризисом, мир охватила новая промышленная революция, именуемая Индустрией 4.0. «Продуктом» новой индустрии стала глобальная цифровизация, которая проникает во все аспекты жизни общества. По данным ООН доля цифровой экономики

---

© Овчинникова И.Г., 2021

**Овчинникова Ирина Геннадьевна,**

директор ОА «Отель Прикамье»; старший преподаватель кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет, соискатель ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»;  
ovig@list.ru

в мировом ВВП составляет от 4,5 % до 15 % [5]. В понятие цифровизация в научной среде вкладываются трансформацию в социально-экономической сфере посредством массового внедрения цифровых технологий поиска, создания, обработки, обмена и передачи информации (big data) или, другими словами, создание искусственного интеллекта, формирование человека-машинных систем [2, 3]. Такие технологии открывают огромные возможности для бизнеса, науки, организации жизни людей. Согласно классификации технологических укладов С.Ю. Глазьева, который выделяет их по временным периодам, мир сейчас находится на шестом технологическом укладе (2010–2040 гг.) [4]. Цифровизация выступает его интегрирующим ядром [2]. Основой этого уклада является использование нанотехнологий, биоинженерии, гелио- и ядерной энергетики [4]. Без информационных технологий, без искусственного интеллекта невозможно создание «гибридных» продуктов. Все страны вынуждены на стратегическом уровне реагировать на эти изменения. Так в Российской Федерации 21 июля 2020 году в условиях пандемии Президент подписал Указ «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». Основное содержание целей сводится к прорывному развитию Российской Федерации, увеличению численности населения страны, повышение уровня жизни граждан, создание комфортных условий для их проживания, а также раскрытия таланта каждого человека [8]. В числе названных целей: сохранение населения, здоровье и благополучие людей; возможности для самореализации и развития талантов; комфортная и безопасная среда для жизни; достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство; цифровая трансформация.

Определение таких ориентиров говорит о том, что в России несмотря на сложность ситуации, в разных отраслях начинают внедряться цифровые решения с учетом специфик деятельности предприятий. Туристический и гостиничный бизнес не может остаться в стороне, поскольку уже ощущал на себе влияние глобальной цифровизации. Это объясняется особенностями данной отрасли: информационно насыщена, трудоемка, быстрота принятия решений, изменчивость качества и т.д. Изменение бизнес — процессов, новые потребности гостей требуют внедрение инновационных технологий. На микроуровне — предприятия туристической и гостиничной отрасли вынуждены обратить свое внимание на цифровые продукты, поскольку сейчас и на глобальном уровне, и на уровне государств принимаются стратегические программы по цифровизации

данной отрасли. Так UNWTO заявляет о том, что использование инноваций и цифровых достижений открывает туризму возможности для большей вовлеченности общества, расширения возможностей и более эффективного управления ресурсами [1]. В России принята «Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 года», в которой подчеркивается внедрение цифровых технологий, они должны формировать основные тенденции развития туристской отрасли [7]. Цифровые продукты в туризме должны привести: к снижению транзакционных издержек; к повышению информированности участников цифровых сервисов и платформ; к переводу услуг (оформление документов, оплат) в онлайн режим (например, совместная программа Ростуризма и платежной системы «МИР»); эффективное предоставление информации по времени и для исключения двойного предоставления информации, эффективное взаимодействие с предпринимательским и экспертным сообществом при разработке и реализации туристских продуктов и проектов. Для успешной борьбы с влиянием кризиса на деятельность гостиничных предприятий, необходимо начать процесс внедрения инноваций, которые в свою очередь, станут одним из антикризисных инструментов и позволят формировать новые конкурентные преимущества.

Инновационные технологии в гостиничном бизнесе можно объединить в следующие группы:

1. Информационные продукты: глобальные системы бронирования, программы управления отелем; интернет-технологии;
2. Инновационная гостиничная инфраструктура: оснащение номера, организация пространства общественных помещений и номерного фонда;
3. Технологии, обеспечивающие безопасность гостей;
4. Система управления гостиничным предприятием: современная типология гостиниц, системы управления персоналом, кадровые технологии, управление бизнес-процессами;
5. Инновационные маркетинговые технологии.

Основными «амбассадорами» инновационных продуктов на рынок гостиничных услуг всегда были и остаются международные гостиничные операторы. Именно их отели самыми первыми стали потребителями PMS (программа управления отелем), далее стали устанавливать дополнительные модули по развитию систем управления доходами, CRM-систем и т.д. Прорывные технологии особенно появлялись в кризисные и посткризисные периоды, их функционирование совершенствовалось,

автоматизировались ручные процессы и повышалась эффективность бизнес-процессов (мобильные ключи, мобильные приложения, роботы-администраторы, безконтактные технологии check-in, check-out, новые технологии управления персоналом с использованием эмоционального интеллекта и т.д.). Практика показывает, что международные гостиничные операторы быстрее внедряют инновационные технологии в свою деятельность, либо являются разработчиками своих собственных технологий. Таким образом, используя инновационные технологии в антикризисном менеджменте гостиничные предприятия добиваются устойчивых конкурентных преимуществ. Справедливо будет отметить, что в условиях Индустрии 4.0 основная конкурентная борьба разворачивается на фоне более быстрого внедрения информационно-коммуникационных технологий. Для обеспечения конкурентоспособности российские гостиничные предприятия должны обратить внимание на постоянное освоение цифровых продуктов. Если этого не происходит, то после выхода из кризиса, достигнув определенных стабильных финансовых результатов, гостиницы, по сути, возвращаются к прежней модели функционирования предприятия. Кризис, как показывает опыт, не замедляет развитие гостиничных предприятий, а наоборот активизирует все процессы, поскольку заставляет искать инструменты по оптимизации процессов и затрат, по созданию эффективной системы управления персоналом, поиска новых источников доходности, выстраивание новых форм развития бизнеса (например, экосистемы), а также внедрение инновационных технологий. Многие исследователи отмечают, что технологические изменения неизбежно влекут к переменам в социально-экономическом устройстве общества: появление нового индустриального общества второго поколения (НИО.2), новые способы организации производства, новые системы ценностей и структуры потребностей [2]. Соответственно, гостиничные предприятия, помимо вложений инвестиций в развитие инновационных технологий, должны обратить внимание на:

1. Дифференциацию продукта на разные сегменты рынка — строительство гостиничных объектов в соответствии с новыми потребностями потребителей (эффективность использования пространства, минимализм, эко-концепции)

2. Расширение дистрибуционной сети за счет установления партнерских отношений с онлайн системами бронирования (Booking.com, Expedia и т.д.);

3. Оптимизацию затрат, снижение издержек благодаря автоматизации процессов, за счет

сокращения затрат на эксплуатацию гостиничного комплекса и т.д.;

4. Развитие новых гостиничных продуктов (коворгиновые пространства, экопродукты и т.д.)

5. Адаптацию гостиничного предложения к новым потребностям потребителей (переоснащение номеров, внедрение новых продуктов в соответствии с возрастанием интереса к здоровому образу жизни, безопасности, экологичности и т.д.);

Исходя из представленной ситуации, можно сделать вывод, что инновационные технологии в гостиничном бизнесе являются необходимым условием в достижении конкурентных преимуществ на долговременный период, а также в условиях кризисов способствуют эффективному антикризисному менеджменту. Особенно актуально это становится в Индустрии 4.0, поскольку изменения происходят не только в бизнес-процессах, а самое главное меняются потребности потребителей, что заставляет предприятия быстро реагировать на их изменения.

#### Библиографический список

1. Guiding tourism's recovery. URL: <https://www.unwto.org/tourism-covid-19> (дата обращения: 28.07.2021).
2. Бодрунов С.Д. Реиндустириализация в условиях новой технологической революции: дорога в будущее // Управленец. 2019. Т. 10. №5. С. 2–8.
3. Быковская Е.Н., Кафиятуллина Ю.Н., Харчило-ва Г.П. Современные тенденции цифровизации инновационного процесса // Управление. 2018. №1 (19). С. 38–43.
4. Глазьев С.Ю. Великая цифровая революция: вызовы и перспективы развития для России XXI века. URL: <https://glazev.ru/articles/6-jekonomika/54923-velikaja-tsifrovaja-revoljutsija-vyzovy-i-perspektivy-dlya-jekonomiki-i-veka> (дата обращения: 28.07.2021).
5. Доклад о цифровой экономике 2019. ООН. Женева. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/der2019\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_en.pdf) (дата обращения: 28. 07. 2021).
6. Койкова Т.Л. Возрастание роли инновационной деятельности предприятий сервиса и туризма в условиях кризиса // Современные технологии: актуальные вопросы, достижения и инноваций // Сб. ст. победителей IV Международной научно-практической конференции. 2016. С. 122–125.
7. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129. URL: <https://www.russiatourism.ru/contents/otkrytoe-agentstvo/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii/strategiya-razvitiya-turizma/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2035-goda> (дата обращения: 21 октября 2020 года).
8. Указ Президента РФ от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». Доступ из справ.-правовой системы «Гарант Плюс».