

При условии грамотной реализации Программы развития туризма в Гродненской области на 2016–2020 годы экспорт туристических услуг в Гродненском регионе должен увеличиться в 4 раза по сравнению с 2015 г., а численность организованных туристов, посетивших регион, ежегодно должна расти не менее чем на 10 %.

Литература

1. Безвизовый режим на Августовском канале [Электронный ресурс] // Приграничный Евросоюз — новости и события на приграничной к Беларуси территории Польши и Литвы. — Режим доступа: <http://euroby.info/>. — Дата доступа: 13.02.2017.

2. Архив новостей города [Электронный ресурс] // Гродненский городской исполнительный комитет. — Режим доступа: <http://grodno.gov.by/>. — Дата доступа: 13.02.2017.

<http://edoc.bseu.by:8080/>

Ю.В. Парфенюк
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **В.К. Кабушкина**

ИННОВАЦИИ В СЕТЕВОМ ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Международный гостиничный бизнес — особый сегмент гостиничной индустрии, характеризующийся высокой степенью интернационализации капитала, международным характером своих операций, так как гостиничная система рассматривает весь мир в качестве своей сферы деятельности [1]. Одной из тенденций, наблюдающихся в индустрии гостеприимства, является распространение гостиничных сетей. Международные гостиничные корпорации, создающие гостиничные сети, доминируют на рынке средств размещения.

Технологии в области гостеприимства развиваются стремительно. Это связано с тем, что перед отелями стоят две основные задачи: привлечь как можно больше гостей и завоевать их лояльность. Достичь этого без инновационных решений вряд ли возможно. Борьба за каждого гостя требует модернизации как в технологиях, так и в концепциях [3].

Ввиду того, что отели, принадлежащие к той или иной сети, расположены в разных городах, странах, а иногда даже на разных континентах, им при этом присуща стандартизация услуг, внедренные данной сетью инновации распространяются часто на все гостиницы цепи.

Так, гостиничная компания Starwood Hotels & Resorts Worldwide активно работает над концепцией «интеллектуального» номера. Гости отелей сети могут протестировать и оценить все преимущества инновационных технологий, включая доступ в номер с помощью смартфона или Apple Watch, «умные» зеркала с прогнозом погоды, услуги робота-дворецкого и др. Такого рода инновации, исходя из проведенного

специалистами Starwood анализа, пользуются популярностью у деловых путешественников [2].

Иновации активно используются также в ходе проведения маркетинговых кампаний. Сеть отелей Marriott презентовала общественности «телепорт», с помощью которого можно мгновенно переместиться в шикарный номер отеля, оказаться на крыше небоскреба или попасть на лазурный берег океана. На одной из улиц города были установлены стеклянные кабины, оснащенные специальной гарнитурой, благодаря которой желающие «телепортироваться» могут ощутить морской бриз, тепло тропического солнца, шелест листьев и даже туман [2].

Тем не менее, несмотря на разнообразие современных технологий, управленцам отелей необходимо помнить: самое важное, чем гостиница может удивить своих клиентов, — это индивидуальный подход к каждому постояльцу. С ускорением ритма жизни снижается внимание персонала отелей к своим гостям. Так, в одном из отелей Ritz Carlton при подготовке номеров для очередных гостей вышиваются их инициалы на банных халатах, тем самым подчеркивается особое внимание и расположение [2].

Таким образом, внедрение инноваций способствует совершенствованию качества обслуживания, повышению конкурентоспособности и улучшению имиджа отеля и гостиничной сети [3]. С помощью правильно введенных на гостиничном предприятии инноваций значительно увеличивается число постоянных клиентов. При этом необходимо учитывать, что внедрение инновации не способно повысить репутацию отеля, если гость, пребывая в нем, не чувствует атмосферу уюта, комфорта, побуждающих его вернуться снова.

Литература

1. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012.
2. Гостиничный бизнес online. Технологии и инновации [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://prohotelia.com.ua/category/technologies/page/2/>. — Дата доступа: 21.02.2017.
3. Щетинина, К. И. Инновации в гостиничном бизнесе: международный и российский опыт / К. И. Щетинина // Вестн. МГИМО. — М., 2013.