

Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal <https://esj.today>

2019, №6, Том 11 / 2019, No 6, Vol 11 <https://esj.today/issue-6-2019.html>

URL статьи: <https://esj.today/PDF/22ECVN619.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Гончарова А.А., Петров В.Г. Анализ проблем внедрения инноваций в сфере гостиничных услуг в Ульяновской области // Вестник Евразийской науки, 2019 №6, <https://esj.today/PDF/22ECVN619.pdf> (доступ свободный).

Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Goncharova A.A., Petrov V.G. (2019). Analysis of the problems of introducing innovations in the hotel services sector in the Ulyanovsk Region. *The Eurasian Scientific Journal*, [online] 6(11). Available at: <https://esj.today/PDF/22ECVN619.pdf> (in Russian)

УДК 338.48

ГРНТИ 06.75.10

Гончарова Анна Александровна

ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный технический университет», Ульяновск, Россия

Старший преподаватель кафедры «Маркетинг»

E-mail: a.goncharova@ulstu.ru

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=841355

Петров Валерий Геннадьевич

ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный технический университет», Ульяновск, Россия

Аспирант кафедры «Маркетинг»

E-mail: ulsna@mail.ru

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4028-9131>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=971066

Анализ проблем внедрения инноваций в сфере гостиничных услуг в Ульяновской области

Аннотация. В данной статье рассматриваются значимость инноваций для экономики страны, а также вопросы и препятствия при внедрении инноваций как в России в целом, так и на региональном уровне. Дается сравнение инновационной активности между Россией и ведущими экономиками мира. Авторами отмечается большое значение инновационной активности в сфере услуг и указываются ограничения при внедрении инноваций. В качестве примера проанализированы инновации в сфере гостиничных услуг в Ульяновской области. Анализ произведен на основе данных органов статистики, а также на базе проведенных авторами собственных исследований и опросов руководителей гостиничных предприятий. В результате были выявлены особо значимые для руководителей гостиниц инновационные направления, такие как внедрение новых гостиничных услуг, интернет-технологии в маркетинге. В статье представлен авторский подход к оценке факторов, определяющих степень инновационной активности предприятий гостиничной сферы. На основе проведенного исследования, авторами дан анализ инновационного климата в гостиничной сфере в Ульяновской области и сделаны выводы о его состоянии. В заключение в статье формулируются основные проблемы при внедрении инноваций в гостиничном секторе в Ульяновской области и указываются необходимые меры со стороны государства для улучшения инновационной активности гостиничных предприятий. В частности, обоснована необходимость уделять большее внимание подготовке квалифицированных кадров, реализовывать миграционные программы для привлечения таких кадров извне, устранение административный барьеров при внедрении инноваций, а также предоставление льгот или

других форм поддержки для предприятий, активно внедряющих инновации в гостиничной сфере. Данное исследование может представлять интерес для специалистов по внедрению инноваций в региональных экономиках, интернет-маркетингу, а также для специалистов, заинтересованных в развитии гостиничного хозяйства в целом или на уровне регионов.

Ключевые слова: инновационная активность; инновационный климат; внедрение инноваций; гостиничные услуги; маркетинговые технологии; интернет технологии в маркетинге; Ульяновская область

Введение

Взаимосвязь между появлением инноваций и ростом экономики в целом, выявленная Н.Д. Кондратьевым еще в начале XX века и впоследствии подтвержденная множеством исследований, доказывает, что инновации являются «главным импульсом» развития [1].

В настоящее время для многих предприятий, столкнувшихся с проблемой выживания в жестких условиях рынка, инновационная активность и ее результаты являются важным условием успеха. Так и М. Портер отмечает, что «процветание предприятий зависит от способности создавать и внедрять новые продукты и процессы быстрее конкурентов» [2].

Однако, несмотря на очевидность значимости инноваций в современных рыночных условиях, в настоящее время уровень реальной инновационной активности остается крайне низким.

По данным федеральной службы государственной статистики в России на начало 2017 г. доля инновационно-активных предприятий составила лишь 8,4 %, в то время как в Швейцарии их доля составляет около 75,3 %, Бразилии – 72,6 %, Индии – 63,7 %, в Китае свыше 41 %¹.

Мир входит в четвертую промышленную революцию, соответственно, все основные инновации в России (с показателем 9,2 %) происходят и, по мнению экспертов, и дальше будут происходить в первую очередь в промышленной сфере.

Второе место занимает сфера услуг. Но, несмотря на это, общий уровень инновационной активности предприятий в этой сфере находится на низком уровне (всего 6,2 %¹). Для сравнения: в Эстонии и Германии уже к началу 2000-х годов доля инновационно-активных предприятий в сфере услуг достигала 50 % [3].

В условиях политических и экономических изменений, которые происходят в стране и в мире, одним из наиболее активно развивающихся в сфере услуг является гостиничный бизнес. Перед ведущими специалистами в гостиничной сфере поставлены задачи привлечения новых и увеличение постоянных клиентов. По мнению экспертов, без внедрения инноваций решение данных задач практически невозможно.

Однако наличие препятствий и ограничений, с которыми сталкиваются предприятия в процессе внедрения инноваций, снижают их активность в данном направлении. Как правило, это высокая стоимость инновационных разработок, необходимость адаптации к ним самого предприятия, дефицит квалифицированных кадров, способных эффективно управлять инновационным процессом, сопротивление инновациям из-за длительных сроков окупаемости [4].

¹ Индикаторы инновационной деятельности: 2018. Статистический сборник. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.hse.ru/data/2018/03/23/1164003717/Indicators_of_Innovation_2018.pdf.

Выявление реальных проблем внедрения инноваций в сфере гостиничных услуг, определение факторов и степень их влияния на развитие инновационной деятельности предприятий является важной задачей. Ее решение представляется нам в проведении опроса руководителей предприятий гостиничной сферы, выступающих в качестве экспертов и оценивающих каждый фактор внутренней и внешней среды национальной (региональной) инновационной системы.

По мнению ряда ученых, на создание благоприятной инновационной среды, как условия для эффективного осуществления инновационной деятельности, должна концентрироваться региональная инновационная политика.

Так, согласно теории Ф. Айдало, участника группы европейских исследователей инновационной среды GREMI, «региональные среды играют определяющую роль, выступают в качестве инновационных инкубаторов, дающих площадку отдельным ее субъектам и действующим как призма, через которую активизируются инновации. При этом предприятия являются не изолированными новаторами, а частью территории, выступают основными компонентом инновационной деятельности» [5].

Другой участник GREMI, Д. Майллат, определяет данную систему как «комплекс, который способен инициировать синергетический процесс организации сложной системы из экономической и технологической взаимозависимости в единое целое, в котором территориально связаны производственные системы, технические культуры и главные герои» [6].

Таким образом, географическая обусловленность инновационного процесса и территориальная привязка, особенно характерная для сферы гостиничных услуг, определяет объективные причины изучения проблем внедрения инноваций этой сфере на уровне отдельных регионов.

Результаты исследований

Данное исследование проведено на примере Ульяновской области.

В опросе приняли участие представители 41 предприятия гостиничной сферы, что составляет 50 % от общего числа зарегистрированных гостиниц [8] на территории Ульяновской области.

Первым этапом исследования стало определение степени активности предприятий в области внедрения инноваций, сгруппированных по принципам, отраженных в международных стандартах статистических измерений.

Определено, что наиболее активно предприятия в сфере гостиничных услуг реализуют технологические (продуктовые и процессные) инновации (рис. 1).

Среди наиболее приоритетных направлений технологических инноваций представители гостиничного бизнеса отмечают разработку и внедрение новых услуг, а также новый способ предоставления существующей услуги (более 60 % опрошенных).

Активно происходит автоматизация и регулирование процессов управления деятельностью на основе электроники и компьютерной техники.

Сегодня основным инновационным решением в сфере систем компьютерного управления являются интернет-технологии, которые позволяют пользователю, будущему клиенту, или персоналу гостиницы, зайти в сеть и получить о нем все нужную информацию [7].

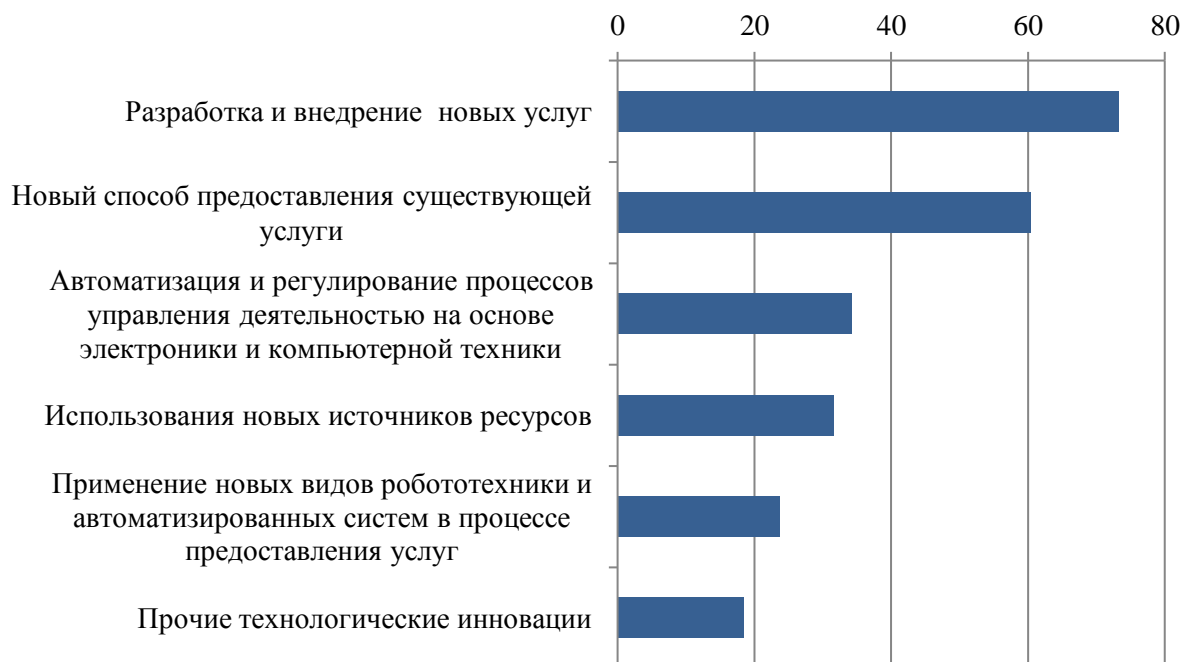


Рисунок 1. Степень активности предприятий гостиничного бизнеса в реализации технологических инноваций (по направлениям), % (составлено автором)

Среди других приоритетных видов инновационной деятельности отмечается маркетинг (рис. 2).



Рисунок 2. Степень активности предприятий гостиничного бизнеса в реализации маркетинговых инноваций (по направлениям), % (составлено автором)

Каждая второе предприятие использует новые приемы продвижения услуг, осваивает или развивает новые рынки сбыта, включая поиск новых рыночных ниш.

Активно внедряются информационные системы, включая компьютерные программы и базы данных, облегчающие работу с клиентами.

В эпоху глобализации и информатизации развитие уникального предложения в сфере гостиничных услуг является практически невыполнимой задачей. Широкое внедрение новых средств коммуникации и информационных технологий приводит к тому, что технологические и маркетинговые инновации быстро копируются.

Данные инновационные подходы к развитию гостиничных услуг являются необходимым, но недостаточным условием для сохранения конкурентоспособности предприятия.

По мнению ряда ученых, реализация организационных инноваций должна быть первым этапом инновационной стратегии развития предприятий, способствующим дальнейшим преобразованиям [8].

Однако результаты исследования показывают, что для реализации организационных инноваций предприятия гостиничной сферы отводят второстепенную роль.



Рисунок 3. Степень активности предприятий гостиничного бизнеса в реализации организационных инноваций (по направлениям), % (составлено автором)

Не более 40 % предприятий реализуют организационные инновации, большая их часть ориентированы преимущественно на установление новых форм сотрудничества с партнерами и организацию новых рабочих мест.

Таким образом, можно сделать вывод, что уровень реальной инновационной активности предприятий гостиничной сферы является низким.

На рисунках 4–7 представлены результаты средней оценки значимости факторов (внутренних и внешних), определяющих степень инновационной активности предприятий гостиничной сферы, и их состояния.

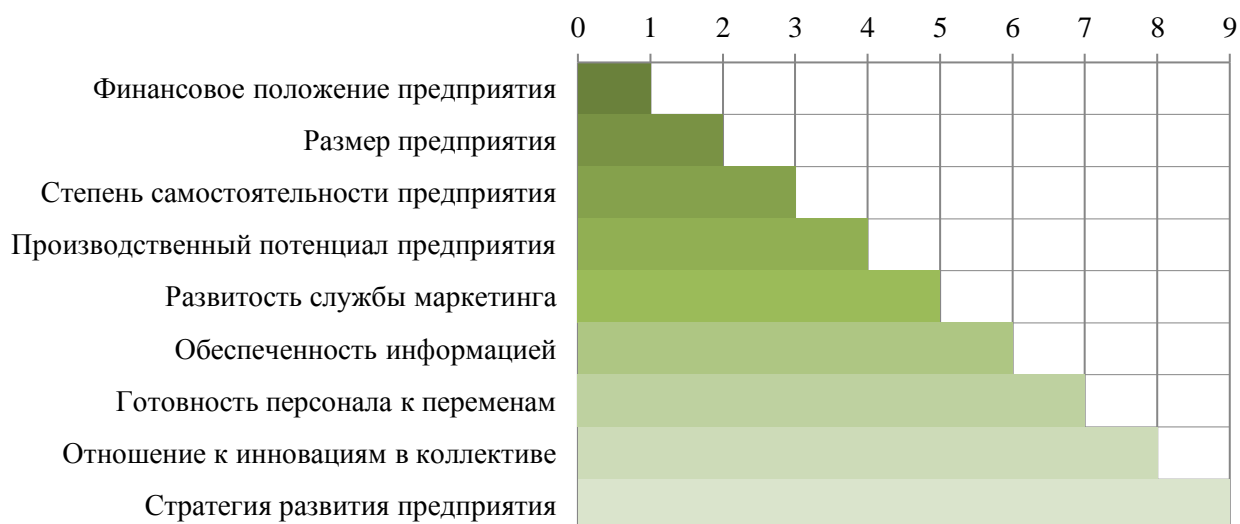


Рисунок 4. Значимость факторов внутренней среды, определяющих степень инновационной активности предприятий гостиничной сферы, ранг: 1-й – наиболее значимый фактор; 2-й – второй по значимости фактор и т. д. (составлено/разработано автором)



Рисунок 5. Средняя оценка внутренних факторов, определяющих степень инновационной активности предприятий гостиничной сферы по 10-балльной шкале по следующим критериям: 10 – максимальная оценка; 1 – минимальная оценка (составлено автором)

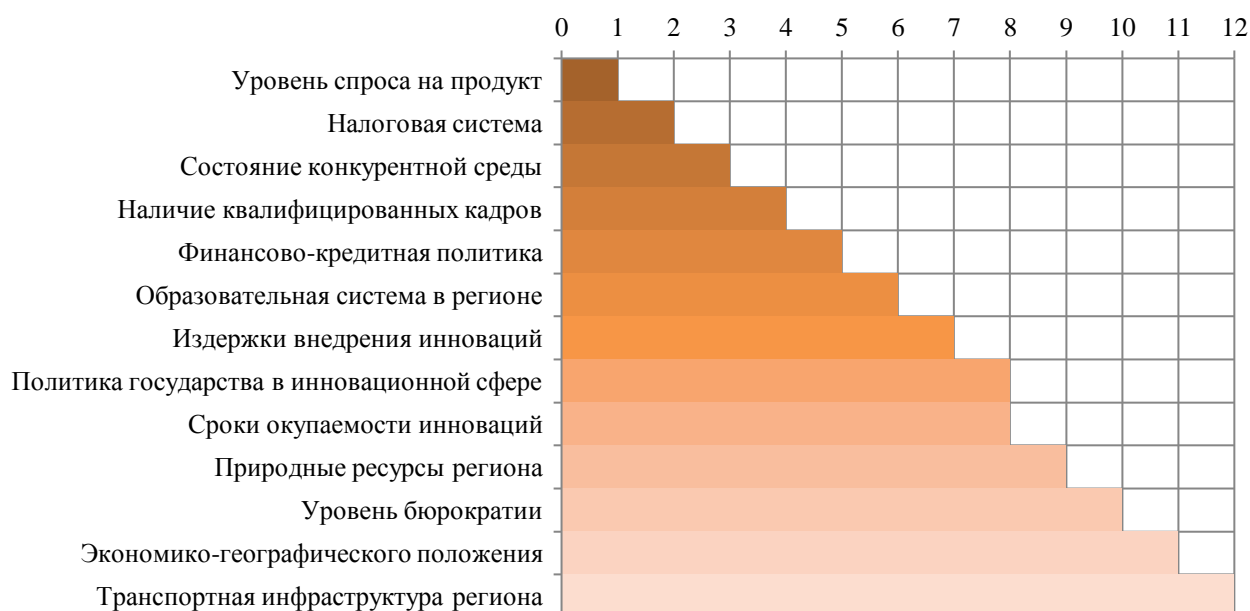


Рисунок 6. Значимость факторов внешней среды, определяющих степень инновационной активности предприятий гостиничной сферы, ранг: 1-й – наиболее значимый фактор; 2-й – второй по значимости фактор и т. д. (составлено автором)



Рисунок 4. Значимость факторов внешней среды, определяющих степень инновационной активности предприятий гостиничной сферы, ранг: 1-й – наиболее значимый фактор; 2-й – второй по значимости фактор и т. д. (составлено автором)

Обсуждения

Как видно, наиболее проблемными являются уровень развитости службы маркетинга, обеспеченность информацией, готовность персонала к переменам, отсутствие стратегии развития предприятия, относящиеся к группе внутренних факторов. И ряд таких внешних факторов, как дефицит квалифицированных кадров, недостатки в образовательной системе региона, высокие издержки внедрения инноваций, бюрократические ограничения.

Ульяновская область является густонаселенным регионом. Плотность населения составляет 33,5 человека на 1 кв. км территории, что существенно выше, чем по России в целом – 8,4 человек на 1 кв. км территории, и в ПФО – 28,8 человек на 1 кв. км территории².

Высокая плотность населения, как правило, свидетельствует об обеспеченности территории трудовыми ресурсами. Однако важно отметить, что в Ульяновской области доля населения старше трудоспособного возраста выше, чем в среднем по России.

В целом демографические процессы в Ульяновской области характеризуются тенденцией снижения численности населения и увеличения доли старших возрастов в экономически активном населении трудоспособного возраста.

Прирост населения в среднем за год составляет -0,8 %. При этом значительный миграционный отток серьезным образом снижает инвестиционную привлекательность области. Растет потребность в рабочей силе. Наибольшая потребность наблюдается в специалистах рабочих профессий, существует дефицит менеджеров высокотехнологичных сфер деятельности.

Специалистов начального и среднего профессионального образования в Ульяновской области готовят в 58 учреждениях. В более чем 15 учреждениях высшего профессионального образования (с филиалами) обучают менеджменту организаций.

Благоприятное состояние образовательной сферы дает основание предположить, что Ульяновская область может быть обеспечена квалифицированными кадрами. Однако в настоящий момент уровень квалификации кадров не соответствует потребностям предприятий и отраслей Ульяновской области. В настоящее время большая часть инновационных предприятий не обладает специалистами в области менеджмента и маркетинга инноваций. Специалисты этого профиля исследуют рынок инноваций, ставят задачи разработчикам, организуют процесс распределения и продвижения инновационной продукции на рынок. Подготовку специалистов в области менеджмента и маркетинга инноваций ведут десятки вузов страны, однако, в Ульяновской области обучение студентов по направлению «Инноватика» осуществляется только с 2016 года.

К причинам данной ситуации относятся два взаимосвязанных аспекта. Во-первых, в силу неудовлетворительного уровня оплаты труда, большая часть выпускников работает не по специальности, во-вторых, значительная часть квалифицированных кадров, обладающих соответствующими компетенциями, мигрируют в регионы с более благоприятными социально-экономическими условиями.

В целом инновационный климат Ульяновской области находится в предкризисном состоянии. Во многом это определяется отсутствием стимулов у бизнеса в развитии и

² Основные показатели по туризму // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Ульяновской области [Электронный ресурс]. – URL: http://uln.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/uln/ru/statistics/enterprises/trade.

Регионы России. Социально-экономические показатели городов. 2018: Стат. сб. / Росстат. – М., 2018. – 443 с. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.gks.ru/free_doc/doc_2018/region/reg-gor18.pdf.

внедрении инноваций, высоким уровнем налогов, не позволяющим найти внутренние ресурсы для инноваций, дефицитом кадров, обладающих современными ключевыми компетенциями.

Заключение

Таким образом, с целью преодоления препятствий к развитию инновационной деятельности в Ульяновской области необходима комплексная работа по переводу сдерживающих факторов, от категории препятствий к категории возможностей.

Решение выявленных проблем видится в разработке и реализации программы регионального инновационного развития, включающей такие, наиболее актуальные для гостиничной сферы, направления, как:

- разработка и реализация миграционных программ с целью привлечения в регион квалифицированных специалистов;
- регулярный мониторинг и устранение существующих административных, нормативных и финансовых барьеров для развития инновационной деятельности предприятий гостиничной сферы, в частности: облегчение налогового бремени, позволяющего найти внутренние ресурсы для инноваций; предоставление целевых налоговых льгот предприятиям, поощряющим внедрение инноваций; снятие бюрократических барьеров при ведении бизнеса;
- создание условий для роста конкуренции, стимулирующей предприятия к развитию инновационной деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения / сост. Ю.В. Яковец. – М.: Экономика, 2002. – 768 с.
2. Porter M. The Competitive Advantage of Nations / М. Porter // Free Press, New York, 1990.
3. Заиченко С.А. Развитие инноваций в сфере услуг // Форсайт. – 2007. – № 1 (1) – С. 30–33
4. Гончарова А.А. Оценка состояния инновационного климата как структурной составляющей инновационной среды региона (на примере Ульяновской области) // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – № 30 (309) – С. 20–25.
5. Bernard Guesnier Innovative Milieu and regional Development. – URL: <http://cybergeog.revues.org/349?lang=en>.
6. Maillat D. From the industrial district to the innovative milieu: Contribution to an analysis of territorialized productive organisations // Recherches Economiques de Louvain / Department des sciences économiques, Université Catholique de Louvain. – Louvain-la-Neuve, 1998.
7. Качагин Е.А., Петров В.Г. Влияние новых технологий на развитие Интернет-маркетинга в российской экономике: проблемы и вызовы // Всероссийская заочная научно-практическая конференция. 2017. С. 84–89.
8. Лесникова О.В. Управление инновациями на предприятиях индустрии гостеприимства: автореф. дис. канд. экон. наук / О.В. Лесникова. – Москва, 2009. – 26 с.

Goncharova Anna Aleksandrovna

Ulyanovsk state technical university, Ulyanovsk, Russia
E-mail: a.goncharova@ulstu.ru

Petrov Velerii Gennadievich

Ulyanovsk state technical university, Ulyanovsk, Russia
E-mail: ulsnab@mail.ru

Analysis of the problems of introducing innovations in the hotel services sector in the Ulyanovsk Region

Abstract. This article discusses the importance of innovation for the country's economy, as well as issues and obstacles in introducing innovations both in Russia as a whole and at the regional level. A comparison of innovation activity between Russia and the leading economies of the world is given. The authors note the great importance of innovative activity in the service sector and indicate the limitations in introducing innovations. As an example, innovations in the field of hotel services in the Ulyanovsk region are analyzed. The analysis was made on the basis of data from statistical authorities, as well as on the basis of the authors' own studies and surveys of hotel business managers. As a result, innovative areas of particular importance for hotel managers were identified, such as the introduction of new hotel services, Internet technologies in marketing. The article presents the author's approach to assessing the factors that determine the degree of innovative activity of hospitality enterprises. Based on the study, the authors gave an analysis of the innovative climate in the hotel industry in the Ulyanovsk region and made conclusions about its condition. In conclusion, the article formulates the main problems in introducing innovations in the hotel sector in the Ulyanovsk Region and indicates the necessary measures by the state to improve the innovative activity of hotel enterprises. In particular, it justifies the need to pay more attention to the training of qualified personnel, implement migration programs to attract such personnel from outside, remove administrative barriers to the introduction of innovations, and provide benefits or other forms of support for enterprises actively introducing innovations in the hotel sector. This study may be of interest to specialists in the implementation of innovations in regional economies, Internet marketing, as well as for specialists interested in the development of the hotel industry as a whole or at the regional level.

Keywords: innovative activity; innovative climate; innovation; hotel services; marketing technologies; Internet technologies in marketing; Ulyanovsk region