

УДК 33

Инновации в сфере услуг**Цатхланова Тамара Тавиновна**

Доктор экономических наук,
профессор,

Калмыцкий государственный университет им. Б.Б. Городовикова,
358000, Российская Федерация, Элиста, ул. Пушкина, 11;
e-mail: ksukafedra14@mail.ru

Буркутбаева Намина Александровна

Кандидат экономических наук,
доцент,

Калмыцкий государственный университет им. Б.Б. Городовикова,
358000, Российская Федерация, Элиста, ул. Пушкина, 11;
e-mail: ksukafedra14@mail.ru

Эрендженова Данара Бадмаевна

Старший преподаватель,

Калмыцкий государственный университет им. Б.Б. Городовикова,
358000, Российская Федерация, Элиста, ул. Пушкина, 11;
e-mail: uralan-danara@yandex.ru

Натырова Елена Валерьевна

Аспирант,

Калмыцкий государственный университет им. Б.Б. Городовикова,
358000, Российская Федерация, Элиста, ул. Пушкина, 11;
e-mail: chimidova_08@mail.ru

Уланов Матвей Валерьевич

Аспирант,

Калмыцкий государственный университет им. Б.Б. Городовикова,
358000, Российская Федерация, Элиста, ул. Пушкина, 11;
e-mail: economy_science@mail.ru

Аннотация

В статье рассматривается сущность и необходимость внедрения инноваций в секторе услуг. Авторами выявлено, что на данный момент важнейшее условие для развития сферы услуг в России является ее инновационное развитие, что помогает укрепить положение на

международном рынке, повысить конкурентоспособность услуг, способствует диверсификации экономики. Проведен анализ инновационных процессов в сфере услуг, даны характеристика и выделены особенности инновационных процессов в сфере туристических и гостиничных услуг. Так, в этих секторах в качестве эффективных инноваций авторами предложены виртуальный туризм и краудфандинг, которые направлены на улучшение качества предоставляемых услуг, то есть на повышение комфортности клиента, туриста, а также на оптимизацию затрат в деятельности предприятия. В условиях ограниченного бюджета развивающимся туристским предприятиям в России важно адаптироваться к новым технологиям, внедрять облачные системы и пользоваться различными интернет-платформами. Технологические инновации в гостеприимстве направлены на улучшение качества предоставляемых услуг, то есть на повышение комфортности клиента, туриста, а также на оптимизацию затрат в деятельности предприятия. Все это позволяет добиться улучшения показателей организации, повысить конкурентоспособность и привлекательность в глазах потенциальных клиентов.

Для цитирования в научных исследованиях

Цатхланова Т.Т., Буркутбаева Н.А., Эрендженова Д.Б., Натырова Е.В., Уланов М.В. Инновации в сфере услуг // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2018. Том 8. № 4А. С. 92-98.

Ключевые слова

Гостиничный бизнес, инновации, конкурентоспособность, конкуренция, сфера услуг, туристические услуги.

Введение

В передовых странах разработка и внедрение инноваций – решающий фактор социального и экономического развития, залог экономической безопасности. Инновационные процессы в настоящее время приобретают все большую значимость, их главной задачей является достижение предприятиями конкурентных преимуществ и более полное удовлетворение спроса потребителей в высококачественных товарах и услугах.

На сегодняшний день обеспечить это могут в основном инновации, которые необходимо широко внедрять и использовать в новых условиях хозяйствования.

Сфера услуг в современных экономических условиях играет важнейшую роль в удовлетворении потребностей общества. По мере формирования в нашей стране постиндустриального информационного общества, роль сферы услуг будет неуклонно возрастать, поскольку потребности населения будут постоянно расти, а их разнообразие постоянно расширяться [Красникова, Шибеева, 2014].

Основная часть

Существуют различные подходы к понятию «инновация». Как правило, инновации определяются как результат творческого процесса и сам процесс внедрения новшеств. Согласно международному стандарту – инновация представляет собой управленческую категорию. Инновации в настоящее время выступают в качестве активного звена во всех сферах жизнедеятельности общества. Современный мир уже невозможно представить без уже ставших привычными, реализованных инноваций, но так и без будущих, которые способствуют

дальнейшей эволюции. В российской сфере услуг за прошедшее десятилетие произошла замена всего организационно-экономического механизма, на основании которого и осуществляется сервисная деятельность. Сначала разного рода новшества в сферы на первом этапе разгосударствления сферы услуг появлялись в крупных городах – Санкт-Петербурге, Москве, а также некоторых областных центрах [Цатхланова, Эрендженова, 2016]. При этом мощные импульсы от внедрения инновационных форм и методов работы, с расширением эффективных видов обслуживания – стимулировались и изнутри в корпоративной сервисной среде, и со стороны потребителей. На инновационные процессы также немалое воздействие оказали иностранные фирмы, которые активно проникали с инновациями в нашу страну [Носкова, 2012].

В производстве услуг выделяются следующие виды инноваций: технические, которые связаны с внедрением новых видов техники, инструментов, приспособлений, а также технико-технологических приемов труда в обслуживании. Самая заметная в настоящее время тенденция – это внедрение компьютерной техники, распространение информационно-технологических новшеств, что значительно облегчает процессы взаимодействия и весь процесс предоставления услуг.

В сфере услуг различаются следующие виды инноваций:

- организационно-технологические, которые связаны с новыми видами услуг, использованием более эффективных форм обслуживания и организационным нормами в обслуживании;

- управленческие, которые ориентированы на совершенствование внешних и внутренних связей организации;

- комплексные, которые одновременно охватывают все стороны деятельности сервисных организаций [Жданова, 2013].

Внедрение инноваций в ближайшей перспективе приведет:

- к экономическому росту страны; инновации выходят на первый план еще в современном обществе;

- к созданию новых отраслей в экономике;

- к созданию единого рыночного пространства;

- к активному стимулированию конкуренции и росту конкурентоспособности отдельных физических лиц, организаций;

- вызовет развитие и совершенствование законодательной базы в сфере защиты интеллектуальных прав на интеллектуальную деятельность, средства индивидуализации и получение коммерческих выгод;

- вызовет увеличение доли рынка, расширение круга потенциальных покупателей, завоевание новых рыночных сегментов, стабилизацию и закрепление положения предприятий на рынке; вызовет снижение издержек производства [Федоров, 2013].

Таким образом, в настоящее время инновационные процессы в сфере услуг становятся все более значимыми, их главная задача состоит в достижении организациями, их предоставляющими – конкурентных преимуществ и полного удовлетворения спроса потребителей в услугах высокого качества.

Инновационные технологии в туризме – это системные мероприятия, которые имеют качественную новизну, приводящие к позитивным сдвигам в отрасли. В большинстве своем все предложенные инновации в данной области носят маркетинговый характер и являются улучшающими или комбинаторными [Эрдниева, Лиджиева, Намысов, 2014]. Как пример можно

рассмотреть появление виртуального туризма, процесс которого охватывает все большие направления. Виртуальный туризм представляет собой способ реалистичного отображения трехмерного многоэлементного пространства на мониторе. Он состоит из сферических панорам, то есть виртуальных 3-d изображений, соединенных между собой интерактивными ссылками позволяющими перемещаться между объектами. Иногда виртуальные туры дополняют обыкновенными фотографиями и интерактивными элементами в виде всплывающих информационных окон, поясняющих надписей и графически оформленных клавишей управления. Такой тур является эффективным маркетинговым инструментом позволяющим показать товар (услугу) клиенту особым образом, поскольку он создает эффект личного присутствия. На данный момент виртуальные 3d туры являются одним из самых зрелищных и наиболее наглядных средств визуализации. Для просмотра виртуальных туров не требуются установки специального софта на пользовательский компьютер и размещение виртуальных туров на сайте компании, гостиницы или ресторана позволяют повысить активность потенциальных покупателей или клиентов. Развитие виртуального туризма в России началось с середины 2010 года и на данный момент часть крупных туроператоров предоставляют виртуальные туры для ознакомления с предлагаемыми гостиницами и курортами, а также с достопримечательностями. Кроме того, на сайтах российских регионов появились туристские порталы, позволяющие совершить виртуальные туры по их районам и достопримечательностям.

В целом виртуальный туризм является эффективной маркетинговой инновацией, способствующей повышению туристического потока и увеличению доходности рекламируемого объекта. Классифицируя данную инновацию, можно отметить, что она является материально-технической, поскольку представляет собой новую услугу, базирующуюся на новом техническом решении. Более того, она является социальной, поскольку кроме рекламных целей позволяет людям с ограниченными возможностями совершить пусть и виртуальное, но все же путешествие во многие уголки мира, которые для них недоступны. По преюмственности данная инновация относится скорее к возвратным, то есть ретровведениям, поскольку технология панорамной съемки известна уже несколько десятилетий, но совмещение ее с новыми компьютерными технологиями позволило вывести ее на новый уровень, поэтому по глубине вносимых изменений эту инновацию можно отнести к комбинаторным. Исходя из анализа рынка туристических услуг и предлагаемых виртуальных туров, можно отметить, что данная инновационная технология до сих пор является новой для туристической отрасли в нашей стране.

Применяются инновационные технологии и с целью привлечения капитала для развития гостиничных предприятий – инновационный краудфандинг [Романова, Кульгачев, 2017]. Краудфандинг – это добровольное народное финансирование бизнес-проектов с помощью интернет-платформы. Процесс происходит на безвозмездной, условно возвратной или инвестиционной основе и позволяет вкладывать деньги в бизнес обычным людям. Например, краудфандинговая платформа iCrowdHotels стала новатором в индустрии гостеприимства. Запуск фирменной онлайн-платформы Premier Hotel для инвестирования предоставил доступ к гостиничным предприятиям. Причиной создания платформы стал нереализованный потенциал инвесторов и желание вкладывать деньги в прибыльный рынок индустрии гостеприимства. В 2016 году гостиничный краудфандинг достиг \$ 34.4 млрд, к концу 2020 года ожидается более \$ 250 млрд [там же]. Для любого человека появилась возможность стать держателем ценной доли гостиницы в любой точке мира за \$ 10 000. В настоящее время компания работает над выпуском собственного планируемого гостиничного «конвейера», который охватит количество быстрых сделок в более чем \$ 130 млн на ключевых рынках, включая Нью-Йорк, Майами,

Калифорнию и Европу. В России проекты в области туризма на краудфандинговых платформах представлены на сайте Планета.ру [Таймасова, 2015]. Наиболее успешными являются проекты ответственного туризма, которые подразумевают такие виды туризма, как экологический, волонтерский, социальный, духовный или религиозный, сельский, солидарный, справедливый и устойчивый [Романова, Кульгачев, 2017]. Ответственный туризм включает волонтерство и благотворительность как важные этапы развития.

Заключение

В условиях ограниченного бюджета развивающимся туристским предприятиям в России важно адаптироваться к новым технологиям, внедрять облачные системы и пользоваться различными интернет-платформами. Технологические инновации в гостеприимстве направлены на улучшение качества предоставляемых услуг, то есть на повышение комфортности клиента, туриста, а также на оптимизацию затрат в деятельности предприятия. Все это позволяет добиться улучшения показателей организации, повысить конкурентоспособность и привлекательность в глазах потенциальных клиентов.

Библиография

1. Жданова О.А. Роль инноваций в современной экономике // Экономика, управление, финансы: материалы междунар. науч. конф. Пермь: Меркурий, 2013. С. 38-40.
2. Красникова А.С., Шибяева В.С. Инновационные проекты в сфере услуг // Молодой ученый. 2014. №20. С. 313-315.
3. Носкова Н.А. Инновационная деятельность в сфере услуг // Современные научные исследования и инновации. 2012. № 6. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2012/06/15039>
4. Покровская Л.Л. Реализация инноваций как фактор развития сферы // Теория и практика общественного развития. URL: http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2012/9/ekonomika/pokrovskaya.pdf
5. Романова М.М., Кульгачев И.П. Инновационные технологии в туризме и гостеприимстве // Вестник Академии. 2017. № 2. С. 105-110.
6. Самаева Е.В., Чумашкаев П. Влияние факторов внешней среды на инновационную политику предприятия // Экономика и управление отраслями, комплексами на основе инновационного подхода. Материалы Международной научно-практической конференции. Элиста, 2017. С. 35-37.
7. Таймасова Э.И. Программа лояльности как часть управления брендом гостиничного предприятия // Инновационная наука. 2015. С. 279-282.
8. Федоров Р.Г. Гостиничный бизнес как составляющая современной индустрии туризма // Молодой ученый. 2013. № 4. С. 307-311.
9. Цатхланова Т.Т., Эрендженова Д.Б. Инновационный кластер как фактор антикризисного менеджмента // Экономические риски и неопределенность: влияние на управленческие процессы современных организаций. Материалы Международной научно-практической конференции. 2016. С. 262-267.
10. Эрдниева Э.В., Лиджиева К.Х., Намысов Е.Н. Направления внедрения инновационного подхода в региональную экономику // Экономика и управление отраслями, комплексами на основе инновационного подхода. Материалы Международной научно-практической конференции. Элиста, 2014. С. 52-56.

Innovations in the service sector

Tamara T. Tsatkhlanova

Doctor of Economics, Professor,
Kalmyk State University named after B.B. Gorodovikov,
358000, 11, Pushkina st., Elista, Russian Federation;
e-mail: ksukafedra14@mail.ru

Namina A. Burkutbaeva

PhD in Economics,
Associate Professor,
Kalmyk State University named after B.B. Gorodovikov,
358000, 11, Pushkina st., Elista, Russian Federation;
e-mail: ksukafedra14@mail.ru

Danara B. Erendzhenova

Senior Lecturer,
Kalmyk State University named after B.B. Gorodovikov,
358000, 11, Pushkina st., Elista, Russian Federation;
e-mail: uralan-danara@yandex.ru

Elena V. Natyrova

Postgraduate,
Kalmyk State University named after B.B. Gorodovikov,
358000, 11, Pushkina st., Elista, Russian Federation;
e-mail: chimidova_08@mail.ru

Matvei V. Ulanov

Postgraduate,
Kalmyk State University named after B.B. Gorodovikov,
358000, 11, Pushkina st., Elista, Russian Federation;
e-mail: economy_science@mail.ru

Abstract

The essence and necessity of introduction of innovations in the service sector is considered in the article. The authors found that at the moment the most important condition for the development of the service sector in Russia is its innovative development, which helps to strengthen the position in the international market, increase the competitiveness of services, and contribute to economic diversification. The analysis of innovative processes in the sphere of services is carried out, the characteristic is given and features of innovative processes in sphere of tourist and hotel services are allocated. So, in these sectors, as effective innovations, the authors propose virtual tourism and crowdfunding which are aimed at improving the quality of the services provided, that is, to increase the comfort of the client, the tourist, and also to optimize costs in the activities of the enterprise. In a limited budget, it is important for developing tourism enterprises in Russia to adapt to new technologies, to implement cloud systems and to use various Internet platforms. Technological innovation in hospitality is aimed at improving the quality of the services provided, that is, to increase the comfort of the client, the tourist, and also to optimize costs in the activities of the enterprise. All this allows achieving improvement of the organization's performance, increase competitiveness and attractiveness in the eyes of potential customers.

For citation

Tsatkhlanova T.T., Burkutbaeva N.A., Erendzhenova D.B., Natyrova E.V., Ulanov M.V. (2018) Innovatsii v sfere uslug [Innovations in the service sector]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 8 (4A), pp. 92-98.

Keywords

Hotel business, innovation, competitiveness, competition, services, tourism services.

References

1. Erdnieva E.V., Lidzhiya K.Kh., Namysov E.N. (2014) Napravleniya vnedreniya innovatsionnogo podkhoda v regional'nyu ekonomiku [Directions of introduction of the innovative approach to the regional economy]. In: *Ekonomika i upravlenie otraslyami, kompleksami na osnove innovatsionnogo podkhoda. Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Economy and management of branches, complexes on the basis of the innovative approach. Materials of the International Scientific and Practical Conference]. Elista.
2. Fedorov R.G. (2013) Gostinichniy biznes kak sostavlyayushchaya sovremennoi industrii turizma [Hotel business as a component of the modern tourism industry]. *Molodoi uchenyi* [Young Scientist], 4, pp. 307-311.
3. Krasnikova A.S., Shibaeva V.S. (2014) Innovatsionnye proekty v sfere uslug [Innovative projects in the sphere of services]. *Molodoi uchenyi* [Young Scientist], 20, pp. 313-315.
4. Noskova N.A. (2012) Innovatsionnaya deyatel'nost' v sfere uslug [Innovative activity in the sphere of services]. *Sovremennye nauchnye issledovaniya i innovatsii* [Modern scientific research and innovations], 6. Available at: <http://web.snauka.ru/issues/2012/06/15039> [Accessed 03/03/2018]
5. Pokrovskaya L.L. (2012) Realizatsiya innovatsii kak faktor razvitiya sfery [Realization of innovations as a factor in the development of the sphere]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya* [Theory and practice of social development]. Available at: http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2012/9/ekonomika/pokrovskaya.pdf [Accessed 03/03/2018]
6. Romanova M.M., Kul'gachev I.P. (2017) Innovatsionnye tekhnologii v turizme i gostepriimstve [Innovative technologies in tourism and hospitality]. *Vestnik Akademii* [Bulletin of the Academy], 2, pp. 105-110.
7. Samaeva E.V., Chumashkaev P. (2017) Vliyaniye faktorov vneshnei sredy na innovatsionnyu politiku predpriyatiya [Influence of environmental factors on the innovation policy of the enterprise]. In: *Ekonomika i upravlenie otraslyami, kompleksami na osnove innovatsionnogo podkhoda. Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Economics and management of branches, complexes on the basis of the innovative approach. Materials of the International Scientific and Practical Conference]. Elista.
8. Taimasova E.I. (2015) Programma loyal'nosti kak chast' upravleniya brendom gostinichnogo predpriyatiya [Loyalty program as part of brand management of a hotel enterprise]. *Innovatsionnaya nauka* [Innovative Science], pp. 279-282.
9. Tsatkhlanova T.T., Erendzhenova D.B. (2016) Innovatsionnyi klaster kak faktor antikrizisnogo menedzhmenta [Innovative cluster as an anti-crisis management factor]. In: *Ekonomicheskie riski i neopredelennost': vliyaniye na upravlencheskie protsessy sovremennykh organizatsii. Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Economic risks and uncertainty: the impact on management processes of modern organizations. Materials of the International Scientific and Practical Conference].
10. Zhdanova O.A. (2013) Rol' innovatsii v sovremennoi ekonomike [The role of innovation in the modern economy]. In: *Ekonomika, upravlenie, finansy: materialy mezhdunar. nauch. konf.* [Economics, management, finance: materials of international. sci. conf.]. Perm: Merkurii Publ.