

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/187466>

**Тип работы:** Курсовая работа

**Предмет:** Гостиничное дело

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|                                                                                             |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Введение.....                                                                               | 3  |
| ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИЙ И ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....                    | 5  |
| 1.1 Сущность инновационной деятельности.....                                                | 5  |
| 1.2 Классификация инноваций.....                                                            | 8  |
| ГЛАВА 2 ИННОВАЦИИ В ГОСТИНИЦЕ: МЕТОДЫ. СПОСОБЫ ФОРМИРОВАНИЯ. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ .....     | 13 |
| 2.1 Методические подходы к управлению инновационным развитием гостиничных предприятий ..... | 13 |
| 2.2 Оценка инвестиционной деятельности гостиничных предприятий..                            | 18 |
| ГЛАВА 3 АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК ГОСТИНИЦЫ «АВРОРА» В Г. КУРСК.....                  | 23 |
| 3.1 Характеристика деятельности гостиницы «Аврора» в г. Курск.....                          | 23 |
| 3.2 Оценка инноваций гостиницы «Аврора» в г. Курск.....                                     | 26 |
| Заключение.....                                                                             | 32 |
| Список использованных источников.....                                                       | 33 |

## ВВЕДЕНИЕ

Для российской экономики инновационная деятельность – достаточно новое понятие. На сегодняшний день Федеральный закон об инновационной деятельности в нашей стране отсутствует, понятия «инновация», «инновационная деятельность» законодательно не определены, а соответственно, не установлен и круг субъектов такой деятельности.

В то же время, в российской экономике существует понимание того, что внедрение инноваций в процесс функционирования предприятий различных областей, может оказать положительный эффект на деятельность экономического субъекта в целом.

Так, одним из примеров благоприятного влияния инновационной деятельности является взаимодействие с гостиничной индустрией, где инновации позволяют не только повысить качество предоставляемых услуг, но и оптимизировать расходы и тем самым повысить экономические результаты предприятий.

## ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИЙ И ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### 1.1 Сущность инновационной деятельности

Слово «innovation» в переводе с английского языка означает новшество, нововведение, новую идею, метод, продукт. Сам термин «innovation» изначально происходит от латинского слова «innovatio» и переводится как обновление, перемена (рис. 1).

Первое наиболее полное описание инноваций ввел в экономическую науку Йозеф Шумпетер в своей работе «Теория экономического развития» (1912), в которой отразил содержание инноваций с помощью пяти особенностей:

- 1) использование новой техники, новых технологических процессов или нового рыночного обеспечения производства;
- 2) изготовление нового продукта или известного продукта с новыми качествами;
- 3) использование новых видов сырья или полуфабрикатов;
- 4) изменения в организации производства и его материально-техническом обеспечении;
- 5) проникновение на новый рынок сбыта [18].

С этого исследования начинается классическая теория инноваций.

Одним из первых исследователей сущности инноваций в России был Н.Д. Кондратьев. Впервые в работе «Большие циклы конъюнктуры» (1925) он обосновал теорию больших циклов продолжительностью примерно в 50 лет, ввел понятие длинной волны, характеризующее влияние радикальных инноваций на мировое промышленное развитие. Он доказал, что переход к новому циклу связан с расширением запаса капитальных благ, создающих условия массового внедрения накопившихся изобретений. К таким инновациям Кондратьев относил изобретение паровых машин, строительство железной дороги, электроэнергетику и автомобилестроение [6].

В современной экономической литературе – как отечественной, так и зарубежной, трактовка понятия «инновация» является предметом научных дискуссий, что свидетельствует об отсутствии общепризнанной единой терминологии в этой области.

## 1.2 Классификация инноваций

На сегодняшний день, существует огромное разнообразие классификаций инновационной деятельности. Базовая классификация видов инновационной деятельности, на которую ссылаются многие авторы, выглядит следующим образом.

Разновидность инновационной деятельности основывается на таких аспектах, как:

### 1) Юридический статус предприятий

- субъекты малого и среднего предпринимательства;
- крупный бизнес

### 2) Сфера деятельности предприятия

- торговля;
- производство;
- услуги

### 3) Стадия жизненного цикла предприятия (ЖЦП)

- отдельные стадии ЖЦП;
- ЖЦП целиком

### 4) Источники финансирования

- собственные средства;
- заемные средства;
- привлеченные средства

### 5) Субъекты финансирования

- частные;
- государственные;
- международные финансовые институты;

### 6) Статус инвестора

- региональный;
- национальный;
- международный

### 7) Уровень управления

- территориальный;
- отраслевой

### 8) Результат

- высокий;
- низкий

Кроме того, основоположником классификации инноваций можно считать Г. Менша, который выделяет единственный критерий группировки – степень радикальности инноваций [17].

### 2.1 Методические подходы к управлению инновационным развитием гостиничных предприятий

Внедрение инновационных технологий, разработка новых видов товаров и услуг являются основой устойчивого формирования о хозяйствующих субъектов во всех сферах мировой экономики. Инновационная активность предприятий становится драйвером развития отраслевых рынков, оказывая значительное влияние на эффективность бизнеса и удовлетворение запросов потребителей. Несмотря на негативное воздействие пандемии COVID-19, динамика затрат на внедрение различных видов инноваций, по мнению экспертов, останется положительной.

Так, согласно прогнозам International Data Corporation, мировые расходы на искусственный интеллект в ближайшие годы возрастут вдвое - с 50,1 млрд долл. в 2020 г. до более чем 110 млрд долл. в 2024 г. [24]. Совокупный годовой темп роста показателя на период 2019-2024 гг. составит 20,1%.

Двумя ведущими факторами внедрения такого рода технологий выступают повышение качества обслуживания клиентов и помощь сотрудникам в улучшении их деятельности.

Данные на рисунке 4 показывают, что каждая из технологий может быть классифицирована как минимум по трем вышеназванным признакам. Например, работы- консьержи являются технологической новинкой для гостиничного международного масштаба и относится к технологиям сферы обслуживания, с которым непосредственно сталкивается гость. Автоматизированные системы управления продаж, напротив уже давно считаются базовой технологией для отелей, но могут стать новыми для небольших отелей на провинциальных гостиничных рынках.

Дифференциация технологий по типу новизны для конкретного рынка играет ключевую роль в определении этапности внедрения инноваций, в том числе путем мониторинга конкурентного окружения, ранжирования критически важных для каждого гостиничного предприятия технологий, позволяющих завоевать, удержать и развивать его конкретные преимущества.

Методики измерения степени удовлетворенности гостей являются наиболее подходящими для технологий, с которыми непосредственно взаимодействует гость.

Для оценки результативности внедрения технологий в управлении следует выбирать методы, основанные на мониторинге ключевых показателей как отеля в целом (загрузка, ADR, RevPar, рентабельность и т.п.), так и его отдельных подразделений в соответствии со сферой деятельности. Классификация технологий по функциональным процессам позволит средствам размещения определить элементы с низкими показателями потребительской удовлетворенности, характерными как для внешних, так и для внутренних потребителей, и сконцентрировать свою инновационную активность на соответствующих «узких» участках. Таким образом, классификация инновационных технологий по уровню рыночной новизны, непосредственному влиянию на гостевой опыт и функциональным процессам гостиничного предприятия имеет существенную и практическую значимость для формирования методологии инновационного развития гостиничного предприятия с учетом условий внутренней и внешней среды.

Инновационный подход к обслуживанию туристов должен носить системный характер, что подразумевает разработку комплексной программы инновационного развития отеля. Это позволит повысить удовлетворенность потребителей в запросах, что положительно скажется на функционировании и успешности гостиничных организаций.

Ключевыми элементами алгоритма разработки программы инновационного развития предприятия в сфере гостеприимства являются:

1. Определение этапности действий по анализу, отбору и оценке внедрения инноваций.
2. Подбор методов, обеспечивающих результативность деятельности на каждом этапе.
3. Выбор инструментов для реализации программы в рамках данной методологии.

### 2.2 Оценка инвестиционной деятельности гостиничных предприятий

Для оценки инновационной активности организаций и ее инновационной конкурентоспособности широко применяются показатели инновационной деятельности организации. Одним из основных направлений по созданию качественных услуг является четкое соблюдение параметров комфортности, которые выработаны практикой турбизнеса и являются универсальными для гостиниц, предприятий общественного питания или туристской фирмы. К наиболее значимым инновационным технологиям относится применение Интернета в целях продвижения и реализации туристского продукта и реальной конкуренции для туристских организаций.

При проведении практических занятий, выполнении студентами самостоятельной контрольной работы по курсам «Инновационный менеджмент», «Инновации в СКСиТ» встает вопрос выбора направления и обоснования проведения инновационных мероприятий в предприятиях туризма и гостиничного бизнеса. Для этого нужно дать оценку имеющегося потенциала инновационной деятельности на том или ином объекте индустрии гостеприимства.

Для оценки инновационной активности организаций и ее инновационной конкурентоспособности широко применяются показатели инновационной деятельности организации.

По группам их можно разделить на [19, с. 46]:

- 1) затратные;
- 2) по времени;
- 3) обновляемости;
- 4) структурные.

Относительно предприятий гостиничного бизнеса к первой группе можно отнести: удельные затраты на приобретение лицензий, патентов, ноу-хау; наличие фондов на развитие инициативных разработок [19, с. 23].

Ко второй группе относятся показатель инновационности ТАТ (под ним понимают время с момента осознания потребности или спроса на новый продукт до момента его отправки на рынок или потребителю); длительность процесса разработки нового продукта/услуги; новой технологии; нового стандарта предприятия; длительность подготовки производства нового продукта/услуги; длительность производственного цикла нового продукта/услуги.

К третьей группе относятся количество разработок или внедрений нововведений продуктов/услуг; нововведений-процессов/технологий; показатели динамики обновления продукции/услуг (за 2, 5, 10 лет); количество приобретенных (переданных) новых технологий, ноу-хау, стандартов предприятий; объем предоставляемых новых услуг.

К четвертой группе относятся состав и количество подразделений, занятых использованием новой технологии/стандарта, созданием нового продукта/услуги; численность и структура сотрудников, занятых созданием нового продукта/услуги; состав и число творческих инициативных временных бригад, групп. Менеджмент гостиничного бизнеса всегда стремится найти и предложить клиентам новые виды продукта/услуг. Средние и крупные отели, например, кроме обязательных услуг размещения и питания, предлагают огромный перечень дополнительных услуг, к которым можно отнести: бар, ресторан, кафе, буфет, пивной бар, коктейль-бар и многое другое.

### ГЛАВА 3 АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК ГОСТИНИЦЫ «АВРОРА» В Г. КУРСК

#### 3.1 Общая характеристика деятельности гостиницы «Аврора» в г. Курск

Выбор гостиниц в Курске достаточно велик при этом, они предусматривают широкие возможности для работы, так необходимые деловым людям в командировке. Поскольку современный Курск занимает одну из лидирующих позиций в машиностроении, металлообработке, химической и пищевой промышленности, гостиницы в нём часто бронируют те, кто прибыл сюда с деловым визитом. Город издревле является одним из культурных и духовных центров страны, предлагая к вниманию путешественников многочисленные памятники архитектуры и истории, разнообразные музеи, выставки и театры.

Данными факторами обуславливается тот факт, что по нынешний день в город приезжает огромное число туристов и вместе с тем, этот показатель растет с каждым годом.

На начало 2011 года в городе Курске насчитывалось 32 гостиниц. Около 60% рынка делят пять крупных игроков: гостиница «Аврора», «Центральная», «Курск», «Соловьиная роща» и «Октябрьская».

«Аврора» является единственной в Курске гостиницей категории четыре звезды. В июле 2008 года была подана заявка на сертификацию отеля и в итоге гостиничному комплексу Московским институтом сертификации и стандартизации присвоен статус четырёхзвёздочного отеля. «Аврора» стала единственной официально сертифицированной гостиницей города. В 2018 году гостиница также прошла сертификацию и подтвердила соответствие уровню четыре звезды.

Следует отметить соответствии гостиницы мировым требованиям к гостиничному бизнесу, а именно: для гостей оборудованы уютные номера, предоставляется обширный спектр основных и дополнительных услуг, уровень обслуживания характеризуется индивидуальным подходом к потребностям каждого гостя. Будучи построенной в 2007 году, гостиница «Аврора» шагает в ногу со временем, предлагая своим постояльцам все необходимое для полноценного отдыха и качественного ведения бизнеса. В книге

«Почетных записей» появились записи с восторженными отзывами звёзд российской эстрады, которые приезжая на гастроли в Курск, останавливались в гостинице: В. Толкунова, С. Пенкин, М. Турецкий, К. Орбакайте, Б. Алибасов и многие другие - все они оценили гостеприимство и поставили твердую «пятёрку» за сервис и радушный приём.

Номерной фонд гостиницы «Аврора» насчитывает 90 номеров различного уровня комфортабельности. Здесь есть и одноместные, двухместные комнаты, и полулюксы, и люксы. Стильный дизайнерский интерьер, удобная, функциональная мебель делают пребывание постояльцев в номерах гостиницы «Аврора» приятным и не обремененным бытовыми хлопотами. К услугам туристов телефон с междугородней связью, индивидуальная система кондиционирования воздуха, телевизор, свободный доступ в Интернет.

В деловых кругах Курска гостиница «Аврора» известна как отличное место для проведения конференций, чему способствует наличие просторных залов со всем необходимым офисным оборудованием, системами конференцсвязи и мультимедийными экранами. Все мероприятия сопровождаются предоставлением деловым людям полного комплекта бизнес-услуг.

Широкие возможности для отдыха и оздоровления - вот, что выделяет «Аврору» из числа прочих гостиниц Курска. На территории есть фитнес-центр, оборудованный современными тренажёрами, работают массажный кабинет и парикмахерская, оказываются услуги гида-переводчика, функционирует сувенирный магазин. Так же здесь располагается единственная в городе сауна, выполненная в персидском стиле. Стоимость проживания в гостинице зависит от номера и варьируется от 3900 рублей в сутки до 9200 рублей в сутки.

В стоимость проживания включен завтрак (шведский стол), который подается с 8.00 до 10.00 утра в ресторане «Невский». В последующее время заведение работает в своем обычном режиме, угощая гостей сытными блюдами международной кухни, поражая богатым выбором напитков, развлекая интересными шоу-программами с участием звёзд эстрады. В гостиничном лобби-баре представлен весомый арсенал алкогольной продукции, подаются лёгкие закуски, салаты, десерты, выпечка. Ресторан принимает заказы на проведение разного рода торжеств.

### 3.2 Оценка инновационной деятельности гостиницы «Аврора» в г. Курск

Благодаря рассмотрению теоретической основы инновационной деятельности и анализу деятельности гостиницы «Аврора» можем сделать вывод, что гостиничному предприятию требуются инновации, с которыми будут взаимодействовать как гость, так и само предприятие для реализации целей.

Анализ гостиничного предприятия также показал отсутствие инноваций в продажах и маркетинге, в работе с персоналом, а также в процессе обслуживания и поддержании коммуникаций с клиентами.

Таким образом, можно сделать вывод, что внедрение инноваций в сервисную деятельность гостиницы «Аврора» позволит осуществить:

- удовлетворение клиентов в удобстве и цифровизации услуг;
  - обеспечение быстрого и чёткого процесса обслуживания;
  - приумножение клиентов гостиницы и, как следствие, прибыльности гостиничного предприятия.
- Внедрение инновационных технологий в сервисе гостиницы предполагается по средствам разработки мобильного приложения, которое позволит:
- повысить как уровень качества услуг, так и общее качество сервиса гостиницы;
  - ускорит процесс обмена информации между гостями и самой гостиницей;
  - сформирует положительный имидж в глазах общественности: уровень открытости к информации гостиницы и быстрая реакция руководства гостиницы на мнение клиентов, по средствам отзывов в приложении;
  - позволит адаптироваться гостинице со «стажем» к существующей тенденции инноваций на рынке гостиничной индустрии;
  - поспособствует оптимизации времени, затраченного на элементарные операции: быстрый процесс въезда/выезда, возможность заказать желаемые услуги и дополнительные принадлежности, возможность задать вопрос в объект размещения;
  - расширит охват клиентов. Например, отсутствие языкового барьера будет способствовать привлечению иностранных граждан;
  - оптимизировать некоторые рабочие процессы и тем самым уменьшит нагрузку персонала гостиницы: клиенты могут самостоятельно осуществлять бронирование и быстро получать необходимую информацию об объекте размещения.

Отдельно стоит сказать о дальнейших возможностях гостиницы, благодаря внедрению мобильного

приложения, а именно: приложение послужит средством для формирования и дальнейшего функционирования системы лояльности.

Благодаря возможностям мобильного приложения, создание, запуск и дальнейшее развитие системы лояльности будет происходить быстрее и эффективнее. Внедрение программы лояльности также является одним из средств реализации инновационной деятельности гостиницы, так как по средствам ее будет сформирован круг постоянных гостей, которые будут также заинтересованы в накоплении баллов за проживание, повышении своего статуса участника; получении всевозможных привилегий и признательности гостиницы за преданность.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование, проведенное в данной курсовой работе, показало, что стремительное развитие международного, внутреннего, делового туризма во всем мире предъявляет повышенные требования к качеству гостиничного сервиса, который напрямую зависит от эффективности инновационных процессов. На данный момент гостиничные инновации продолжают развиваться и внедряться не только в крупных международных сетях отелей, но и в независимых гостиницах небольших городов. В работе за основу исследования была взята гостиница в городе Курск «Аврора». Анализ деятельности гостиничного предприятия показал не только отсутствие инновационных технологий, но и острую потребность гостиницы в инновациях для удержания на рынке индустрии гостеприимства.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. О концепции инновационной политики РФ на 1998–2000 годы : постановление Правительства РФ от 24 июля 1998 г. №832.
2. Бездудный Ф.Ф., Смирнова Г.А., Нечаева О.Д. Сущность понятия «инновация» и его классификация // Инновации. 2018. №2–3.
3. Завлин П.Н., Васильев А.М. Оценка эффективности инноваций. СПб. : Бизнеспресса, 2018.
4. Измерение научно-технической деятельности. Предлагаемая стандартная практика для обследований исследований и экспериментальных разработок : Руководство Фраскати / пер. и науч. ред. Л.М. Гохберга. Париж ; М. : ОЭСР; ЦИСН, 2015.

5. Инновационный менеджмент : учеб. пособие / под ред. П.Н. Завлина, А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. СПб. : Наука, 2020.
6. Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. М. : Экономика, 2020.
7. Кулагин А.С. Немного о термине «инновация» // Инновации. 2014. №7.
8. Лесникова О.В. Управление инновациями на предприятиях индустрии гостеприимства: автореф.дис. Москва, 2019. 26с.
10. Малахова Н. Н., Ушаков Д. С. Инновации в туризме и сервисе. М. Март, 2018.
11. Медынский В.Г., Ильдеменов С.В. Реинжиниринг инновационного предпринимательства : учеб. пособие для вузов. М. : ЮНИТИ, 2012.
12. Пригожин А.И. Нововведения: стимулы и препятствия (социальные проблемы инноватики). М. : Политиздат, 2019.
13. Руководство Осло: рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям / Организация экономического сотрудничества и развития; Статистическое бюро европейских сообществ. 3-е изд. М. : ЦИСН, 2016.
14. Санто Б. Инновация как средство экономического развития : пер. с венг. / общ. ред. и вступ. ст. Б.В. Сазонова. М. : Прогресс, 2020.
15. Соколов Д.В., Титов А.Б., Шабанова Н.М. Предпосылки анализа и формирования инновационной политики. СПб. : ГУЭФ, 2017.
16. Сурин А.В., Молчанова О.П. Инновационный менеджмент : учебник. М. : ИНФРА-М, 2019.
17. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями : сокр. пер. с англ. / авт. предисл. и науч. ред. К.Ф. Пузыня. М. : Экономика, 2019.
18. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент : учеб. для вузов. 6-е изд. СПб. : Питер, 2018.
19. Шумпетер Й. Теория экономического развития : пер. с англ. М. : Прогресс, 2016.
20. Эндрю Джеймс П., Сиркин Гарольд Л. Возврат на инновации. Практическое руководство по управлению инновациями в бизнесе. М.: Гревцов Паблишер, 2018.
21. Bălan C. Net promoter score: Key metric of customer loyalty // Quality - Access to Success. 2015. <sup>1</sup> 13 (Suppl. 4). P. 101-110.
22. Cooke I., Mayers P. Introduction to Innovation and Technology Transfer. Boston : Artech House, Inc., 2016.
23. Global digital spending in travel & hospitality at \$22 billion in 2018 and is expected to reach \$57 billion by 2023. URL: <https://brandequity.economictimes.indiatimes.com/news/business-ofbrands/global-digital-spending-in-travel-hospitality-at22-billion-in-2018-and-is-expected-to-reach-57-billionby-2023-says-zinnov/67238940> (дата обращения: 11.10.2020).
24. Mensch G. Stalemate in ♦ ♦: Innovations Overcame the Depression. Cambridge : Ballinger, 2019.
25. Worldwide Spending on Artificial Intelligence. URL: <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId= prUS46794720> (дата обращения: 11.10.2020).

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/187466>