

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)
Экономический факультет
Кафедра экономики и управления инновационными системами

КУРСОВАЯ РАБОТА

ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Работу выполнил _____ М. Д. Турчанинова
(подпись)

Направление подготовки _____ 27.03.05 Инноватика

Направленность (профиль) Управление инновационными проектами и
трансфер технологий

Научный руководитель
канд. экон. наук, доц. _____ Н.Н. Аведисян
(подпись)

Нормоконтролер
канд. экон. наук, доц. _____ Н.Н. Аведисян
(подпись)

Краснодар

2024

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Теоретические основы инноваций, их виды и роль в малом бизнесе...	5
1.1 Понятие инноваций в отельном бизнесе.....	5
1.2 Основные виды инноваций в сфере гостиничного бизнеса.....	12
1.3 Влияние инноваций на конкурентоспособность отеля.....	16
2 Анализ текущего состояния инноваций в отельном бизнесе.....	20
2.1 Исследование инновационной активности в различных отелях	20
2.2 Оценка степени использования инноваций в современных гостиницах.....	23
2.3 Выявление проблем и перспектив развития инноваций в сфере гостеприимства.....	23
3 Предложения по совершенствованию стратегии внедрения инноваций.....	24
Заключение.....	28
Список использованной литературы.....	29

ВВЕДЕНИЕ

В нынешнее время отельный бизнес является одной из более динамично развивающихся отраслей сферы услуг. Отели стремятся использовать инновационные технологии для повышения качества обслуживания посетителей, оптимизации бизнес-механизмов, а также для возрастания конкурентоспособности на рынке.

Актуальность внедрения инноваций в гостиничный бизнес в современных условиях объясняется быстрым прогрессом технологий, изменением предпочтений потребителей и сегментацией рынка гостиничных услуг. Гостиничная индустрия постоянно сталкивается с конкуренцией, поэтому внедрение инноваций становится ключевым фактором успешного развития и конкурентоспособности организаций в этой сфере.

Цель данной работы - разработка предложений по совершенствованию стратегии внедрения инноваций в отельный бизнес

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

1. Изучить понятия инноваций в отельном бизнесе.
2. Обозначить основные виды инноваций и их воздействие на гостиничный бизнес.
3. Изучить влияние инноваций на конкурентоспособность отеля.
4. Исследовать инновационную активность в различных отелях.
5. Оценить степень использования инноваций в современных гостиницах.
6. Выявить проблемы и перспективы развития инноваций в сфере гостеприимства.
7. Разработать рекомендации по совершенствованию стратегии внедрения инноваций.

Объект исследования: гостиничный бизнес.

Предмет исследования: применение инновационных технологий в гостиничном бизнесе.

При написании курсовой работы использовались аналитические, индуктивные и дедуктивные методы исследования.

Структура работы состоит из трех разделов, введения, заключения, списка использованных источников.

1 Теоретические основы инноваций, их виды и роль в малом бизнесе

1.1 Понятие инноваций в отелном бизнесе

В всемирной социально-экономической литературе «инновация» трактуется как перевоплощение гипотетического научно-технического прогресса в действительный, реализующийся в новых услугах и технологиях.

Термин «инновация» принялся усиленно применяться в переходной экономике РФ как самостоятельно, так и для определения ряда близкородственных определений: «инновационная деятельность», «инновационный процесс», «инновационное решение» и т. п.

В публицистике числится обилие понятий. Так, например, Б.Твисс исследовал инновацию, как деятельность, в итоге которой новшество или идеология обретает экономическое наполнение [28].

Другое разъяснение определения «инновация» дает Ф. Никсон, который характеризует ее как мероприятие, в эффекте которого на рынке возникают новые или усовершенствованные технологические механизмы и оборудование.

Б. Санто, что инновация –это не что другое, как механизм, преображающий задумки и изобретения в новые эффективно лучшие продукты и технологии, с целью приобретения дополнительной выгоды [12].

Другой точки зрения руководствуется Ю. П. Морозов, который полагает, что инновация - это доходное применение инноваций в облике новейших технологий, видов продукции, организационно-технических и социально-экономических решений промышленного, денежного, предпринимательского или другого характера [29].

Цепочка постепенных операций, проходящих через фазу исследовательских модернизаций и заканчивающихся в промышленно-производственной отрасли, есть инновация. Так утверждал Н. Мончев [15].

Мониторинг всевозможных понятий инновации влечёт к тезису, что характерное содержание инновации насчитывают преобразования, а основной функцией инновационной деятельности рассматривается функция изменения.

Австрийский исследователь Й. Шумпетер подчёркивал пять характерных изменений:

1. внедрение новой техники, новейших технологических механизмов или нового потребительского обеспечения производства (купля-продажа);
2. введение продукции с новейшими свойствами;
3. задействование нового сырья;
4. преобразования в организации производства и его материального и технического предоставления;
5. возникновение новых рынков сбыта.

Вышеизложенные положения Й. Шумпетер озвучил еще в 1911 г. Позднее, в 30-е годы, он уже выводил представление новации, интерпретируя его как преобразование с задачей введения и применения новых видов покупательских товаров, новых промышленных и транспортных средств, рынков и конфигураций организации в индустрии.

Инновации – это введение новейших идей, теорий, товаров или механизмов, которые вносят усовершенствования или изменения в общепринятые структуры или создают что-то абсолютно новое. Технологии содействуют развитию экономики, изменению условий жизни людей, увеличению конкурентоспособности фирм и государства в целом. Они могут быть технологическими, общественными, управленческими, промышленными и другими.

Технологии имеют большое значение в совершенствовании общества и воздействуют на всевозможные аспекты его жизни. Вот некоторые отрасли, в которых присутствуют инновации в нынешнем жизнеустройстве:

а) Технологии: информационные технологии, искусственный интеллект, интернет вещей и иные технологии корректируют методы взаимодействия между людьми, гарантируют новые перспективы для работы, образования, здравоохранения и остальных областей жизни.

б) Медицина: новейшие технологии в медицине, такие как генная терапия, 3D-печать органов, телемедицина и всевозможные, способствуют совершенствованию диагностики и лечения разных заболеваний, возрастанию продолжительности жизни и повышению качества медицинской помощи.

в) Стабильное развитие: модернизации в отрасли восстанавливаемых источников энергии, снижения влияния на окружающую среду, изменения управления отходами и т.д. влияют на обеспечение стабильного совершенствования общества.

г) Образование: внедрение онлайн-платформ, научно-образовательных программ, персонализированных стратегий обучения и иных модернизаций способствует облегчить доступ к самообразованию, сделать процесс обучения наиболее высокоэффективным и увлекательным.

д) Транспорт и городская среда: модернизация электрических и автономных автотранспортных средств, интеллектуальных подсистем ведения транспортом и городской инфраструктурой, Smart City-технологий и разных новаций благоприятствует повышению мобильности, защищенности и комфорта жизни жителей.

Реактивная инновация – это такое новшество, которое хозяйствующий субъект вводит вслед за конкурентом как ответную реакцию на уже возникший на рынке новейший товар. Реактивные инновации организации вынуждены усваивать наряду с соперниками, чтобы быть показанными на рынке в конкурентоспособном положении, и чтобы в последующем гарантировать себе выживание и не совершить технологического замедления в изготовлении.

К стратегическим инновациям характеризуют новшества, формирование которых носит упреждающий (преактивный) характер с задачей приобретения превосходства «первого хода», которое при оптимальном применении может привести к первенству на рынке и сверхвысоким доходностям.

В зависимости от главного содержания и характера обозначают технологические и нетехнологические инновации. Технологические инновации нацелены на добывание и, использование новейших познаний для вынесения

технологических и инженерных проблем в отрасли регулирования функционирования техники и производства на предприятии как целостной структуры. К ним классифицируют все видоизменения, обозначающие научно-технический прогресс и затрагивающие средства и способы организации производства, методики производства.

Нетехнологические инновации - технологии, ориентированные на приобретение и задействование новых познаний для урегулирования социально-экономических, общественных и других проблем, связанных с поддержанием функционирования предприятия. В нынешнее время инновационное совершенствование российских фирм отождествляется в большинстве с внедрением высоких технологий, модернизацией и изготовлением интеллектуальной продукции, хотя высокотехнологичное развитие охватывает достаточно обширную область: маркетинг, продажи, производство, управление персоналом, бюджеты и др. Зачастую инновационная структура ограничивается индустриальными отраслями. Инновации в остальных областях человеческой жизнедеятельности, в том числе в сфере бизнеса (организации производства, труда и администрирования), либо пренебрегаются, либо недооцениваются. [13]

Таким образом, большинство изучений рассматривают обновления исключительно в конфигурации технологических инноваций и не затрагивают вопросы, связанные с внедрением в хозяйственный оборот нетехнологических новшеств, «в то время как разработка новшества в администрировании должна быть первым этапом инновационной тактики совершенствования организации и задавать первоочередное направление дальнейших реформирований в обстоятельствах повышающегося значения фактора времени».

Отельная индустрия сейчас предполагает собой отрасль с вырастающим показателем конкурентоспособности на рынке отельных услуг. Невзирая на то, что гостиничный бизнес в России все еще пребывает в начале пути развития, а спрос на отельные услуги остается неудовлетворенным в полнейшей степени, фирмы отрасли гостеприимства встречаются с потребностью сра-

жаться за посетителя. В соответствии с гармонично изменяющимися условиями деятельности любое отельное предприятие как самостоятельный участник рынка принуждено меняться, становясь вдохновителем внутриорганизационных высокотехнологичных механизмов. Естественно, что данные механизмы не должны протекать спонтанно - их необходимо воплощать структурно в границах выработанной инновационной тактики, характеризующейся частью всеобщей концепции предприятия.

Органичное совершенствование отельного менеджмента и жесткая конкуренция на рынке отельных услуг ставят трудности улучшения качества обслуживания посетителей в количестве первостепенных и животрепещущих. Качество гостиничной услуги рассматривается как взаимосвязь особенностей, которые приносят ей возможность удовлетворять нужды целевой группы потребителей. Регулирование конкурентоспособного превосходства в отельном бизнесе сплетено с введением инноваций в активность отельных предприятий. В гостиничном менеджменте новация - это механизм формирования и внедрения новейших, разнящихся от типовых, способов оснащения, создание необыкновенных отельных товаров, новых вариантов развития услуг отельного предприятия, а также создание условий, гарантирующих наиболее уютное пребывание посетителей.

Новации в гостиничном бизнесе могут касаться всевозможных факторов работы фирмы, включая архитектуру и дизайн отеля, технологии, услуги и сервисы для посетителей, планирование и консалтинг.

Образцами новаций в гостиничном бизнесе могут быть введение системы управления отелями (PMS), применение бесконтактных технологий при регистрации и взаимодействии с персоналом, формирование исключительных методологий отелей (например, бутик-отели, отели-призраки и т.д.), модернизация интегрированных услуг для посетителей, применение экологически чистых материалов и технологий в проектировании и снабжении отелей и иное.

Изучим главные инновационные технологии, которые могут использоваться в целях улучшения конкурентоспособности новейшего отеля [2; 3; 4]:

1. Разработка мобильного приложения для постоянных посетителей гостиничной фирмы.

Это позволит поддерживать коммуникацию между отелем и клиентами, уведомляя их о новых отельных услугах, номерах, акционных предложениях цены и обновления программы лояльности.

2. Закупка и задействование роботизированного оснащения для проведения уборки и клининга номеров.

Такие технологии позволят уменьшить неудобства для посетителей, а также увеличить качество обслуживания номеров. Роботизированное оборудование способно определить малозаметные участки загрязнения, включая образования плесени, что позволит уменьшить угрозы в будущем от жалоб постояльцев на неудовлетворяющую их чистоту.

Инновации могут оцениваться по техническим показателям, а также с потребительских позиций. По технологическим критериям отличают:

Продуктовые инновации (новейшие товары и услуги). К продуктовым новациям соотносится применение новых материалов, новых полуфабрикатов и комплектующих, приобретение совершенно новых товаров.

Процессные инновации (методики, организация предприятия и организационные механизмы). К процессным новациям относятся новейшие технологии и новые подходы организации предприятия. Процессные новации могут быть сплетены с формированием новых управленческих подсистем в составе предприятия.

С потребительских концепций обозначают тип оригинальности инновации для конкретных рынков: технологии для отрасли; новации для конкретного предприятия (группы предприятий).

По месту в структуре (на предприятии, фирме) можно обозначить:

– инновации на входе предприятия (преобразования в выборе и применении сырья, материалов, автомашин и спецоборудования, информации и др.);

– инновации на выходе предприятия (изготовления, услуги, технологии, информация и др.);

– инновации концептуальной структуризации предприятия (организационной, научно-производственной, технологической).

По выраженности масштабности новации можно классифицировать на:

– основополагающие (кардинальные). Основополагающие инновации относятся к радикально новым продуктам.

– улучшающие, которые соединены с значительным совершенствованием существующих продуктов или с формированием новейших или существенно модифицированных способов организации предприятия.

– рационализирующие (модификационные), включают малозначительные улучшения (модификацию) продукта или подходов организации производства, не производящие весомого воздействия на видоизменение главных показателей и явлений продукта (механизма).

Первоисточниками модернизаций в отельных предприятиях служат меняющиеся запросы и требования посетителей, обновление нужд технологического механизма (устаревшее спецоборудование, технологии), видоизменения в системе отрасли или рынка, демографические обновления.

Новейшие познания в сфере менеджмента, маркетинга, позволяют разрабатывать новые наиболее действенные способы управления персоналом, программы вовлечения клиентов, включаться в стратегические союзы по администрированию гостиниц (франчайзинг с международными гостиницами).

Инновации в гостиничном менеджменте играют значимую функцию в вовлечении новых посетителей, поддержании постоянных гостей, возрастании бюджетов и повышении популярности корпорации. Поэтому собственники и лидеры гостиничных фирм должны беспрестанно следить за новейшими трендами и технологиями в отрасли, а также интенсивно вводить инновационные идеологии для совершенствования своего бизнеса.

Таким образом, определение инноваций в гостиничном бизнесе подразумевает основополагающим для результативного функционирования гостиничных фирм и предоставления высокого показателя сервиса для посетителей.

1.2 Основные виды инноваций в сфере гостиничного бизнеса

Инновации играют важную роль в современном мире, воздействуя на разные факторы нашей жизни. Давайте рассмотрим основные виды инноваций:

1. Финансово-экономические инновации меняют методы ведения финансами, инвестиций и финансовых операций. Например, возникновение криптовалют и блокчейн-технологий поменяло варианты хранения и перевода денег, создав новейшие возможности для финансовых операций.

2. Продуктовые инновации сплетены с модернизацией и введением новых товаров или услуг на рынок. Например, проработка новейших технологий в области электротехники или медицинских приборов значительно нормализует качество жизни людей.

3. Процессные технологии нацелены на обновление механизмов производства или управления, что может привести к возрастанию производительности и уменьшению издержек. Например, введение компьютеризации в производстве позволяет расширить объем производства и уменьшить число брака.

4. Организационные инновации касаются видоизменения системы и ведения организацией. Новейшие концепции управления, такие как гибкие подходы управления и горизонтальные системы, содействуют увеличению результативности и благоприятствуют принятию наиболее оперативных решений.

5. Социальные новации ориентированы на принятие социальных проблем и изменение качества жизни общества. Образцами могут служить проекты по борьбе с беспризорностью или увеличением доступности образования и здравоохранения.

6. Коммуникативные новации сплетены с преобразованиями в сфере коммуникаций и обмена информацией. Совершенствование интернета и социальных сетей поменяло методы общения и передачи информации, делая их наиболее стремительными и общедоступными.

7. Маркетинговые инновации нацелены на преобразование концепций продвижения продуктов и услуг на рынке. Например, применение цифровых технологий и аналитики позволяет фирмам наиболее точно обозначать нужды покупателей и формировать персонализированные предложения.

Инновации играют важную роль в развитии экономики и государства, благоприятствуя формированию новейших перспектив и изменению качества жизни. Осознание и введение всевозможных типов технологий характеризуется основополагающим аспектом для успеха в нынешнем мире.

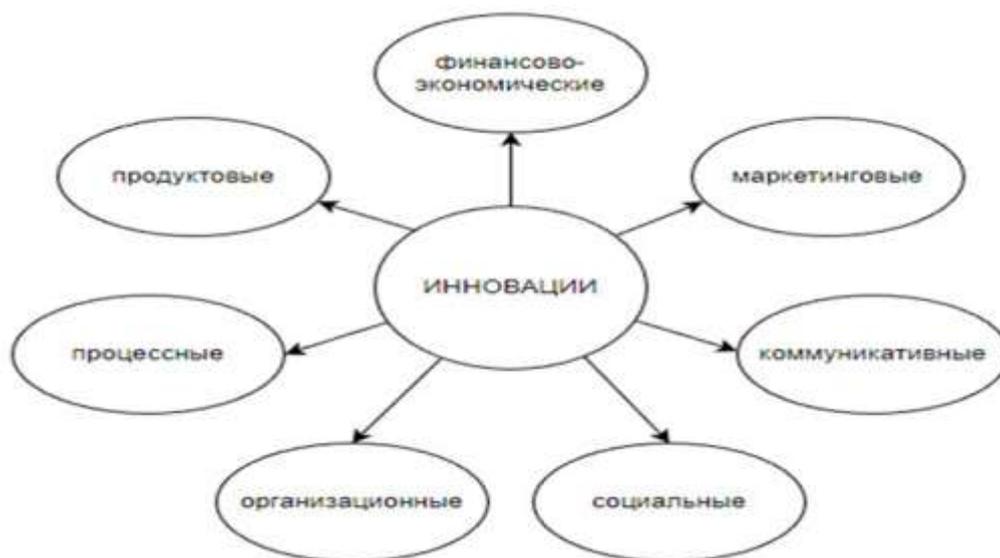


Рисунок 1 – Основные виды инноваций [12]

Иновации в сфере гостиничного бизнеса:

1. Технологические новации:

– Введение схемы умного дома (Smart Hotel), позволяющей посетителям руководить освещением, кондиционированием воздуха, телевизором и другими приспособлениями в номере с поддержкой телефона.

– Применение искусственного интеллекта (AI) и машинного обучения для индивидуализации приглашений, прогнозирования рынка и повышения обслуживания посетителей.

– Автоматизированные технологии в отельном сервисе, например, роботы-ассистенты на ресепшене или в ресторанах для поставки спецзаказов.

2. Экологические новации:

– Формирование энергосберегающих технологий, таких как солнечные консоли, инновационное освещение и схемы ведения энергопотреблением.

– Стабильное применение ресурсов: утилизация отходов, задействование органических и высококачественных материалов, уменьшение употребления пластика и разовых продуктов.

3. Технологии в жизнеобеспечении и обслуживании:

– Формирование идеологии фуд-залов и фуд-кортв в пансионатах, предлагающих обширный выбор блюд различных кухонь и стилей.

– Совершенствование гастрономического туризма: круга мастер-классов, дегустаций и кулинарных туров для посетителей.

– Ориентированный сервис питания: предложение низкокалорийных и вегетарианских меню, способность выбора блюд заблаговременно, обслуживание в номер.

4. Технологии в маркетинге и продвижении:

– Задействование виртуальной и дополненной реальности для выстраивания мультимедийных туров по отелям и вовлечения вероятных посетителей.

– Модернизация исключительных маркетинговых кампаний, включающих социальные медиа, блогеров и сотрудничества с разными брендами.

– Заострение внимания на эксклюзивных особенностях отеля, его истории, расположении и обстановке, чтобы заинтересовать целевую аудиторию.

Технологии в отельном бизнесе играют немаловажную роль в вовлечении и закреплении посетителей, улучшении качества обслуживания и конкурентоспособности фирм в нынешней индустрии гостеприимства. Беспрестанное развитие и введение оригинальных концепций содействуют отельным предприятиям эффективно прогрессировать и приспособиться к меняющимся потребностям рынка.



Рисунок 2 – Классификация инноваций [23]

1.3 Влияние инноваций на конкурентоспособность отеля

Новшества в отельном бизнесе играют первостепенную функцию в повышении конкурентоспособности отеля. Вот как технологии могут воздействовать на конкурентоспособность отеля:

1. Вовлечение и поддержание количества посетителей: Высокотехнологичные методики, сервисы и удобства делают отель наиболее притягательным для посетителей, что благоприятствует задействованию новых посетителей и

закреплению существующих. Например, система умного дома или персонализированные предложения могут породить неповторимый навык нахождения для постояльцев, что будет акцентировать отель на контрасте конкурентов.

2. Повышение качества обслуживания: Новации позволяют роботизировать и модернизировать механизмы обслуживания посетителей, совершенствуя качество сервиса и показатель удовлетворения посетителей. Например, внедрение роботов-помощников на ресепшене или в ресторанах может уменьшить время ожидания и повысить результативность обслуживания.

3. Оптимальное применение резервов: Инновационные методики и решения в отрасли энергосбережения, управления отходами и задействования ресурсов могут понизить операционные траты отеля и сделать его наиболее высокоэффективным с позиции экономической стабильности.

4. Продвижение и маркетинг: Модернизации в сфере маркетинга и продвижения, такие как применение виртуальной и дополненной реальности, формирование мультимедийных софтов и партнёрство с авторитетными личностями, могут помочь отелю обратить больше внимания и заинтересовать новых посетителей.

В целом, инновации содействуют самосовершенствованию услуг и процессов в отеле, делая его наиболее высокотехнологичным на рынке отельных услуг. Бесперывное введение оригинальных идеологий позволяет отелю быть в шаге впереди конкурентов, притягивать больше клиентов и сохранять лояльность постояльцев, что важно для результативного совершенствования и преуспевания бизнеса в области гостеприимства.



Рисунок 3 – Факторы повышения конкурентоспособности гостиничного предприятия [18]

Новшество проходит длительный путь от научной задумки до определённой услуги, товара, механизма. И на всём течении этого пути её могут встретить всевозможные затруднения, исходящие от макро- и микросреды. Под определением микросреды осознают саму корпорацию и её соседство, с которым корпорация может напрямую контактировать - партнёры, соперники. Макросреда - это все другие аспекты, на которые данная организация не способна воздействовать - это экономика страны, законодательство, рынок. Данные аспекты чрезвычайно осложняют высокотехнологичную деятельность на предприятиях России:

а) Таможня. Итоги инновационной деятельности не наделяют никаких привилегий при пересечении границы, что наращивает сроки поставки. Это может пагубно сказаться на взаимоотношении российских предприятий с их

заграничными партнёрами. Обратим внимание, что в большинстве высокоразвитых стран эти высокотехнологичные продукты проходят таможенно по «зеленому коридору», практически без надзора;

б) Устарелость правовых документов и законодательные барьеры по использованию нововведений. Происходит, что злободневные новшества не могут быть заимствованы на предприятии, так как они ещё не изложены в разных нормативах и правилах, а то, что не изложено, нередко воспрещается в применении. Не могут пройти сертификацию, равно, светодиодные лампочки: в СНИПах (строительных нормах и правилах) не предусмотрены диоды, как класс. Такая же история с иным отечественным открытием – микроэлектронным прибором пожаротушения. В наших нормах изложены лишь биохимические сенсоры, и микроэлектроника остается вне закона. Таким образом, нововведение может отыскать своё использование, то есть приняться инновацией только после того, как доверенные госорганы разрешат её применение, что в российских обстоятельствах может занять длительное время;

в) Схема госзакупок. Вышеуказанный элемент имеет немалое значение для общегосударственных предприятий области гостеприимства. Структура закупок полагает осуществление торгов на продажу предприятием материальных ценностей в общеобязательном порядке, при этом призёр тендера определяется по минимальной стоимости, по которой он согласен обслужить лот. Также участие в этой схеме просит конкретных трат, как со стороны клиентов, государственных предприятий, так и со стороны торговцев – вероятных инновационных фирм. Так как большинство инновационных товаров первоначально дороже заменителей, так как в стоимость включена плата научных изысканий, а доходность они могут принести только со временем, многие торговцы новаций отрекаются от работы с муниципальными предприятиями области гостеприимства. Кстати, затруднено использование светодиодных лампочек в общегосударственных учреждениях из-за их достаточно высокой стоимости, чем на лампочки накаливания, хотя в окончательном результате

эксплуатация светодиодных лампочек в целом оказывается существенно дешевле;

г) Поставка старых технологий в облике новых. Беспреданно изменяющееся законодательство заставляет больших новаторов не внедрять абсолютно новые технологии, а модернизировать старые, выдавая за методологически новые, так как на это требуется меньше времени, а значит и меньше риск не довести нововведение до рынка;

д) Коррупционность персонала на больших фирмах. Персонал, компетентный за закупку нового спецоборудования, новейших технологий, введение новаций, нередко бывает подкупленным посторонними предприятиями с той задачей, чтобы они на своём предприятии внедряли «правильные» методики. То есть в конкретном случае, компетентное лицо задумывается только о своём обогащении в разрыве интересов своего предприятия. На маленьких фирмах новатор имеет косвенный контакт с начальством, которое заинтересовано в преуспевании предприятия, что на больших предприятиях бывает сложно;

е) Сверхвысокие ставки по кредитам. Нередко проработка инновационного продукта запрашивает высоких трат на исследовательские изыскания, конструкторско-технологические проработки, испытания и т. д. Потому необходимо привлекать средства у сторонних кредитных корпораций, но в РФ весьма высокие платёжные ставки, предприятия-новаторы не опасаются брать кредиты под высочайшие ставки, так как новейшие технологичные инновации чересчур рискованные, по ним не столь бесспорен итог. «Предприниматели в один голос твердят, что под 20 процентов можно кредитовать только нефть, оружие и наркотики. Не может существовать инновационной экономики при таком кредитовании» [22].

Исследование рейтинга факторов, препятствующих новациям, по сведениям официальной сводки, показывает предвидимый итог: независимо от того, занимаются ли предприятия технологиями или нет, им наиболее всего препятствуют недостаток финансов, сверхвысокая цена новшеств, отсутствие

господдержки и финансово-экономические риски, связанные с новациями. Примечательно, что такие аспекты, как спрос, инфраструктура, трудности с интеллектуальной собственностью и кооперация, нечасто оцениваются бизнесменами как значимые или решающие, хотя именно на эти ограничители ориентируются многие меры нынешней общегосударственной наукоёмкой политики.

2 Анализ текущего состояния инноваций в гостиничном бизнесе

2.1 Исследование инновационной активности в различных отелях

Состояние новаций в отельном бизнесе на сегодняшний день можно характеризовать как органичное и стремительно развивающееся. В предыдущих годах отельный бизнес принялся усиленно вводить технологические новаторства и высокотехнологичные методы для повышения качества обслуживания, модернизации бизнес-механизмов и изменения взаимоотношения с посетителями.

Международные отельные сети «Хилтон», «Марриотт», «Холидей Инн», «Балчуг» приобретают значительные конкурентоспособные превосходства и характеризуются для российских предприятий фундаментальными, поменявшими в целом метод к управлению отельного менеджмента. Мониторинг существующих высокотехнологичных управленческих, маркетинговых, кадровых способов администрирования у международных известнейших отельных предприятий позволил обнаружить последующие инновационные технологии, приобретшие использование в отелях г. Москвы (Таблица 1).

Таблица 1 – Инновационные новшества в отелях России

Название отеля	Виды инновационных технологий
Отели группы Марриотт, Балчуг	Автоматизированная структура администрирования доходами
Арарат Парк Хайят	Сверхскоростной, спутниковой интернет во всех границах отеля
Аэростар	Схема вознаграждения постоянных посетителей - в зависимости от числа ночей: серебряное, золотое, платиновое членство
Космос клуб	Ступенчатая система вознаграждения гостей - серебряная (скидка при многократном заезде) и золотая (при оплате на сумму 5000 р.) скидочная карта
Марриотт Rewards	Более 300 поощрений для постоянных гостей (ваучеры на питание, бесплатное проживание, пропуски в тематические парки); присвоение уровня «Silver» после 10 бронирований, «Gold» после 50 ночей, «Platinum» после 75

Продолжение таблицы 1

Название отеля	Виды инновационных технологий
Шератон Палас	Программа «Preferred Guest», когда за каждую ночь в отеле посетитель получает баллы и бонусы, которые после накопления можно применить при оплате пребывания в гостиницах сети, покупке авиа - билетов у фирм партнеров, оплатить ужин, сра процедуры, приобрести презенты
Националь совместно с компанией «Le Meriden»	Программа «Marriott Rewards», получение уровня «Silver» после 10 бронирований, «Gold» после 50 ночей, «Platinum» после 75. Программа составляет более 60 фирм компаньонов и предлагает более 300 способов вознаграждений постоянных клиентов
Балчуг Кемпински	Для клиентских подрядчиков программы Business Concierge и Meeting Concierge - помощь в организации мероприятий, специальные цены на аренду зданий, дополнительное оснащение.

2.2 Оценка степени использования инноваций в современных гостиницах

Как видно из таблицы, российские гостиницы усиленно разрабатывают организационные, особенно маркетинговые инновационные технологии, позволяющие сформировывать долговременные взаимоотношения с клиентами.

Таким образом, для гостиничных сетей лояльность создаётся относительно самого гостиничного бренда, независимо от того, где расположена определённая гостиница. Наличие лояльной клиентской базы служит предпосылкой для устойчивого прироста продаж даже в обстоятельствах кризиса, а также характеризуется значимым стратегическим конкурентным превосходством.

2.3 Установление трудностей и возможностей становления новаций в области гостеприимства

В сфере гостиничного бизнеса существует ряд трудностей, которые могут осложнить внедрение инноваций. Некоторые из них включают в себя:

1. Высокие затраты на внедрение новых технологий и оборудования. Инновации часто требуют значительных инвестиций, что может быть сложной задачей для малых и средних предприятий индустрии гостеприимства.

2. Нехватка квалифицированных специалистов. Для успешного внедрения инноваций требуются специалисты, обладающие определенными знаниями и навыками, но их нехватка может усложнить механизм внедрения новых технологий.

3. Трудности в преобразовании и модернизации существующих схем. Некоторые гостиничные предприятия могут столкнуться с проблемой модернизации устаревших схем и специального оборудования, что затрудняет использование инноваций.

С другой стороны, существует также множество перспектив для совершенствования инноваций в гостиничном секторе, таких как:

1. Появление цифровых технологий. Внедрение цифровых решений, таких как онлайн-бронирование, мобильные приложения и цифровые системы управления, может значительно повысить качество обслуживания и эффективность гостиничного бизнеса.

2. Формирование устойчивых методов. В последнее время стабильность становится все более важным аспектом для потребителей, и гостиничные предприятия могут использовать инновации для снижения воздействия на окружающую среду и повышения экологической ответственности.

3. Создание персонализированных сервисов. Использование информации и аналитики позволяет гостиничным компаниям создавать эксклюзивные и персонализированные услуги для своих посетителей, помогая повысить удовлетворенность и лояльность гостей.

В целом, в гостиничном секторе существуют особые трудности, перспективы для совершенствования инноваций по-прежнему достаточно широки, и предприятия могут добиться успеха, внедряя в свою деятельность новейшие технологии и методы.

3 Предложения по совершенствованию стратегии внедрения инноваций

1. Создание узкоспециализированного отдела или инновационной группы

2. Для успешного развития инновационных идеологий необходимы специализированные специалисты, основной целью которых будет модернизация и внедрение новых технологий и концепций.

3. Создание партнерских отношений с высокотехнологичными компаниями и стартапами

4. Партнерство с такими компаниями позволяет обмениваться опытом, разрабатывать коллективные проекты и внедрять передовые технологии.

5. Переподготовка сотрудников

6. Не менее важно финансировать обучение сотрудников, чтобы они могли эффективно работать с новейшими технологиями и концепциями.

7. Использование цифровых технологий

8. Высокоэффективное использование онлайн-систем бронирования, управления номерами и обслуживания клиентов поможет повысить уровень сервиса и удовлетворенности клиентов.

9. Проведение исследований и анализ отзывов гостей

10. Это позволяет вам лучше узнать их потребности и ожидания, что, в свою очередь, помогает вам разрабатывать инновации, соответствующие их потребностям.

11. Преобразование инфраструктуры и сооружений

12. Важно систематически улучшать и модернизировать оборудование и инфраструктуру отеля, принимая во внимание последние технические достижения.

13. Деятельность, основанная на технологиях

14. Организация мероприятий и рекламных акций, связанных с виртуальной реальностью, дополненной реальностью и мультимедийными технологиями, поможет привлечь новых посетителей и повысить престиж отеля.

15. Подбор персонала

16. Поощряйте инициативу и креативность сотрудников, вовлекайте их в механизм совершенствования инноваций и предоставляйте им возможность представить свои идеи.

17. Мониторинг и анализ результатов

18. Важно регулярно анализировать показатели внедрения инноваций, чтобы определить их эффективность и внести необходимые коррективы в тактику.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе выполнения данной курсовой работы было исследовано применение инновационных технологий в гостиничном бизнесе. Изучены современные тренды и технологии, которые активно применяются в гостиничной отрасли для улучшения качества обслуживания гостей, оптимизации процессов и повышения конкурентоспособности.

Было выявлено, что в современном мире использование инновационных технологий становится необходимостью для успешного развития гостиничных предприятий. Такие технологии, как цифровые резервации, мобильные приложения, системы управления отелями и другие, позволяют значительно улучшить взаимодействие с клиентами, упростить процессы бронирования и управления гостиницей, обеспечить высокий уровень сервиса.

Инновационные технологии также способствуют созданию новых возможностей для развития бизнеса, позволяя гостиничным компаниям привлекать больше клиентов, сокращать издержки и повышать операционную эффективность. Кроме того, использование современных технологий помогает гостиничному бизнесу быть более экологически и экономически устойчивым.

В целом, можно сделать вывод, что инновационные технологии играют ключевую роль в современном гостиничном бизнесе и позволяют компаниям быть конкурентоспособными на рынке. Дальнейшее развитие и внедрение новых технологий в гостиничной отрасли позволит добиться еще более высоких результатов и удовлетворить потребности современных потребителей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Спиридонова, Е. А. Основы инновационной деятельности: учебник практикум для среднего профессионального образования / Е. А. Спиридонова. – Москва: Издательство Юрайт, 2023 – 298 с. (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-12097-4. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/518736> (дата обращения: 03.03.2024).

2. Инновационная политика: учебник для вузов / Л. П. Гончаренко [и др.] ; под редакцией Л. П. Гончаренко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 229 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-11388-4. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/511022>. (дата обращения 23.04.2024).

3. В. П. Баранчеев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. — 3-е изд., перераб. И доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2023 – 747 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-11705-9. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/510493> (дата обращения: 21.03.2024).

4. Баранчеев, В. П. Управление инновациями: учебник для вузов / В. П. Баранчеев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 747 с. – (Высшее образование). – URL: <https://urait.ru/bcode/510493> (дата обращения 16.05.2024). – ISBN 978-5-534-11705-9

5. Лапин, Н. И. Теория и практика инноватики: учебник для вузов / Н. И. Лапин, В. В. Карачаровский. – Москва: Юрайт, 2023. – 350 с. – (Высшее образование). URL: <https://urait.ru/bcode/517762>. (дата обращения 25.04.2024) – ISBN 978-5-534-11073-9.

6. Теоретическая инноватика: учебник и практикум для вузов /И. А. Брусакова [и др.] ; под редакцией И. А. Брусаковой. – Москва: Юрайт, 2023. –

333 с. – (Высшее образование). – URL: <https://urait.ru/bcode/515135> (дата обращения 25.04.2024) - ISBN 978-5-534-04909-1.

7. Алексеев, А. А. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для вузов / А. А. Алексеев. – Москва : Юрайт, 2023. – 259 с. (Высшее образование). – URL: <https://urait.ru/bcode/511412> (дата обращения 25.04.2024) - ISBN 978-5-534-03166-9.

8. Алексеева, М. Б. Анализ инновационной деятельности : учебник и практикум для вузов / М. Б. Алексеева, П. П. Ветренко. – Москва: Юрайт, 2023. – 337 с. – (Высшее образование). – URL: <https://urait.ru/bcode/511527> (дата обращения 29.04.2024) -ISBN 978-5-534-14499-4.

9. Баранчев, В. П. Управление инновациями: учебник для вузов / В. П. Баранчев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. – Москва : Юрайт, 2023. –747 с. – (Высшее образование). – URL: <https://urait.ru/bcode/510493> (дата обращения 27.04.2024) – ISBN 978-5-534-11705-9.

10. Васильева, Н. В. Управление инновационными процессами : учебное пособие : [16+] / Н. В. Васильева ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2020. – 64 с. .URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612088>. (дата обращения 25.04.2024).

11. Инновационная политика : учебник для вузов / Л. П. Гончаренко [и др.]; под редакцией Л. П. Гончаренко. – Москва : Юрайт, 2023. –229 с. – (Высшее образование). – URL: <https://urait.ru/bcode/511022> (дата обращения 25.04.2024) ISBN 978-5-534-11388-4.

12. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / под общей редакцией Л. П. Гончаренко. – Москва: Юрайт, 2023. – 487 с. – (Высшее образование). – URL: <https://urait.ru/bcode/511003> (дата обращения 25.04.2024) –ISBN 978-5-9916-7709-7.

13. Спиридонова, Е. А. Основы инновационной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. А. Спиридонова. – Москва : Юрайт, 2023. – 298 с. – (Профессиональное образование). - URL:<https://urait.ru/bcode/518736> (дата обращения 25.04.2024) – ISBN 978-5-534-12097-4.
14. Естественно-гуманитарное исследования №39 (1),2022 – [Сайт] – Режим доступа. – URL: <https://academiyadt.ru/wp-content/uploads/egi/egi-39.pdf> (дата обращения: 19.04.2024).
15. Федеральная служба государственной статистики – [Сайт] – Режим доступа. – URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 29.04.2024).
16. Понятие инновации и её характеристики – [Сайт] – режим доступа. URL:<https://moodle.kstu.ru/mod/book/view.php4294lang=ja> (дата обращения: 15.05.2024).
17. Трудный путь к новизне - [Сайт] – Режим доступа. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-rossii-istoriya-sovremennost-i-perspektivy/viewer> (дата обращения: 15.05.2024).
18. Инноватика как направление развития: теория и методология / референт В. Лажечников // Главный инженер. Управление промышленным производством. – 2017. – № 9. – С. 56-62. – (Инновации). (дата обращения 25.04.2024).
19. Мальцева, С. В. Инновационный менеджмент : учебник для академического бакалавриата / С. В. Мальцева ; отв. ред. С. В. Мальцева. – Москва. : Юрайт, 2016. – 527 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс).
20. Асаул, А. Н. Введение в инноватику: учебное пособие / А.Н. Асаул, В.В. Асаул, Н.А. Асаул, Р.А.Фалтинский; под ред. заслуженного деятеля науки РФ А.Н. Асаула. – СПб: АНО ИПЭВ, –2010, – 280 с. (дата обращения 25.04.2024).
21. Милушина И. В. Актуальные проблемы развития инновационной деятельности в Российской Федерации [Сайт] //Экономика и экономические

науки, 2014. –URL <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-problemy-razvitiya-innovatsionnoy-deyatelnosti> (дата обращения 25.04.2024).

22. Проблемы и перспективы технологического обновления российской экономики// отв.редакторы В.В.Ивантер, Н.И.Комков. –Москва.: МАКС-Пресс, 2007. – 740 с.

23. Постой К.В., Каграманова Т.И. Развитие инновационной деятельности в России. Сравнительный анализ с зарубежными странами // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 11 – URL: <http://web.snauka.ru/issues/2016/11/73619> (дата обращения: 11.03.2024).

24. Инновационная экономика : лекция / сост. А.И. Попов. – Тамбов : Тамб. гос. техн. ун-та, 2008. – 24 с. – 100 экз.

25. Козлова Е. А. Проблемы перехода агк на инновационный путь развития // Инновации и инновационная политика. 2015. №1 – URL: http://www.yaragrovuz.ru/images/Vestnik_APK/15-2/10-13_2-2015.pdf (дата обращения: 08.05.2024).

26. Маркова Т. И. Инновация, инновационный процесс, инновационная деятельность: сущность, признаки, классификация // Инноватика. 2010. –URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsiya-innovatsionnyu-protsess-innovatsionnaya-deyatelnost-suschnost-priznaki-klassifikatsii> (дата обращения: 17.05.2024).

27. Фатхутдинов Р. А. Инновационная экономика: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. 6-е изд. – СПб.: Питер, 2015. - 448 с.: ил. – (Серия «Учебник для вузов) (дата обращения: 17.05.2024).

28. Федеральный закон Российской Федерации № 224-ФЗ «Об инновационном центре «Сколково» от 22 сентября 2010 года.

29. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2025 года. // Электрон. дан. – Режим доступа URL: www.dagtourism.com/.../Strategya_razvitya_turizma_v_RF. Doc (дата обращения: 04.04.2024).

30. Источник – ДЦО.РФ ©: <https://xn--d1aux.xn--p1ai/kursovaya-rabota-na-temu-povyshenie-effektivnosti-raboty-gostinitsy-na-osnove-vnedreniya-innovatsionnyh-tehnologij/> (дата обращения: 16.02.2024).

31. Лапин, Н. И. Теория и практика инноватики: учебник для вузов /Н. И. Лапин, В. В. Карачаровский. – 2-е изд. – Москва: Издательство Юрайт, 2023 – 350 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-11073-9. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/517762> (дата обращения: 27.02.2024).