

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра туризма и культурного наследия

«Управление инновациями в индустрии гостеприимства»

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
БАКАЛАВРА

Студентки 4 курса 431 группы

Направления 43.03.01 «Сервис»

Института истории и международных отношений

Маштаковой Екатерины Андреевны

Научный руководитель
доцент, к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание



03.06.2020

подпись, дата

Е.А. Фролова

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой
проф., д.э.н. профессор

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Т. В. Черевичко

инициалы, фамилия

Саратов 2020

Введение. Сегодня, в 21 веке, прогресс не стоит на месте. Инновации являются очень актуальной темой в вопросах ведения гостиничного бизнеса. С каждым днем появляется все больше и больше технических новинок, и разработок в совершенно всех сферах нашей жизни.

Любое современное предприятие просто обязано «идти в ногу со временем», иначе оно просто не будет конкурентоспособным. И гостиничные предприятия не являются исключением в данном вопросе.

На протяжении последних лет в России наблюдается стремительное развитие гостиничного бизнеса. В крупных городах появляются представители международных сетей, растет число частных предприятий, на рынке появляется все больше нового продукта гостиничного бизнеса.

Основными задачами специалистов в сфере гостиничного бизнеса является создание конкурентных преимуществ и повышение конкурентоспособности, создание стабильной клиентуры, поиск и создание новых путей развития, постоянное обновление собственной политики с учетом динамично-развивающегося рынка гостиничных услуг. Процесс освоения новых концепций гостиничного бизнеса и модернизации старых происходит без остановки.

Технологии в области гостеприимства развиваются столь же быстро, как и вся отрасль в целом. Это связано с тем, что перед отельерами стоит главная цель любого предприятия – получение прибыли, а осуществить эту задачу без инновационных решений нереально. Использование информационных технологий позволяет отельерам делать свою работу более эффективной, сокращать расходы и повышать комфортность проживания. В этом смысле разработка инноваций превратилась в стратегическое оружие гостиничных цепей и независимых гостиниц.

Несмотря на большое значение инноваций и разработки новых видов сервиса, у современных российских отельеров знание того, как достигать успеха в инновационной деятельности, представляется весьма ограниченными. В особенности наблюдается острый дефицит исследований,

понимания, дискуссий относительно того, как следует развивать новые услуги, поскольку до настоящего времени не проводилось широкомасштабных или углубленных исследований относительно успехов или неудач новых гостиничных услуг. В результате менеджеры часто рассчитывают на интуитивный подход, догадки, собственный ограниченный опыт в отношении ключевых факторов успеха инноваций.

Преддипломная практика проходила с 30 января по 30 мая, рассредоточено.

Актуальность темы исследования. Процесс модернизации в гостиничном бизнесе с каждым днем набирает темп. Возрастающая конкуренция вынуждает отельеров искать новые решения в повышении привлекательности гостиничного предприятия и в этом вопросе различные технические новинки служат хорошим помощником. Поэтому следует уделять особое внимание разработке программ по внедрению инноваций в работу предприятия.

Объектом исследования является инновационная деятельность ЗАО «ЛОТТЕ РУС» в гостинице «Lotte Hotel Moscow» г. Москва.

Предметом исследования является изучение применяемых инновационных технологий в ЗАО «ЛОТТЕ РУС» в гостинице «Lotte Hotel Moscow» и в деятельности его служб, анализ актуальности данных технологий, и разработка мероприятий по внедрению новых технологий.

Научная новизна данной работы состоит в том, что в современных условиях глобализации и конкуренции, сокращения жизненного цикла товаров и услуг, стремительного развития новых технологий, инновационная активность отеля становится одним из самых основных факторов, влияющих на формирование конкурентной стратегии.

Цель практической работы состоит в том, чтобы на основе анализа структуры и работы ЗАО «ЛОТТЕ РУС» в гостинице «Lotte Hotel Moscow», разработать рекомендации по внедрению инновационных технологий,

используя потенциал отеля, с целью совершенствования деятельности гостиничного предприятия.

Для реализации поставленной цели необходимо поставить и решить целый комплекс задач:

1. Определить понятие «инновация в гостиничном бизнесе»;
2. Изучить предлагаемые продукты и методы инноваций на современном рынке гостиничных технологий;
3. Дать общую характеристику гостинице и ее деятельности;
4. Провести анализ структуры гостиницы, анализ работы служб;
5. Рассмотреть применяемые в работе отеля технологии и выявить преимущества и возможные недостатки.
6. Разработать возможные мероприятия по внедрению инновационных технологий в работу отеля.

В исследовании использовались работы отечественных и зарубежных авторов (социологов, теоретиков и практиков менеджмента) по сущности и технологии туризма, статьи периодических изданий, в области оказания гостиничных услуг, нормативные документы и профессиональные стандарты.

Научная новизна данной работы состоит в том, что в современных условиях глобализации и конкуренции, сокращения жизненного цикла товаров и услуг, стремительного развития новых технологий, инновационная активность отеля становится одним из самых основных факторов, влияющих на формирование конкурентной стратегии.

Практическая значимость заключается в возможности использования материалов данной работы при управлении инновациями в ЗАО «ЛОТТЕ РУС» гостиницы «LotteHotelMoscow».

Структура работы в соответствии с поставленной целью и логикой исследования состоит из введения, 3-х глав, заключения и библиографического списка.

Основное содержание работы. В первой главе «Теоретические основы инновационного процесса в индустрии гостеприимства» описываются сущность, цели, задачи инновационной деятельности, рассматриваются ее особенности в сфере услуг и приводится международный и российский опыт внедрения инновационных технологий в гостиничном бизнесе. Термин инновация происходит от англ. «innovation», что означает нововведение, новшество, новаторство и подразумевает внедрение новшеств в виде новейших технологий, видов продукции и услуг, новых форм организации производства и труда, управления и обслуживания.

В мировой экономической литературе «инновация» интерпретируется как превращение потенциального научно-технического процесса в реальный, воплощающийся в новых услугах и технологиях. На сегодняшний день, ни в зарубежной, ни в отечественной литературе нельзя найти цельного определения данного понятия. Всесторонний анализ исследований области инновационного менеджмента показывает неоднозначную трактовку понятия «инновация».

В научной литературе приводится множество определений, каждое из которых раскрывает ту суть, которое несло слово «инновация» в определенное время. И первым ввел термин «инновация» в 1911 году в экономическую науку австрийский экономист Й.Шумпетер, в своей работе «Теория экономического развития».

Важным аспектом работы любой гостиницы является жизненный цикл её услуг. Так как стадии жизненного цикла в основном обусловлены величиной потребительского спроса на гостиничные услуги. Любой товар или услуга не всегда пользуются одинаковым интересом, а, следовательно, и спросом у потребителя. По мере продвижения услуги на рынке её качественные и количественные характеристики меняются, это значит, что ни одному продукту не избежать периода зрелости и спада.

Роль инноваций в гостиничном деле – одна из ключевых, так как именно инновации позволяют достичь конкретного преимущества на рынке и

стать лидером. Внедрение инноваций позволяет повысить качество предоставляемых услуг, результатом чего становится повышение популярности гостиницы у потребителя.

Одним из способов повышения качества предоставляемых гостиничных услуг лояльности гостей можно назвать внедрение инноваций. Владельцы гостиничного бизнеса хотят большего потока гостей и организации максимального числа продаж, кроме того – завоевать клиента, в лице постоянного гостя, требует от владельцев гостиниц принятия инновационных решений, как в применении информационных технологий, так и в управлении кадрами в гостинице.

При реализации инновационной деятельности, в первую очередь, изучаются её объекты и субъекты.

Объекты инновационной деятельности в индустрии гостеприимства – это разработки техники и технологий различными предприятиями, которые не зависят от организационно-правовой формы и формы собственности на территории страны.

Субъекты инновационной деятельности индустрии гостеприимства – юридические лица, не зависящие от организационно-правовой формы и формы собственности, а также физлица, иностранные организации и граждане, а также лица без гражданства, участвующие в инновационной деятельности. Права субъектов гарантируются и регулируются Конституцией РФ.

Отрасль гостиничного обслуживания постоянно переживает те или иные изменения, так как клиенты задают тон работе гостиниц. От того, какой запрос сегодня сформировался у клиента, завтра может зависеть судьба нескольких десятков компаний, которые вплотную занимаются гостиничным бизнесом. Поэтому в данной области услуг инновации занимают не последнее место.

Основными принципами инноваций в сфере гостеприимства являются:

- Принцип научной новизны – при создании инновации необходимо использовать новейшие научные знания, исследования и разработки.

- Принцип актуальности – заключается в том, что инновация должна быть актуальной для конкретного предприятия, региона или страны в целом. Например, в настоящее время приоритетными являются инновации в области энергосбережения.

- Принцип значимости – подразумевает решение важных проблем предприятия.

- Принцип реалистичности – инновация должна учитывать возможности предприятия, быть реализуемой.

- Принцип эффективности – инновация должна принести полезный эффект после своего внедрения. Под эффективностью понимается соотношение эффекта от инновации и затрат на нее.

- Принцип безопасности – инновация должна быть безопасной для людей и не наносить вред окружающей среде.

Инновации всегда должны быть направлены на практическое использование новых внедряемых решений и давать конкретную хозяйственную или социальную выгоду для предприятия. Независимо от того, применялось ли данное решение ранее на рынке, если оно используется в данном предприятии впервые, для него данное решение является инновацией. Стоит отметить, что инновационная деятельность требует творческого подхода и связана с рисками. Ведь инновации не могут быть созданы и внедрены во время простых каждодневных процессов, а нуждается в проявлении креативности участников (руководителей и сотрудников) и их понимания необходимости изменений.

Внедрение нововведений в отечественной практике сталкивается с рядом факторов, которые тормозят инновационное развитие гостиничного бизнеса в России, в частности. Риск для гостиницы – это оцениваемая или рассчитываемая вероятность наступления события (угрозы), способного причинить ущерб гостинице, персоналу, гостям, имуществу.

Основными рисками в инвестиционной гостиничной деятельности являются:

- конструктивные и технологические недоработки проекта, технические ошибки;
- перебои в снабжении;
- недоставка оборудования, материалов;
- увеличение эксплуатационных расходов;
- изменение цен от запланированных;
- ошибки управления;
- невыполнение контрактов;
- несвоевременность финансирования;
- другие.

Во второй главе «Анализ инновационной деятельности ЗАО «ЛОТТЕ РУС» в гостинице «Lotte Hotel Moscow»» дается организационно-экономическая характеристика ЗАО «ЛОТТЕ РУС» и анализируется фактор инноваций и сервисов в оценке его конкурентной позиции.

Пятизвездочный отель международного класса «Lotte Hotel Moscow» в городе Москве открылся для гостей в сентябре 2010 года. «Lotte Hotel Moscow» - уникальный отель класса люкс, предлагающий высочайший уровень обслуживания и идеальные условия для успешного ведения бизнеса и комфортного отдыха.

Конечная цель любого предприятия гостеприимства – победить в жесткой конкурентной борьбе. Достигнуто ли это или нет, зависит от конкурентоспособности товаров и услуг компании, т.е от того, насколько они лучше по сравнению с услугами конкурентов.

Отели, стремясь увеличить свои выгоды в конкурентной борьбе, одновременно обеспечивают общественный интерес. В гостиничном бизнесе это проявляется в том, что внедряются новые технологии для предоставления услуг и обслуживания клиентов, современные методы управления персоналом.

Конкурентоспособность отеля определяется его финансовым положением компании, квалификацией персонала, классностью и качеством обслуживания клиентов.

Анализ конкурентов позволяет:

- своевременно выявлять сильные и слабые стороны конкурентов;
- вырабатывать стратегию максимально возможной нейтрализации сильных сторон конкурентов;
- своевременно обеспечивать информацией о конкурентах сотрудников предприятия и тем самым мотивировать их деятельность;
- повышать конкурентоспособность и эффективность предприятия в целом;
- лучше защищать и расширять позиции предприятия на рынке.

Анализ деятельности отеля показал, что динамическое изменение набора услуг и сервисов, учет ожиданий клиентов и большая клиентоориентированность позволяет организации расширить клиентскую базу, укрепить свои конкурентные позиции. В связи с этим рекомендации 3 главы будут касаться привлечения нового сегмента потребителей с детьми для увеличения конкурентных преимуществ. А также внедрение рекомендаций по формированию интенсивности инновационной деятельности в гостинице, было предложено улучшение качества услуг, то есть заменить концепцию ресторана на более популярную кухню, на итальянскую.

В третьей главе «Разработка и внедрения инноваций в деятельность ЗАО «ЛОТТЕ РУС» (гостиница "Lotte Hotel Moscow")» разработаны мероприятия по повышению интенсивности инновационной деятельности в гостинице и дается оценка эффективности предлагаемых мероприятий.

Предложен план мероприятий по повышению интенсивности инновационной деятельности в гостинице «Lotte Hotel Moscow» для того, чтобы привлечь новых клиентов. Для привлечения нового сегмента потребителей с детьми было предложено для них ввести услугу няни.

Введение новой услуги сделает клиентов с детьми более лояльными и увеличит доход гостиницы от реализации новой услуги, а также привлечет постоянных новых клиентов.

С открытия французского ресторана «Les Menus» par Pierre Gagnaire от всемирно известного шефа, обладателя 3-х звезд Мишлен находящийся на втором этаже гостиницы «Lotte Hotel Moscow», посещаемость заведения упала в несколько раз со 100 человек до 20 человек в день. В связи с этим было предложено улучшение качества услуг, заменить концепцию на более популярную кухню, например, на итальянскую. Предполагается, что изменение выбора кухни на более востребованную сделает ресторан более популярным и привлечет большой поток посетителей, что увеличит доход ресторана и гостиницы.

Ещё одним нововведением, которое было необходимо для отеля «Lotte Hotel Moscow» это возможность размещения в спа комплексе Mandara Spa финской сауны и паровой бани. Внедрение нововведений в спа-центр гостиницы «Lotte Hotel Moscow» поможет в разы увеличить свою прибыль и престиж среди туристов и жителей города. Иновации в гостинице позволят привнести особый вклад в его развитии популярности, посещаемости и привлечение большего потока клиентов.

В результате внедрения рекомендаций по формированию повышения интенсивности инновационной деятельности в гостинице «Lotte Hotel Moscow» и повышения конкурентных преимуществ величина прибыли увеличится в разы. Что свидетельствует о целесообразности внедрения предложенных рекомендаций. Таким образом, внедрение новых услуг, изменение концепции услуг на более популярные привлечет в гостиницу новых клиентов, сделает постоянных клиентов более лояльными, повысит узнаваемость и популярность гостиницы, увеличит её доход и повысит конкурентоспособность.

Заключение. В ходе написания практической работы, для достижения поставленной цели, были изучены, как теоретические, так и практические

вопросы организации гостиничного бизнеса. Особое внимание уделялось вопросам управления инновациями для повышения конкурентоспособности и получения прибыли, как одних из самых главных задач гостиничного предприятия.

Потребность в инновационном развитии для сферы гостеприимства растет. Увеличивается спрос на средства размещения, что ведет за собой увеличение числа гостиничных предприятий на рынке гостиничных услуг. Потребитель выбирает только ту гостиницу, которая может наиболее полно удовлетворить его потребности, а инновационная деятельность направлена не только на повышение качества обслуживания, но также и на предвосхищение желаний гостей. Наличие инноваций на базе отеля дает ему огромные конкурентные преимущества и увеличивает конкурентоспособность гостиницы, привлекая клиентов предоставлением услуг более высокого качества.

Основополагающим фактором, который мотивирует введение инноваций, является увеличение прибыли гостиницы.

В данной практической работе была исследована и проанализирована деятельность пятизвездочной гостиницы «Lotte Hotel Moscow». Предприятие осуществляет свою деятельность с 2010 года. Гостиница является коммерческим предприятием, предлагающим гостиничные услуги, основной целью является получение прибыли.

В ходе исследования была дана организационная структура, а также проанализированы организационно-экономические показатели предприятия, которые достаточно стабильны и показывают приток прибыли с каждым годом.

В связи с повышением уровня конкуренции гостиницы «Lotte Hotel Moscow» были предложены мероприятия по введению услуги няни. Проведя анализ гостей, которые наиболее часто останавливаются в отеле, было выявлено, что сегмент путешествующих клиентов с семьей является самый малочисленным и составляет всего 8%. И для того чтобы изменить ситуацию

и привлечь больше клиентов данного сегмента нужно ввести новую услугу, которая сделает гостиницу более конкурентоспособной. А также было предложено улучшение качества услуг, заменить концепцию на более популярную кухню, например, на итальянскую. Руководствуясь данными, содержащимися на одном из лучших мировых сайтов по рейтингам ресторанов были сделаны выводы, что итальянская кухня является более востребованной и пользуется популярностью. Её популярность в 4,2 раза больше французской. Проведя расчеты было выявлено, что прибыль ресторана итальянской кухни увеличится на 68 038 488 руб. в месяц.

Результаты расчетов показали, что предложенные проекты являются экономически выгодными и позволят занять предприятию выгодную позицию на рынке среди конкурентов и привлечь большое количество потребителей. Грамотный подход и верная тактика при организации данных мероприятий помогут гостинице «Lotte Hotel Moscow» в разы увеличить свою прибыль и престиж среди туристов и жителей города.