

**Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования**

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»**

(Филиал ФГБОУ ВПО «РГУТиС» в г. Самаре)

**Кафедра технологии и организации туристической и гостиничной
деятельности**



ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**на тему: Инновационные технологии в гостиничном
сервисе (на примере гостиницы «Ибис», г.Самара)**

**по специальности: Социально-культурный сервис и туризм
специализация: «Гостиничный сервис»**

Студент

**Айгуль Рафгатовна
Коновалова**

Руководитель

**Старший преподаватель
Мария Владимировна
Васильева**

Самара

2014.

Реферат

Выпускная квалификационная работа на тему «Инновационные технологии в гостиничном сервисе (на примере гостиницы «Ибис», г. Самара)» студентки группы ТД-501гс Коновалова А.Р. состоит из 81 страниц, включает в себя 4 таблицы, 19 рисунков, 1 приложение, 47 источников информации.

Ключевые слова: ИННОВАЦИИ, НОВШЕСТВА, ВНЕДРЕНИЕ, ГОСТИНИЦА, ИНТЕРАКТИВНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ.

Объектом исследования является инновационные технологии в гостиничном сервисе.

Целью работы является разработка инновационных мероприятий в гостинице «Ибис» г. Самара.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: раскрыть теоретические аспекты инновационной деятельности в сфере гостеприимства; охарактеризовать особенности формирования инновационных технологий в гостинице «Ибис».

В исследовании применяются метод описания и метод анализа, которые позволят в полном объеме рассмотреть и охарактеризовать гостиничное предприятие и его инновационную деятельность.

Научная новизна дипломной работы состоит в разработке практических рекомендаций по совершенствованию управления инновационными процессами на предприятии.

Практическая значимость заключается в возможности использования материалов данной работы при управлении инновациями в гостинице «Ибис».

Abstract

Diploma theme: Innovation technologies in hotel services (hotel “Ibis”, Samara, was taken as an example) student group TD - 501gs Konovalova AR consists of 81 pages, includes 4 tables, 19 figures (including applications), 1 App, 47 Sources of information.

Keywords: INNOVATION, INNOVATION, INTRODUCTION, HOTEL, INTERACTIVE TV.

The subjects for study are innovation technologies forming in hospitality service.

The aim of this study is to develop innovative activities in the hotel " Ibis" Samara.

To reach to set objectives, the following targets are identified in this research: to expose theoretical aspects of innovation promotion in the area of hospitality; to characterise peculiarities of innovation technologies forming in the “Ibis” hotel.

The study used a method of description and method of analysis that will fully examine and characterize the hotel enterprise and innovation.

Scientific novelty of the thesis is to develop practical recommendations to improve the management of innovation processes in the enterprise.

The practical significance is the ability to use the materials of this work in the management of innovation in the hotel " Ibis".

Оглавление

Введение.....	5
1 Теоретические аспекты инновационной деятельности в сфере гостиничного сервиса.....	8
1.1 Сущность, цели и задачи инновационной деятельности.....	8
1.2 Инновационная деятельность в сфере услуг.....	26
1.3 Нормативно-правовые основы инновационной деятельности....	34
2 Анализ деятельности гостиницы «Ибис».....	41
2.1 Характеристика деятельности гостиницы «Ибис».....	41
2.2 Анализ маркетинговой среды отеля.....	46
2.3 Анализ инновационной деятельности отеля.....	52
3 Разработка инновационных мероприятий в гостинице «Ибис» г. Самара.....	58
3.1 Концептуальные основы экономической эффективности инновационного мероприятия.....	58
3.2 Внедрение интерактивного телевидения.....	60
3.3 Эффективность предложенного мероприятия.....	64
Заключение	70
Библиография.....	72
Приложение	

Введение

Индустрия гостеприимства – это сфера предпринимательства, которая состоит из видов сервиса, опирающихся на законы гостеприимства, которые характеризуют дружелюбием и щедростью по отношению к гостям. Таким образом, индустрию гостеприимства рассматривают как многообразие форм предпринимательства, специализирующиеся на рынке услуг, которые связаны с приемом и предоставлением качественного сервиса гостям.

Индустрия гостеприимства исторически сложилась и выросла из сектора средств размещения, представленного разными типами гостиничных компаний. В классическом понимании гостиница – это дом с меблированными комнатами для ночлега приезжающих людей. В современных условиях гостиница – это предприятие, определенное для гостиничного обслуживания граждан, а также организованных групп и индивидуальных туристов. В настоящее время гостиничное предприятие предоставляет желающим не только услуги проживания и питания, но и большой выбор услуг связи, развлечений, транспорта, медицинское и экскурсионное обслуживание, услуги салонов красоты, спортивные услуги и пр. Фактически гостиничные предприятия в составе индустрии туризма и гостеприимства исполняют главные функции, так как создают и преподносят потребителям комплексный гостиничный продукт, в развитии и продвижении которого принимают участие все секторы и элементы индустрии туризма и гостеприимства. Следовательно, можно отметить гостиничную индустрию или гостиничный бизнес как крупнейшую комплексную составляющую индустрии туризма и гостеприимства и анализировать ее самостоятельно, в большей степени отождествляя с единой индустрией туризма и гостеприимства.

Индустрия туризма и гостеприимства является неотъемлемой частью сферы услуг, которая на сегодняшний день становится одним из важнейших и стремительно развивающихся секторов нынешней мировой экономики.

В основном это происходит благодаря экономическому, политическому и социальному прогрессу - за последние годы туризм стал доступен обширным слоям общества. Одновременно с ростом числа туристов развитие получили инфраструктура туризма и ее главный компонент - гостиничный сектор. За последние годы гостиничный бизнес претерпел разные модели: от семейного владения до участия в международных гостиничных сетях. Образцом более результативного владения в туризме оказалось создание гостиничных корпораций.

Немалое значение в развитии индустрии гостеприимства имеют гостиничные цепи: объединения гостиниц, которые имеют централизованное управление и образуют хозяйственный комплекс. Они продвигают на мировой туристский рынок высокие стандарты обслуживания, также содействуют поддержке гостиничного обслуживания туристов. Гостиничные цепи способствуют распространению и повышению уровня организации производства и обслуживания туристов, созданию определенного образа гостиничного обслуживания, встретившись с которым в другой стране, турист ощущает себя почти как дома, в знакомой и удобной обстановке.

Одним из главных сторон деятельности любого предприятия, включая и туристско-гостиничного, в условиях рынка является управление предприятием, успешная реализация которого в современных условиях требует использования инновационных подходов.

Объектом данного исследования являются инновационные технологии в гостиничном сервисе.

Предметом исследования является гостиница «Ибис» г. Самара.

Целью настоящей работы является разработка инновационных мероприятий в гостинице «Ибис» г. Самара.

Для достижения поставленной цели в работе установлены следующие задачи:

раскрыть теоретические аспекты инновационной деятельности в сфере гостеприимства;

охарактеризовать особенности формирования инновационных технологий в гостинице «Ибис».

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 дипломной работы состоит в разработке практических рекомендаций по совершенствованию управления инновационными процессами на предприятии.

Практическая значимость заключается в возможности использования материалов данной работы при управлении инновациями в гостинице «Ибис».

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

Работа оформлена на основании государственных стандартов: ГОСТ 2.15 – 95 и ГОСТ 7.32 – 2001.

1 Теоретические аспекты инновационной деятельности в сфере гостеприимства

1.1 Инновационная деятельность: сущность, цели, задачи

В настоящее время термин «инновация» чрезвычайно популярен. Отмечено, что в годовых и квартальных отчётах компаний, которые пишутся для американской комиссии по ценным бумагам и биржам (SEC), слово «инновация» в 2011 году было упомянуто 33258 раз, что на 64 % больше, чем пять лет назад. А исследование, проведённое Amazon.com, показало, что только за три месяца 2012 года было опубликовано более 250 книг со словом «инновация» в названии.

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. Понятия «новшество», «нововведение», «инновация» очень часто приравнивают друг к другу, несмотря на то, что между ними есть и существенные различия [1, с. 78]. На сегодняшний день, ни в зарубежной, ни в отечественной литературе нельзя найти цельного определения данных понятий. Четкое определение инновации отсутствует, но роль функционирования технических, технологических, управленческих, а также иных инноваций в развитии экономики активно изучают ученые.

В русском языке есть противоречия в определение слов «нововведение» и «новшество». Данные слова похожи, могут означать новое правило, метод, явление, изобретение. «Однако в теории инноваций эти понятия принципиально отличаются друг от друга по значению. Новшество представляет собой открытие - продукт фундаментальной науки, когда

новшеством может быть установление неизвестных ранее закономерностей, свойств или явлений, то есть изменения в уровне познания; или изобретение нового поколения или модели техники, нового способа ее производства, предложение нового научно-исследовательского решения, рационализаторское предложение и т.д.» [6, с. 10]. При всем при этом «инновация» и «нововведение» используют как близкие по значению. Однако все же небольшое количество авторов считают, что инновация как понятие шире, нежели нововведение.

Для того, чтобы более точно дать определение термину «инновации» нужно рассмотреть разные взгляды на данное понятие. В литературе по таким дисциплинам, как: экономика, социология, психология, а также по организации и технике дается немалое количество определений инноваций, которые зачастую существенно различаются друг от друга. Однако мнение авторов все же совпадает в том, что инновации непосредственно связаны с прогрессом.

Термин «инновация» в экономическую науку ввел И. Шумпетер, австрийский экономист, в своей работе «Теория экономического развития». Уже в 1911 году им были разработаны концепции нововведения как категории предпринимательской деятельности. Все же Шумпетер имел ввиду в то время еще не инновации, а говорил о «новых комбинациях», связанные с изменениями в улучшения производства и рынка. Только в 30-е годы он вводит понятие инновация, истолковывая его как «...непостоянный процесс внедрения комбинаций в пяти следующих случаях:

- внедрения нового товара, который потребителю еще не знаком, либо новый вид данного товара;
- введение непосредственно нового метода производства продукции, т.е. метода, которого еще не использовали на практике в данной отрасли промышленности;

- раскрытие нового рынка, где отрасль промышленности данной страны не была представлена ранее (при этом неважно, существовал ли рынок ранее или нет);
- завоевание нового источника сырья или полуфабрикатов, также без учета более раннего существования этого источника;
- внедрение новой организационной структуры в какой-либо промышленности, например, оседание монополистической ситуации или наоборот — ее ликвидация» [8, с. 16].

Й. Шумпетер дает очень широкое определение понятия инноваций. В его определении объектом инноваций является продукт, производственного процесса и его непосредственная организация. Й.Шумпетер применяет слова «новый» для более свойственной особенности инновации, которой является осуществление изменений. Он обращает внимание на то, что предприятие имеет дело с инновациями лишь тогда, когда внедряются новые продукты, новая техника производства и т.п. Таким образом, из этого можно сделать вывод, что в его определении термина, очевидно, указывается на характер возникновения инноваций. Это определение считается классической основой для толкования инноваций в экономической литературе.

П.Витфилд дает похожее определение инноваций. В своих работах он пишет: «...инновация — это развитие творческой мысли и ее преобразование в готовый продукт, процесс или систему". Однако, ученый полагает, что инновация не что иное, как идея, которая лишь указывает, каким новым образом можно достичь общественных целей, либо каких новых общественных целей можно достичь. Согласно его определению эта идея или система идей может проявляться:

- внедрения новых орудий труда или в употреблении нового принципа их использования;
- в употреблении не применяемых до этого видов сырья, материалов;

— в использовании нового места или пространства, которое ранее было неизвестно людям, для реализации действий, идей» [8, с. 17].

Ученый Твисс Б. говорит о нововведении, как о науке и искусстве в целом. С одной стороны данное понятие несет необходимость профессионального управления деятельностью, другая же сторона предполагает создание определенных условий для развития и процветания предпринимательского дела. Термин предполагает эффективное применение техники и технологий для компании [3, с. 8].

Приравнивание терминов «нововведение» с «инновационным процессом» свойственно и для большинства работ экономистов советской школы. Впервые в советской литературе, опираясь на базу изучения зарубежного опыта, разделение этих понятий друг от друга предложено в работе А.С.Коротяева и позднее уточнено в монографии А.А.Кутейникова. Не отделяя такие понятия, как "новшество", "нововведение" и "инновация", Кутейников рассматривает эти термины как достижения науки и техники, которые способны удовлетворить потребности общества новыми способами и намного эффективнее. В его понимании инновационный, или нововведенческий процесс обуславливается как процесс, в движении которого производители ради получения прибыли формируют и продвигают новшества к их потребителям.

Совместно с этим автор данного определения нововведения, рассматривая в дальнейшем рыночный аспект классификации инноваций, конкретно доказывает, что научно-техническая новизна не является обуславливающим фактором в понимании нововведения, и в большей степени характерна для изобретения.

Исходя из выше сказанного, при всем разнообразии определений инновации, существующие подходы можно объединить следующим образом:

- инновация — это процесс и деятельность, которые имеют определенную конечную цель (Твисс, Койре, Инингс, Раппорт, Санта, Кабаков, Гвишиани, Макаров и др.);
- инновация – это ничто иное как система (Лапин, Шумпетер);
- инновация – это изменение (Валента, Яковец, Водачек, Кудашев и др.);
- инновация – это результат, воплощение идеи, проекта, объекта, возникших в результате инновационной деятельности (Левинсон, Бешелев, Гурвич, Фатхутдинов).

Исследования, проведенные учеными, выявили, что в условиях современной экономики инновация возникает благодаря результатам научных разработок и исследований, направленных на производственный процесс, что дает ему возможность развиваться, а также затрагивает стороны экономики, правовых и социальных отношений в науке, культуре, образовании и других сферах общественной деятельности. Инновация в своем развитии (жизненном цикле) меняет формы, продвигаясь от идеи до внедрения. Это процесс направлен четко на конечный результат прикладного характера, также неизменно должен анализироваться как сложный процесс, который дает определенную техническую и социально-экономическую эффективность.

Инновации влияют на техническую базу производства, которые меняются под их действием. Это проявляется в использовании новых видов сырья, материалов, энергии, новых систем машин и кончая модернизацией форм организации производства и управления, приводя ее в соответствие с требованиями современной среды. При этом организация труда и производства обуславливается изменением финансовых, материальных и трудовых ресурсов в пространстве и во времени, необходимых для каждой инновации.

Инновации обеспечивают выпуск продукции, наиболее полно удовлетворяющей потребности общества, более высокий уровень научно-технического производства, упрощают решение задач социально-экономического развития, а также экологической безопасности. Это достигается благодаря результатам, которые обеспечиваются инновациями:

- Внедрение инноваций оказывает экономический эффект на предприятие. Как правило, данное мероприятие быстро окупается, помогает экономить ресурсы, увеличивать валовую прибыль благодаря снижению себестоимости той или иной продукции и расширению рынка сбыта товара, продажи лицензий;

- Благодаря инновациям повышается уровень качества продукции, улучшаются технические характеристики, что влечет за собой повышение конкурентоспособности произведенной продукции. Повышается рост научно-технического производства. Его величина определяется:

- новизной и масштабностью (степенью радикальности) инновации
- степенью соответствия параметров продукта инновации современным требованиям;

- перспективностью и возможностью реализации инновации в полном объеме;

- Экологический эффект инноваций заключается в способности снизить степень загрязненности окружающей среды, использования экологически чистого сырья, материалов, технологий, а также в способности сокращения отходов, нахождения путей их утилизации;

- Инновации способствуют также изменению условий труда работников в лучшую сторону, помогают повысить производительность труда, за счет чего повышается оплата труда. При этом растет уровень занятости населения, так как создаются новые рабочие места. Происходит рост выпускаемой продукции, товара;

- Внешнеэкономический эффект определяется расширением каналов экспорта продукции и постепенным вытеснением с внутреннего рынка импортных продуктов-заменителей, собственной произведенной продукцией;
- синергический (системный) эффект: дополнительный эффект от использования блока взаимодополняющих изобретений в одном объекте.

Инновации играют важную роль на предприятии, обуславливается это тем, что они являются средством обеспечения продолжительного стабильного развития предприятия. Благодаря им осуществляются стратегические альтернативы развития предприятия.

Инновации подразумевают под собой некую деятельность, являющейся инновационной.

Рассматривая инновационную деятельность в широком смысле слова, можно сделать вывод, что это рациональное преобразование всевозможных сторон общественной жизни с целью получения социальных, экономических и других результатов. В узком же смысле инновационная деятельность - это создание и распространение новшеств в производстве. Инновационная деятельность является связывающим звеном между собственно наукой и производственной сферой, это своего рода производительная сила, служащая интеграции науки и производства, реализующая технико-экономические потребности экономических агентов благодаря использованию научной продукции или услуг. В нынешних условиях рыночной экономики реализация инновационной деятельности характеризуется коммерческой целесообразностью.

Инновационную сферу от научной и производственной отличает наличие характерной маркетинговой функции, специальных методов финансирования, кредитования и правового регулирования, особой системы мотивации субъектов инновационной деятельности. В конечном счете, эти методы определяются спецификой инновационного труда и кругооборота средств, получения экономического дохода и инновационного продукта». [1, с.30-31].

Инновационная деятельность начинается с осознания противоречия «субъект — внешняя среда» и формирования цели деятельности, способной разрешить выявленное противоречие с учетом конкретных социально-экономических, культурно-этнических и прочих условий.

Существует несколько видов основных разновидностей инноваций:

- инновационная деятельность, направленная на подготовку и организацию производства, которая включает приобретение всех необходимых компонентов для создания нового технологического процесса, а именно: оборудование, инструменты, изменения в данных компонентах, а также изменения в процедурах, методах и стандартах производства и контроля качества;
- предпроизводственные разработки, в которые входят трансформации продукта, товара, технологического процесса, прохождение переподготовки персоналом курсов по изучению применения и использования в своей работе новых технологий, оборудования;
- маркетинг новых продуктов, который подразумевает под собой виды деятельности, посредством которых происходит выпуск новой продукции на рынок сбыта. Данный процесс включает также в себя предварительное исследование рынка, прохождение адаптации продукта к различным видам рынка, рекламную кампанию произведенной продукции;
- приобретение неовеществленной технологии со стороны в форме патентов, лицензий, раскрытия ноу-хау, торговых марок, конструкций, моделей и услуг технологического содержания;
- приобретение овеществленной технологии, при которой предприятие внедряет оборудование, машины и т.д., по своему технологическому содержанию отличающихся от стандартных и обладающих инновационными компонентами;

· производственное проектирование, которое включает разработку и подготовку планов, чертежей для определения производственных процедур, технических спецификаций.

При реализации инновационной деятельности, в первую очередь, изучаются ее объекты и субъекты. Объекты инновационной деятельности - это разработки техники и технологий различными предприятиями, которые не зависят от организационно-правовой формы и формы собственности на территории страны. Субъекты инновационной деятельности — 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. Среди субъектов могут быть и инноваторы» [15, с. 130].

Вследствие инновационной деятельности появляются новые идеи, совершенствуются продукты, технологические процессы, возникают новые формы организации и управления различными сферами экономики и ее структурами. Итоги инновационной деятельности проявляют в виде инновационной продукции, которая может обладать конкретной вещественной формой, или быть в неовещественной форме, как, к примерур «ноу-хау».

Ученые создавшие инновации или новшества в большинстве своем приобретают на них авторские и смежные с ними права. Благодаря этому зарождается такое юридическое понятие, как интеллектуальная собственность. Это понятие предусматривается Конвенцией, учредившей Всемирную организацию интеллектуальной собственности в 1967 г. Задача Всемирной организации интеллектуальной собственности заключается в поддержке ее охраны.

Инновационная продукция ответственна, должна иметь индивидуализацию. В Гражданском кодексе РФ введено подобное средство индивидуализации продукции, ею является товарный знак. Право на применение товарных знаков приобретают посредством их регистрации. Во всем мире товарные знаки используются и защищаются. Товарные знаки играют важную роль для производителей и продавцов, так же и для покупателей новшеств. Они свидетельствуют о том, кто несет ответственность за установленный товар. Различные производители могут выпускать однотипную продукцию, так же как разные продавцы распространять однотипный продукт. Для того, чтобы покупатель ориентировался на рынке и знал, какой продукции стоит доверять, качество какой продукции отвечает его требованиям и пожеланиям, было введено такое понятие, как товарный знак. Товарный знак – это ориентир, служащий основанием при выборе той или иной продукции, товара. Свой товарный знак могут иметь как производители, так и продавцы. Приобретая товар, благодаря товарному знаку, покупатель знает, кто его произвел или продал, и, если данный товар удовлетворил покупателя, то, в последствии, он всегда будет руководствоваться данным товарным знаком.

Результатом инновационной деятельности являются и ноу-хау («знаю, как»). Они представляют собой полностью или частично конфиденциальные знания, опыт, навыки, которые включают сведения технического, экономического, административного, финансового и иного характера. Использование на предприятии «ноу-хау» помогает обеспечить некоторые преимущества, а также коммерческую выгоду. «Ноу-хау» могут быть незапатентованные технологические знания и процессы, практический опыт, методы, способы и навыки по проектированию, расчетам, строительству и производству изделий; проведению научных исследований и разработок; состав и рецепты материалов, веществ и др., а также опыт в области дизайна, маркетинга, управления, экономики, финансов.

Появление инноваций имеет две отправные точки, и это, в значительной степени, определяет скорость общественного признания инноваций.

□ Первая – как ответ на потребность со стороны общества, его институтов, отдельных лиц, то есть, «рыночная» потребность, имеющийся спрос на определенный продукт. Это маркетинговый вариант, который можно также назвать эволюционным. Соответственно и инновации могут обозначаться как эволюционные. К эволюционным инновациям относятся различные изменения в имеющихся на рынке продуктах. Например, приводящие к снижению издержек на производство или приданию продукту более привлекательного («товарного») вида.

□ Вторая – «изобретательство», то есть интеллектуальная деятельность человека по созданию чего-то нового, направленная на удовлетворение спроса, который отсутствует, но может появиться с появлением этого нового или радикально меняющее представление о известном. Это радикальный, революционный путь. Соответственно инновации определяют как «радикальные», «революционные», а также как «прорывные». Эволюция позволяет в максимальной степени реализовать заложенный в идее существующего продукта потенциал и подготовить условия для перехода к новым идеям (новым продуктам). С другой стороны, чрезмерное увлечение эволюционным направлением не может обеспечить качественного сдвига в развитии общества. «Изобретательство» позволяет преодолевать технологические пределы, внедрять принципиально новые технологии и неизвестные ранее продукты, меняющие основу организации деятельности человека в различных сферах, включая производственную. Естественно, что внедрение (ввод в хозяйственный оборот) «прорывных» инноваций процесс значительно более сложный по сравнению с внедрением эволюционных инноваций, но и отдача в случае успеха может быть более ощутимой.

Каждая успешная инновация (как, впрочем, и не успешная) начинается с творческой идеи. Отличие, пожалуй, только в том, что «изобретательская» инновация зачастую начинается с идеи парадоксальной, то есть непривычной, не выводимой из уже признанных принципов.

Следствием инновационной деятельности являются новые дизайнерские, относящиеся к художественно-конструкторским решениям внешнего вида изделия - промышленные образцы. Промышленные образцы - это единство технических, функциональных и эстетических свойств изделия. Они входят в состав нематериальных активов, являются предметом лицензионных соглашений и объектом охраны промышленной собственности.

Права на изобретения, товарные знаки и другие результаты инновационной деятельности оформляются лицензией.

Материальные результаты инноваций заключаются в создании и освоении новых видов машин, аппаратов различного функционала, оборудования, а также приборов и средств автоматизации. Созданные и освоенные образцы машин, оборудования, аппаратов, приборов и средств автоматизации делятся на следующие виды:

- новые;
- модернизированные;
- модифицированные.

Инновационная деятельность играет непосредственную роль в повышении конкурентоспособности продукции, что говорит об эффективности использования инноваций в производстве, реализации и т.д.

Результаты инновационной деятельности на внутреннем и внешнем рынках могут быть представлены путем передачи научно-технических знаний и опыта для оказания научно-технических услуг, новых технологий.

Повышение конкурентоспособности как предприятия, так и продукции является одной из главных целей инновационной деятельности.

Для достижения данной цели необходимо выполнение следующих задач инновационной деятельности:

- разработка инновационной стратегии и политики;
- использование достижений научно-технического прогресса;
- повышение конкурентоспособности предприятия на основе развития научно-технологического потенциала, освоения модернизированных и новых технологий и продукции, совершенствования организации производства, сбыта продукции, труда и управления» [4, с. 180].
- формирование среды, способной воспроизводить и осуществлять целенаправленный поиск, подготовку и реализацию нововведений, которые обеспечили бы конкурентоспособность предприятия.

Ресурсные возможности отдельных экономических агентов и всего общества во многом определяют цели, способы, формы и сроки осуществления инновационной деятельности. Ресурсные возможности оказывают влияние на масштабы инновационной деятельности, полноту охвата его круга социально-экономических проблем, очередность их решения, и в более широком смысле они включают фактически все, что может быть использовано в инновационном процессе, обеспечивая получение ее конечных результатов. Однако сами конечные результаты в определенном смысле становятся исходным пунктом следующего этапа инновационного процесса и поэтому могут также рассматриваться в качестве ресурсов.

Для успешного управления инновационной деятельностью необходимо тщательное изучение инноваций. В первую очередь необходимо уметь различать инновации от незначительных видоизменений в услугах и технологических процессах (например, эстетические изменения - цвета, формы и т. п.). Так же несущественных технических или внешних

трансформаций в продуктах, оставляющимися неизменными в конструктивном исполнении и не проявляющими достаточно видимого влияния на параметры, свойства, стоимость изделия, а также входящих в него материалов и компонентов. Различие номенклатуры продукции за счет изучения производства не отпускавшихся прежде на данном предприятии, но уже известных на рынке услуг, направленных на удовлетворения текущего спроса и повышения доходов предприятия. Уникальность инноваций оценивается по технологическим параметрам, а также с рыночных позиций. С изучением этого строится классификация инноваций.

В зависимости от технологических параметров инновации подразделяются на:

- продуктовые инновации. Подразумевают использование новых материалов, полуфабрикатов, а также комплектующих, либо приобретение принципиально новых продуктов.

- процессные инновации. Включают в себя производство новых технологий и методов организации производства. Они определяются путем образования новых организационных структур в составе предприятия.

По типу новизны для рынка инновации делятся на:

- новые по отношению к отрасли в мире;
- новые по отношению к отрасли в стране;
- новые по отношению к данному предприятию или группе предприятий.

По месту в системе (на предприятии, в фирме) можно выделить:

- инновации на входе предприятия (изменения в выборе и использовании сырья, материалов, машин и оборудования, информации и др.);

- инновации на выходе предприятия (изделия, услуги, технологии, информация и др.);

- инновации системной структуры предприятия (управленческой, производственной, технологической).

В зависимости от глубины вносимых изменений выделяют инновации:

- радикальные (базовые);
- улучшающие;
- модификационные (частные).

Более широкая классификация инноваций с учетом сфер деятельности предприятий была разработана в Научно-исследовательском институте системных исследований (РНИИСИ). По этому признаку выделяются инновации:

- технологические;
- производственные;
- экономические;
- торговые;
- социальные;
- в области управления.

Инновация является реализованным на рынке результатом, который получают от вложения капитала в новый продукт или операцию (технология, процесс). При исполнении в жизнь инновации, изготовленной для продажи, совершается обмен «деньги-инновация». Денежные средства, приобретенные предпринимателем (продуцентом, инвестором-продавцом) в результате такого обмена, во-первых, восполняют расходы по формированию и реализации инноваций, во-вторых, приносят прибыль от продажи инноваций, в-третьих, выступают стимулом к созданию новых инноваций, в-четвертых, являются источником финансирования нового инновационного процесса.

Рассмотрев все вышесказанное можно сделать вывод о том, что инновация осуществляет следующие три функции:

- воспроизводственную;

- инвестиционную;
- стимулирующую.

Воспроизводственная функция отмечает, что инновации выступают важным источником финансирования расширенного производства.

Продажа инноваций на рынке приносит денежную выручку, которая формирует прибыль и выступает источником финансовых ресурсов, а, соответственно, мерой эффективности инновационной деятельности.

Прибыль может быть обращена на увеличение объемов производственно-торговой, инвестиционной, инновационной и финансовой деятельности. Эти направления использования прибыли отражаются в «Плане денежных потоков хозяйствующего субъекта».

Таким образом, воспроизводственная функция инновации заключается в получении прибыли от инновации и использовании ее в качестве источника финансовых ресурсов.

При реализации инновации предприятие получает прибыль, которую, в последствии, может использовать по различным направлениям, в том числе и в качестве капитала. Капитал представляет собой деньги, определенные для получения прибыли. Данный капитал предприятие может использовать для финансирования всех инвестиций, а также новых видов инноваций, которые улучшили бы производство и реализацию. Таким образом, у инновации появляется еще одна функция – инвестиционная, которая подразумевает использование прибыли от инновации для вложений.

Внедрение инноваций на предприятии увеличивает его прибыль, что является целью любого коммерческого хозяйствующего субъекта. Данный фактор влияет на появление новых инноваций. Это совпадение служит стимулом к новым инновациям, побуждает постоянно изучать спрос на рынке, совершенствовать организацию систем маркетинга, применять более современные приемы управления финансами (реинжиниринг, бренд-

стратегия, бенчмаркинг и др.). Все вышеперечисленное характеризует стимулирующую функцию инновации.

Формы и источники финансирования инновационной деятельности.

Инновационную деятельность можно так же определить как взаимосвязанность совокупностей видов работ по производству и внедрению инноваций.

К основным видам инновационной деятельности относятся:

научно-исследовательские опытно-конструкторские работы (НИОКР);
технологические работы, подготовка производства и проведение промышленных испытаний;
приобретение патентов, лицензий и ноу-хау;
инвестиционная деятельность, необходимая для реализации инновационных проектов;
сертификация и стандартизация инновационных продуктов и изделий, необходимых для их изготовления;
маркетинг и организация рынков сбыта инновационной продукции;
подготовка и переподготовка кадров для инновационной деятельности
и др.

Инновационная активность, как правило, охарактеризовывается достаточно значимым уровнем не ясности и риска, исходя из этого, важными позициями системы инвестирования инноваций являются множественность источников, упругость и приспособленность к скоро трансформирующей среде инновационных действий. Источниками инвестирования имеют все шансы стать разные компании, способствующие развитию инноваций. В их число входят: финансово-промышленные группы, малые инновационный бизнес, инвестиционные и инновационные фонды, органы местного управления, частные лица и т. д. В развитых странах инвестирование инновационной деятельности осуществляется как из муниципальных, так и из личных источников. Для большинства государств Западной Европы и

США типично приблизительно одинаковое распределение денежных ресурсов для НИОКР межмуниципальным и личным капиталом.

Инвестирование компаний обязано рассматривать отдельное количество источников инвестирования, проявить помощь скорому и эффективному внедрению с их коммерциализаций, которая снабдила бы рост денежной отдачи от инновационной деятельности. К сожалению, на нынешний момент положение инновационной деятельности и инвестиционного климата в России далеки от совершенства. Объемы муниципального финансирования уменьшаются, у компании возникают недостатки личных средств. Им нужен приток частных денежных средств.

Источники инвестирования можно поделить по видам принадлежности на:

- муниципальные инвестиционные ресурсы, какие включают в себя средства бюджетных и внебюджетных фондов, муниципальные заимствования, пакеты акций;

- инвестиционные, вт. ч. денежные, ресурсы хозяйствующих субъектов, в том числе общественных организаций, физических лиц и т. д. Это инвестиционные ресурсы коллективных инвесторов, в том числе страховых компаний, инвестиционных фондов и компаний, негосударственных пенсионных фондов. Сюда же относятся личные средства компаний, так же кредитные ресурсы коммерческих банков, иных кредитных организаций и специально уполномоченных правительством инвестиционных банков.

На уровне страны и субъектов Федерации источников финансирования являются:

- собственные средства бюджетов и внебюджетных фондов,
- привлеченные средства государственной кредитно-банковской и страховой систем,

- заемные средства в виде внешнего (международных заимствований) и внутреннего долга государства (государственных облигационных займов).

Государственная инновационная политика предполагает внедрение бюджетных средств для финансирования инновационной деятельности. Инновационная политика, финансируемая из муниципальных средств обязана осуществлять цели и ценности страны. Она в том числе ориентирована на заключение крупномасштабных научно-технических вопросов и конкретной помощи небольшого и среднего инновационного предпринимательства.

Бюджетное финансирование является более желаемым способом финансирования, который подразумевает приобретение средств из бюджетов разного уровня. Привлекательность данной формы финансирования состоит в том, что за годы русской власти руководители компаний привыкли к тому, что этот источник средств фактически бесплатен, часто приобретенные средства не возвращаются, а их потребление слабо контролируется. В силу ряда объективных обстоятельств доступ к этому источнику непрерывно сужается. Средства, выделяемые из федерального бюджета, направляются на финансирование:

- государственных инновационных фондов (РФФИ - Российский фонд фундаментальных исследований, Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, Федеральный фонд производственных инноваций);
- федеральных целевых инновационных программ и высокоэффективных инновационных проектов;
- программ государственной поддержки инновационной деятельности.

Пути привлечения бюджетных средств определяются субъектами инновационной деятельности. Бюджетные ассигнования являются

принципиальным, заманчивым денежным источником разных форм инновационной деятельности, за счет которых выполняются целевые комплексные программы, приоритетные муниципальные проекты. Бюджетные ассигнования сформировывают русский фонд базовых изучений, в том числе на долевой базе финансируют федеральный фонд производственных инноваций и пр.

На уровне компании источниками финансирования являются:

- собственные средства(выручка, амортизационные отчисления, страховые компенсации, нематериальные активы, временно не занятые главные и оборотные средства);
- привлеченные средства, приобретенные от реализации акций, в том числе взносы, целевые поступления и пр.;
- заемные средства в облике бюджетных, банковских и коммерческих кредитов.

Инновационную активность организация может вести как за счет денежных средств, привлекаемых со стороны, так и за счет личных средств. Важными внутренними источниками финансирования инновационной деятельности организаций являются:

- фонд амортизационных отчислений
- фонд развития изготовления.

В процессе изготовления цену главных фондов переносят по долям на производимую продукцию. При этом сами главные фонды обесцениваются в итоге материального и нравственного износа. Стоимость этого износа в облике амортизационных отчислений инсталлируются муниципальными органами в процентах к балансовой стоимости главных средств и имеются нормами амортизационных отчислений. Фонд амортизационных отчислений нередко является главным внутренним источником компании при приобретении новейшего оснащения, техники и т.п., нужных для воплощения инновационной деятельности. С одной стороны, муниципальные

органы агрессивно смотрят за тем, чтобы компании соблюдали нормы амортизационных отчислений, не завышали эту немаловажную компоненту себестоимости, т. е. не уменьшали налогооблагаемую выручку компании. С иной стороны, для усовершенствования инновационного климата в разных отраслях и сферах почти все страны разрабатывают и вводят схемы ускоренной амортизации. Это позволяет компаниям скорее формировать амортизационный фонд, и, как следствие, скорее обновлять, усовершенствовать свои главные фонды, что, как правило, нужно в ходе инновационных действий. Прибыль, которая остается в постановлении компании посылается на фонд развития изготовления, который является фондом особого назначения. Порядок формирования предоставленного фонда, нормы отчислений без помощи других устанавливаются предприятием.

Инновационная активность описывает цели и направленности применение фонда развития изготовления. В нее включены инновационные проекты и инновационная политика страны. В почти всех организациях проведения НИОКР, покупка новейшего оснащения и устройств, финансирование издержек по техническому переоборудованию, реконструкции работающего изготовления и строительству новейших объектов исполняется благодаря средствам фонда развития компании. Финансирование инновационной деятельности за счет средств инвесторов реализуется в форме:

- кредитных инвестиций,
- инвестиций в ценные бумаги(акций, облигаций, векселей), эмитируемые субъектами инновационной деятельности;
- прямых вложений в валютной форме, в облике ценных бумаг, главных фондов, промышленной и интеллектуальной принадлежности и прав на них,

исполняемых на базе заключения партнерских договоров о общем ведении инновационной деятельности;

- путем применения лизинга и других методик привлечения инвестиций [9, с. 95].

Инвесторы имеют все шансы финансировать инновационную активность, вкладывая средства в ценные бумаги (акции, облигации, векселя), эмитируемые субъектами инновационной деятельности. Инновационные компании нередко прибегают к дополнительной эмиссии ценных бумаг в случае недочета личных средств для финансирования много обещающих инновационных проектов, развития материально-технической базы, проведения нужных НИОКР.

1.2 Инновационная деятельность в сфере услуг

В передовых странах разработка и внедрение инноваций - ведущий фактор социального и экономического развития, залог экономической сохранности. Инновационные процессы в современном мире получают огромную значимость, их ключевой задачей является приобретение предприятиями конкурентных преимуществ и наиболее совершенное удовлетворение спроса потребителей в качественных товарах и услугах.

На нынешний день помочь в это могут в основном инновации, которые необходимо широко внедрять и применять в новых условиях рынка.

Сфера услуг в современных экономических условиях играет важную роль в удовлетворении потребностей людей. Общество постоянно развивается, появляются новые потребности. В связи с этим расширяется и сфера услуг, становится более многообразной.

Развитие сферы услуг и возрастание ее эффективности удовлетворения потребностей общества напрямую связаны с инновациями. Вместе с тем,

инновационная деятельность направлена на совершенствование сферы услуг, так как во многом определяет конкурентоспособность сервиса на предприятии.

Современная экономика – это сложный механизм управления. В нем взаимодействуют различные структурные элементы производственного, коммерческого, финансового и информационного характеров, для наилучшего функционирования которого необходимы экономические улучшения, учитывающие интересы отраслей, предприятий, регионов и общества в целом. Результаты экономических преобразований на базе активизации инновационной деятельности и инновационного менеджмента получают реальное экономическое содержание только через систему связей с материальным производством, сопровождаемое увеличением показателей функционирования каждого предприятия сферы услуг. Основной задачей инновационной политики предприятия сферы услуг является создание и развитие основы для проведения действенных преобразований его экономики, когда на первый план выходит инновационный бизнес как объект управления.

Вместе с тем, практика показывает, что инновации в сфере услуг не востребованы в должном размере. Особенно внедрение инноваций слабо развито на средних и малых предприятиях. Существует несколько причин, по которым инновационная деятельность не используется в полной мере на предприятиях сервиса:

- отсутствие денежных средств для их внедрения;
- невосприятие инновационных технологий как способа совершенствования экономического, социального, организационного и технического характера, незаинтересованность в них.

Экономика многих стран поддерживается путем развития инновационного сектора услуг. При этом данные страны располагают крайне малыми научно-технологическими ресурсами, столь важными для масштабных индустриальных прорывов. Этот путь представляет определенный интерес и для России, учитывая неудовлетворительное положение ее научно-технического и производственного потенциала на фоне сравнительно высокой доли сферы услуг в ВВП. В этой ситуации инновационное развитие сферы услуг является мощным источником экономического роста, возможно, более важным, чем технологические инновации в промышленности.

В качестве инновации в сфере услуг выступает результат деятельности (сервисный продукт, технология или ее отдельные элементы, новая организация сервисной деятельности и т.д.), который способен наиболее точно удовлетворять потребности потребителей.

Нынешний подход к инновациям в сфере услуг все большее основывается на рассмотрении инноваций как некоего процесса. Основной акцент уделяется на процесс обновления и постоянного усовершенствования. Инновации в области процессов – необходимый элемент развития компании, которая работает в сфере услуг. Преобразования большей частью касаются внутренних процессов или процессов, связанных с доставкой продуктов и услуг до конечного пользователя. Это предполагает как полную перестройку бизнес-процессов, так и стратегию постоянных значительных изменений в важных процессах. Анализ структуры инновационных издержек российских предприятий сферы услуг показывает, что большая часть средств идет на инновационные процессы, т.е. на разработку и внедрение новых или более усовершенствованных методов предоставления услуг. Примерно в два раза меньше средств выделяется на создание новых продуктов. Маркетинговые и организационные инновации встречаются довольно редко. Это закономерно,

так как главной целью предприятий, работающих в секторе услуг, в последние годы было расширение своей рыночной доли и клиентской базы.

Инновации в области управления предполагают принятие новых принципов по управлению человеческими ресурсами, информацией, технологиями и финансовыми потоками. В мире ежедневно появляются новые управленческие модели, которые основываются на инновационных идеях, благодаря этому большая часть компаний не успевает даже сориентироваться во всем этом потоке информации. Поэтому внедрение совершенствований в области управления не редко носит несистемный характер и в основном связан с личностью руководителя.

Количество предприятий, которые занимаются развитием и внедрением инновационных технологий в России, составляет всего 4-5%. В США данный показатель выше на 30% и составляет на сегодняшний день 35 %. Особое влияние на развитие инновационной деятельности оказывает финансирование. Осуществляться финансирование может как источников государства, так и за счет частных инвесторов. Многие страны Европы и США распределяют финансовые ресурсы для внедрения инноваций между государственным и частным капиталом. Финансирование инновационных проектов называют венчурное финансирование. Нередко именно оно становится одним из двигателей экономики развитых стран, несмотря на то, что объем его капиталовложений в общем инвестиционном потоке достаточно невелик.

Инновационная среда постоянно меняется. Именно поэтому инновационная деятельность подвержена риску и должна финансироваться не из одного источника, а из нескольких, для того, чтобы процесс более стабильным.

Все хозяйствующие субъекты могут стать источниками финансирования инновационной деятельности. Это могут быть предприятия, малый инновационный бизнес, финансово-промышленные группы, органы

местного управления, инвестиционные и инновационные, частные лица и т.д. Все вышеперечисленные субъекты, так или иначе, способствуют развитию инновационной деятельности.

Основные принципы финансирования:

- направленность на множественность источников;
- быстрое и эффективное внедрение на базу предприятия;
- коммерциализация, обеспечивающая рост финансовой отдачи от внедрения инноваций на предприятии.

К сожалению, нынешнее состояние инновационной деятельности и инвестиционного положения в России далеко от совершенства. На сегодня снизившиеся объемы государственного финансирования, недостаток собственных средств у предприятий и отсутствие стратегического мышления у их руководителей не компенсируются притоком частного капитала.

Мировой опыт финансирования инновационной деятельности изображает, что инновационный процесс может благополучно формироваться как за счет частного, так и государственного финансирования. Все зависит не от характера источника вкладов, а от его результативности. При этом значимую роль играет величина развития инновационного климата в стране, законодательная база, которая регулирует отношения участников инновационного процесса, развитое материально-техническое и информационное обеспечение научных изысканий, сотрудничество между субъектами инновационной деятельности.

В США и европейских странах доли частного и государственного финансирования инновационной деятельности показательно равны. Для системы государственного содействия инноваций в США в последние годы приобрело распространение программно-целевого подхода. При этом финансовые ресурсы сосредоточиваются как на приоритетных технологических, так и на отраслевых направленностях.

В Японии, в отличие от США и стран ЕС, доля частных инвестиций превосходит 80%. Наиболее мобильная форма финансирования - венчурный капитал - создается в основном на частных источниках.

Таким образом, для российской НИС финансирование инновационной деятельности может быть эффективным как за счет частных инвестиций, так и государственных, а также за счет смешанного финансирования (на основах принципа частно-государственного партнерства). Как подтверждает мировая практика, необходимо деление и четкое определение тех сфер и направлений, которые могут быть профинансированы наиболее действенным способом за счет каждого источника.

Сфера услуг зависит не только от потребительско-стоимостных свойств произведенного продукта, но и от таких социальных показателей, как качество и уровень жизни, экономическая активность и экономическая активность населения, развитие социальной сферы, социальная напряженность.

Можно предполагать, что инновационная деятельность в сфере услуг по своему устремлению должна не только захватывать сферу производства товаров и сферу их потребления в целом, но и рассматривать особенности конкретных потребителей, что, в конечном счете, определяет необходимость программного подхода, который предусматривает избирательность, адресность и прогнозирование, рациональность применения всех типов ресурсов.

Инновационная деятельность в сфере услуг обязана быть связана с прогнозируемым результатом, приводящим к трансформациям как внутри предприятия-товаропроизводителя, так и во внешней среде. Например, рост платежеспособного спроса сопровождается увеличением запросов к потребительским свойствам отпускаемой продукции, что заставляет предприятия расширять и обновлять ее номенклатуру, вносить соответствующие изменения в конструкцию и дизайн товаров,

преобразовывать маркетинговые сети, разнообразить ассортимент услуг на потребительском рынке. Производственный процесс товаропроизводителей в информационных системах постоянно видоизменяется, так как потребности общества меняются и увеличиваются. Благодаря развитию сферы услуг создается новая конкурентная среда, появляются новые потребности в товарах и услугах.

Существует три основных изменения, которые происходят на предприятиях на предприятиях сферы услуг под влиянием инновационной деятельности:

- изменения, вызванные трансформациями во внешней среде;
- изменения, связанные с потребностями самого предприятия в процессе его функционирования с сохранением (стабилизирующие изменения) или модификацией его функций (модифицирующие изменения) в сфере услуг;
- изменения, вызванные результатами функционирования предприятия во внешней среде и стимулирующие внутренние преобразования за счет "обратной связи".

Все три типа изменений направлены на обеспечение стабильной и устойчивой деятельности. Реализация всех типов изменений также возможно, при условии рассмотрения инновационной деятельности как результата последовательной цепочки постоянно возникающих новых ценностей и потребностей.

В современной практике трансформации в сфере услуг носят два вида характера:

- экстенсивный;
- интенсивный.

Трансформация экстенсивного характера подразумевает изменения в объеме товаров и услуг в рамках существующего потенциала предприятий. Такая трансформация характерна для рынков услуг, которые развиваются

более интенсивно, и где потребители изъявляют новые желания и требования по отношению к качеству оказываемых услуг, их характеристикам, увеличивая при этом спрос. Разумное использование внутренних ресурсов в таких предприятиях направлено на увеличение потенциала в сфере услуг, но возможно оно только в случае высокой конкурентоспособности предприятия.

Инновационная деятельность в предприятиях сферы услуг должна предвосхищать потребности и желания потребителя. Она направлена на способность подстраиваться к меняющимся ценностям и ориентирам общества. Такое направление инновационной деятельности, как правило, повышает конкурентоспособность предприятия и увеличивает его конкурентные преимущества, что так важно в условиях рыночной экономики. Сфера услуг постоянно меняется, а внедрение инноваций на предприятии сервиса обеспечивает ему более стабильное положение на рынке. деятельность помогает поддерживать услуг.

Данный процесс многогранен. Он включает в себя вопросы стратегического планирования и управления, активизации научных исследований, маркетинга, организационного проектирования сферы услуг, создания команды исполнителей, деятельность которой носит инновационный характер.

Следует отметить, что инновационная деятельность в сфере услуг соответствует потребительскому рынку, если имеет место понимание причин возникновения, значимости и необходимой направленности инноваций, сферы их применения, степени новизны, специфики структуры жизненного цикла, глубины и масштабности изменений, а также различий в удовлетворении потребностей на определенных сегментах потребительского рынка.

Новый продукт, появляющийся на потребительском рынке, меняет представление о предоставлении услуг потребителям, затрагивая при этом взаимосвязи экономических хозяйствующих субъектов.

В результате инновационную деятельность можно охарактеризовать как деятельность по освоению (внедрению) в отраслях, организациях и экономике широкого спектра нововведений, касающихся:

- производства новых продуктов и услуг;
- применения новых технологий и/или освоения новой техники;
- использования новых источников ресурсов;
- введения новых форм и методов организации производства, труда и управления;
- освоения или развития новых рынков.

Таким образом, инновационный процесс оказывает организационно-управленческую помощь при реализации жизненных циклов того или иного продукта. Управление инновационной деятельностью включает в себя достаточно широкий спектр задач. В эти задачи включены также такие, как маркетинговая поддержка инноваций на предприятиях, организация многоканального инвестирования инновационной деятельности, а также ознакомление персонала с инновациями, обучение и преодоление сопротивления с его стороны.

Все это требует создания научно-методологического и теоретического обоснования и развития адекватного инструментария. Недооценка особенностей инновационной деятельности и недостаточное развитие теории и методологии в сфере услуг приводят к значительному снижению эффективности и результативности инноваций, что нередко влияет на конкурентоспособности организации.

Таким образом, организация инновационной деятельности предприятий, представляющих сферу услуг, обязана гарантировать:

достижение общего видения предложения услуг на потребительском рынке;

определение стратегических приоритетов в изменении данной сферы;

разработку стратегии деятельности предприятий в продолжительной перспективе;

создание системы коммуникаций, ориентированной на осуществление услуг;

создание инновационного персонала с определением зон ответственности за результаты работы;

внедрение системного контроллинга процессов развития услуг на потребительском рынке.

1.3 Нормативно-правовые основы инновационной деятельности

В современных условиях значительным принципом модернизации отечественной экономики являются инновации. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденная распоряжением Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. № 1662-р, предусматривает развитие российской экономики на базе экономики лидерства и инноваций. В инновационном процессе значительные доходы в большинстве своем поступают не от использования природных ресурсов, а от создания и введения новых, в том числе интеллектуальных технологий, от производства новых идей в экономической и социальной сферах.

Общие исходные правовые основы инновационного процесса обеспечиваются наличием важных конституционных прав и свобод. К их числу относятся:

1) каждый гражданин РФ имеет право распоряжаться своими способностями к труду (ст. 37 Конституции Российской Федерации);

2) Каждый гражданин РФ обладает свободой литературного, художественного, научного, технического и других видов творчества,

преподавания (ч. 1 ст. 44 Конституции Российской Федерации);
3) Каждый гражданин РФ имеет право на образование (ст. 43 Конституции Российской Федерации).

Развитие инновационной деятельности в Российской Федерации осуществляется на основе нормативно-правовых баз, которые есть в сфере экономики, социальной сфере, а также образовании. Российская Федерация оказывает поддержку инновациям, и данный процесс регулируется Федеральным законом «О науке и государственной научно-технической политике». Инновационная деятельность, которой оказывается государственная поддержка, должна быть направлена на улучшение российской экономики, на обеспечение конкурентных преимуществ отечественной продукции, работ и услуг, как на российском, так и на мировом рынках, а также улучшения качества жизни общества (п. 1 ст. 16.1).

Государственная помощь инновационной деятельности обуславливается в законе как совокупность мер, используемые органами государственной власти Российской Федерации в соответствии с законодательством Российской Федерации в целях создания необходимых правовых, экономических и организационных условий, а также стимулов для юридических и физических лиц, осуществляющих инновационную деятельность. Также учреждаются принципы государственной помощи инновационной деятельности:

- программный подход и измеримость целей при планировании и реализации мер государственной поддержки;
- доступность государственной поддержки на всех стадиях инновационной деятельности, в том числе для субъектов малого и среднего предпринимательства;
- опережающее развитие инновационной инфраструктуры;
- публичность оказания государственной поддержки инновационной деятельности посредством размещения информации об оказываемых мерах

государственной поддержки инновационной деятельности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

- приоритетность дальнейшего развития результатов инновационной деятельности;
- защита частных интересов и поощрение частной инициативы;
- приоритетное использование рыночных инструментов и инструментов государственно-частного партнерства для стимулирования инновационной деятельности;
- обеспечение эффективности государственной поддержки инновационной деятельности для целей социально-экономического развития Российской Федерации и субъектов Российской Федерации;
- целевой характер использования бюджетных средств на государственную поддержку инновационной деятельности.

П. 3 ст. 16.2 указанного закона вводит формы государственной помощи инновационной деятельности. К ним относятся:

- предоставления льгот по уплате налогов, сборов, таможенных платежей;
- предоставления образовательных услуг;
- предоставления информационной поддержки;
- предоставления консультационной поддержки, содействия в формировании проектной документации;
- формирования спроса на инновационную продукцию;
- финансовое обеспечение (в том числе субсидии, гранты, кредиты, займы, гарантии, взносы в уставный капитал);
- реализации целевых программ, подпрограмм и проведения мероприятий в рамках государственных программ Российской Федерации;
- поддержки экспорта;
- обеспечения инфраструктуры.

Существуют другие формы, не противоречащие законодательству Российской Федерации.

Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (действует в ред. от 06.12.2011) описывает, что оказание содействия субъектам малого и среднего предпринимательства в области инноваций и промышленного производства органами государственной власти и органами местного самоуправления может реализовываться в виде:

1) создания организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства и оказывающих поддержку субъектам малого и среднего предпринимательства, в том числе технопарков, центров коммерциализации технологий, технико-внедренческих и научно-производственных зон, и обеспечения деятельности таких организаций;

2) содействия патентованию изобретений, полезных моделей, промышленных образцов и селекционных достижений, а также государственной регистрации иных результатов интеллектуальной деятельности, созданных субъектами малого и среднего предпринимательства;

3) создания условий для привлечения субъектов малого и среднего предпринимательства к заключению договоров субподряда в области инноваций и промышленного производства;

4) создания акционерных инвестиционных фондов и закрытых паевых инвестиционных фондов.

Государственным органом, определяющим государственную политику в сфере инноваций, является «Правительственная комиссия по высоким технологиям и инновациям», созданная в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 12 сентября 2008 г. № 667. Распоряжение Правительства РФ от 10 марта 2006 г. № 328-р утвердило Комплексную

программу «Создание в Российской Федерации технопарков в сфере высоких технологий» (действует в ред. от 27.12.2010).

Правила создания инновационной структуры в сфере образования устанавливаются Приказом Минобрнауки РФ от 23.06.2009 г. № 218 «Об утверждении Порядка создания и развития инновационной инфраструктуры в сфере образования». В нем говорится, что инновационную инфраструктуру составляют федеральные и региональные инновационные площадки.

Государство оказывает также поддержку и развитию инновационной инфраструктуры, способствуя при этом формированию инновационной среды. В данном процессе происходит оказание помощи со стороны государства в развитии взаимодействия образовательных учреждений и промышленных предприятий, поддержке создания хозяйственных обществ в системе образования, включая поддержку малого инновационного предпринимательства, в федеральных образовательных учреждениях высшего профессионального образования. Порядок осуществления государственной поддержки инноваций в образовании определяется «Положением о государственной поддержке развития инновационной инфраструктуры, включая поддержку малого инновационного предпринимательства, в федеральных образовательных учреждениях высшего профессионального образования», утвержденным Постановлением Правительства РФ от 09.04.2010 г. № 219 (в ред. от 03.06.2011) «О государственной поддержке развития инновационной инфраструктуры в федеральных образовательных учреждениях высшего профессионального образования».

Анализ существующей нормативной базы инновационного развития показывает, что такое развитие невозможно без активного участия государства.

Как уже было сказано выше, государство играет значительную роль в инновационном развитии. Осознавая значимость инновационной

деятельности, правительство Российской Федерации уделяет особое внимание экономике страны. Развитая сфера экономики способствует созданию базовых условий для разработки инноваций, формирует устойчивый спрос на них. На развитие инновационной среды и инновационной деятельности, государство выделяет средства из бюджета, стимулируя таким образом данный процесс. Создаются университеты, институты, лаборатории, в которых разрабатываются инновационные технологии, проходит обучение новых кадров. Разрабатывается целостная инновационная политика, основанная на принципах планирования и прогнозирования инновационной деятельности. Осуществляется координирование инновационной, научной и научно-технической деятельности в масштабах всей страны.

Опыт зарубежных стран показывает, что роль государства в развитии инноваций может проявляться в следующих формах:

- 1) государство может создавать сети центров распространения нововведений и консультационных центров, оказывающих деловые услуги инноваторам;
- 2) государство способствует формированию рынка инноваций, и само выступает его агентом;
- 3) государственные органы призваны осуществлять мониторинг и прогнозирование инновационных процессов в стране и за рубежом, а часто и поиск наиболее эффективных передовых технологий для широкого внедрения;
- 4) государство осуществляет экспертизу инновационных проектов, поскольку отдельным организациям, осуществляющим нововведения, трудно оценить все их возможные эффекты в общеэкономическом масштабе;
- 5) государство осуществляет прямое финансирование организаций для поощрения инноваций в области новейших технологий;

6) государство устанавливает льготное налогообложение для предприятий, занимающихся инновационной деятельностью;

7) государство создает условия для сотрудничества университетской науки и предприятий, производящих наукоемкую продукцию.

Развитию инновационной деятельности во многом способствует формирование правовых основ жизни общества. В РФ существуют законодательства, которые защищают частную собственность, охраняют интеллектуальную собственность, регулируют создание и деятельность юридических лиц. В этом отношении необходим комплексный мониторинг всего действующего законодательства, в первую очередь гражданского, налогового, законодательства об образовании на предмет его соответствия потребностям в развитии инноваций.

Итак, принимая во внимание вышесказанное, можно сделать вывод о том, что в Российской Федерации создана база для развития инновационной деятельности. Она регулируется нормативными актами и направлена на развитие инноваций в экономике страны. В тоже время осуществляется постоянный мониторинг действующего законодательства с целью последующего усиления его инновационной направленности.

Мировой опыт показывает, что в современных условиях развитие инновационной деятельности практически невозможно без участия государства. Оно не только регулирует, планирует, объединяет инновационную деятельность, но и оказывает материальную помощь в развитии, что способствует экономике государства.

2 Анализ деятельности гостиницы «Ибис»

2.1 Характеристика деятельности гостиницы «Ибис»

В настоящее время по всему миру работает 933 отеля под брендом Ibis в 43 странах земного шара. Французская компания Ассор, в которую входит бренд, предполагает дальнейшее раскручивание в России с открытием отелей в основных крупных городах страны.

Компания Ассор распоряжается гостиницами в разных ценовых сегментах. В её состав входят гостиницы экстра класса (Sofitel), кроме того большое количество бюджетных сетей, в состав, которых входят известные в Европе Formula1 и Etap. К Ассор также имеет отношение такие сети гостиниц, как Novotel, Ibis, сеть американских придорожных гостиниц Motel 6, гостиничная сеть Suitehotel, номерной фонд, которого представлен только сютами, также многочисленный ряд иных торговых марок. Всего же в состав Ассор входит 13 гостиничных брэндов. Кроме гостиниц, Ассор также распоряжается сетями ресторанов, казино и туристических агентств.

Ассор является одной из самых знаменитых в современности гостиничной сетью индустрии гостеприимства. В 1967 недалеко от французского города Лилль был построен один из первых отелей под маркой Novotel . А 6 лет спустя был создан холдинг Sphere S.A., который является предшественником нынешней сети Ассор. Под брендом этой сети появились известные на сегодняшний день отели Ibis и организована сеть отелей Mercure.

Гостиницы сети Ассор обладают своими отличительными особенностями. Они стараются всегда держать марку и организовывать сервис в отелях на высшем уровне. Это помогло данной сети стать известным и узнаваемым брендом, а также зарекомендовать себя на рынке гостиничных услуг. На сегодняшний день компания Ассор обладает гостиницами

практически во всех ценовых нишах. Ежегодная чистая прибыль компании превышает 1 миллиард долларов, а размер продаж находится на уровне 12 миллиардов долларов. В гостиничном подразделении Ассог трудиться около 200 тысяч человек.

Буквально несколько лет назад открыла свои двери гостиница под брендом Ibis в России – Ибис Самара. Он стал 7-м отелем Ibis в России, наряду с гостиницами в Санкт-Петербурге, Москве, Казани, Омске, Нижнем Новгороде, Ярославле, а также в Киеве, Украина. Город Самара является крупным экономическим центром с огромным туристским потенциалом. Тем не менее, гостиничная индустрия не развита должным образом. На данный момент г.Самара испытывает недостаток в качественных гостиничных номерах экономкласса. Данную проблему решил, построенный в г.Самара отель под всемирно известным брендом Ibis.

Гостиница «Ибис» обладает прекрасным месторасположением в центре города. Рядом с гостиницей располагается живописная набережная, которая является излюбленным местом отдыха местных жителей и гостей города. В гостинице находится 204 номера, оснащенные всеми необходимыми удобствами. К услугам гостя в номере предоставлен плазменный телевизор со спутниковыми каналами, кондиционер, сейф, телефон, бесплатная сеть Wi-Fi . Комфортные и функциональные комнаты выполнены в современном дизайне и имеют хорошую звукоизоляцию и светозащиту. Предусмотрены номера как для курящих, так и для некурящих. Номера оборудованных по международным стандартам сети отелей ACCOR (см. Приложение А, рис. 14,15).

На 2 этаже отеля расположены 3 конференц-зала: «Палермо» (18 кв. м) (см. Приложение А, рис. 11), «Сент-Луис» (36 кв. м) и «Штутгарт» (72 кв. м) (см. Приложение А, рис. 10), а также холл для «кофе-брейков» (см. Приложение А, рис.13). Общая вместимость залов — 130 человек. Все переговорные отеля оснащены современным оборудованием: диапроектором,

видеоаппаратурой, беспроводным интернетом по Wi-Fi, кондиционером, телефоном.

Ресторан: Название «SUD&CIE» (см. Приложение А, рис.7, 8, 9). Предлагает попробовать блюда Средиземноморской кухни, а так же традиционные русские блюда от Шеф-повара гостиницы «Ибис». Ресторан открыт для завтраков с 6:30 до 10:00, имеется ранний завтрак с 4:30 и поздний завтрак до 12:00, а так же бизнес - ланчи.

Бар: Название «RENDEZVOUS» (см. Приложение А, рис. 12). Расслабляющая атмосфера, легкая закуска, освежающие напитки. Идеальное место для деловой встречи или просто приятного отдыха. Бар открыт 24 часа в сутки.

Время работы: Круглосуточно.

До гостиницы можно добраться по трассе М5 из Уфы, Казани, Москвы или Р226 из Саратова по Московскому или Красноглинскому шоссе до ул. Ново - Садовой. Гостиница расположена по правую сторону в направлении к центру города.

Дополнительные услуги

- Общая парковка за территорией отеля
- Индивидуальная крытая автостоянка
- Удобства для лиц с ограниченной мобильностью
- Номера для гостей с ограниченной подвижностью
- Информационные и бизнес-услуги
- Бизнес-услуги
- Факс
- Информационные услуги
- Wi-Fi в гостинице
- Wi-Fi в номере
- Беспроводной Интернет WIFI

- Магазины и услуги
- Прачечная

Гостиничный сервис является главной отраслью сферы предоставления гостям качественного обслуживания. Нынешние показатели рынка гостиничных услуг охарактеризовывается значительным степенью конкуренции, многообразием видов оказываемых основных и дополнительных услуг, увеличением степени сервиса в гостинице.

С точки зрения организации и управления гостиница «Ибис» выступает как сложная система, состоящая из различных взаимосвязанных служб. К главным стандартным службам относятся: служба управления номерным фондом; административная служба; коммерческая служба; служба питания; инженерно-технические службы; вспомогательные службы.

Служба управления номерным фондом гостиницы выполняет центральные функции по приему и обслуживанию гостей. Качество предоставляемых услуг преимущественно зависит от работы службы приема и размещения, так как она непосредственно связана с коммуникацией гостей. Если рассматривать данную службу с этой точки зрения, то целесообразно будет отметить, что она является одним из основных объектов, в первую очередь подлежащих автоматизации. В состав этого подразделения входят работники службы приема и размещения (front-office), персонал по обслуживанию номерного фонда (housekeeping), объединенная сервисная служба, включая швейцаров, посыльных, носильщиков, водителей автомобилей, службу безопасности и др.

Служба занимается: бронированием номеров; приемом, регистрацией и размещением гостей; приемом оплаты за предоставленные услуги и оформлением необходимой документации при выезде гостей; оказанием разнообразных бытовых услуг гостям; поддержанием санитарно-гигиенического состояния номеров.

Административная служба реализовывает функции, которые связаны с управлением гостиницы в целом, управлением деятельности всех служб гостиницы, решением финансовых вопросов и кадрового обеспечения, контрольные функции. Как правило, эта служба состоит из директора и топ-менеджеров гостиницы, бухгалтерии, финансовой службы и отдела кадров. С точки зрения информационных процессов данная служба выступает как связывающее звено, которое объединяет информационно в целое все службы гостиницы. Люди, работающие в этой службе, как правило, располагают наиболее полным правом доступа ко всей информации, работающей в системе правления гостиницей.

Коммерческая служба гостиницы изображена отделами маркетинга и рекламы, осуществляющие задачи, которые связаны с исследованием рынка, конкурентов, изучением потребностей постоянных и потенциальных гостей, разработкой и реализацией рекламных компаний, мероприятиями по связям с общественностью. Главная функция службы - продвижение имеющегося гостиничного продукта, а также формирование предложений по образованию новых видов услуг, которые будут востребованы на рынке гостиничных услуг. Необходимая информация для осуществления вышесказанных функций предоставляется службой приема и размещения. Благодаря данным службы приема и размещения проводятся маркетинговые исследования.

В службу питания гостиницы входят ресторан и бар. Эта служба наряду с приемом и размещением выполняет одну из основных функций гостиницы, которой является приготовление и реализацию пищи, входящая в состав комплексного гостиничного продукта. В строение данной гостиницы это одна из важнейших служб, непосредственно выполняющая обслуживание гостей. Если рассматривать эту службу с точки зрения информации, то можно заметить, что она является сравнительно самостоятельной структурой, несмотря на это служба связана со службой приема и размещения, так как

планирование и прогнозирование объемов продаж напрямую зависит от числа гостей.

Инженерно-технические службы занимаются обслуживанием систем тепло- и водоснабжения, кондиционирования, электротехнических устройств, систем связи и телевидения. Как правило, данная служба связана со службой управления номерным фондом, откуда обычно поступает информация о возникших технических неисправностях в номерном фонде.

Вспомогательные службы оказывают дополнительные платные услуги. В данной гостинице сюда относятся услуги конференц-зала. Эта служба связана со службой приема и размещения, куда поступает информация о полученных дополнительных услугах, стоимость которых учитывается при оформлении счета гостя.

Чтобы организовать работу всех перечисленных служб с максимальной эффективностью и в соответствии с современными мировыми требованиями в гостинице «Ибис» применяются современные компьютерные технологии. Благодаря которым гостиница может нормально функционировать и соответствовать международным стандартам обслуживания гостей.

2.2 Анализ внешней и внутренней среды

Индустрия гостеприимства основывается под влиянием ряда причин, разделяющихся на две группы – внешние и внутренние. Внешние учреждаются воздействием компонентов окружающей действительности, не объединенных с работой индустрии гостеприимства. Внутренние факторы на прямую соединены с особенностями организации и функционирования предприятий индустрии гостеприимства. К внешним факторам относятся: политико-правовые, безопасность путешествий, экономические и финансовые, культурные, инфраструктурно-коммуникационные,

демографические, развитие торговли, новые и новейшие технологии. Влияние внешних факторов маркетинговой среды на деятельность гостиницы «Ибис» имеет объективный характер. Самое большое негативное влияние оказывают экономико-финансовые факторы. Кризисные явления в экономике уменьшили деловую предприимчивость бизнес – туристов.

Деятельность гостиницы «Ибис» осуществляется с учетом внутренних факторов маркетинговой среды.

Особое внимание уделяется вопросам маркетинга.

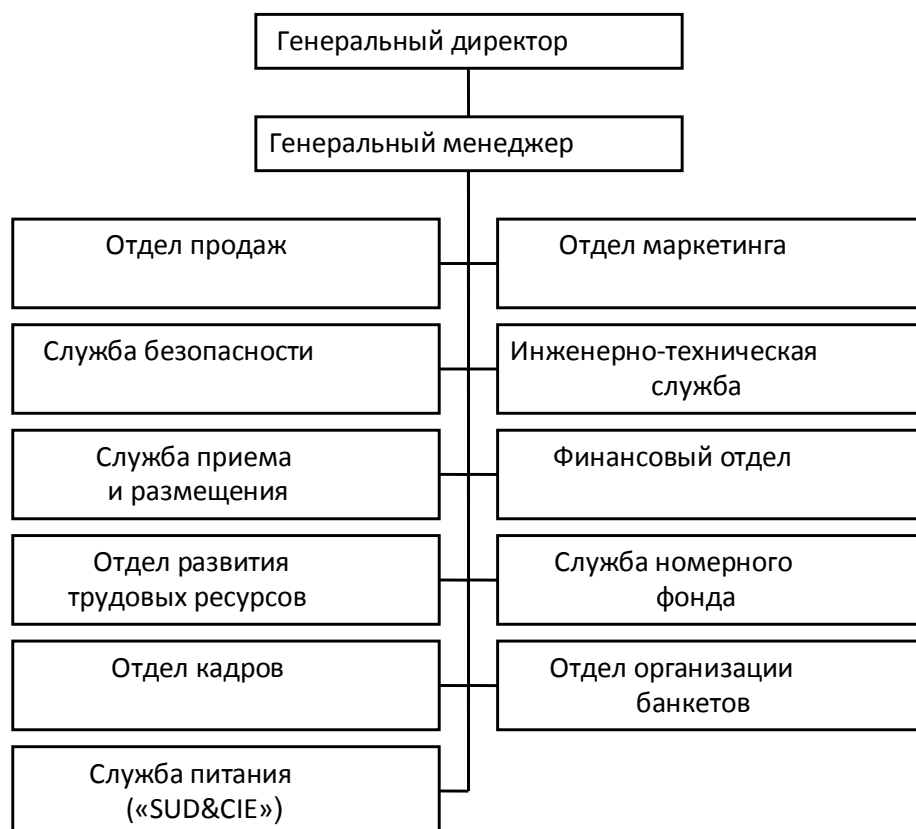
Цели в маркетинге можно классифицировать следующим образом:

- 1) Рыночные – завоевание обусловленной доли или выявление перспективных рынков;
- 2) Маркетинговые – создание имиджа фирмы, мероприятия по формированию благоприятного отношения к фирме, объем продаж, объем прибыли, конкурентная борьба;
- 3) Управленческие – усовершенствовать структуры управления;
- 4) Обеспечивающие – ценовая политика, стимулирование сбыта, потребительские характеристики товара;
- 5) Контрольные.

Покорение доли на рынке гостиничных услуг исполняются путем:

- изучения конкурентной среды;
- постоянным повышением качества гостиничных услуг

На рис. 1 можно рассмотреть схему подразделений гостиницы «Ибис».



Источник: схема составлена автором.

Рис.1 - Схема подразделений гостиницы «Ибис»

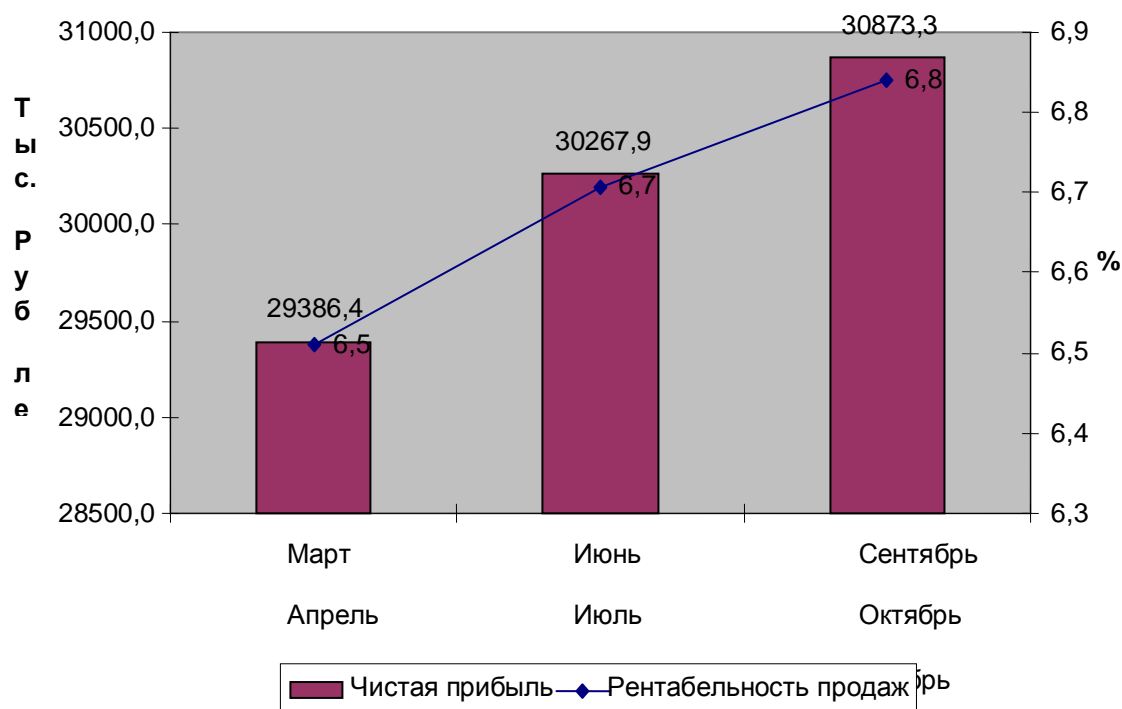
Рентабельность продаж к концу 2013 года составила 6,5%, что является хорошим показателем, т.к. в крупных гостиницах, в среднем, рентабельность продаж составляет от 5% до 7% см. табл. 1.

Таблица 1 – Основные показатели деятельности гостиницы

Показатель	2012 г.
1. Загрузка номерного фонда, %	86,6
2. Доходы от основных видов деят-ти, тыс. руб.	473980,5
В том числе:	

Продолжение таблицы 1	
- продажа номеров	189693,0
- сдача в аренду помещений	114397,5
- сдача в аренду оборудования комплекса	52573,5
- телекоммуникационные услуги и услуги интернет	32172,0
- транспортные услуги и парковка	32088,0
- доходы от работы отдела F&B и обслуживания в номерах	53056,5
2.1 Прочие доходы	
(доходы от операций с иностранной валютой)	72825,9
3. Расходы (тыс.руб.)	407991,2
В том числе:	
- зарплата сотрудников и налоги на зарплату	88777,5
- телекоммуникационные услуги	34167,0
- затраты на ремонтные работы	79674,0
- затраты на аренду имущества (в т.ч. аренда земельного участка)	8389,5
- амортизация	16086,0
- лизинговые обязательства	62177,9
-материальные затраты (чистящие и моющие средства, канц. товары, хоз. инвентарь, автозапчасти)	7322,7
- дополнительное обслуживание сторонних организаций (кадровое юридическое, охранные услуги, реклама)	52145,1
- коммунальные платежи	32077,5
-прочие расходы (командировки, страхование)	27174,0
3.1. Прочие расходы (штрафы, услуги банка выбытие ТМЦ)	96369,0
4.1. Прибыль до налогообложения (тыс. руб.)	42446,3
4.2. Чистая прибыль (тыс. руб.)	29386,4
5. Рентабельность продаж, %	6,5
Источник: таблица составлена автором.	

Динамика представлена на рис. 2.



Источник: рисунок сделан автором.

Рис. 2 – Динамика показателей рентабельности и чистой прибыли

Таким образом, автором представлена краткая характеристика деятельности гостиницы «Ибис».

Рейтинг гостиниц представлен в табл. 2.

Таблица 2 - Рейтинг гостиниц Самары на 2013-2014 г.

Рейтинг	Гостиницы	за	против
1	Matreshka Plaza	63%	37%

Продолжение таблицы 2			
2	Холидей Инн	62%	38%
3	Ibis Hotel	60%	40%
4	Бристоль-Жигули	59%	41%
5	Бизнес-отель City	57%	43%
6	АЗИМУТ Отель Самара	57%	43%
7	Ренессанс Самара	57%	43%
8	5 ключей	57%	43%
9	Россия	56%	44%
10	Волна	56%	44%
Источник: таблица составлена автором.			

Из табл. 2 видно, что «Ибис» занимает 3 место в рейтинге, это показывает, что на сегодняшний день гостиница, является востребованной у приезжающих.

Для увеличения процента загрузки гостиницы проводится политика стимулирования продаж номеров компаниям, туристическим агентствам, авиакомпаниям. При групповом бронировании номеров предоставляются дифференцированные скидки на проживание, питание, развлечения.

В гостинице производится система расчета по кредитным карточкам VISA, Master Card, American Express, Diners Club.

По устоявшейся традиции для анализа внутренней и внешней среды гостиницы «Ибис» используется исходный метод - SWOT –анализом см. табл. 3.

Таблица 3 – SWOT – анализ внешней и внутренней среды гостиницы «Ибис».

	ВОЗМОЖНОСТИ		СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ
1	Развитие отеля бизнес-класса	1	Месторасположение
2	Быстрое развитие бизнеса в Самаре	2	Инфраструктура (возможность организации дополнительных услуг)
3	Возрастание количества приезжих	3	Спрос на высокий уровень сервиса
4	Рост уровня жизни		Высоко квалифицированный персонал
	УГРОЗЫ		СЛАБЫЕ СТОРОНЫ
1	Изменение экономической и политической ситуации в стране и регионе		Развитие и внедрение новых технологий внутреннего обслуживания
2	Сложности и зависимость от местных властей		
3	Удержание сегмента рынка, рейтинга, в связи с быстрыми темпами развития гостиничного бизнеса		
Источник: таблица составлена автором.			

Данные анализа показывают, что гостиница «Ибис» имеет очень выгодное месторасположение и хорошую инфраструктуру, кроме того, эта гостиница бизнес-класса, следовательно, требуется высокий уровень сервиса,

что и предоставляется гостям, для поддержания уровня сервиса имеется и высоко квалифицированный персонал.

Угрозами для гостиницы «Ибис» является нестабильная экономическая и политическая ситуация в стране. Эти угрозы масштабны и являются реальными не только для данной гостиницы, но и для бизнеса Самары в целом.

2.3 Анализ инновационной деятельности гостиницы

Немаловажным условием экономического роста и увеличения качества жизни любой страны является инновационная активность. На уровне предприятия (компании) инновационная активность зависит от выбора стратегии и качества управления деятельностью, гибкости производственных систем и использования ресурсов. Инновационная активность выражается через инновационные процессы, целенаправленную деятельность по созданию, освоению в производстве и продвижению на рынок продуктовых, технологических и организационно-управленческих новшеств. Правительство Российской Федерации (Постановление от 24 июля 1998 г. № 832) определило, что инновационный процесс включает: инновационную деятельность; государственную инновационную политику; инновационный потенциал; инновационную сферу; инновационную инфраструктуру и инновационные программы.

Инновации в средствах размещения можно обусловить как процесс формирования качественно новейшего состояния бизнес-системы и взаимоотношений между её элементами, а также целевая трансформация в каждой сфере деятельности предприятия, обращенные на повышение результативности её функционирования. В последнее время все большее число высококласных гостиниц применяют новейшие технические

достижения для того, чтобы каждый гость мог ощущать себя в гостиничном номере как в собственном доме.

Стимуляторами инноваций являются непрерывные изменения, происходящие во всевозможных сферах человеческой деятельности. В каждой из них целями нововведений являются внедрение новых процессов или продуктов, которые сосредоточены на обеспечение устойчивого и долгосрочного экономического роста. К ним относятся:

- улучшение или создание новых материалов, оборудования, технологических процессов, продуктов, услуги методов, изменяющих или улучшающих эффективность экономики;

- модификации в социальной структуре для повышения социального статуса личности и достижения оптимального соотношения личных и общественных интересов;

- изменения сложившейся системы управления, разрешающие улучшать деятельность предприятий и организаций и способствующие адаптации к меняющимся условиям.

Гостиничная индустрия, вслед за транспортными отраслями и распределительными сетями, также стала улучшаться за счет внедрений в производство новых технологий. Совершается устойчивый процесс слияний и приобретений, создания различных партнерских союзов. В настоящее время 26 % всех гостиничных номеров распределяются под торговыми марками 50 ведущих глобальных компаний. Одной из таких компаний является Ассог, которая присутствует в 88 странах мира. Гостиничный бизнес приносит ей 68 % доходов, вспомогательная туристская деятельность (туристские фирмы, казино, рестораны, организация питания в железнодорожном транспорте) - 26%, корпоративное обслуживание - 6%.

Так как гостиница «Ибис» входит в гостиничную цепь Ассог, она должна соответствовать международному уровню и быть

конкурентоспособной. А в этом, несомненно, могут помочь нововведения, т.е. инновационные технологии.

Инновации, существующие на данный момент в отеле:

Во-первых, это электронные замки. Электронные замки являются не просто новомодной высокотехнологичной нововведением. В настоящее время они выражают как одни из результативных элементов управления гостиничным бизнесом. В странах Европы они уже более 20 лет являются самыми популярными защитными механизмами в отелях.

Преимущества применения замков:

В первую очередь, автоматизация системы дает возможность настроить доступ разного персонала по определенному графику в разные по типу помещения.

Во-вторых, администрация гостиницы получает полную информацию о том, кто и в какое время посещал комнаты, это позволяет увеличить безопасность. К тому же к замкам электронным невозможно подобрать поддельные ключи, поэтому гостиница будет защищена также от несанкционированных подселений.

В-третьих, электронные ключи многофункциональны. С их помощью можно не только получать доступ к определенным номерам, но и совершать финансовые операции внутри гостиницы, а также управлять освещением, кондиционерами и другими составляющими обеспечения комфортных условий.

И наконец, со стороны эстетичности и презентабельности пластиковые электронные ключи повышают статус заведения в глазах клиентов.

Таким образом, электронные замки для отеля облегчают жизнь и администрации и постояльцам. Установка быстро окупается, и отель получает многофункциональную систему для контроля и управления.

Говоря об инновационных технологиях гостиницы нельзя не упомянуть о системе бронирования. В отеле «Ибис» это система OPERA.

OPERA Enterprise Solution - принципиально новое, не имеющее аналогов на рынке решение для гостиниц от мирового лидера в производстве автоматизированных систем управления - корпорации Micros-Fidelio.

Основным звеном OPERA Enterprise Solution является система автоматизации службы приема и размещения. Преимущества системы управления OPERA PMS дает возможность существенно повысить уровень рентабельности и производительности предприятия. Система легко настраивается с учетом индивидуальных требований и пожеланий, свободна и примитивна в использовании, позволяет управляющему звену гостиницы всегда иметь самую точную и последнюю информацию как по отдельной гостинице или гостиничной сети, так и по всем предприятиям. При этом управление всеми предприятиями будет реализовываться с помощью единой базы данных Oracle.



Источник: 44.

Рис. 3 - Схема работы OPERA.

В отеле «Ибис» используется система бронирования гостиничных номеров, которая называется Опера и является производной от всемирно известной программы бронирования гостиничных номеров «Фиделио». Данная программа дешевле, чем программа «Фиделио» и рассчитана на предприятия гостиничного сервиса более экономичного класса. Также, она

намного проще в эксплуатации, а удобный интерфейс не создает проблем в освоении использования данной программы персоналом.

Гостиница «Ибис» входит в международную гостиничную цепь «Аккор» и ее материально-техническая база должна соответствовать мировым стандартам. Именно поэтому, удобное программное обеспечение так необходимо для гостиницы «Ибис». Наличие «Оперы» упрощает работу с большим количеством заявок на бронирования. Помогает ускорить процесс приема и размещения гостей, сохранять информацию о гостях и использовать ее в дальнейшем.

С программой бронирования «Опера» работает непосредственно администратор. Он обрабатывает брони, которые приходят через всемирные сайты бронирования, интернет-заявки, по телефону, факсу или от стойки и сам отслеживает наличие свободных номеров для продажи.

«Опера» также обладает опциями, которые могут предоставить отчет о прибыли предприятия за отчетные периоды.

Централизованная информационная система по клиентам, полностью интегрированная с системой централизованного бронирования, собирает и обрабатывает данные обо всех гостях, туроператорах, группах и компаниях, создавая единую базу данных. CIS автоматически обменивается информацией, содержащейся в профайлах, между всеми гостиницами и центральным хранилищем данных, таким образом давая пользователям доступ к любой необходимой информации. CIS предлагает гибкие инструменты работы с постоянными клиентами, а также позволяет централизованно рассчитывать тарифы.

Модуль "Отчетов" системы OPERA Enterprise Solution, построенный на основе мощной базы данных OracleR Report Writer, предлагает большинство главных управленческих отчетов и многообразные нестандартные отчеты, конфигурируемые по запросу гостиницы. Также отчеты можно создавать любыми внешними средствами, такими как Crystal Reports.

К сожалению, в настоящее время, в России является редкостью наличие специально оборудованных номеров в отелях для инвалидов. Гостиница «Ibis» располагает такими номерами, и это новшество на рынке гостиничных услуг г.Самары.

В номерах находится кнопка экстренного вызова оператора, которой можно воспользоваться в случае необходимости. Кнопка находится в 2х местах: в ванной и у кровати.

В ванной комнате к услугам гостей с ограниченными возможностями установлена широкая раковина, большое регулируемое зеркало, открытая душевая кабина с дополнительным креслом и поручнями, что значительно облегчает гостю многие задачи.

Публичные зоны отеля доступны для передвижения на колясках, а вход в отель оснащен дополнительной лестницей, что также является редкостью для предприятий гостиничного сервиса, расположенных в г.Самара.

Главная предпосылка инновационной деятельности предприятия состоит в том, что все существующее можно привлечь к усовершенствованию. Для этого необходим постоянный мониторинг оборудования, оснащения, материальной базы гостиницы. С целью постоянного совершенствования на предприятиях необходимо проводить тестирование персонала, осуществлять контроль продукции, аттестацию технологий, проводиться анализ рынка и каналов сбыта.

Данная диагностика гостиничного предприятия просто необходима руководству. Это путь к успеху на рынке. Анализируя работоспособность всех сфер предприятия, руководство сможет сделать вывод о том, какие их компоненты и когда станут морально устаревшими. Владение данной информацией, поможет предугадать необходимость обновления той или продукции, услуги, технологии, оборудования и т.д., а значит, оставаться конкурентоспособным. Это также, в свою очередь, побуждает руководство

обратить свое внимание на более современные подходы к организации внутренней среды предприятия и сосредоточиться на инновационных идеях, которые обеспечат гостинице конкурентоспособность на рынке гостиничных услуг, сделают ее более узнаваемой, а также значительно повысят уровень обслуживания.

3 Разработка инновационных мероприятий в гостинице «Ибис» г. Самара

3.1 Концептуальные основы экономической эффективности инновационного мероприятия

Концепция, или концепт, (от лат. *conceptio* — понимание, система) — генеральный замысел, руководящая идея. Концепция определяет стратегию действий.(7 с. 110). Концепция — это определённый способ понимания (трактовки, восприятия) какого-либо предмета, явления или процесса; основная точка зрения на предмет, руководящая идея для его систематического освещения, комплекс взглядов, связанных между собою и вытекающих один из другого, система путей решения выбранной задачи.

Основной целью гостиничного предприятия является повышение ее доходности за счет стабильного улучшения обслуживания гостей.

Технологии в сфере гостеприимства развиваются быстротечно. Это связано с тем, что перед владельцами гостиниц стоят две основные задачи: обрести как можно больше клиентов, сформировав максимальное количество продаж, и завоевать потенциального клиента, сделав его постоянным гостем. Реализовать эти задачи без инновационных решений невозможно. Борьба за каждого гостя требует от гостиниц модернизации, как в технологиях, так и в сознании.

Препятствия к внедрению инновационных технологий обычно следующие:

- стоимость самой инновационной разработки;
- необходимость адаптации к ней самого предприятия;
- управленцы, как правило, сосредоточены на получении дохода с текущей деятельности предприятия.

Аргументировать владельцу, что то или иное инновационное решение позволит обрести большой доход в будущем - задача не из легких.

Заинтересованность крупных отелей, ориентированных на состоятельных туристов представляет интерактивное телевидение. Его использование позволяет существенно уменьшить продолжительность гостиничного цикла, а значит повысить производительность труда персонала.

Интерактивное телевидение – это будущее гостиничных предприятий. Это удобный выход в интернет из каждой комнаты, а также небольшой домашний «кинотеатр», который предоставляет выбору гостя около нескольких сотен кинофильмов, для препровождения досуга.

Интерактивное телевидение – это также удобный способ узнать состояние своего счета, а также произвести выписку из номера, не появляясь при этом на стойке регистрации. Это значительно увеличивает скорость предоставления услуги, а также увеличивает степень удовлетворенности гостя.

Благодаря интерактивному телевидению, руководство гостиницы получает огромные возможности для развития маркетинга. Посредством рекламы, владельцы данной инновации смогут рассказать своим гостям о дополнительных услугах, действующих на территории отеля, о ресторане, сауне, тренажерном зале. Дать им подробную информацию о каждом подразделении гостиницы.

Более того, каждый сервис гостиницы может быть включен в интерактивную систему, и гость может записаться на массаж или забронировать сауну при помощи удаленного доступа, прямо из номера.

Гостиницы также смогут использовать интерактивное телевидение как способ доведения рекламы до потребителя. Ведь при наличии данного новшества в каждом номере, руководство может быть уверено, что гость просмотрит то или иное объявление, рекламу и т.д.

Пользовательский интерфейс гостиничной системы разрабатывается персонально под каждую гостиницу с учетом последних достижений в области эргономики и психологии человека. Интерфейс пользователя интуитивно понятен и не требует обучения для человека, умеющего пользоваться обычным пультом управления телевизора.

Системы надежно защищены от ошибок в финансовых расчетах. А удаленное управление системой и ее содержанием (поддержка и обновления) благодаря высококачественному оборудованию делают эксплуатацию системы удобной и доступной для понимания.

Таким образом. Ежегодно на рынке гостиничных услуг появляется огромное количество инноваций. Те гостиничные предприятия, которые используют их в своей деятельности, добиваются значительных конкурентных преимуществ.

В настоящее время одним из приоритетов в гостиничных услугах является скорость. Быстрота выполнения той или иной услуги экономит время гостя, что так важно в условиях ритма современной жизни. Именно поэтому, интерактивное телевидение является «шагом вперед» для предприятий гостиничного сервиса.

3.2 Внедрение интерактивного телевидения

Многие мировые гостиницы замечают необходимость переоборудования номеров и внедрение новейших электронных технологий, без чего просто немыслим современный мир. Если до недавнего времени, отмечают ведущие специалисты, клиенты больше обращали внимание на количество квадратных метров номера и бытовые удобства, то сейчас в век научно-технического процесса автоматизация все более востребована.

Системы гостиничного интерактивного телевидения сформированы на использовании принципов цифрового телевидения и новейших технологий передачи, обработки и хранения данных. Они помогут клиентам гостиницы скрасить свой, продвинуть сервисы отеля, расширить методы маркетинга, и, что самое главное, повысить рентабельность как отдельных сервисов на базе отеля, так и самого отеля в частности.

На самом деле возможности такого телевидения высокие. Кроме обычных и PAY-TV каналов, с помощью такого интерактивного сервиса, гость будет проинформирован обо всех основных и дополнительных услугах и мероприятиях, проходивших на базе отеля. Это будет способствовать увеличению популярности, например, ресторана или СПА гостиницы, что, соответственно, увеличит поток клиентов, и прибыль.

Благодаря интерактивному телевидению гость сможет даже узнать, сколько денег он потратил в пределах отеля.

Для иностранных туристов, приток которых в РФ и непосредственно в г. Самара растет с каждым годом, будет очень важна функция смены языков. Она поможет посмотреть ему фильм не только на английском, но и на своем родном языке. Информация о сервисах в отеле может быть также дана на необходимом иностранном языке. Наличие информации на многих языках мира в интерактивном телевидении облегчает также задачу и персоналу. Гость уже будет проинформирован и времени и стоимости услуги на родном языке, что не создаст ситуации, когда гость и персонал не понимают друг друга.

Основные возможности системы гостиничного интерактивного телевидения

- Приветствие гостя и многоязычная поддержка
- Пользовательский интерфейс
- Видео по запросу
- Органайзер гостя

- Сообщения
- Заказ в номер
- Новости
- Скоростной доступ в интернет и к электронной почте

Данный перечень содержит описание только главных функций гостиничной системы. Система выстроена на модульной базе и может быть подогнана под определенные потребности гостиницы, в том числе в нее могут быть приобщены дополнительные необходимые функции.

Одной из таких функций является именное приветствие, которое будет высвечиваться на экране при въезде гостей в номер. Регистрируясь, гость уже автоматически задает родной язык и весь интерфейс, вся информация о сервисах гостиницы, мероприятиях и т.д. будут предоставлены ему на заданном языке.

В приветствие гостя может быть вмонтирован видеоролик о гостинице, он познакомит гостя с имеющимися гостиничными услугами и основам навигации в системе.

При желании, гость всегда может изменить язык общения с системой. Количество вариантов языкового сопровождения не ограничено и выбирается по желанию заказчика системы. Дополнительные языки могут быть подключены в систему уже в процессе использования системы без перерыва в ее эксплуатации. Видеофильмы, содержащиеся в каталоге «Видео по запросу» так же будут передаваться на родном для гостя языке или сопровождаться субтитрами.

Пользовательский интерфейс системы интуитивно понятен для гостей. Управление функциями системы не сложнее, чем управление пультом телевизора. В оформлении интерфейса можно, применять графические изображения гостиницы: цвета, товарные знаки, логотипы и т.д. Не только фотографии, но и видеофрагменты могут быть применены в элементах интерфейса гостиничной интерактивной системы.

Интерактивное телевидение поможет также организовать просмотр фильм высокого качества на любой вкус и любого жанра. Это будет небольшой кинотеатр, не выходя из номера. Ведь гость также сможет организовать звуковое оформление фильмов или передач, в зависимости от его предпочтений как через моно динамик, так и через объемный звук.

Интерактивное телевидение предоставляет к услугам гостя кинотеку, в которой он сможет найти фильмы интересующего его жанра: комедии, драмы, научные программы. Причем гость может выбрать фильм целенаправленно, просмотрев при этом краткое содержание фильма, аннотацию.

Там же гость сможет найти афиши предстоящих мероприятий, которые в скором времени будут проходить в городе.

Данные услуги могут быть как платными так и бесплатными. Если гость хочет воспользоваться платными услугами, то он будет проинформирован заранее о стоимости услуг. При согласии гостя а их приобретение, ему необходимо ввести личный пароль, который выдается ему при заселении, для подтверждения своих действий. Тарификация услуг настраивается в соответствии с ценами заказчика.

В интерфейсе интерактивного телевидения гость может найти такие опции, как: будильник, напоминание о важных встречах, совещаниях и т.д. В интерфейсе интерактивного телевидения гость может найти такие опции, как: будильник, напоминание о важных встречах, совещаниях и т.д. Напоминание происходит путем вывода на экран видео о предстоящем событии, либо звуковым сопровождением.

Программа так же рассчитана на мгновенную доставку сообщений и различных оповещений на монитор телевизора, находящегося в номере гостя. Оповещения, присылаемые программой являются как индивидуальными, так и групповыми. Оповещения группового характера направлены в большинстве своем на обслуживание туристических групп. Они рассчитаны

на то, что руководители групп смогут в любое время осведомить членов группы о предстоящей экскурсии, прибытии автобуса и т.д., что во многом облегчит работу, как руководителя, так и работников гостиницы. Оповещения могут быть созданы либо в автоматическом режиме, либо созданием сообщения обслуживающим персоналом на стойке регистрации. Так же это программа дает возможность руководителям групп самим создать необходимое оповещение для группы прямо из собственного номера, заранее приобретя пароли у стойки регистрации.

Но если телевизор в момент прихода оповещения находится в выключенном состоянии, гость может быть проинформирован о предстоящем мероприятии с помощью голосового робота по телефонной сети. До времени выезда гостя все голосовые оповещения сохраняются в базе и могут в дальнейшем запрашиваться им для просмотра.

Интерактивное телевидение дает возможность гостям гостиницы узнать не только информацию о местоположение баров и ресторанов и режим их работы, но и заказать в номер понравившееся блюдо с помощью функции на экране телевизора «Доставка в номер». Кроме того гостю предоставляется возможность изучить меню ресторана и бара, увидеть блюда и напитки. Шеф-повар расскажет с экрана телевизора о своих фирменных блюдах и предложить их попробовать. Блюда из любого ресторана, после показа их в программе, могут быть предложены гостю с доставкой в номер. Выбрав понравившееся блюдо, гость подтверждает заказ, стоимость которого автоматически относится на его счет.

Услуги флориста, заказ авиабилетов, заказ билетов в театр на концерт это все возможно интегрировать в систему гостиничного интерактивного телевидения. Размещение услуг гостиницы в разделе «заказ в номер» в системе сказывается на росте продаж этих услуг. Будучи вдали от дома гость может получать национальные новости с экрана телевизора, установленного в номере. Для получения новостей гость имеет возможность подписаться на

интересующие его разделы, применяя меню системы. Финансовые, биржевые, экономические, политические и другие новости могут предоставляться гостю на родном языке. Новостные ленты могут сопровождаться ссылками на Интернет ресурсы для подробного ознакомления. Основные новости региона проживания выносятся в интерактивной системе на встроенный портал, для более комфортно представления на экране телевизионного приемника.

В современном мире интернет уже занял место в каждодневной жизни. Обширные информационные ресурсы Интернета теперь могут быть доступны и с экрана телевизора, в номере гостиницы, благодаря интерактивному телевидению.

Система гостиничного интерактивного телевидения позволит гостям оставаться в контакте со своими деловыми партнерами, семьей и друзьями даже во время пребывания в гостинице. Обладая возможностью получить из интернета адреса ресторанов, клубов и местных достопримечательностей, гость максимально полезно использует свое время нахождения в городе.

3.3 Эффективность предложенного мероприятия

В табл. 4 представлены экономические показатели гостиницы «Ибис» до и после внедрения мероприятия.

Таблица 4 – экономические показатели гостиницы «Ибис»

Наименование показателей	Ед. измер.	До внедрения мероприятия	После внедрения мероприятия
1.Количество номеров	Единиц	204	204

Продолжение таблицы 4			
2.Количество мест	Единиц	408	408
3.Количество койко-суток в эксплуатации	Койко-сутки	59918	62415
4.Годовой доход	Тыс. руб.	221644	230874
4.1. Выручка от продажи номеров	Тыс. руб.	136237	168521
4.2. Выручка от дополнительных платных услуг, не входящих в стоимость проживания	Тыс. руб.	20436	25278
4.3 Доходы общественного питания	Тыс. руб.	29972	37075
5.Себестоимость гостиничных услуг	Тыс. руб.	139984	173155
6.Балансовая прибыль	Тыс. руб.	46661	57719
7. Чистая прибыль	Тыс. руб.	37329	46175
8. Численность персонала	Человек	88	88
9. Производительность труда	Тыс. руб.	6384	6912
10. Рентабельность основной деятельности	%	26,7	27,7
Источник: таблица составлена автором.			

Расчет экономических показателей гостиницы «Ибис».

Характеристика номерного фонда.

В отеле 204 номеров, из них по категориям:

- 153 стандартных номера
- 43 номера с двумя односпальными кроватями
- 5 номеров для людей с ограниченными кроватями

- 3 классических семейных номера с двумя спальнями

Особенность ценовой политики отеля в том, что используется единая цена 2700 рублей в сутки.

Расчет экономических показателей до внедрения мероприятия.

Производственная мощность гостиницы за год при стопроцентном использовании номерного фонда в койко-сутках

$$204 \times 365 = 74460$$

По норме 5% номерного фонда в течение года находится в ремонте, что составит

$$29200 \times 0,05 = 4380 \text{ койко-суток}$$

Пропускная способность отеля рассчитывается как разность производственной мощности отеля за год при стопроцентном использовании номерного фонда и количества койко-суток в ремонте

$$74460 - 4380 = 70080 \text{ койко-суток}$$

Количество койко-суток в эксплуатации рассчитывается с учетом коэффициента использования гостиницы. По данным первичного учета он равен 0,72

$$70080 \times 0,72 = 50458 \text{ койко-суток}$$

Средний тариф составляет 2700 рублей

Выручка от продажи номеров рассчитывается умножением количества койко-суток в эксплуатации на средний тариф

$$2700 \times 50458 = 136237 \text{ тыс. руб.}$$

Расчет выручки от оказания дополнительных услуг

Выручка от оказания дополнительных услуг планируется в размере 15% от выручки от продажи номеров и составит

$$136237 \times 0,15 = 20436 \text{ тыс. руб.}$$

Расчет дохода от деятельности службы питания планируется в размере 22% от выручки от продажи номеров и составит

$$136237 \times 0,22 = 29972 \text{ тыс. руб.}$$

Доходы от предоставляемых услуг составят

$$136237+20436+29972=186645 \text{ тыс. руб.}$$

Расчет себестоимости оказания услуг отеля

По данным бухгалтерского учета себестоимость составляет 75% от доходов отеля

Себестоимость составит

$$186645 \times 0,75 = 139984 \text{ тыс. руб.}$$

Расчет балансовой прибыли отеля

Балансовая прибыль рассчитывается как разность доходов от предоставляемых услуг и полной себестоимости и составит

$$186645 - 139984 = 46661 \text{ тыс. руб.}$$

Расчет чистой прибыли отеля

Чистая прибыль рассчитывается как разница балансовой прибыли и налога на прибыль и составит при ставке налога 20%

$$46661 - (46661 \times 0,2) = 37329 \text{ тыс. руб.}$$

Расчет численности персонала отеля осуществляется в соответствии с нормами обслуживания. Нормативная численность персонала трехзвездного отеля составляет 0,1 человека на 100 койко-суток

Численности персонала гостиницы планируется в количестве

$$(0,1 \times 87600) : 100 = 88 \text{ чел.}$$

Расчет выработки на одного работника отеля

Выработка рассчитывается отношением дохода отеля к численности персонала

$$186645 : 88 = 2121 \text{ тыс. руб.}$$

Вывод. По проекту один работник за год приносит отелю доход в размере 2121 тыс. руб.

Расчет рентабельности гостиницы.

Показателем рентабельности является ее уровень. Он рассчитывается отношением чистой прибыли к себестоимости

$$(37329:139984) \times 100 = 26,7\%$$

Расчет экономических показателей после внедрения мероприятия

По данным службы маркетинга в результате внедрения мероприятий коэффициент использования номерного фонда гостиницы увеличивается с 0,72 до 0,75.

Количество койко-суток составит

$$83220 \times 0,75 = 62415$$

Выручка от продажи номеров составит

$$62415 \times 2700 = 168521 \text{ тыс. руб.}$$

Выручка от оказания дополнительных услуг составит

$$168521 \times 0,15 = 25278 \text{ тыс. руб.}$$

Доход от деятельности службы питания составит

$$168521 \times 0,22 = 37075 \text{ тыс. руб.}$$

Доходы от предоставляемых услуг составят

$$168521 + 25278 + 37075 = 230874 \text{ тыс. руб.}$$

Себестоимость гостиницы составит

$$230874 \times 0,75 = 173155 \text{ тыс. руб.}$$

Балансовая прибыль рассчитывается как разность доходов от предоставляемых услуг и полной себестоимости и составит

$$230874 - 173155 = 57719 \text{ тыс. руб.}$$

Чистая прибыль рассчитывается как разница балансовой прибыли и налога на прибыль и составит при ставке налога 20%

$$57719 - (57719 \times 0,2) = 46175 \text{ тыс. руб.}$$

Численности персонала гостиницы составит

$$(0,1 \times 87600) : 100 = 88 \text{ чел.}$$

Выработка рассчитывается отношением дохода гостиницы к численности персонала

$$230874 : 88 = 2624 \text{ тыс. руб.}$$

Расчет рентабельности гостиницы.

Показателем рентабельности является ее уровень. Он рассчитывается отношением чистой прибыли к себестоимости

$$46175:173155=27,7 \%$$

Вывод. В результате внедрения мероприятия уровень рентабельности увеличился с 26,7% до 27,7%

Сумма инвестиций на внедрение мероприятия составляет 138525 тыс. руб.

Срок окупаемости инвестиций рассчитывается отношением их величины на годовую сумму чистой прибыли.

Срок окупаемости составит

$$138525:46175=3 \text{ года}$$

Вывод. Инвестиции необходимые для внедрения мероприятия окупятся в течение трех лет.

Заключение

Исследования, проведенные в данной дипломной работе, показали, что стремительное развитие международного, внутреннего, делового туризма во всем мире предъявляет повышенные требования к качеству гостиничного сервиса, который напрямую зависит от эффективности инновационных процессов.

В гостиничных предприятиях, как правило, уделяется не столь важное внимание инновационным разработкам, особенно в малых и средних гостиницах. Это связано со многими причинами, но, основной из них является то, что сфера гостеприимства раньше не вызывала столь высокого научного интереса. Также, стоит отметить, что внедрение инноваций может позволить себе не каждая гостиница, так как этот процесс требует значительных материальных затрат.

На данный момент гостиничные инновации используются, как правило, в крупных гостиницах, но продолжают анализироваться лишь в узком спектре дополнительных услуг, которые может оказать гостиница своим клиентам, а ее инвестиционное развитие продолжает оставаться за пределами комплексного экономического анализа.

К счастью, 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.

В настоящее время гостиничные услуги пользуются большим спросом у разных категорий туристов, за счет этого явления становится необходимым изучение инновационной деятельности с точки зрения создания инновационных процессов на предприятиях гостиничных услуг и их поддержки со стороны государства, объяснение мер новизны при разработке экономических проектов в гостиницах различной категории, развития и применения экономических ресурсов. На сегодняшний день в региональной экономике мало уделяется внимания для изучения и реализации инновационных возможностей для раскручивания средств размещения, в особенности, гостиниц.

В данной работе раскрыто современное состояние технологий и программного обеспечения, используемых в гостиничном бизнесе, а также возможности инновационных изменений для их дальнейшего развития. Представленные в данной работе материалы и исследования могут быть использованы в учебном процессе, при подготовке специалистов «Социально-культурного сервиса и туризма». Показано, что внедрение инноваций в гостиничный бизнес – объективный, многогранный процесс, охватывающий большинство аспектов деятельности гостиниц. Предложено внедрение интерактивного телевидения, позволяющее получить экономию финансовых ресурсов гостиницы «Ибис», окупить программу за 3 года. И повысить рентабельность гостиницы, что в свою очередь повлечет повышение прибыли, за счет создания новых услуг на базе инновационных технологий. Данные исследования могут быть полезны и для других гостиниц малых и средних категорий.

Инновационная деятельность на предприятиях гостиничных услуг может быть применена для прибыли предприятия, увеличения сегмента рынка и для создания выхода непосредственно на новый рынок .

Важными этапами организации инновационной деятельности на исследуемом предприятии являются разработка программы управления

инновацией и организация работы по выполнению намеченной работы. Программа управления инновацией представляет собой согласованный по срокам, результатам и финансовому обеспечению комплекс действий для достижения поставленной цели.

Таким образом, очевидно, что внедрение инноваций даст возможность повысить эффективность функционирования предприятия.

Библиография

Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. (в ред. Законов РФ о поправке к Конституции РФ от 30 декабря 2008 г. № 6-КЗ и № 7-ФКЗ) //СЗ РФ. 2009.
2. Закон от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» в п. 2 ст. 11.
3. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (действует в ред. от 06.12.2011).
4. Федеральный закон от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании».
5. ГОСТ 2.105-95. Единая система конструкторской документации. Общие требования к текстовым документам. – М.: Изд-во стандартов, 2001. - 35 с.
6. ГОСТ 7.32-2001. отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления. – М.: Изд-во стандартов, 2001. – 15 с.
7. ГОСТ 7.12-93. Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила. – М.: Изд-во стандартов, 1993. – 17 с.
8. ГОСТ 7.1-2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления. – М.: Изд-во стандартов, 2004. – 47 с.

Литература

9. Иванова И., Розебум Й.. Функциональный анализ российской инновационной системы: роли и ответственность ключевых стейкхолдеров. Москва: Материалы Проекта «Наука и коммерциализация технологий», 2006 год.
10. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. М.2004.
11. Барышева А.В. и др. Инновации. - М.: Дашков и К, 2007.
12. Кругликов В.В. Инновационная деятельность на предприятии. -Мн.: МИУ, 2003.
13. Хучек М. Инновации на предприятиях и их внедрение. М.: Луч, 1992.
14. Зайченко С.А. Развитие инноваций в сфере услуг // Форсайт. 2007. №1. С. 30.
15. Зайченко С.А. Развитие инноваций в сфере услуг // Форсайт. 2007. №1. С. 32.
16. Гулаков Н.В. Организация инновационного процесса на предприятиях сферы услуг // Вестник Чувашского университета. – 2011. – № 1. – 0,4 п.л.
17. Лацоник У. Теория инновационного предприятия. – Terra economicus: сб. статей российских и зарубежных экономистов начала XXI века / М.: Наука-Спектр, 2008. - С.672.
18. Сенин В.С. Организация международной туристской и гостиничной деятельности. М.: Финансы и Статистика, 1998. – С.
19. Маннапов, А. Система управления инновационной деятельностью в организации / А. Маннапов // Проблемы теории и практики управления. – 2013. – № 6. – С. 98-104.
20. Трачук, А. Инновационная стратегия компании / А. Трачук // Проблемы теории и практики управления. – 2013. – № 9. – С. 75-83.

21. Кабушкин Н.И. Организация туризма. Учебное пособие. – Мн.: Новое знание, 2006.
22. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов. Учебник. – 3-е издание. - Мн.: Новое знание, 2009.
23. . Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. Учебное пособие. – 2-е издание. – Мн.: Новое знание, 2007.
24. Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства: Пер. с англ. М.: Аспект Пресс, 2009.
25. Гвишиани Д.М. Организация управления. М: ИНФРА-М, 2006.
26. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания: Учебник для профобразования. М.: ПрофОбИздат, 2007.
27. Волков Ю.Ф. Экономика гостиничного бизнеса. Ростов н/Д: Феникс, 2008.
28. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства. М.: Академия, 2005.
29. Плотникова Н.И. Комплексная автоматизация туристского бизнеса. – М.: Инфра, 2006.
30. Морозов М.А., Морозова Н.С. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: Учебник. М., 2009.
31. Пикельнер Б.В. Вопросы внедрения средств автоматизации в предприятии гостиничной индустрии // ТУТ Туристские технологии. 2007. №5.
32. Гуляев В.Г. Новые информационные технологии в туризме. Учебное Пособие М.: ПРИОР, 2008.
33. Исмаев Д.К. Основы стратегии планирования и маркетинга в иностранном туризме. М.: ТОО «Луч», 2007.
34. Сенин В.С. Организация международной туристской и гостиничной деятельности. М.: Финансы и Статистика, 2006.

35. Морозов М. А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: Учебник (5-е издание) // Издательство: Академия, 2004 г. — с.240.
36. Зайцева Н. А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений. - М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 500 с.

Другие источники

37. Национальная инновационная система и государственная инновационная политика Российской Федерации: базовый доклад к обзору ОЭСР национальной инновационной системы Российской Федерации. М., 2009. С. 113.
38. Журнал №9. «Современный Отель». — 2010.
39. GDS (Global Distribution System) – Глобальная Система Бронирования

Интернет

40. Источник информации. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://prohotelia.com>, свободный. – Загл. с экрана.
41. Источник информации. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.hrs.ru>, свободный. – Загл. с экрана.
42. Источник информации. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.km.ru>, свободный. – Загл. с экрана.
43. Источник информации. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.ru.wikipedia.org>, свободный. – Загл. с экрана.
44. Источник информации. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.experttelecom.kiev.ua>, свободный – Загл. С экрана.

45. Источник информации. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://smr.catalog.horeca.ru/>, свободный – Загл. С экрана.
46. Источник информации. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.tury.ru//>, свободный – Загл. С экрана.
47. Источник информации. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://ru.tripsvc.com/ibis-samara-hotel-ru.html/>, свободный – Загл. С экрана.

Приложение А



Источник: 45.

Рис.1 Логотип отеля



Источник: 46.

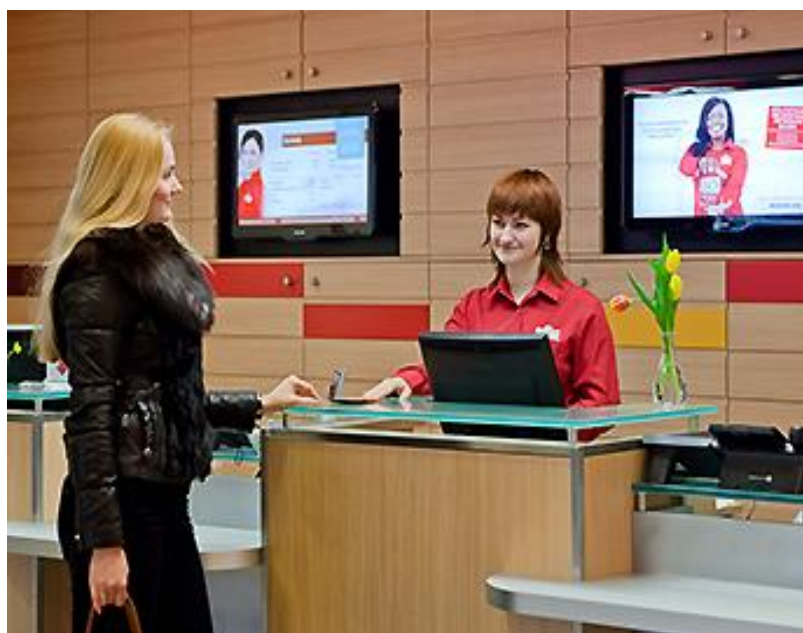
Рис.2 Вид отеля снаружи

Продолжение Приложения А



Источник: 47

Рис.3 Центральный вход в гостиницу



Источник: 47.

Рис.4 Ресепшен

Продолжение Приложения А



Источник: 47

Рис.5 Ресепшен



Источник: 47.

Рис.6 Встреча гостей на ресепшене

Продолжение Приложения А



Источник: 46.

Рис.7 Шведский стол в ресторане



Источник: 46.

Рис. 8 Ресторан «SUD&CIE»

Продолжение Приложения А



Источник: 46.

Рис.9 Обслуживание гостей в ресторане



Источник: 46.

Рис. 10 Конференц-зал «Штутгарт»

Продолжение Приложения А



Источник: 46.

Рис.11 Конференц-зал «Палермо»



Источник: 46.

Рис.12 Бар «RENDEZVOUS»

Продолжение Приложения А



Источник: 47.

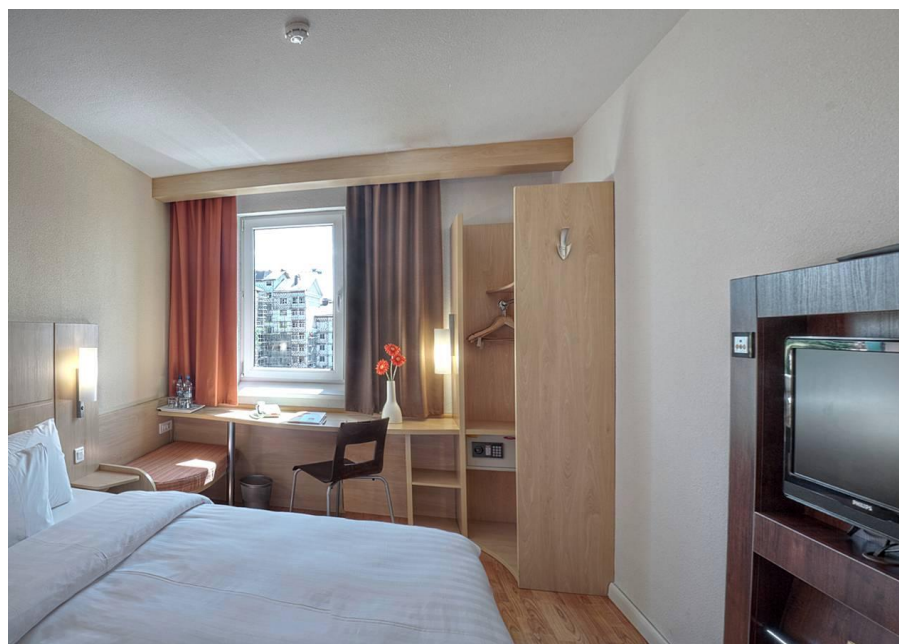
Рис. 13 Холл переговоров



Источник: 47.

Рис. 14 Этаж с номерами для людей с ограниченной ответственностью

Окончание Приложения А



Источник: 47.

Рис.15 Стандартный номер (двухспальный)



Источник: 47.

Рис.16 Ванная комната в стандартном номере