

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

<https://stuservis.ru/kurosovaya-rabota/347990>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Гостиничное дело

ВВЕДЕНИЕ 2

1. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ 4

1.1 Основные тенденции развития инноваций в гостиничном бизнесе 4

1.2 Анализ инновационной деятельности предприятия 12

2. РАЗРАБОТКА ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ТЕХНОЛОГИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ POSEIDON UNDERSEA RESORT 5* 20

2.1 Внедрение «умного» зеркала на предприятие 20

2.2 Оценка эффективности внедрения инновации на предприятие 24

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 30

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ 32

ПРИЛОЖЕНИЕ 34

Отели стремятся завоевать гостей разными способами: внедрение программы лояльности для постояльцев, несезонные скидки, ограниченные специальные предложения, удивляют и привлекают различными интересными мероприятиями, вечерами живой музыки и утренними бранчами. Но поистине завоевать расположение гостя можно только опираясь на его вкусах и предпочтениях. Нередки случаи, когда одни гонятся за королевскими номерами и захватывающими видами с балкона своего номера, а другим по душе лаконичный минималистичный дизайн и простор комнат - за собственное удовольствие люди готовы платить немалые деньги. Если внедрить инновации в комфортабельные номера, то можно будет избежать проблемы постоянной изменчивости вкусов и предпочтений гостей, из-за которой они не задерживаются каждый раз в одном и том же отеле. Для решения этой проблемы автор предлагает рассмотреть следующие инновационные подходы в гостиницах, которые не только оставят неизгладимое впечатление от пребывания в них, но и помогут обойти конкурентов на 10 шагов вперед и занять лидирующие позиции на рынке гостиничных услуг.

Перед внедрением любой инновации следует провести анализ и подготовку, то есть правильно оценить потребности компании в инновациях, разработать алгоритм работы и спланировать результаты. Первый вопрос, который должен задать себе каждый руководитель, — какие инновации нужны бизнесу и нужны ли они им на самом деле? При принятии решения о внедрении инноваций в том или ином бизнесе не следует руководствоваться только тенденциями рыночной моды и принципом «все успешные предприниматели так делают». Необходимо помнить, что инновации сами по себе являются не целью, а средством повышения эффективности работы компании.

Важно отметить: любая инновация несет за собой затраты, поэтому важно четко понимать, какие выгоды принесут эти затраты в будущем и окупятся ли они.

Чтобы определить все необходимые инновационные переменные, очень полезные для реализации предварительного анализа корпоративной деятельности, финансовых показателей, мотивацию заявки, вероятно, стоит использовать аудит для определения существующих вопросов.

Результатами анализа должны быть:

- 1) Четкое понимание слабых сторон компании;
- 2) Инновации, необходимые для преодоления слабых сторон;
- 3) Конкретные результаты, которых бизнес достигнет благодаря инновациям;
- 4) Срок окупаемости этого результата.

Чтобы сложное и дорогое мероприятие не было испорчено, важно правильно организовать работу с инновациями. Менеджеры должны определить, способна ли компания внедрять инновации, и решить, разрабатывать ли инновационные технологии самостоятельно или приобретать коммерчески доступные технологии.

Для приобретения инновационных продуктов гостиничное предприятие может сформировать стратегическое партнерство со специализированной конструкторской организацией. Этот вариант удобен

тем, что компания получает готовую к использованию продукцию, разработанную экспертами напрямую и без рисков. Чтобы инвестиции принесли доход, необходимо тщательно изучить рынок новых технологий и детально проанализировать базу организаций, специализирующихся на инновационных технологиях, прежде чем выбирать партнера.

Хотя внедрение новых технологий в бизнес во многих сферах деятельности имеет свои уникальные особенности, любая инновация обычно проходит пять этапов: планирование, «разморозка», непосредственное внедрение, затем «заморозка», оценка.

На первом этапе проводится создание плана, анализ необходимых средств и возможных проблем, разрабатывается основная стратегия работы с персоналом, привлечение дополнительных ресурсов (материальных, кадровых, незапланированных).

Когда планирование завершено, вы можете перейти к шагу «разморозки». «Разморозка» — это подготовка бизнес-единиц и процессов к изменениям. Основными задачами на этом этапе являются: снятие психологического напряжения в компании, выбор оптимальных методов обучения и информирования сотрудников, контроль за ходом подготовки к реализации и, при необходимости, внесение корректировок в планы и методы их реализации. Чтобы инновации стали массовыми и приоритетными, требуется максимальное вовлечение организационных структур. Для управления внедрением целесообразно создавать гибкие и мобильные проектные команды.

Прямая реализация является центральной стадией, в которой претворены в жизнь рекомендации по внедрению развитых инноваций на первом шаге. Необходимо иметь определенный запас времени и резерв ресурсов, при необходимости, в критической ситуации возможность поменять выбранную стратегию, основываясь на изменениях, и поддерживать обратную связь со всеми задействованными подразделениями.

Суть этапа «заморозки» заключается в закреплении полученных результатов. Для этого необходимо понимать, как обучать пользоваться данной технологией, и как достигнуть максимально полезного результата для компании.

Завершающим этапом инноваций является оценка текущих результатов, включающая изучение всех последствий внедрения инноваций, анализ их восприятия; информирование внешней среды (рынок, СМИ, потребителей) о появлении инновации. Эффективность внедренной инновации придется оценивать самостоятельно, исходя из особенностей инновационного продукта или услуги, которую можно оценить, сравнив стоимость проекта и расходы на содержание, рентабельность проекта и срок окупаемости инвестиций.

Далее целесообразно определиться с методом внедрения инновации на предприятие. Необходимо учитывать, что для достижения поставленной цели, компания не должна принуждать персонал принимать нежелательные изменения, ломая его, что отрицательно сказывается на качестве работе сотрудников. Наиболее благоприятный метод для гостиничного предприятия – метод управления сопротивлением. Самая большая проблема, которая может возникнуть на этапе внедрения нового продукта – это неготовность и сопротивление персонала. Для достижения эффективного результата будут применяться такие воздействия на сотрудников, как непосредственное участие и вовлечение в ознакомление с технологией и спецификой ее работы, и непрерывная помощь и поддержка при возникновении сложностей.

Результат от внедрения инновационной технологии рационально рассмотреть с точки зрения четырех аспектов:

- 1) экономические (доход от нововведений, увеличение продаж, расширение использования производственных мощностей, производительность труда, ускорение оборачиваемости капитала);
- 2) Научно-техническом (улучшение уровня работы, конкурентоспособность, автоматизация производства);
- 3) Социальном (повышение квалификации сотрудников, уровень удовлетворенности и безопасности работников);
- 4) Экологическом (уменьшение токсичных выбросов и отходов производства, улучшение экологии и эргономики продуктов).

Производителя больше всего волнует экономическая эффективность, но нельзя недооценивать важность и других аспектов, так как они формируют репутацию компании, влияя соответственно на узнаваемость, стабильность и привлекательность в долгосрочной перспективе для инвестиций.

Для привнесения «изюминки» в деятельность любого предприятия, рекомендовано обращаться к современным научным разработкам и продуктам.

1. Отнюкова, М. С. Инновации в туризме : учебное пособие для вузов / М. С. Отнюкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 135 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15354-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510088> (дата обращения: 15.04.2023).
2. Баумгартен, Л. В. Основы маркетинга гостиничных услуг : учебник для среднего профессионального образования / Л. В. Баумгартен. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 339 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10548-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517931> (дата обращения: 15.04.2023).
3. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 1. : учебник и практикум для вузов / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02363-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514122> (дата обращения: 15.04.2023).
4. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 2. : учебник и практикум для вузов / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 275 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02365-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514123> (дата обращения: 15.04.2023).
5. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15696-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514813> (дата обращения: 15.04.2023).
6. Спиридонова, Е. А. Управление инновациями : учебник и практикум для вузов / Е. А. Спиридонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06608-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516365> (дата обращения: 15.04.2023).
7. Внедрение инноваций в компании: подготовка, этапы, методы, сложности [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://viafuture.ru/wpcontent/cache/thumb/7b/6022bb15ae1757b_810x260.jpg
8. Социальные технологии в управлении организацией: анализ экономической эффективности проектов: учебное пособие / А.П. Багирова, В.Н. Дорман. - Екатеринбург: УрФУ, 2017. - 154 с
9. Смарт зеркала SMARTSY [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://inhome.ru/smart_zierkala_smartsy
10. Привлечение клиентов в гостиницу или отель с помощью аромамаркетинга. Влияние ароматов на уровень удовлетворенности сервисом клиентов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://aroma-profi.ru/sfera/aromamarketing-dlya-gostinits-i-oteley/?ysclid=11b539ctdx>
11. Официальный сайт отеля Poseidon Undersea Resort 5*, [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.poseidonresorts.com/>

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

<https://stuservis.ru/kurovaya-rabota/347990>