

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА
И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВ-
НОСТИ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА**

Диссертация на соискание академической степени
магистра обучающегося по направлению подготовки 43.04.02 Туризм
магистерская программа Организация и управление туристским бизнесом
очной формы обучения, группы 09001677
Алтуховой Натальи Николаевны

Научный руководитель
Кандидат экономических
наук, доцент Лихошерстова Г.Н.

Рецензенты:
зам. генерального директора - на-
чальник служб НФ и СПР
Бизнес-отель «Континенталь»
Никулина С.М.

БЕЛГОРОД 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. Теоретико-методологические аспекты инновационного процесса в индустрии гостеприимства	6
1.1. Теоретические основы и сущность инноваций в индустрии гостеприимства.....	6
1.2. Понятие и значение инновационных технологий в сфере гостиничного бизнеса и их типология.....	14
1.3. Международный опыт и тенденции развития инновационных технологий в индустрии гостеприимства.....	22
2. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия ООО «БСМ-Комфорт»	34
2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия.....	35
2.2. Анализ финансовой деятельности предприятия.....	44
2.3. Анализ инновационно-технологического развития предприятия.....	58
3. Разработка и предложения конкретных мероприятий по развитию гостиничного предприятия с помощью технологических инноваций (на примере ООО «БСМ-Комфорт»).....	67
3.1. Рекомендации по внедрению инновационных технологий в гостиничном предприятии.....	67
3.2. Разработка конкретных организационно-экономических мероприятий по внедрению инновационной технологии.....	73
3.3. Предложения по управлению развитием гостиничного предприятия с по- мощью инновационных технологий.....	82
Заключение.....	88
Список использованных источников.....	92
Приложения.....	98

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена огромным значением технологических инноваций в сфере гостеприимства в условиях рыночной экономики, а также их внедрению и совершенствованию использования в процессе оказания гостиничных услуг и управлении гостиничным предприятием.

Цель исследования заключается в разработке рекомендаций по совершенствованию использования инновационных технологий в процессе оказания гостиничных услуг и управлении гостиничным предприятием.

Инновации - являются главным источником конкурентных преимуществ современного отеля.

В соответствии с международными стандартами инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедрённого на рынке используемого в практической деятельности либо в новом подходе к оказанию услуг.

Сегодня инновационность становится основной характеристикой современной экономики, поскольку базовые инновации являются мощным стратегическим антикризисным инструментом.

Актуальность инновационных технологий обоснована стремительной глобализацией мирового рынка и сокращением жизненного цикла продуктов, а также необходимостью стратегического подхода к обновлению качественных характеристик продуктов и услуг.

В гостиничном бизнесе инновации затрагивают технологические аспекты производства гостиничной услуги и маркетинговые инструменты.

В условиях усиливающейся конкурентной борьбы гостиничные предприятия вынуждены искать новые пути совершенствования и привлекательности. Для

я поддержания конкурентоспособности и эффективного развития, а также для привлечения иностранных туристов в гостиницах России необходимо активно внедрение инновационных технологий, применяемых ведущими мировыми гостиничными предприятиями. Инновации должны не просто удовлетворять потребности клиента, а вызывать ощущение восторга от проведённого в гостинице времени.

В настоящее время наблюдается активное развитие информационных технологий и программных средств в сфере гостиничного и туристского бизнеса. От внедрения инноваций зависит устойчивость предприятия, перспективы его развития, конкурентоспособность на рынке, что влечёт за собой привлечение новых клиентов, увеличения прибыли, а также возможность завоевать себе постоянных клиентов.

Тенденции, которые развиваются в туристской отрасли в последние годы, свидетельствуют о том, что дальнейшее развитие гостеприимства будет осуществляться путём широкого внедрения технологических инноваций.

В магистерской диссертации рассмотрены и проанализированы теоретические основы формирования и использования инноваций в гостиничном бизнесе, позволяющие обеспечить рост эффективности гостиничных предприятий. В работе уточнены методические положения и даны практические рекомендации в сфере развития инновационных технологий в индустрии гостеприимства, включая мероприятия по внедрению инновационно-технологических продуктов и услуг на примере ООО «БСМ-Комфорт».

В качестве объекта исследования выступает гостиничное предприятие ООО «БСМ-Комфорт» (Бизнес-отель «Континенталь»).

Предмет исследования – технологические инновации повышения эффективности гостиничного бизнеса.

Цель исследования – проведение анализа влияния технологических новшеств на рост и развитие предприятия индустрии гостеприимства и на этой основе разработка плана по их внедрению в работу гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт».

Для достижения этой цели решены следующие задачи:

- рассмотрен международный опыт и тенденции развития инновационных технологий в индустрии гостеприимства;
- проведен анализ конкурентоспособности предприятия на рынке гостиничных услуг (г. Белгород);
- проведен анализ и выявлены основные проблемы в финансово-экономической деятельности действующего предприятия;
- проведены исследования по целесообразности внедрения в деятельность предприятия ООО «БСМ-Комфорт» приоритетных технологических инновационных проектов;
- дана оценка влияния предложенных проектных мероприятий на изменение роста загрузки номерного фонда, в т.ч. и на увеличение финансовой прибыли и деловую активность предприятия: результативность и эффективность производственно-коммерческой деятельности предприятия.

Теоретической базой магистерской работы послужили научные разработки российских авторов, среди которых наиболее известны работы Морозова В.А., Кабушкина Н.И. и др. В ходе исследования были проанализированы источники вторичной информации: специализированные туристские, и компьютерные издания – журналы «Туризм. Проблемы, практика, перспективы», журнал «ТУТ Туристские технологии», различная информация справочного, рекламного и статистического характера, а также сведения, полученные в результате посещения Интернет-серверов наиболее известных компаний.

Результаты исследования могут быть использованы в деятельности предприятий индустрии гостеприимства, как одной из форм повышения экономической и технологической эффективности. Кроме того, предложенные рекомендации позволят выбрать наиболее эффективные и современные ИТ-технологии для перехода на новый уровень оказания гостиничных услуг.

1. Теоретико-методологические аспекты инновационного процесса в индустрии гостеприимства

1.1. Теоретические основы и сущность инноваций в индустрии гостеприимства

В условиях глобализации мировой экономики туризм играет важную роль в развитии государств и регионов, являясь главной составной частью сферы услуг. Международный гостиничный бизнес занимает важное место в современной мировой экономике. В последнее десятилетие он относится к наиболее динамично развивающимся и весьма прибыльным видам экономической деятельности.

Непременное условие успешности и конкурентоспособности любой гостиницы - это грамотное и последовательное внедрение инноваций: от применения новых методов управления персоналом до использования новейших технологий гостинично-ресторанной сферы.

Новшества в индустрии гостеприимства - это нововведения, увеличивающие конкурентоспособность предприятия. Такие решения должны либо улучшать качество удовлетворения уже существующей потребности гостей, либо создают услугу, удовлетворяющую желание, ранее не удовлетворявшее. Существует несколько целей инновационной деятельности. Разрабатываются и внедряются новые продукты для туристов, ресторанов, отелей. Вводятся в использование современные технические устройства. Новые технологии применяются при строительстве гостиничных комплексов или эксплуатации различных материалов. Не использовавшиеся прежде решения появляются и в сфере управления качеством услуг, маркетинге [6].

На сегодняшний день гостиничная индустрия представляет собой динамично развивающуюся отрасль с высокими темпами роста уровня конкуренции. Даже в России, несмотря на то, что в нашей стране гостиничный бизнес находится в начале пути своего развития, а спрос на гостиничные ус-

луги не удовлетворён в полной мере, гостиничные предприятия вынуждены участвовать в конкурентной борьбе и придумывать всё новые способы привлечения и удержания клиента. В условиях конкуренции и в связи с быстро меняющимися условиями деятельности любое гостиничное предприятие сталкивается с необходимостью совершенствовать методы ведения деятельности и вводить новые услуги, чтобы оставаться полноценным участником рынка. Другими словами, активное развитие гостиничного бизнеса стимулирует появление инноваций, внедряемых средствами размещения.

В мировой экономической литературе «инновация» интерпретируется как превращение потенциального научно-технического прогресса в реальный, воплощающийся в новых услугах и технологиях.

Термин «инновация» стал активно использоваться в переходной экономике России как самостоятельно, так и для обозначения ряда родственных понятий: «инновационная деятельность», «инновационный процесс», «инновационное решение» и т. п. [1].

В литературе насчитывается множество определений. Например, по признаку содержания или внутренней структуры выделяют инновации технические, экономические, организационные, управленческие и др. Выделяются такие признаки, как масштаб инноваций (глобальные и локальные); параметры жизненного цикла (выделение и анализ всех стадий и подстадий), закономерности процесса внедрения и т.п.

Различные ученые, в основном зарубежные (Н. Мончев, И. Перлаки, В.Д. Хартман, Э. Мэнсфилд, Р. Фостер, Б. Твисс, Й. Шумпетер, Э. Роджерс и др.), трактуют это понятие в зависимости от объекта и предмета своего исследования. Их мнения представлены в таблице 1.1. [2, 3, 4, 5].

Дефиниции инноваций

Автор	Определение инновации
Б. Твисс	деятельность, в результате которой изобретение или идея приобретает экономическое содержание
Ф. Никсон	мероприятия, в результате которых на рынке появляются новые или улучшенные технологические процессы и оборудование
Б. Санто	процесс, превращающий идеи и изобретения в новые качественно лучшие продукты и технологии, с целью получения дополнительной прибыли
Й. Шумпетер	совокупность производственных факторов, исходящих из предпринимательской деятельности
Н. Мончев	цепь последовательных операций, проходящих через стадию научных разработок и завершающихся в промышленно-производственной сфере
Ю.П. Морозов	прибыльное использование новаций в виде новых технологий, видов продукции, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, финансового, коммерческого или иного характера
А.И. Пригожин	развитие технологий, техники, управления на стадиях их зарождения, освоения, диффузии на других объектах
М.Хучек	внедрение чего-либо нового, какой-либо новой вещи, новинку, реформу
П.Н. Завлин, А.К. Казанцев, Л.Э. Миндели	использование в той или иной сфере общества результатов интеллектуальной (научно-технической) деятельности, направленных на совершенствование процесса деятельности или его результатов
Р.А. Фатхутдинов	как конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта
В.Г. Медынский	объект, внедренный в производство в результате проведенного научного исследования или сделанного открытия, качественно отличный от предшествующего аналога

Анализ различных определений инновации приводит к выводу, что специфическое содержание инновации составляют изменения, а главной функцией инновационной деятельности является функция изменения [6].

Термин «инновация» происходит от английского слова «innovation», что в переводе означает «нововведение» или «новаторство» и подразумевает внедрение новшеств в виде новейших технологий, новых видов продукции и услуг, форм организации производства и труда, а также управления и обслуживания. Понятия «новшество», «нововведение», «инновация» очень часто приравнивают друг к другу, но между ними есть и существенные различия [1]. На сегодняшний день, нельзя найти цельного определения данных понятий, ни в отечественной, ни в зарубежной литературе. Четкого определения инновации не существует, но роль функционирования различных инноваций в развитии экономики активно изучают учёные.

Термин «инновация» ввёл в экономическую науку австрийский экономист И. Шумпетер в своей работе «Теория экономического развития».

Термин «инновация» (лат. *innovatio* – «в направлении изменений») впервые появился в XIX в. и означал перенесение элементов одной системы в другую. Новую жизнь он обрёл в начале XX в. Понятие экономической инновации было разработано Йозефом Шумпетером в работе «The Theory of Economic Development» (1934). По Шумпетеру, инновация – это новая комбинация производственных факторов, среди которых учёный выделял рыночную конъюнктуру и конкуренцию, состояние внешней среды, кадры и ресурсы.

Со времён Шумпетера понятие получило более узкую формулировку. Инновация в современном понимании - это новшество, внедрённое в производственный процесс, обеспечивающее качественный рост эффективности производственных процессов или значительное улучшение потребительских свойств продукции, востребованное рынком и приносящее организации дополнительный доход. Другими словами, под инновацией понимается только то новшество, которое было задействовано и положительно повлияло (на-

прямою или косвенно) на финансовые показатели организации, т.е. коммерциализировано, или улучшило одну из сфер жизни общества. Это не столько отдельно взятое нововведение, сколько процесс: инвестиции – разработка – процесс внедрения – получение качественного улучшения.

Официальные российские термины определены в «Концепции инновационной политики Российской Федерации на 1998-2000 годы», одобренной постановлением Правительства РФ от 24 июля 1998г. № 832. В этом документе даётся следующее определение: «Инновация (нововведение) - конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности».

Для анализа понятия «инновация» в контексте гостиничной деятельности необходимо учитывать специфику данного бизнеса. Гостиничный продукт представляет собой не только аренду жилого помещения, но и эмоциональный опыт гостя. Лояльность гостей во многом зависит от общего впечатления от отеля, которое, помимо удобства и чистоты гостиничного номера, формируется за счёт работы контактного персонала и спектра предлагаемых сопутствующих и дополнительных услуг.

Инновационная активность предприятий индустрии гостеприимства наиболее всего сосредоточена в двух услуговых сферах:

- 1) обеспечения материально-технических условий для поставки услуг клиентам;
- 2) расширения ассортимента сопутствующих и дополнительных услуг.

Обеспечивающие инновации не связаны напрямую с основными функциями деятельности гостиницы. Это инновации технологического характера, обычно включающие в себя внедрение новых технических средств, изменения в организационной структуре управления, обучение и повышение квалификации персонала, внедрение новых маркетинговых методик и привлечение нестандартных каналов продвижения.

Любые нововведения классифицируют по инновационному потенциалу. Радикальные инновации – внедрение принципиально новых видов услуг, технологий или методов управления. Комбинаторные – использование сочетаний имеющихся элементов (объединение разных технологий оказания услуг в один комплексный пакет как единый продукт). Модифицирующие – призванные вносить необходимые изменения и дополнения в существующие гостиничные продукты.

По объёму воздействия инновации подразделяют на точечные (совершенствования технологии на отдельном участке работы) и системные (изменение всей структуры производственных отношений).

По степени новизны гостиничные инновации можно разделить на три типа.

Имитации – продукты, новые для данного отеля, но уже существующие на рынке.

Обновлённые продукты – усовершенствование отелем уже существующих продуктов.

Подлинные новинки – новые уникальные продукты, ранее не использовавшиеся на рынке.

Разработка и внедрение принципиально новых продуктов требуют значительных материальных затрат и технологически сложных процессов. Как правило, к ним прибегают в случае глобальных изменений всей внешней среды с целью занять определённый сектор или нишу на рынке.

По характеру удовлетворяемых потребностей выделяют инновации, связанные с удовлетворением существующих потребностей, и инновации, направленные на создание новых потребностей. Большая часть нововведений относится к первому типу.

Инновации, направленные на создание новых потребностей, достаточно редки, поскольку требуют наличия у гостиниц определённого творческого и инвестиционного потенциала и связаны с высокими рисками.

Инновационная стратегия во многом зависит от размера гостиничного предприятия и его участия в объединениях, которые принято называть гостиничными цепями. С одной стороны, гостиницы в составе цепи весьма ограничены чётким регламентом стандартов, что не даёт проводить кардинальные преобразования на уровне отдельно взятого отеля, с другой – благодаря централизованной системе управления и маркетинга, гостиничные цепи располагают большим количеством материальных, информационных и кадровых ресурсов для осуществления инновационных разработок. В то же время, объёмная структура управления требует много времени на согласование окончательного решения и доведения информации до исполнителей. В этом плане гораздо легче приходится индивидуальным гостиничным предприятиям, в которых на внедрение инноваций затрачивается гораздо меньше времени.

В случае с малым индивидуальным гостиничным предприятием в условиях насыщенности рынка, что чаще всего встречается в курортных зонах, крупных городах и других местах массового туризма, одной из наиболее целесообразных стратегий для выхода на рынок будет поиск новой, ещё не занятой ниши.

Классифицировать способы, с помощью которых некоторые гостиницы стараются выделиться среди конкурентов, можно следующим образом:

1) Необычное дизайнерское решение, которое, в свою очередь, может предполагать:

1.1) необычный дизайн номера;

1.2) необычное архитектурное решение здания гостиницы;

2) Приспособление различных сооружений, транспортных средств под гостиницу;

3) Приспособление номерного фонда под постояльцев с определёнными потребностями: путешественники с животными, люди с ограниченными физическими возможностями и т.д.

Отелей первого типа по всему миру насчитывается несколько десятков, некоторые из них сочетают необычные фасады зданий с особой стилизацией интерьера. Такие отели ориентированы на туристов, желающих не только посетить конкретную страну или местность, но и кардинально сменить обстановку, а также ищущих новых ярких впечатлений. Чаще всего это молодёжь и люди творческих профессий.

Отели второго типа - это чаще всего исторические постройки (например, малый отель в ветряной мельнице) и производственные сооружения (есть отели с номерами в бетонных трубах, кабине строительного крана). Из транспорта для проживания чаще переоборудуют списанные железнодорожные вагоны либо самолёты. По своей сути подобное решение мало чем отличается от отелей с необычным дизайном – концепция у них одна. Также существуют отели «на ходу», располагающиеся в поездах, морском транспорте и т.д. Но в данном случае не совсем ясно, как классифицировать услуги таких отелей: как услуги средств размещения или же как услуги пассажирских перевозок повышенной комфортности.

Третья категория – это отели с узкой специализацией. Пока такие отели не получили довольно широкого распространения, однако потребность в них растёт. Туристы, путешествующие со своими домашними питомцами, люди с ограниченными физическими возможностями, спортсмены – это лишь наиболее очевидные целевые аудитории со специфическими потребностями, которые они не могут удовлетворить в традиционных средствах размещения.

С развитием транспортных сетей и информационных технологий все больше и больше людей могут позволить себе международные путешествия, индивидуальных требований к средствам размещения становится больше, а это значит, что в будущем многие гостиницы пойдут по пути кастомизации своих услуг и сосредоточатся на узком целевом сегменте рынка.

Таким образом на основе проведённого анализа можно сделать вывод, что среди крупных и средних отелей, как входящих в цепи, так и работающих самостоятельно, довольно популярным направлением инновационной

деятельности является разработка новых видов услуг, т.е. продуктовые инновации. Однако в контексте гостиничного бизнеса продуктовые инновации являются собой не столько формирование нового гостиничного продукта, сколько его усовершенствование путём введения сопутствующих и дополнительных услуг, так как технологический прогресс не стоит на месте, следовательно неизбежно внедрение технологических инноваций в работу гостиничных предприятий. В разделе 1.2. исследованы теоретические основы понятий и значений инновационных технологий в сфере гостиничного бизнеса и их типология.

1.2. Понятие и значение инновационных технологий в сфере гостиничного бизнеса и их типология

Гостиничная индустрия сегодня представляет собой отрасль с растущим уровнем конкуренции на рынке гостиничных услуг. Несмотря на то, что гостиничный бизнес в России все ещё находится в начале пути совершенствования, а спрос на гостиничные услуги остаётся неудовлетворённым в полной мере, предприятия индустрии гостеприимства сталкиваются с необходимостью бороться за клиента. В соответствии с динамично меняющимися условиями деятельности любое гостиничное предприятие как полноценный участник рынка вынуждено изменяться, становясь инициатором внутриорганизационных инновационных процессов. Естественно, что данные процессы не должны протекать стихийно - их необходимо осуществлять системно в рамках разработанной инновационной стратегии, являющейся частью общей стратегии предприятия.

Выбор любой стратегии, как инновационной, всегда подразумевает построение индивидуального организационно-хозяйственного механизма, обеспечивающего его осуществление. Ориентация организационно-хозяйственного механизма, особенности функционирования и структура построения в многом зависят от спе

цификии инновационных процессов.

Для того чтобы конкретизировать цели и результаты инновационной деятельности гостиницы,

а также систематизировать подход к множеству её возможных проявлений, необходима достаточно полная классификация гостиничных инноваций.

Разработка классификации гостиничных инноваций обеспечивает более полноценное и целостное понимание предмета исследования и позволяет выявить проблемные взаимосвязи и соотношения различных групп типов гостиничных инноваций.

Наиболее полную классификацию нововведений в общенаучном аспекте даёт автор книги «Нововведения: стимулы и препятствия» А.И. Пригожин [28].

Опираясь на данную классификацию и обобщая теоретико-методологические исследования других авторов в этой области, мы предлагаем классификацию инноваций в индустрии гостеприимства и рассмотрим основные закономерности, влияющие на их появление. Прежде всего, классифицировать гостиничные инновации можно по причинам возникновения. Для этого выделяются реактивные и стратегические инновации.

Реактивные инновации относятся к проведению гостиницей так называемой оборонительной стратегии и являются, в основном, реакцией на нововведение гостиницы конкурента.

В этом случае гостиничное предприятие вынуждено осуществлять инновационную деятельность для обеспечения своего выживания в конкурентной борьбе на рынке.

Стратегические инновации - это инновации, внедрение которых носит упреждающий характер с целью получения конкурентных преимуществ в перспективе.

В результате проведения стратегических инноваций новый благоприятный стандарт эффективности (в этом случае ещё перспективный) достигается гостиницей раньше его конкурентов со щутимосократившимися затратами.

Причём в случае осуществления стратегических нововведений гостиничное предприятие выдвигается на новые конкурентные позиции, благодаря чему в благоприятную для неё сторону меняется её положение на рынке

Такого рода инновацией в своё время стала стратегия создания глобальных систем бронирования и дистрибуции, предполагающая объединение отелей в разных странах мира в единую электронную систему обмена данными с клиентами [11].

По месту деятельности гостиницы инновации можно подразделить на основные (продуктовые) и обеспечивающие.

Гостиничный продукт можно определить, как совокупность материальных, технических, человеческих, информационных, временных и других факторов деятельности гостиницы по предоставлению клиентам благ, обладающих определёнными потребительскими свойствами и способными удовлетворить их потребности.

Общеизвестно, что отели не продают просто комнаты для временного проживания или отдельные блюда в ресторанах. Их продукт всегда, не что большее, включающее не только осязаемую составляющую, но и обслуживание, культуру сервиса.

Поэтому необходимо учитывать некоторые особенности этого бизнеса, составить чёткое представление об особенностях нематериального производства, а также природе гостиничных услуг как продукта.

Разработка гостиничных инновационных программ обычно сопровождается детальным анализом сферы применения инновации, поэтому для организаторов инновационного процесса важна информация о стадиях и условиях воспроизводства услуг как таковых, их материально-вещественном воплощении и ресурсах, без которых произвести их невозможно. С этих позиций имеет значение деление гостиничного продукта на «твёрдый» и «мягкий». В каждом из них сосредоточены материальные и нематериальные услуги.

Материальные услуги производятся и существуют несамостоятельно, а как элементы определённого гостиничного продукта. Таким образом, гостиница создаёт отдельные услуги. Она производит базовый гостиничный продукт, состоящий из набора услуг, которые тесно связаны между собой и образуют единое сервисное пространство.

Технологические инновации – это инновации в области технологии, направленные на усовершенствование технологии, применение принципиально новых технологий в оказании услуги, освоение новых технологических регламентов, новых видов технологического оборудования и технологической оснастки. Состав технологических инноваций представлен на рисунке 1.1. [18].

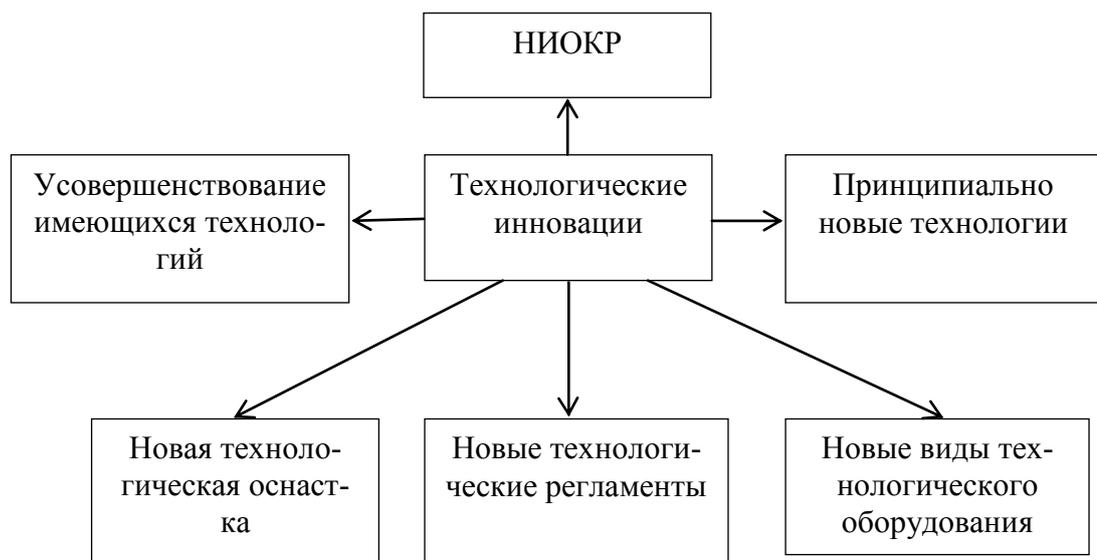


Рис. 1.1. Схема содержания технологических инноваций

Технологические инновации тесно связаны со всеми другими инновациями и не могут без них развиваться. Если творчество подразумевает рождение идей, то инновации претворяют эти идеи в жизнь. Если изобретение – это создание чего-то нового, то инновации выделяют практическую ценность изобретения и превращают его в успешно продаваемую услугу. Если наука превращает деньги в знания, то инновации превращают знания в деньги. Из

этого можно сделать вывод, что технологические инновации участвуют в процессе преобразования идей и знаний в услуги, которые имеют потребительскую ценность. Это могут быть услуги, процессы и методы, которые организация разрабатывает сама, или те, которые она перенимает у других организаций.

Под технологическими инновациями подразумевается деятельность организации, связанная с разработкой и внедрением технологически новых продуктов, изделий, техники, услуг и процессов, а также их усовершенствование [25]. Для того, чтобы выжить в мире, где все построено на конкуренции, организации приходится не только все время адаптировать свою услугу к изменяющимся условиям, но и изменять способы производства и внедрения этой услуги.

Для технологических инноваций характерно изменение структуры производства и организации. Как правило, процесс изменения начинается со сбора информации об условиях на рынке, о спросах потребителя, о способностях и возможностях конкурентов, о новых разработках и их применении. На основе анализа собранной информации организация приступает к производству услуги. В процессе производства постепенно происходят небольшие изменения, а иногда и радикальные преобразования, когда устаревший способ полностью заменяется новым и более усовершенствованным.

Различают два типа технологических инноваций – продуктовые и процессные.

Продуктовые инновации охватывают внедрение технологически новых или усовершенствованных услуг. Технологически новая услуга (радикальная продуктовая инновация) – это услуга, чьи технологические характеристики (функциональные признаки, дополнительные операции, а также состав используемых материалов и сырья) принципиально новые либо существенно отличаются от аналогичных ранее оказываемых услуг. Такие инновации могут быть основаны на принципиально новых технологиях или на сочетании

существующих технологий в новом их применении (в том числе на использовании результатов исследований и разработок).

Процессные инновации включают разработку и внедрение технологически новых или значительно усовершенствованных методов оказания услуг. Инновации такого рода основаны на использовании нового производственного оборудования, новых методов организации производственного процесса или их совокупности, а также на использовании результатов исследований и разработок.

Такие инновации нацелены, как правило, на повышение эффективности оказания услуг, но иногда предназначаются также и для оказания технологически новых или усовершенствованных услуг, которые не могут быть оказаны с использованием обычных методов обслуживания [19].

Продуктовые инновации включают применение новых материалов, новых полуфабрикатов и комплектующих; получение принципиально новых услуг. Процессные инновации означают новые методы организации оказания услуг (новые технологии) и могут быть связаны с созданием новых организационных структур в составе предприятия (фирмы).

Технологические инновации нужны для того, чтобы получить преимущества среди конкурентов путём постоянного поиска усовершенствования своего бизнеса. Конкурентное преимущество можно получить, если правильно направлять инновационный процесс. В результате исследований было выявлено, что креативное мышление сотрудников генерируется тогда, когда личные ценности и цели сотрудников совпадают с ценностями и бизнес-целями организации, когда все члены организации ориентированы на использование своих знаний для создания новшеств. Здесь произошло слияние инновационного мышления и поведения [24].

Очень часто технологические инновации ведут к неудачам, причинами которых могут быть недооценка важности коренных изменений, неспособность широко рассмотреть новую технологию и сфокусировать своё внимание на главных компонентах. Неудачное завершение инноваций процесс за-

кономерный, позволяющий почерпнуть новый опыт и внести усовершенствования.

Чтобы увеличить шансы на успех, предприятию рекомендуется изучать свой и чужой опыт, который позволит понять природу и динамику процесса, закрепляя конкретные методы в своей инновационной деятельности. Технологическая инновационная деятельность в сфере гостеприимства направлена на модернизацию процесса предоставления услуг по размещению и других смежных услуг с целями, указанными на рисунке 1.2:



Рис. 1.2. Цели инновационной деятельности в гостеприимстве

Следовательно, инновационная деятельность в сфере гостеприимства направлена на создание новой или изменение существующей услуги, на совершенствование транспортных, гостиничных и других услуг, освоение новых

рынков, внедрение передовых информационных и телекоммуникационных технологий и современных форм управления.

Технологическая сфера играет огромную роль в развитии гостиничного бизнеса, ведь преимущества от использования инноваций очевидна, как для отельеров, так и для гостей. Инновации можно условно разделить на 3 вида, представленные на рисунке 1.3:

1) простейшие – технологии, которые необходимы всем гостиницам для сохранения конкурентного потенциала, например, уборка номеров;

2) ключевые – технологии, внедрённые в небольшое количество гостиниц, позволяющие достичь конкурентного преимущества и повысить стандарт обслуживания, снизить издержки и увеличить доходность;

3) ведущие технологии – так называемый, ноу-хау, созданные для незанятых сегментов рынка и приносящие наибольший эффект и прибыль [33].



Рис. 1.3. Классификация технологий в индустрии гостеприимства

В настоящее время технологические инновации в сфере гостеприимства направлены на максимальное внедрение информационных технологий в процесс предоставления услуг клиентам: здесь применяется автоматизация и упрощение бронирования, повышение безопасности проживания за счёт применения электронных охранных систем, предоставление новых услуг, основанных на современных информационных технологиях. Значительное место здесь занимает сеть Интернет – с помощью неё предприятия гостеприимства продвигают свои услуги, используя собственные сайты или системы бронирования GDS и ADS. Также Интернет служит уникальным и дешёвым средством коммуникаций между различными предприятиями[11].

Таким образом, можно сделать вывод, что гостиницы России, использующие инновационные решения, единичны. Основными преградами внедрения новшеств являются: недостаточная конкуренция на развивающемся рынке этих услуг, высокие затраты на создание инноваций, отсутствие мотивации в самом предприятии для их использования, а также необходимость перемены в сознании руководителей, ориентированных только на доход с текущей деятельности предприятия, а не на видение возможностей получения большей выгоды в будущем, используя инновационные решения уже сегодня. В целом, для создания и внедрения инноваций необходима также достойная инфраструктура вокруг гостиниц, за развитие которой отвечает государство. В разделе 1.3 исследован международный опыт и тенденции развития инновационных технологий в индустрии гостеприимства.

1.3. Международный опыт и тенденции развития инновационных технологий в индустрии гостеприимства

В 2016 году в отелях Таиланда был разработан проект, направленный на обеспечение безопасности туристов – специальные ID-браслеты, на которых должно было быть указано имя гостя, его индивидуальный номер и адрес гостиницы. Цель нововведения – помощь путешественникам, которые за-

блудились или по иным причинам не могут самостоятельно добраться в отель. Проект был разработан по инициативе Министерства туризма и спорта Таиланда. Однако отношение к нему было высказано весьма неоднозначное, нет никакой информации, подтверждающей, что проект был утверждён правительством Таиланда и внедрён в таиландских гостиницах.

Помимо безопасности гостей, пристальное внимание гостиницы уделяют досугу и развлечениям. Известный лондонский отель Berkeley сумел предложить своим гостям новую услугу и одновременно найти применение простаивающим площадям. На зимний период крышу отеля с открытым плавательным бассейном и с террасами для отдыха переоборудовали в кинотеатр под открытым небом, оснащённый системой отопления. Для получения дополнительной прибыли отель продаёт билеты в кинотеатр также и для посетителей, не являющихся гостями отеля. Стоимость билета начинается от 50 фунтов. Таким образом, не только создана новая услуга, что даёт конкурентное преимущество, но также использована простаивающая площадь и получена дополнительная прибыль. Также новую услугу ввёл парижский отель Renaissance – оборудовали новый танцпол, все мероприятия на котором проходят в полной тишине, а для прослушивания музыки гостям выдают наушники. В связи с чем, отель достиг сразу двух целей: введение необычной услуги, являющейся конкурентным преимуществом (участникам мероприятия предоставляется уникальная возможность – самостоятельно выбрать понравившиеся композиции и даже составить несколько плейлистов), а также выполнять законодательные нормы, предписывающие необходимость соблюдать тишину в установленный час, не лишая гостей развлекательных мероприятий.

В отелях сети Marriott, в странах Латинской Америки и Карибского бассейна, была предложена услуга аренды фото- и видеокамеры GoPro HERO4. Потребность в данной услуге возникла в связи с широким распространением социальных сетей, в которых путешественники стремятся поделиться своими впечатлениями от отдыха. Marriott также предлагает своим

гостям сопровождать снимки в соцсетях специальным хештегом, который позволяет отобразить их на официальном сайте Marriott Hotels и принять для участия в фотоконкурсе. Помимо инновационной услуги, позволяющей привлечь новых клиентов и повысить их лояльность, отели задействовали весьма эффективный канал продвижения – социальные сети, который поможет повысить узнаваемость и популярность бренда.

Отель Чикаго Virgin Hotels воспользовался ещё одной из наиболее популярных современных рыночных тенденций – развитием интернет-магазинов. Специально для отеля было разработано мобильное приложение Lusu для покупки модной одежды бренда Gap прямо из номера отеля. Все заказы интернет-магазин обязуется доставить гостям в кратчайшие сроки. Излишняя, на первый взгляд, услуга удовлетворяет одну серьёзную потребность путешественников: составление гардероба, подходящего под погодные условия места пребывания и для посещения различных мероприятий, замена испорченных предметов гардероба и т.д. К тому же, многие путешественники и туристы любят приобретать новые вещи «под настроение», в связи со сменой привычной обстановки. С помощью этого нововведения Virgin Hotels сможет не только сделать пребывание гостей более комфортным, но и, посредством сотрудничества с известным магазином одежды, получить дополнительный канал продвижения, а также, если это предусматривает соглашение с маркой Gap – дополнительный доход от комиссионного вознаграждения.

Британская гостиница в графстве Уоррингтон предлагает гостям забронировать на время пребывания золотую рыбку по кличке Хэппи («счастливый» в переводе с англ.). По словам владельца отеля Джеффа Райли, индивидуальные путешественники часто испытывают стресс, находясь в одиночестве в незнакомом месте, положительный эффект от общения с животными известен давно, а данная услуга предоставляется по приемлемой цене – пять фунтов стерлингов. На данный момент услуга находится в тестовом режиме, однако, если она станет пользоваться популярностью, то будут закуплены и

другие рыбки. Данный ход удачен тем, что требует минимальных затрат, но повышает интерес к отелю.

Все перечисленные примеры демонстрируют, как введение новых сопутствующих и дополнительных услуг влияет на облик отеля в глазах потенциальных гостей и позволяет получить дополнительную прибыль.

Высококласные отели премиум-сегмента часто используют технологические инновации, внедряя новейшие технические достижения для того, чтобы сделать пребывание гостей в номере как можно более комфортным. Прежде всего, это мультимедийные технологии: бесплатный интернет, мобильные приложения для смартфонов, различные устройства с сенсорным экраном, предназначенные для управления освещением и климатом в номере.

На данный момент уже сложно представить гостиницу, среди дополнительных услуг которой нет доступа к беспроводной Интернет-сети Wi-Fi. Многие отели предоставляют такую услугу бесплатно, получая конкурентное преимущество. Номера гостиниц оснащаются «умной» мебелью – диванами, снабженными USB-портами, и рабочими столами со встроенными зарядными устройствами для мобильных телефонов и базовыми станциями беспроводных телефонов. Появились и специальные электронные устройства, запоминающие все предпочтения гостя: от температуры воздуха в комнате до музыкальных пристрастий. Также повышением комфортности проживания с помощью новейших технологий занимается сеть отелей Radisson. Последнее нововведение направлено на обеспечение максимально комфортных условий для сна. Номера были укомплектованы специальным датчиком, который отслеживает уровень влажности и температуру воздуха в номере, а также уровень шума и освещённости. Следит за показателями датчиков менеджер отеля, в случае какого-либо нарушения датчик мгновенно о нем сигнализирует. Это нововведение основано на исследовании, по данным которого значительная часть современных туристов испытывают проблемы со сном в отелях именно из-за шума. Разработчики данной технологии – компания «Quietyme» - также видят перспективы использования своего изобретения в офисах и

торговых комплексах. Грамотное регулирование уровня влажности и температуры воздуха позволит создать в помещении благоприятный для здоровья микроклимат, минимизировать уровень развития бактерий и плесневых грибков.

ООО «Трэвел Лайн Системс» разработала мультимедиа-гид. Этот продукт поддерживает сразу несколько режимов работы. Наиболее востребованный вариант – электронный терминал с сенсорным экраном, представляющий собой интерактивный справочник отеля, который можно установить в холле гостиницы для удобства гостей и других посетителей. Второй режим работы – «слайд-шоу». Слайды можно транслировать на экраны, установленные в холле, использовать в ходе выставок и других массовых мероприятий. Преимущество мультимедиа-гида – широкий набор визуальных эффектов, позволяющий создавать более красочные и запоминающиеся презентации, чем большинство других средств, как, например, пользующийся широкой популярностью Microsoft Office PowerPoint. Также, созданные в мультимедиа-гиде материалы можно использовать, размещая на сайте гостиницы. Наконец, программа на DVD представляет собой отличный раздаточный материал, который можно использовать для продвижения.

За последние десятилетия претерпела сильные изменения и сама структура гостиничного бизнеса. Предприятия индустрии гостеприимства осваивают всё большее количество видов деятельности, что ведёт к реорганизации систем управления. Многие современные отели уже сейчас представляют собой не одну компанию, а группу компаний, объединённых в холдинговую структуру. На данный момент внимание руководства отеля смещается с вопросов управления номерным фондом на управление всеми ресурсами предприятия и организацию эффективного финансового менеджмента.

Практически все отели используют программное обеспечение для управления гостиничным предприятием, которое также постоянно совершенствуется. Например, продукт SaaS от компании HOTELbeat, предполагающий удалённую работу персонала гостиницы пополнился ещё одной функцией

ей – возможностью выбирать язык, на котором сотруднику удобнее решать возникающие вопросы. Новая функция позволит персоналу эффективно взаимодействовать в режиме реального времени на том языке, который предпочтителен каждому отдельному работнику. Основан данный проект на исследовании Управления занятости и профподготовки при Министерстве США, которое выявило основную проблему в международной гостиничной индустрии – незнание английского языка. Благодаря новой функции, сотрудники отеля и целые службы смогут понимать друг друга и четко выстраивать свою работу.

На российском рынке в настоящий момент самыми популярными системами являются Opera, Fidelio и Eritome PMS. Эти интернет-технологии позволяют сотруднику отеля напрямую обращаться к веб-сервису и получать всю информацию о своем отеле в сети. Система содержит множество различных модулей, которые позволяют контролировать самые разные сферы основной деятельности гостиницы: бронирования, заселение, расчёт и выселение гостей, состояние номерного фонда и т.д. Постоянно создаётся новое программное обеспечение, которое позволяет встраивать в систему даже такие аспекты деятельности, как паспортные данные гостей, которые потом сразу добавляются в нужные документы, предпочтения и отзывы гостей и т.д. Например, при совершении возврата принятых от гостей денежных средств, система сама формирует необходимые для этого документы российского образца: форму КМ-3 либо расходный кассовый ордер, с заполненными паспортными данными гостей, суммой возвращаемых средств, причиной возврата, а также данными кассира-операциониста, расчётно-кассового аппарата и прикладной программы.

Автоматическое формирование документа значительно упрощает процедуру возврата и сокращает время на её проведение, т.к. операционисту не нужно заполнять форму вручную. Это помогает избежать недовольства гостей, поскольку процедура происходит быстро и не отнимает много времени. А хранение данных о предпочтениях, которые можно указать при брониро-

вании номера, помогает учесть все пожелания гостей и заранее подготовить для них наиболее подходящий номер, что значительно повышает комфортность пребывания в отеле и лояльность гостей. Модульный принцип программ позволяет выбрать наиболее необходимые сферы, если у гостиницы нет средств на полное программное обслуживание. Однако с развитием рынка гостиничного программного обеспечения и с увеличением количества производителей такие системы становятся всё более доступными. Несмотря на то, что современные инновации стоят дорого, отельеры все равно тратятся на них, так как только так можно обеспечить конкурентное преимущество на рынке [3]. Современные инновации включают в себя информационные системы для рабочих групп, электронную почту, организационные информационные системы и глобальные информационные системы.

Одна из крупнейших гостиничных компаний Hilton Worldwide создала переворотную технологию цифровой регистрации, которая позволяет туристам с помощью своих мобильных телефонов выбирать подходящий номер благодаря специальному программному обеспечению, просмотрев цифровые планы этажей, а также самостоятельно проводить онлайн регистрацию заезда и выезда. При желании повышения категории номера, достаточно будет отправить запрос. Кроме этого, туристы смогут управлять услугами, предоставляемыми в отелях Hilton, а именно осуществлять заказы, которые мгновенно будут доставляться в номер. В 2016 году Hilton Worldwide отметила годовщину внедрения технологии Digital Key (2 миллиона дверей в 400 отелях), глобальное распространение и совершенствование которой продолжилось в 2017 году [4], [5], [6].

В индустрии гостеприимства идёт тенденция по внедрению элементов искусственного интеллекта во все сферы человеческой жизни. Набирает популярность проявление тенденции искусственного интеллекта – роботы-консьержи, т.е. онлайн-программы, способные к общению с гостем и зачастую, обладающие способностью к обучению. Разработчики Siri создали голосовой помощник, способный бронировать отели [7].

Сегодня трудно представить себе отель, в котором тысячи задач по ежедневному ведению бизнеса велись бы вручную. Системы управления – это мозг отеля, без которого он не сможет жить. Существует множество видов систем электронного управления отелем, выбирая одну из них, мы должны спросить себя, насколько она адаптируема с теми инновационными продуктами ИТ, которые уже становятся необходимостью.

В настоящее время основная инновация в сфере систем электронного управления – такие интернет-технологии, когда пользователь (сотрудник отеля) напрямую обращается к веб-сервису и может получить всю информацию о своём отеле в сети. На российском рынке в настоящий момент такими системами являются Opera, Fidelio и Epitome PMS.

Процесс распространения и модернизации несомненно приведёт к тому, что очень скоро подобных систем станет больше. Появятся системы, которые можно будет получать по подписке (SAAS- технологии). Особенно это будет интересно для сезонных отелей (курортные, горнолыжные). Такие технологии позволят не тратить деньги собственника на покупку дорогостоящего софта, а оплачивать небольшие суммы из операционных расходов за реализованные брони. Таким образом, подобные системы станут доступными для отелей любого формата, включая мини-отели.

В условиях все более обостряющейся конкуренции отели вынуждены искать новые пути повышения привлекательности и доступности своих услуг. Появление инновационных технологий дистрибьюции в электронных системах бронирования, интегрированных с гостиничными системами управления, и позволяющими в режиме on-line управлять процессом бронирования по множеству каналов продаж произвели революционные изменения в этом сегменте.

Отель должен стремиться получить доступ к максимально широкому набору каналов продаж. В каких каналах и когда осуществлять продажи – вопрос политики продвижения, это зависит от сезона, текущей загрузки отеля, и множества других факторов. В частности, представлять себя в глобаль-

ных (GDS) и/или альтернативных (ADS) системах бронирования, в первую очередь, необходимо отелям, ориентированным на бизнес-сегмент. Но это могут быть не только городские бизнес-отели, но и средства размещения любого формата: загородные отели, SPA-отели на побережье, отели для любителей экстремального отдыха, желающие привлечь клиентов с определённым уровнем достатка.

Необходимо отметить, что GDS – ещё и эффективный инструмент рекламы: отель становится известным более 600.000 туристическим агентствам по всему миру и появляется в популярнейших системах бронирования, использующих GDS базу, таких как Travelocity и Expedia. Плюс ни один другой рекламный канал не сравнится по критерию стоимость/эффективность.

В 2009 г. компания Либра Хоспиталити вывела на гостиничный рынок новый революционный продукт - мульти-гостиничное решение для сетей, предоставляемое по модели Saas - Libra OnDemand CRM. Данный продукт уже интегрирован с системой управления гостиницей eptome PMS и Fidelio, существенно расширяет функциональные возможности системы управления отелем. Среди основных функциональных возможностей Libra OnDemand можно выделить следующие:

- 1) управление отделом продаж и маркетинга гостиницы. Система автоматизирует работу каждого сотрудника отдела продаж, позволяет планировать встречи, звонки и выполнение различных задач, ведёт общий календарь и расписание дня менеджеров. Результаты каждого общения с клиентом фиксируются в системе для получения полной картины деятельности отдела и состояния дел с каждым клиентом. Руководители отделов продаж могут ставить чёткие цели работы каждого сотрудника и контролировать их выполнение;

- 2) управление взаимоотношениями с клиентами. Libra OnDemand CRM даёт полную аналитику по каждому клиенту гостиницы - гостям, компаниям и турагентствам. Все статистические данные по клиентам автоматически поступают из PMS в Libra OnDemand и доступны для просмотра и анализа. Ме-

неджеры отдела продаж и маркетинга получают полную информацию о доходности каждого клиента, включая количество броней и ночёвок, полученный доход и средний тариф. Кроме того, Libra OnDemand позволяет вести учёт предпочтений клиента и всех договорных условий, что позволяет предоставлять более высокий уровень клиентского сервиса;

3) управление программами лояльности и поощрения постоянных клиентов позволяет отелю создавать собственные программы лояльности, предусматривающие вознаграждение постоянных клиентов, а также клубные программы с возможностью предоставления скидок, бонусов и выдачи премиальных сертификатов;

4) управление продажами и мероприятиями в отеле. Libra OnDemand содержит графический модуль, позволяющий планировать загрузку конференц-помещений, составлять меню для банкетов, семинаров и конференций, начислять услуги и координировать работу всех служб и подразделений отеля по банкетному обслуживанию.

Для администрации гостиничного комплекса очень важно видеть деятельность гостиницы в реальном времени, быстро реагировать на сложившуюся ситуацию. Так, например, контрольная панель для Epitome PMS позволяет видеть отель как на ладони, просматривать номерной фонд, основные показатели работы гостиницы (ADR, RevPAR, RevPAC) и сравнивать текущие показатели с бюджетом. Информация обновляется в режиме реального времени. Но самое главное, модуль интерфейсов позволяет обмениваться данными со смежными системами гостиничной автоматизации». Конечно, существуют электронные системы управления рестораном. Ресторан в отеле - это своего рода государство на территории гостеприимства. Здесь свои технологии, направленные, преимущественно, к клиенту. Началось все с того, что некоторое время назад в Азии открылся ресторан, предлагающий своим посетителям вместо обычного меню интерактивное. Интерактивное меню представляет собой экран, встроенный в стол, за которым располагаются посетители. При помощи меню они могут посмотреть все блюда, представлен-

ные в ресторане, включая их фотографии. Пока еда будет готовиться, можно развлечь себя чтением местных новостей или провести время за парой простых логических игрушек. Из дополнительных возможностей особенно стоит выделить то, что данное меню позволяет, не отходя от кассы, заказать такси прямо к ресторану. Многие аналитики предполагают, что уже скоро львиная доля ресторанов перейдёт на интерактивные меню, преимущества которых перед стандартными просто неоспоримы.

Renaissance Moscow Hotel первым из российских крупных отелей установил у себя в холле интерактивную новинку в индустрии гостеприимства – сенсорные дисплеи меню eMenuBoard. Теперь гости и посетители отеля могут легко найти и просмотреть меню всех 7 внутренних ресторанов, кафе и баров с изображениями блюд и коктейлей, а также различную дополнительную информацию о внутренних услугах – лишь касаясь экрана и на разных языках.

В городе Москва, дисплеи, также установлены в элитном ресторане Dorian Gray, ресторане «Подиум» (Интерклуб РУДН), Деловом центре «Новь», и запланирован ряд установок в ключевых отелях, ресторанах и киноцентрах Москвы и С. Петербурга. В Нью-Йорке, дисплеи eMenuBoard установлены в таких отелях, как InterContinental, The Waldorf, Astoria, Hilton New York, Sheraton NY. А ведь ещё совсем недавно новинкой казался компьютер в форме журнальных столиков компании Microsoft. Устройство оснащено 30-дюймовым сенсорным экраном, работать с которым одновременно могут несколько человек и включает в себя встроенные беспроводные интерфейсы Bluetooth и Wi-Fi. Дисплей распознает физические объекты и реагирует на прикосновения, не прибегая к услугам клавиатуры и мыши. Ещё этот «журнальный столик» будет способен распознавать мобильные устройства, помещённые на его поверхность; более того, переписывать информацию в их память можно будет, просто «перетаскивая» объекты на экране поближе к мобильному устройству – телефону, камере или медиаплееру. Использовать подобные устройства предполагалось в магазинах, на

ресторанных кухнях при составлении меню, в отелях и тому подобных местах.

Отдельный, целостный мир ресторана так и побуждает поэкспериментировать с концепцией: основной ресторан гостиницы Crowne Plaza Moscow Real Food Restaurant предлагает «открытую кухню», где блюда готовятся прямо на глазах у гостей. Чтобы приготовленные блюда сохраняли нужную температуру, используются специальные тепловые лампы и индукционные конфорки, которые не только функциональны, но и вписываются в интерьер. Таким образом, одним из наиболее сильно влияющих на производственный процесс в гостиничном бизнесе явлений стал прогресс инновационных систем. Использование информационных систем не только ускоряет выполнение многих операций, но и сокращает число ошибок. В индустрии гостеприимства – это просто необходимо, особенно учитывая размер большинства гостиниц. Технология помогает предприятиям анализировать свою деятельность и активность своих пользователей, тем самым улучшая собственные услуги. Отели становятся заинтересованными в применении высокой технологии по мере её развития и удешевления[9].

Таким образом, из проведенного исследования можно сделать вывод, что самыми популярными инновационными тенденциями на сегодняшнем рынке гостиничных услуг являются продуктовые и технологические инновации, в основном вводимые крупными известными отелями, работающими в наиболее платёжеспособных сегментах рынка. В то же время можно наблюдать зарождение новой тенденции – создание «нишевых» отелей, предлагающих нестандартные услуги, направленные на узкий сегмент потребителей. Во второй главе магистерской диссертации проведён анализ финансово-экономической деятельности и инновационно-технологического развития гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт».

2. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия ООО «Белгородстроймонтаж-Комфорт»

2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия

Объектом данного исследования является ООО «БСМ-Комфорт» (Бизнес-отель «Континенталь»).

Полное фирменное наименование Общество с ограниченной ответственностью «Белгородстроймонтаж-Комфорт».

Сокращённое наименование ООО «БСМ-Комфорт».

Юридический и почтовый адрес Общества: Россия, 308009, г. Белгород, ул. Николая Чумичова, 30.

В апреле 2011 года в соответствии с Гражданским Кодексом РФ и Федеральным законом РФ «Об обществах с ограниченной ответственностью» №14-ФЗ от 08.02.98г. было создано Общество с ограниченной ответственностью «БСМ-Комфорт».

Общество является корпоративным юридическим лицом. Общество в своей деятельности руководствуется законодательством Российской Федерации и Уставом (Приложение 1).

Единственным учредителем Общества является Клет Вадим Михайлович.

Уставной капитал Общества составляет 10000 (десять тысяч) рублей.

Общество является собственником принадлежащего ему имущества и денежных средств и отвечает по своим обязательствам собственным имуществом.

Основной целью ООО «БСМ-Комфорт» является извлечение прибыли.

Общество с ограниченной ответственностью «БСМ-Комфорт» вправе осуществлять любые виды деятельности, не запрещённые законом.

Предметом деятельности Общества являются:

- предоставление услуг гостиницы с различными типами предприятий общественного питания и сервисных услуг организациям, предприятиям и физическим лицам Российской Федерации, стран СНГ и других государств;
- оказание бытовых услуг населению;
- предоставление проживающим в гостинице дополнительных платных и бесплатных услуг бытового назначения;
- оказание услуг связи населению;
- сдача помещений в аренду;
- оказание туристических услуг;
- осуществление торгово-закупочной деятельности;
- деятельность гостиниц без ресторанов;
- деятельность прочих мест для проживания;
- деятельность ресторанов и кафе;
- деятельность баров;
- сдача внаем собственного недвижимого имущества;
- осуществление других видов деятельности, не запрещённых и не противоречащих действующему законодательству Российской Федерации.

ООО «БСМ-Комфорт» - включает в себя:

- 138 номеров различных категорий («Стандарт», «Бизнес», «Люкс», «Президентский»);
- ресторан;
- круглосуточный лобби-бар;
- летняя терраса «Руфтоп»;
- летняя кофейня;
- три конференц-зала (вместимостью от 60 до 200 чел.);
- банкетные залы (вместимостью до 120 чел.);
- комната для переговоров,
- финская сауна;
- турецкий хамам,
- тренажёрный зал;

- автомобильная парковка на 70 мест,
- сувенирная лавка;
- салон красоты;
- гладильная комната;
- химчистка-прачечная «Лаура».

Полный перечень услуг ООО «БСМ-Комфорт» и их описание представлены в приложении 2.

Бизнес-отель «Континенталь» расположен в 3 минутах езды от железнодорожного вокзала и в 10 минутах езды от автовокзала и международного аэропорта Белгорода.

Основные показатели финансовой деятельности гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» представлены в таблице 2.1.. Данные взяты из бухгалтерских балансов за 2015-2017 гг. (Приложение 3).

Таблица 2.1

Динамика основных показателей финансовой деятельности предприятия ООО «БСМ-Комфорт» за 2015-2017 гг.

Показатель	2017 г.	2016 г.	2015 г.	Темп роста, %	
				2016/2015	2017/2016
Выручка от реализации продукции, руб.	86 361 088	72 252 651	48 006 578	150,50	119,53
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг, руб.	54 407 580	47 965 250	31 428 600	152,616	173,12
Валовая прибыль, руб.	31 953 508	24 287 401	16 577 978	146,504	131,564
Чистая прибыль, руб.	23 386 562	17 443 113	11 655 386	149,657	134,073
Прибыль от продаж, руб.	29 233 203	21 788 891	14 569 233	149,554	134,165
Рентабельность продаж, %	0,33	0,36	0,37	91,667	97,297

Из таблицы 2.1 видно, что выручка от реализации продукции в ООО «БСМ-Комфорт» за анализируемый период увеличивается, так в 2015 году

она составляла 48 006 578 руб., а к 2016 году увеличилась на 50,5% и составила 72 252 651 рублей. В 2017 году выручка выросла ещё на 19,53% по сравнению с 2016 годом. Динамичный рост выручки в ООО «БСМ-Комфорт» связан с увеличением загрузки номерного фонда, что говорит об увеличении дохода и устойчивом развитии бизнеса.

Показатель себестоимости проданных товаров, продукции, работ, услуг в анализируемом периоде с 2015 по 2017 гг. вырос, так в 2016 году был равен 47 965 250 рублей, а к 2017 году вырос на 22 978 980 рублей, это обусловлено высоким уровнем расходов на оплату труда и материальных расходов.

Все результаты финансовой деятельности предприятия в значительной степени зависят от обеспеченности имуществом и уровня его использования.

Динамика имущества гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» представлена в таблице 2.2.

Таблица 2.2

Динамика состава имущества предприятия ООО «БСМ-Комфорт»
за 2015-2017 гг.

Показатели	2017 г.	2016 г.	2015 г.	Абсолютное отклонение, (+/-)		Относительное отклонение, %	
				2016/ 2015	2017/ 2016	2016/ 2015	2017/ 2016
Внеоборотные активы, руб.	479935	511284	527909	-16625	-31349	96,851	93,869
Оборотные активы, руб.	30233	41535	52617	-11082	-11302	78,938	72,789
Итого, руб.	510168	552819	580526	-27707	-42651	95,227	92,285

Данные таблицы 2.2 показывают, что за анализируемый период внеоборотные и оборотные активы предприятия ООО «БСМ-Комфорт» снижаются. Так показатель внеоборотных активов в 2016 году составил 511 284, а в 2017 году снизился на 6,1% и составил 479 935. Уменьшение внеоборотных активи-

вов в 2017 г. происходит за счёт снижения основных средств и свидетельствует о снижении затрат на развитие гостиничной инфраструктуры.

В таблице 2.3 представлена динамика долгосрочных и краткосрочных обязательств предприятия ООО «БСМ-Комфорт» за 2015-2017 годы.

Таблица 2.3

Динамика долгосрочных и краткосрочных обязательств
ООО «БСМ-Комфорт» за 2015-2017 гг.

Показатели	2017 г.	2016 г.	2015 г.	Абсолютное отклонение, (+/-)		Относительное отклонение, %	
				2016/ 2015	2017/ 2016	2016/ 2015	2017/ 2016
Долгосрочные обязательства, тыс. руб.	5 400	9500	12550	-3050	-4100	75,69	56,84
Краткосрочные обязательства, руб.	471381	515888	493704	22184	-44507	104,49	91,37

Из таблицы 2.3 видно, что долгосрочные обязательства гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» за анализируемый период с 2015 по 2017 годы сокращаются, что свидетельствуют данные полученные в ходе проведённого анализа. Так в 2015 году в ООО «БСМ-Комфорт» долгосрочные обязательства составляли 12 550 тыс. рублей, но уже к 2016 году этот показатель снизился на 24,3%, а в 2017 году по сравнению с 2016 годом на 43,2%, что на 4 100 тыс. рублей меньше, чем в предыдущем году. Полученные данные по снижению в анализируемом периоде долгосрочных обязательствах свидетельствуют о том, что у предприятия ООО «БСМ-Комфорт» снижается задолженность по кредитам и займам. Также были проанализированы и краткосрочные обязательства, так в 2016 году составляли 515 888 тыс. руб., что на 4,49% больше по сравнению с 2015 годом, а в 2017 году составили 471 381 тыс. рублей, что на 8,7% меньше по сравнению с 2016 годом. Произошло это в основном за счёт увеличения кредиторской задолженности перед поставщиками и подрядчиками. Необходимо также обратить внимание на измене-

ние нераспределённой прибыли (непокрытого убытка) предприятия ООО «БСМ-Комфорт» (таблица 2.4.).

Таблица 2.4

Динамика нераспределённой прибыли (непокрытого убытка)
ООО «БСМ-Комфорт» за 2015-2017 гг.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение, (+/-)		Относительное отклонение, %	
	2017	2016	2015	2016/ 2015	2017/ 2016	2016/ 2015	2017/ 2016
Нераспределенная прибыль, руб.	23387	17431	11655	5776	5956	149,56	134,17

Из таблицы 2.4 можно сделать вывод, что за анализируемый период с 2015 по 2017 гг. наблюдается значительный рост нераспределённой прибыли, так в 2015 году нераспределённая прибыль составляла 11 655 тыс. рублей, а к 2016 году выросла на 5 776 тыс. рублей и в процентном выражении на 49,56%. В 2017 году нераспределённая прибыль выросла на 5 956 тыс. рублей, что на 34,17% больше, чем в предыдущем году. Из полученных данных, можно сделать вывод о том, что в ООО «БСМ-Комфорт» наблюдается увеличение нераспределённой прибыли, что свидетельствует о наличии свободных денежных средств у гостиничного предприятия. Также наличие нераспределённой прибыли увеличивает финансовую устойчивость гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» и свидетельствует о наличии источника для последующего развития.

Рассмотрев основные показатели финансовой деятельности предприятия за 2015-2017 гг., можно сделать вывод, что в течение анализируемого периода времени функционирование на предприятии ООО «БСМ-Комфорт» было стабильным и с уверенным ростом выручки от реализации гостиничных услуг. Так за анализируемый период выручка в 2016 году по сравнению с 2015 годам выросла на 24 246 073 рублей, что на 50,5% выше по сравнению

спредыдущим годом. Выручка в 2017 году по сравнению с 2016 годом выросла на 14 108 437 рублей, что выше на 19,53%. Выручка в денежном выражении в 2017 году выросла по сравнению с 2015 годом на 38 354 510 рублей и в процентном выражении на 79,8%. Рост выручки свидетельствует о том, что на предприятии ООО «БСМ-Комфорт» уверенно увеличивается загрузка номерного фонда и вырос спрос на рынке гостиничных услуг в г. Белгород.

Долгосрочные и краткосрочные обязательства за анализируемый период снижаются, это говорит о том, что заёмные средства ООО «БСМ-Комфорт» постепенно погашаются, что говорит о положительной динамике и стабильном доходе предприятия. Также можно сделать вывод, что чистая прибыль в ООО «БСМ-Комфорт» имеет положительный баланс, что свидетельствует о том, что предприятие может использовать её целью накопления или вкладывать в развитие гостиничного бизнеса.

Существующая в настоящее время структура управления предприятием ООО «БСМ-Комфорт» – это линейная организационная структура, которая характеризуется тем, что во главе каждого структурного подразделения находится руководитель-единоначальник, наделённый всеми полномочиями и осуществляющий единоличное руководство подчинёнными ему работниками и сосредоточивающий в своих руках все функции управления.

Структура управления устроена таким образом, где каждое звено и каждый подчинённый имеют одного руководителя, через которого по одному единовременному каналу проходят все команды управления. В этом случае управленческие звенья несут ответственность за результаты всей деятельности управляемых объектов. Речь идёт о пообъектном выделении руководителей, каждый из которых выполняет все виды работ, разрабатывает и принимает решения, связанные с управлением данным объектом.

На рисунке 2.1 представлена схема линейной структуры управления ООО «БСМ-Комфорт».

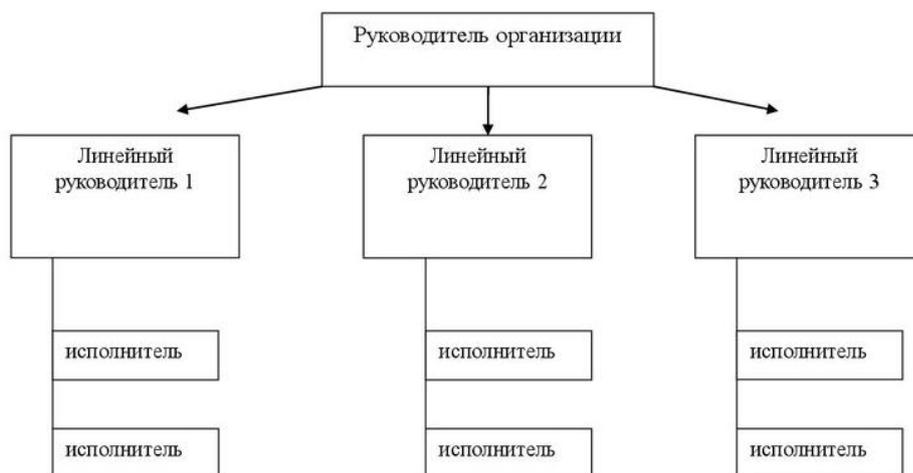


Рис. 2.1. Схема линейной структуры управления ООО «БСМ-Комфорт»

В приложении 4, представлена организационная структура управления ООО «БСМ-Комфорт». К плюсам линейной системы управления в ООО «БСМ-Комфорт» заключаются в том, что:

- простота реализации на практике;
- чёткие и логичные управленческие связи;
- ясное разграничение сфер полномочий и ответственности;
- оперативность и экономичность принятия решений;
- простота контроля выполнения распоряжений;
- быстрота реакции исполнителей на прямые приказы;
- согласованность действий работников;
- персонифицированная (личная) ответственность менеджера за его решения (так как всегда ясно, кто из руководителей отдал конкретное распоряжение).

К минусам линейной системы управления в ООО «БСМ-Комфорт» можно отнести:

- авторитарный стиль управления;
- большое количество управленческих уровней отделяющих рядового работника от высшего звена, что увеличивает срок принятия и воплощения управленческих решений, затрудняет обратную связь с исполнителями;

- сложные, запутанные и разобщённые коммуникации между сотрудниками (горизонтальные связи);
- высокие требования к уровню квалификации менеджеров, но при этом низкий уровень специализации руководителей; большая физическая и моральная нагрузка на руководителя, его информационная перегруженность (обилие рабочих контактов с подчинёнными);
- наличие множества менеджеров верхнего уровня;
- смещения приоритета с решения стратегических (глобальных) проблем к работе над оперативными (локальными, текущими) задачами;
- жёсткость структуры: недостаточная гибкость и низкая приспособляемость к постоянно и непредсказуемо меняющейся внешней среде.

В таблице 2.5. представлен анализ загрузки номерного фонда и доход в ООО «БСМ-Комфорт» за 2016-2018 годы.

Таблица 2.5

Анализ загрузки номерного фонда в ООО «БСМ-Комфорт»
за 2016-2018 годы

По месяцам	2016 г.		2017 г.		2018 г.	
	Загрузка НФ, %	Доход, руб.	Загрузка НФ, %	Доход, руб.	Загрузка НФ, %	Доход, руб.
январь	22,6	3087783,2	46,5	5148082	55,75	6732329,0
февраль	33,11	3887824,2	56,85	6675062,4	57,86	6619433,2
март	42,16	5747909,2	58,12	7243909,2	50,43	6851028,1
апрель	52,31	6592103,0	55,61	7096853,3	57,78	7207075,6
май	42,69	5532343,7	53,37	6040441,3	48,9	6813430,0
июнь	54,83	7234931,3	51,95	6960027,3	56,05	7494206,7
июль	49,17	6632123,7	56,47	7425819,9	47,885	6819309,5
август	42,15	5812276,6	57,12	7494266,4	57,2	8596937,7
сентябрь	54,84	7470121,7	58,98	8058447,1	53,12	6990400,1
октябрь	49,32	6770267,9	64,48	8763670,6	56,78	8709422,6
ноябрь	54,27	7095463,0	57,5	7806606,5	58,55	8866409,2
декабрь	49,34	6389503,1	48,36	7647901,8	49,84	7646953,4
итого		72252651		86361088		89346935
среднее	45,56	6021054,2	53,10	7196757,3	54,17	7445577,9

В таблице 2.5 представлен ежемесячный анализ дохода гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт», а также ежемесячная загрузканомерного фонда, ежемесячный доход и средний доход и загрузка за 12 месяцев работы ООО«БСМ-Комфорт». Из таблицы видно, что за анализируемый период с 2016 по 2018 гг. доход предприятия увеличивается и соответственно увеличивается загрузка номерного фонда, что говорит о рентабельности бизнеса.

В таблице 2.6 представлен прогноз загрузки номерного фонда и доход ООО «БСМ-Комфорт» на 2019 год.

Таблица 2.6

Прогноз загрузки номерного фонда ООО«БСМ-Комфорт»на 2019 год

По месяцам	Загрузка номерного фонда, %	Доход, руб.
январь	47	6930718,70
февраль	48	7078180,80
март	54	7962953,40
апрель	53	7815491,30
май	48	7078180,80
июнь	55	8110415,50
июль	52	7668029,20
август	60	8847726,00
сентябрь	55	8110415,50
октябрь	61	8995188,10
ноябрь	61	8995188,10
декабрь	54	7962953,40
Итого	54	95555440,80

По прогнозным оценкам на период 2019 года планируемый доход ООО «БСМ-Комфорт» составит порядка 95 555 440,80 рублей, что по сравнению с предыдущим, 2018 г.,составит порядка 6 208 505,4 рублей роста. Из чего в прогнозируемом периоде планируемая загрузка номерного фонда составит 54%.

Таким образом, из проведённого исследования раздела 2.1 можно сделать вывод, что выручка от реализации продукции в ООО «БСМ-Комфорт»

за анализируемый период с 2015 по 2017 гг. увеличивается, соответственно увеличивается и загрузка номерного фонда, что говорит о рентабельности бизнеса. Также была исследована структура управления предприятием ООО «БСМ-Комфорт» и выявлены плюсы и минусы линейной структуры управления. В разделе 2.2 второй главы проведён анализ экономической деятельности гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт».

2.2. Анализ экономической деятельности предприятия

Финансовое положение предприятия ООО «БСМ-Комфорт» характеризуется размещением и использованием средств (активов) и источниками их формирования - собственного капитала и обязательств. Эти сведения представлены в форме № 1 «Бухгалтерский баланс» за 2015-2017 гг. (см. Приложение 3).

В разделе 2.2 будет проведён анализ экономической деятельности гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт».

В процессе анализа основных показателей финансовой деятельности гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» была проанализирована динамика активов организации и рассчитаны коэффициенты финансовой устойчивости, ликвидности, рентабельности и деловой активности предприятия.

В первую очередь изучим динамику активов гостиничного предприятия, изменение в их составе и структуре и дадим им оценку.

В ходе горизонтального анализа определим абсолютные и относительные изменения величин различных статей баланса за 2015-2017 годы. Для этого проведём горизонтальный анализ активов и пассивов гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» за 2015-2017 гг. (Приложение 5).

По итогам горизонтального анализа баланса, можно сделать вывод, что стоимость внеоборотных активов гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» за анализируемый период с 2015 по 2017 гг. снижались. В 2016 го-

ду внеоборотные активы гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» снизились по сравнению с 2015 годом на 16625 тыс. руб., что на 3,2% меньше по сравнению предыдущим годом. В 2017 году внеоборотные активы предприятия снизились по сравнению с 2016 годом в размере 31 349 тыс. руб. или на 6,1%.

Уменьшение стоимости внеоборотных активов связано со снижением в активах ООО «БСМ-Комфорт» таких статей, как «Основные средства» и «Прочие внеоборотные активы». Основные средства за 2015 год составили 419 251 тыс. рублей, а к 2016 году этот показатель составил 407 834 тыс. руб., что на 2,7% меньше по сравнению с предыдущим годом. В 2017 году основные средства предприятия ООО «БСМ-Комфорт» снизились по сравнению с 2016 годом в размере 21 314 тыс. руб. или на 5,3%.

В статье «Прочие внеоборотные активы» за анализируемый период с 2015 по 2017 годы, также наблюдается снижение. Прочие внеоборотные активы ООО «БСМ-Комфорт» за 2016 год составили 103 450 тыс. руб., что меньше по сравнению с 2015 годом на 5208 тыс. рублей или на 4,8%. В 2017 году этот показатель снизился ещё на 9,7%, что на 10 035 тыс. руб. меньше по сравнению с предыдущим годом.

Изменение сумм по данным статьям произошло как за счёт снижения тенденции приобретения в анализируемом периоде дополнительного оборудования, транспортных средств, инструмента, производственного и хозяйственного инвентаря, автоматизации системы гостиничного учёта, так как при строительстве отеля были учтены все особенности технологического оснащения комплекса и его автоматизация.

Уменьшение вложений во внеоборотные активы за анализируемый период свидетельствует об отсутствии инвестиционной направленности вложений предприятия, ориентируемых на модернизацию производства, внедрение новых технологий.

Оборотные активы гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» имели тенденцию снижения, так в 2016 году уменьшились в размере 11 082

тыс. руб., что на 27,2% меньше по сравнению с 2015 годом. Полученные результаты свидетельствуют о сокращении запасов гостиничного предприятия. В 2017 году запасы предприятия снизились в размере 9 201 тыс. руб. или на 25,7% по сравнению с 2016 годом. В первую очередь, это связано с основной деятельностью предприятия – оказание гостиничных услуг.

Денежные средства гостиничного предприятия в период с 2015 по 2017 гг., имели тенденцию, как сокращения, так и увеличения. Так, например в 2015 году они составили 1586 тыс. руб. и по сравнению с 2016 годом увеличились на 750 тыс. руб., а уже в 2017 году происходит уменьшение в размере 488 тыс. руб., что на 21% меньше по сравнению с 2016 годом. Это связано с увеличением денежных платежей поставщикам за сырье, материалы, работы, услуги и ростом заработных плат сотрудников ООО «БСМ-Комфорт». По анализу актива бухгалтерского баланса гостиничного предприятия видно, что за анализируемый период происходит снижение внеоборотных и оборотных активов.

Далее проанализируем пассив гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» и рассмотрим динамику основных статей. Из полученных данных можно сделать вывод, что за анализируемый период капитал и резервы предприятия имели тенденцию увеличения, так в 2016 году увеличились на 5 776 тыс. руб., что на 26,67% больше по сравнению с 2015 годом. В 2017 году капитал и резервы предприятия по сравнению с 2016 годом выросли на 5956 тыс. руб. или на 21,71%. Можно сделать вывод, что капитал и резервы предприятия увеличились за счёт нераспределённой прибыли, которая за анализируемый период показала рост, так например в 2015 году она составляла 11655 тыс. руб., в 2016 году составила 17431 тыс. руб., а в 2017 году увеличились ещё на 34,17% по сравнению с предыдущим годом и составила 23387 тыс. руб.. Уставной капитал гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» не изменялся и за анализируемый период сумма составила 10 тыс. рублей. Долгосрочные обязательства гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» за весь период с 2015 по 2017 гг. снижались, так в 2015 году

этот показатель составил 12550 тыс.руб., а к 2017 году снизился на 7 150 тыс. руб. и составили 5400 тыс. рублей. Заёмные средства гостиничного предприятия в 2017 году снизились в 2 раза по сравнению с 2015 годом.

Для более объективной оценки результатов работы ООО«БСМ-Комфорт» проведём вертикальный анализ баланса (Приложение 6). Результаты вертикального анализ позволяют увидеть удельный вес каждой статьи в общем итоге, определить структуру средств и их источников, а так же произошедшие изменения. По итогам вертикального анализа бухгалтерского баланса ООО«БСМ-Комфорт», можно сделать вывод, что внеоборотные активы гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» в 2017 году выросли по сравнению с 2016 годом на 1,7% и составили 94,04%.

Удельный вес запасов снизился в анализируемом периоде на 45,5%, это явление вызвало уменьшение доли оборотных активов, в связи с этим произошло уменьшение денежных средств и денежных эквивалентов. Значимую долю в активе баланса гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» занимают внеоборотные активы. В ходе вертикального анализа бухгалтерского баланса была рассмотрена структура конечных данных в виде относительных величин, где статьи отчётности приводятся в процентах к его итогу.

В структуре пассива бухгалтерского баланса предприятия ООО «БСМ-Комфорт» основную долю занимают краткосрочные обязательства: в 2015 году - 93,521%, в 2016 году - 93,320%, в 2017 году - 92,397%. Затем не менее значимую долю занимают капитал и резервы: в 2015 году – 6,544%, в 2016 году – 1,4555%, в 2017 году – 2,208%. Не малую роль в структуре пассива бухгалтерского баланса занимают долгосрочные обязательства.

Краткосрочные обязательства в 2017 году снизились по сравнению с 2016 годом на 1%. В частности, произошло это в связи с уменьшением кредитов и займов на 38,5%. Кредиторская задолженность в 2017 году сократилась на 4,28% по сравнению с 2016 годом. Кредиторская задолженность снизилась за счёт уменьшения задолженности перед поставщиками и подрядчиками, задолженности по налогам и сборам. Капитал и резервы гостиничного

предприятия ООО «БСМ-Комфорт» в 2017 году по сравнению с 2016 годом увеличились на 93,5%.

В целом необходимо сказать, что исходя из основной деятельности фирмы, структура бухгалтерского баланса удовлетворительна, т.е. присутствуют основные средства, незначительная доля запасов, невысокий уровень дебиторской и кредиторской задолженности, но самое главное – это то, что у гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» есть неплохой объем собственного имущества и денежных средств. Они помогают в осуществлении деятельности фирмы и поддержании устойчивого финансового состояния.

Отчёт о финансовых результатах (форма №2) относится к числу основных форм бухгалтерской отчётности коммерческих организаций. Он даёт представление о финансовых результатах хозяйственной деятельности организации за отчётный период. Годовой отчёт о прибылях и убытках обобщает информацию о финансовых результатах отчётности года и входит в состав годовой отчётности; отчёт, формируемый нарастающим итогом за каждый месяц (квартал), входит в состав промежуточной отчётности [47].

Отчёт о прибылях и убытках, как и бухгалтерский баланс, составляется на основе двух основополагающих принципов - метода начисления и допущения непрерывности деятельности организации. Значение отчёта о прибылях и убытках определяется ролью прибыли, как показателя оценки эффективности хозяйственной деятельности коммерческой организации и источника финансирования расширенного воспроизводства [14].

На формирование прибыли оказывают воздействие производственные и финансовые факторы, а также содержание учётной политики в области ведения бухгалтерского учёта и налогообложения. Показатели финансовых результатов хозяйственной деятельности организации отражают компетентность руководства и качества управленческих решений. Поэтому отчёт о прибылях и убытках в современной аналитической практике рассматривается как источник информации об уровне экономической эффективности хозяйственной деятельности организации, используется для выявления и анализа

тенденций формирования показателей финансовых результатов и оценки управленческих решений за отчётный период [24].

Эти сведения представлены в форме № 2 «Отчёт о финансовых результатах» за 2015-2017 гг. (Приложение 7).

В таблице 2.7 представлен горизонтальный анализ деятельности гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» на основе отчёта о финансовых результатах.

Таблица 2.7

Горизонтальный анализ финансовых результатов гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» за 2015-2017 гг.

Наименование показателей	2017 г.	2016 г.	2015 г.	Абсолютное отклонение		Относительное отклонение, %	
				16/15	17/16	16/15	17/16
Выручка	86361088	72252651	48006578	24246073	14108437	150,51	119,53
Себестоимость продаж	54407580	47965250	31428600	16536650	6442330	152,62	113,43
Валовая прибыль	31953508	24287401	16577978	7709423	7666107	146,50	131,56
Управленческие расходы	2720305	2498510	2008745	489765	221795	124,38	108,88
Прибыль от продаж	29233203	21788891	14569233	7219658	7444312	149,55	134,17
Доходы от участия в других организациях	-	-	-	-	-	-	-
Проценты к получению	-	-	-	-	-	-	-
Процент к уплате	-	-	-	-	-	-	-
Прочие доходы	-	-	-	-	-	-	-
Прочие расходы	-	-	-	-	-	-	-
Прибыль от налогообложения	29233203	21788891	14569233	7219658	7444312	149,55	134,17
Текущий налог на прибыль	5846641	4357778	2913847	1443931	1488863	149,55	134,17
Прочее	-	-	-	-	-	-	-
Чистая прибыль	23386562	17431113	11655386	5775727	5955449	149,55	134,17

По итогам горизонтального анализа прибылей и убытков гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» приведённых в таблице 2.7., можно

сделать следующие выводы. Выручка гостиничного предприятия в 2015 году составила 48 006578 руб., что на 50,51% больше по сравнению с 2016 годом, так как размер выручки в 2016 году составил 72 252651 тыс. руб. К 2017 году выручка выросла на 19,53% по сравнению с 2016 годом и в денежном выражении на 14 108 437 рублей. Выручка имеет ключевое значение для деятельности любого предприятия, а её рост в анализируемом периоде с 2015 по 2017 гг. говорит о том, что предложенная стратегия развития и качество оказания гостиничных услуг в отеле идёт на высоком уровне, что позволяет занимать лидирующую позицию на рынке гостиничного бизнеса г. Белгорода. Также, если обратить внимание на план по загрузке номерного фонда и предполагаемый доход на 2019 год, можно сделать вывод, что в ООО «БСМ-Комфорт» необходимо сохранить действующий курс развития, а также обратить внимание на технологическое развитие предприятия.

Показатель себестоимости проданных товаров, продукции, работ, услуг в анализируемом периоде с 2015 по 2017 гг. вырос, так в 2016 году был равен 47 965 250 рублей, а к 2017 году вырос на 22 978 980 рублей, то обусловлено высоким уровнем расходов на оплату труда и материальных затрат.

Валовая прибыль гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» за анализируемый период с 2015 по 2017 гг. растёт, так в 2015 году этот показатель составил 16 577 978 рублей, а к 2016 году увеличился на 46,5% и составил 24 287401 рублей. Валовая прибыль в 2017 году по сравнению с предыдущим годом увеличилась на 7 666 107 рублей или на 31,56% и составила 31 953 508 рублей. Полученные данные свидетельствуют о том, что валовая прибыль выросла за счёт снижения себестоимости услуг и повышения цен на гостиничные услуги. Можно сделать вывод, что в ООО «БСМ-Комфорт» рост валовой прибыли за счёт эффективности построенных хозяйственных процессов в целом и за счёт правильно организованной производственной деятельности.

Показатель прибыли от продаж в анализируемом периоде с 2015 по 2017 гг. увеличился, так в 2016 году этот показатель составил

21 788 891рублей, что меньше на 34,17 % по сравнению с 2017 годом. Прибыль от продаж в 2017 году по сравнению с 2016 годом увеличилась на 7 666 107 рублей. Чистая прибыль предприятия за анализируемый период увеличивается, что говорит о прибыльности ООО«БСМ-Комфорт».

В таблице 2.8 представим результаты вертикального анализа на основании отчёта о прибылях и убытках гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» за 2015-2017 гг.

Таблица 2.8

Вертикальный анализ отчёта о прибылях и убытках гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» за 2015-2017 гг.

Наименование показателей	2017 г.	2016 г.	2015 г.	Абсолютное отклонение		Относительное отклонение, %	
				16/15	17/16	16/15	17/16
1	2	3	4	5	6	7	8
Выручка	100%	100%	100%				
Себестоимость продаж	63,00	66,39	65,47	0,92	-3,39	101,40	94,90
Валовая прибыль	37,00	33,61	34,53	-0,92	3,39	97,34	110,07
Управленческие расходы	3,15	3,46	4,18	-0,73	-0,31	82,64	91,09
Прибыль от продаж	33,85	30,16	30,35	-0,19	3,69	99,37	112,25
Доходы от участия в других организациях	-	-	-	-	-	-	-
Проценты к получению	-	-	-	-	-	-	-
Процент к уплате	-	-	-	-	-	-	-
Прочие доходы	-	-	-	-	-	-	-
Прочие расходы	-	-	-	-	-	-	-
Прибыль от налогообложения	33,85	30,16	30,35	-0,19	3,69	99,37	112,25
Текущий налог на прибыль	6,77	6,03	6,07	-0,04	0,74	99,37	112,25
Прочее	-	-	-	-	-	-	-
Чистая прибыль	27,08	24,13	24,28	-0,15	2,95	99,37	112,25

В результате проведённого вертикального отчёта (см. таблицу 2.8) о финансовых результатах видно, что наибольший удельный вес в выручке предприятия ООО «БСМ-Комфорт» занимает себестоимость и её доля в 2015

году составила 65,47%, к 2016 году - 66,39%, а к 2017 году - 63%. Также большой удельный вес занимает и валовая прибыль гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт». Полученные данные свидетельствуют о том, что за анализируемый период наблюдается рост этих показателей. В 2015 году валовая прибыль в гостиничном комплексе составляла 34,53% от выручки, в 2016 году - 33,61%, а к 2017 году этот показатель вырос на 10,07% и составил 37%.

Далее был проанализирован показатель прибыли от продаж и прибыли до налогообложения, который также занимает весомый вес в выручке предприятия. Прибыль от продаж в 2016 году составила 30,16%, а к 2017 году этот показатель вырос на 12,25% и удельный вес от выручки составил 33,85%.

Проанализировав вертикальный отчёт о прибылях и убытках предприятия ООО «БСМ-Комфорт», можно сделать вывод, что предприятие на данный момент работает стабильно, наблюдается рост чистой прибыли. Это говорит о том, что на предприятие увеличивает загрузка номерного фонда, а следовательно и увеличивается спрос на гостиничные услуги ООО «БСМ-Комфорт».

К числу важнейших показателей относятся платёжеспособность и финансовая устойчивость предприятия, которые отражают его способность отвечать по своим долгам и обязательствам, а также наращивать свой экономический потенциал [42]. Ликвидность платёжеспособности предприятия определяется наличием у него ликвидных средств, к которым относятся наличные деньги, денежные средства на счетах в банках и легко реализуемые элементы оборотных ресурсов [21].

Для оценки платёжеспособности и ликвидности могут быть использованы следующие основные приёмы (Рисунок 2.2).



Рис. 2.2. Приёмы проведения оценки платёжеспособности и ликвидности

Анализ ликвидности баланса заключается в сравнении активов, сгруппированных по степени их ликвидности, с обязательствами по пассиву, сгруппированными по срокам их погашения. Расчёт и анализ коэффициентов ликвидности позволяет выявить степень обеспеченности текущих обязательств ликвидными средствами [17].

Для проведения анализа актив и пассив баланса группируется по следующим признакам (рисунок 2.3):

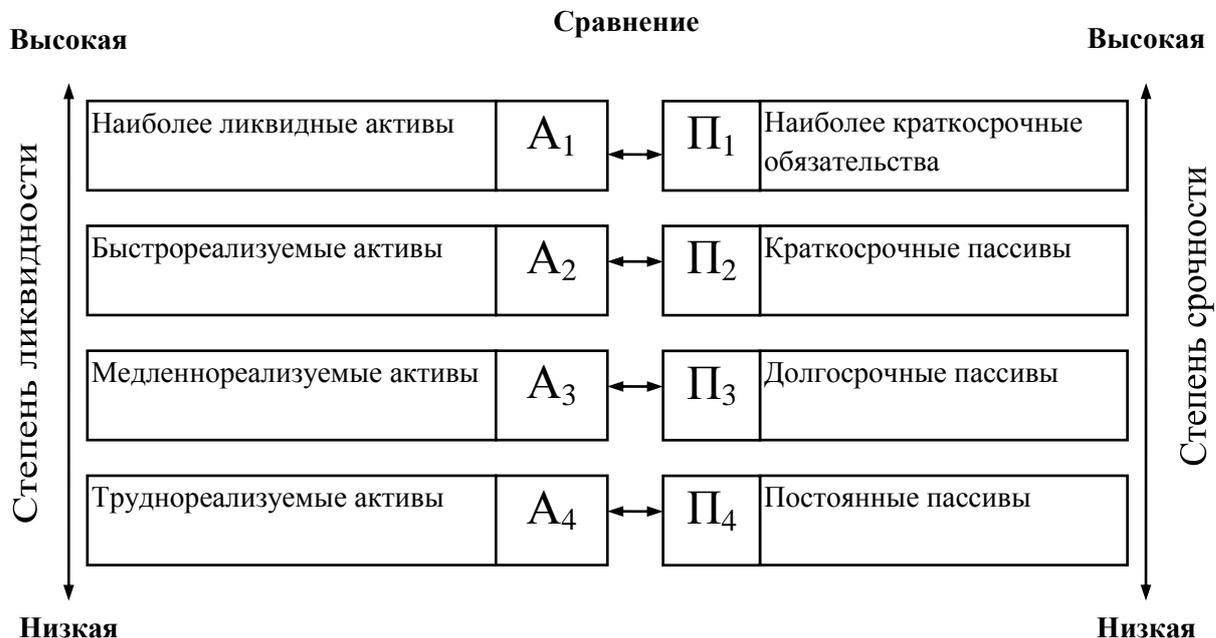


Рис. 2.3. Группировка статей актива и пассива для анализа ликвидности баланса предприятия ООО «БСМ-Комфорт»

Для качественной оценки платёжеспособности гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт», кроме анализа ликвидности баланса необходим и расчёт коэффициентов ликвидности. В приложении 8 представлен алгоритм расчёта ликвидности баланса.

Цель расчёта - оценить соотношение имеющихся активов, как предназначенных для непосредственной реализации, так и задействованных в технологическом процессе, с целью их последующей реализации и возмещения вложенных средств и существующих обязательств, которые должны быть погашены предприятием в предстоящем периоде.

В таблице 2.9 проведём анализ показателей активов и пассивов ликвидности гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт».

Таблица 2.9

Группировка активов и пассивов анализа ликвидности баланса предприятия ООО «БСМ-Комфорт» за 2015-2017 гг.

Группа	2017 г.	2016 г.	2015 г.	Группа	2017 г.	2016 г.	2015 г.
А1 Наиболее ликвидные активы	1848	2336	1586	П1 Наиболее срочные обязательства	424870	447468	409744
А2 Быстро реализованные активы	1845	3458	2386	П2 Краткосрочные пассивы	46511	68420	83960
А3 Медленно реализованные активы	28385	39199	51031	П3 Долгосрочные пассивы	5400	9500	12550
А4 Трудно реализованные активы	479935	511284	527909	П4 Постоянные пассивы	33387	67431	21655
БАЛАНС	510168	552819	527909	БАЛАНС	510168	552819	527909

По итогу полученных данных из таблицы 2.9 проведём сравнительный анализ группировки активов и пассивов ликвидности баланса гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» за 2015-2017 годы. Сравним, выполнялось ли обязательное оптимальное условие, при котором: $A1 \geq P1$, $A2 \geq P2$, $A3 \geq P3$, $A4 \leq P4$ (Таблица 2.10).

Сравнительный анализ группировки активов и пассивов ликвидности баланса гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» за 2015-2017 гг.

Группа	2017 год	Группа	Группа	2016 год	Группа	Группа	2015 год	Группа
A1 1848	<	П1 424870	A1 2336	<	П1 447468	A1 1586	<	П1 409744
A2 1845	<	П2 46511	A2 3458	<	П2 68420	A2 2386	>	П2 83960
A3 28385	>	П3 5400	A3 39199	>	П3 9500	A3 51031	>	П3 21655
A4 479935	>	П4 33387	A4 51128	<	П4 67431	A4 527909	=	П4 527909

По итогам проведённого сравнительного анализа группировки активов и пассивов ликвидности баланса гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» можно сделать вывод, что в 2015 году показатель состояния ликвидности имело оптимальное условие - «Нормальная ликвидность», о чем говорят полученные данные, а именно: $A2 \geq П2$, $A3 \geq П3$, $A4 \leq П4$, но за исключением сравнения показателей A1 (наиболее ликвидные активы) и П1 (наиболее срочные обязательства), так как не выполнялось оптимально условие $A1 \geq П1$.

В 2016 году ликвидности, также имело оптимальное условие, и, следовательно, можно дать оценку деятельности предприятия, что предприятие ликвидное и состояние характеризуется, как «Нормальная ликвидность».

По данным, которые были получены за 2017 год, можно сделать вывод, что показатели этого года хуже, чем в 2016 году, так как оценка ликвидности имеет состояние, которое характеризуется, как «Нарушенная ликвидность». Эти данные свидетельствуют о том, что на предприятие ООО «БСМ-Комфорт» существуют некоторые трудности и имеются ограниченные возможности оплаты обязательств в интервале до 6 месяцев, как правило, риск неплатёжеспособности дополняется кредитным риском и риском неустойчивости.

Медленно реализованные активы и долгосрочные пассивы гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт», за анализируемый период с 2016 по 2015 годы были ликвидными, т.е. выполнили обязательное условие, в 2017 году были некоторые трудности и соответственно этот показатель были ниже предыдущих годов.

Проведём расчёт и дадим оценку платёжеспособности ООО «БСМ-Комфорт» при помощи финансовых коэффициентов. Анализ коэффициентов ликвидности предприятия ООО «БСМ-Комфорт» за 2015-2017 гг. представлен в таблице 2.11.

Таблица 2.11

Анализ коэффициентов ликвидности предприятия
ООО «БСМ-Комфорт» за 2015-2017 гг.

Наименование показателей	2017 г.	2016 г.	2015 г.	Абсолютное отклонение		Относительное отклонение, %	
				16/15	17/16	16/15	17/16
Общий показатель ликвидности (>1)	0,027	2,02	0,045	1,98	-1,99	4488,89	1,34
Коэффициент абсолютной ликвидности (>0,2)	0,0039	1,004	0,0033	1,00	-1,00	30424,24	0,39
Коэффициент критической ликвидности (промежуточного покрытия) (>0,8)	0,008	0,02	0,009	0,01	-0,01	222,22	40,0
Коэффициент текущей ликвидности (>2)	0,07	0,09	0,2	-0,11	-0,02	45,00	77,78
Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами (>0,1)	13,92	0,3	0,1	0,20	13,62	300,00	4640,0

Из таблицы 2.11 можно сделать вывод, что на предприятии ООО «БСМ-Комфорт» существуют трудности, чтобы платить по своим обязательствам и вести в полном объёме свою хозяйственную деятельность. Это связано с окупаемостью комплекса и выплатам по кредитам и займам.

Одной из основных задач анализа финансово-экономического состояния является исследование показателей, характеризующих финансовую устойчивость предприятия. Финансовая устойчивость предприятия определяется степенью обеспечения запасов и затрат собственными и заёмными источниками их формирования, соотношением объёмов собственных и заёмных средств и характеризуется системой абсолютных и относительных показателей. В приложении 9, представлены данные для расчёта финансовой устойчивости предприятия.

В таблице 2.12 представим анализ коэффициентов финансовой устойчивости деятельности гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт».

Таблица 2.12

Анализ коэффициентов финансовой устойчивости
гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» за 2015-2017 гг.

Наименование показателей	2017 год	2016 год	2015 год	Абсолютное отклонение		Относительное отклонение, %	
				16/15	17/16	16/15	17/16
Коэффициент финансирования	0,39	0,29	0,31	-0,02	0,08	93,55	125,81
Коэффициент автономии (финансовой не зависимости)	0,28	0,23	0,24	-0,01	0,04	95,84	116,67
Коэффициент финансовой зависимости	0,72	0,78	0,77	0,01	-0,06	101,3	93,51
Коэффициент финансовой устойчивости	0,39	0,35	0,32	0,03	0,07	109,38	121,88
Коэффициент финансового рычага	2,58	3,46	3,21	0,25	-0,63	107,79	80,38
Коэффициент маневренности собственного капитала	0,26	-0,25	0,09	-0,34	0,17	-277,8	288,9
Коэффициент постоянного актива	0,75	1,25	0,92	0,33	-0,17	135,87	81,53
Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами	0,11	-0,09	0,03	-0,12	0,08	-300	366,67
Коэффициент обеспеченности пассивов собственными оборотными средствами	0,29	-0,33	0,07	-0,4	0,22	-471,5	414,29
Коэффициент собственных оборотных средств в совокупных активах	0,07	-0,06	0,03	-0,09	0,04	-200	233,34
Коэффициент инвестирования	0,89	0,57	0,81	-0,24	0,08	70,38	109,88

Проанализировав показатели финансовой устойчивости гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт», из таблицы 2.12 видно, что за анализируемый период коэффициент финансирования в 2016 году снизился на 6,5 % по сравнению с 2015 годом и составил 0,29. В 2017 году коэффициент увеличился на 25,8% по сравнению с 2015 годом и составил 0,39. За анализируемый период времени наблюдается тенденция к увеличению.

Увеличение коэффициента финансирования в 2017 году связано, прежде всего, с уменьшением размера заёмного капитала. Это, в свою очередь связано с увеличением размера нераспределённой прибыли в гостиничном предприятии ООО «БСМ-Комфорт».

Высокий уровень собственного капитала отражает высокое качество финансовой структуры капитала, а также свидетельствует о финансовой независимости и отсутствие значительных финансовых рисков на предприятии ООО «БСМ-Комфорт».

Коэффициент инвестирования в 2016 году уменьшился на 29,6% по сравнению с 2015 годом и отклонение составило (-0,24). В 2017 году коэффициент вырос до 0,89 по отношению к 2015 году, рост составил на 9,88%. Рост коэффициента инвестирования, говорит нам об увеличении размера собственного капитала, формирующего внеоборотные активы предприятия.

Таким образом, можно сделать вывод, что деятельность гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» является финансово устойчивой и экономически эффективной, о чем подтверждают полученные данные в ходе данного исследования. В разделе 2.3 проведён анализ инновационно-технологического развития гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт».

2.3. Анализ инновационно-технологического развития предприятия

Инновационные технологии в гостиничном бизнесе необходимы для увеличения прибыли, получаемой собственником. Такие решения позволяют

привлечь в отель большее количество отдыхающих и удержать уже посетивших ранее отель клиентов.

В этой главе будет проведён анализ инновационного развития гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт».

Руководство ООО «БСМ-Комфорт» постоянно следит за новинками, появившимся на рынке, и планомерно внедряет новые продукты в работу гостиничного комплекса. Вводятся в использование современные технические устройства и новые услуги, а также регулярно проводятся реинновационные мероприятия с применением новых современных технологий и материалов.

Гостиничный комплекс «Континенталь» включает в себя три обособленных подразделения (рисунок 2.4).



Рис. 2.4. Структура ГК «Континеталь»

В 2014 году при открытии гостиничного комплекса «Континенталь» были учтены все необходимые стандарты, требования и рекомендации по оснащению и предоставляемым услугам.

Внедрены в работу современные инженерно-технические коммуникации:

- собственная автономная газовая котельная;
- приточно-вытяжная вентиляция (погодозависимая, автоматическая система с диспетчеризацией);

- система центрального кондиционирования;
- комплекс охранно-пожарной сигнализации (одни из первых в городе установили систему пожаротушения с использованием огнестойких полипропиленовых труб);
- система ХВО;
- система видеонаблюдения;
- технология доступа в интернет и телевиденье по оптоволоконному кабелю;
- реализована сеть WI-FI с полным покрытием;
- полная телефонизация номерного фонда;
- система автоматического ввода резерва (АВР), которая соответствует второй категории надёжности электроснабжения.

При отделке гостиничного комплекса «Континенталь» были использованы современные и натуральные материалы. Во всех номерах выполнена качественная отделка, с использованием импортных, экологически чистых материалов повышенной износостойкости:

- натуральный мрамор и гранит;
- современное настенное покрытие из стеклохолста;
- установлены противопожарные звукоизоляционные двери (с шумоизоляционной шторкой 35дб);
- шумоизоляционные окна с показателями звукоизоляции более 50 ДБ.

ООО «БСМ-Комфорт» предлагает своим гостям 138 номеров различных категорий («Стандарт», «Бизнес», «Люкс», «Президентский»), в том числе предназначенных для размещения людей с ограниченными возможностями, а также номера типа «Коннект».

Весь номерной фонд отеля оснащён современным оборудованием и материалами:

- электронными замками TESA - качество продукции, подтверждено международными сертификатами качества. Замки TESA имеют сертификат

LICOF на 60-минутную устойчивость к огню (RF 60) и российский сертификат ГОСТ-Р;

- энергосберегающими устройствами - это устройство представляет из себя «кармашек», в который гость при входе в номер должен поместить свою ключ-карту - тогда замыкается электрическая цепь, и на все устройства в номере подаётся электроэнергия. В остальное время, когда гостя нет в номере, электричество на некоторые приборы не подаётся вообще (например, на телевизор). Устройство имеет задержку времени 15 секунд, т.е. после того как из «кармашка» вынута карта, свет в номере продолжает гореть ещё 15 секунд. Устройство имеет светодиод, чтобы его легко можно было найти в темноте;

- устройством Teleadapt (Mediahub) - эта панель позволят гостям подключить свои устройства, такие как ноутбук, MP3-плеер, iPod®, iPhone®, iPad®, а также игровые приставки, к имеющемуся в номере телевизору и смотреть любимые фильмы, слушать любимую музыку или играть в игры на большом экране;

- гостиничным ТВ «LG»;
- гостиничными сейфами;
- абсорбционными минибарами (бесшумные, высоко экономичное потребление энергии);
- негорючим интерьерным текстилем;
- натуральным и гипоаллергенным постельным бельём;
- ортопедическими матрасами;
- гостиничными телефонами в комнатах и санузлах;
- гигиеническим душем;
- феном;
- электрочайником.

Отделка холлов и общих помещений.

Отделка коридоров и зоны ресепшен, выполнена из импортных материалов самой высокой износостойкости, используемых при отделке в четырёх и пяти - звёздочных отелях. В отделке используется натуральный мрамор,

гранит, натуральные ковровые покрытия, современные долговечные настенные покрытия «Линкруста», которые сделаны из экологически чистых материалов.

Ресторан «Континенталь» включает себя помещения кухни (холодный и горячий цеха), которые оборудованы современным кухонным оборудованием:

- термостатомсу вид (Sous Vide), который представляет собой новую уникальную технологию приготовления пищи при низком температурном режиме;

- печь «Хоспер» для приготовления блюд на гриле;

- пароконвектомат - профессиональное кухонное тепловое оборудование, с различными режимами сочетания пара и принудительной конвекции для приготовления пищи.

- оборудование «шоковая заморозка» - замораживание продуктов питания в температурном диапазоне +90/-18 не более чем за 240 минут.

Собственная химчистка-прачечная «Лаура» оснащена современным и надёжным оборудованием для стирки, химчистки и крашения одежды от компании «Electrolux».

За годы работы в ГК «Континенталь» были внедрены следующие технологические и продуктовые инновации:

1. Hoteza TV - интерактивная гостиничная система IPTV, уникальный сервис, позволяющий быстро и всесторонне познакомить гостя с различными сервисами гостиницы: ресторанами, барами, услугами SPA, бизнес-центром, конференц-залами. Эта современная система гостиничного телевидения, которая обладает большими возможностями: средство развлечения и информирования гостей, эффективный рекламный носитель, инструмент управления номерным фондом и персоналом отеля. Главным преимуществом Hoteza TV является простая и интуитивная система управления (CMS), которая позволяет вносить изменения и публиковать обновлённый контент в любое время. HotezaTV позволяет наладить диалог с гостями на совершенно новом уровне,

так как построено на принципах персонализации, свободы выбора и легкости управления.

2. Программное решение (гостиничная программа) Hospitality Suite8 HRS Suite8 PMS. Suite8 PMS - является комплексным функциональным решением для управления отелем. Гостиничная программа «Suite8» - контролирует, анализирует и управляет такими службами как:

- продажи;
- бронирование;
- размещение гостей;
- организация конференций и банкетов;
- финансовый контроль;
- управленческий учёт деятельности предприятия.

HRS – Hospitality&RetailSystems – международная компания, занимающая лидирующие позиции в сфере IT решений для индустрии гостеприимства и HoReCa.

Suite8 – является лидирующим программным решением по управлению операционной деятельностью отеля благодаря таким функциям как:

- единая интегрированная база данных для всех модулей;
- полный охват всех рабочих подразделений гостиницы;
- встроенный модуль управления отношениями с клиентами;
- встроенный механизм управления тарифами с широчайшим функционалом;
- модуль бронирования ресурсов: ресторан, СПА, фитнес, прокат и др.;
- мощнейший модуль отчётности и бизнес-аналитики.

3. Система контроля доступа лифтов - позволяет лишить посторонних лиц доступа в номерной фонд отеля.

4. Биометрический контроль сотрудников - позволяет учитывать отработанное время с помощью отпечатка пальца. Система фиксирует опоздания и ранние уходы с работы.

5. R-keeperMobileWaiter – это приложение для официантов, современная замена бумажным блокнотам официанта, позволяющая принять заказ быстро и точно. Обеспечивает сокращение времени на прием заказа и прирост оборота ресторана, более чем на 10% в пиковые часы.

Терминал работает через WiFi и функционирует на всех локациях, в том числе и на летних площадках ресторана.

Полнофункциональная станция официанта, которая имеет многочисленные преимущества, а именно:

- увеличивает скорость обслуживания и оборачиваемость столов;
- у официанта всегда актуальное меню с учетом стоп-листов;
- заказ от стола сразу поступает на кухню;
- удобство при расчёте - официант может рассчитать заказ со своего устройства;
- возможность работы с картами постоянных гостей;
- возможность считывания QR-кодов;
- работа даже при низком сигнале Wi-Fi;
- использование комментариев в заказе, а также добавления блюда на компанию.

6. Установлена система туманообразования на летней террасе Ресторана «Континенталь» - увлажнение воздуха позволяет снижать температуру окружающей среды, тем самым повышается комфорт пребывания гостей в жаркую погоду на открытом воздухе.

7. Установлена уникальная автоматическая раздвижная крыша - пергола на летней террасе Ресторана «Континенталь». Крыша изготовлена из качественной ПВХ ткани, которая обеспечивает густую тень, блокирует проникновение ультрафиолета и защищает от дождя и солнца.

За годы работы в ООО «БСМ-Комфорт» были внедрены следующие маркетинговые инновации:

1. «Динамическое ценообразование» - это гибкость ценообразования, которая позволяет отелю быстро реагировать на меняющиеся рыночные ус-

ловия и устанавливать свою цену на услуги проживания, когда спрос увеличивается или снижается.

2. Модуль бронирования для сайта гостиницы «TravelLine» - это эффективный инструмент прямых продаж.

3. Менеджер каналов TravelLine (Channel Manager) - упрощает работу отеля и даёт возможность управлять 64 каналами в одном личном кабинете. В личном кабинете собирается вся информация о бронированиях в каналах и на сайте отеля. В отчётах можно увидеть, какие площадки чаще всего приносят брони, а также управлять тарифами и наличием свободных мест.

4. «Меню подушек» - позволяет гостям выбрать подходящую подушку для комфортного сна. Меню включает в себя шесть видов подушек с различными наполнителями. Услуга предоставляется бесплатно.

В 2017 году была проведена классификация ГК «Континенталь» и ему была присвоена категория «четыре звезды» (Регистрационный номер свидетельства 550012590 от 16.10.2017 года и действует до 15.10.2020 года). Аккредитацию проводила аккредитованная организация, осуществившая экспертизу объекта в рамках процесса классификации ООО «ЗВЕЗДЫ ОТЕЛЯМ» (г. Санкт-Петербург). Гостиничный комплекс «Континенталь» был размещен в Федеральном перечне классифицированных объектов.

Проведённый анализ инновационно-технологического развития ГК «Континенталь» показал, что все принятые меры помогают занимать лидирующие позиции среди конкурентов на рынке гостиничных услуг Белгородской области, а также соответствовать уровню основных игроков этого сегмента в РФ.

Большинство принятых мер по развитию ГК «Континенталь» были направлены на улучшение процесса оказания гостиничных услуг для постояльцев отеля. Другими словами происходит процесс упрощения предоставления гостиничных услуг.

Можно сделать вывод, чтобы удержать лидирующие позиции на рынке туристического бизнеса, руководству отеля необходимо следить за тенденциями технологических инноваций и использовать в работе комплекса. Учитывая сегодняшнюю сложную экономическую ситуацию, необходимо чётко расставить акценты и определить план мероприятий по их внедрению. В третьей главе магистерской диссертации были исследованы и предложены конкретные мероприятия по развитию гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» с помощью технологических инноваций.

3. Разработка и предложения конкретных мероприятий по развитию гостиничного предприятия с помощью технологических инноваций (на примере ООО «БСМ-Комфорт»)

3.1. Рекомендации по внедрению инновационных технологий в гостиничном предприятии

Сфера гостеприимства в России и мире развивается неуклонно, и едва ли не ежедневно в этой отрасли активно внедряются инновации в гостиничном бизнесе. Все они направлены не только на привлечение как можно большего количества клиентов, но и на то, чтобы каждого постояльца сделать постоянным гостем и обеспечить отелям приток стабильной прибыли, поэтому отели стремятся их использовать максимально, даже если это идёт им в убыток.

В данной главе магистерской диссертации будут рассмотрены основные приоритетные направления развития технологических инноваций в ООО «БСМ-Комфорт».

По итогам проведённого анализа инновационно-технологического развития гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» можно сделать вывод, что для повышения данных показателей необходим комплекс мероприятий, который позволит повысить качество оказываемых услуг, увеличить загрузку номерного фонда и повысить доход гостиничного предприятия.

Для успешного инновационного развития ООО «БСМ-Комфорт» необходимо соблюдение следующих условий, таких как:

1. Обеспечение материально-технических условий и новых инновационно-технологических средств для поставки услуг клиентам;
2. Расширение ассортимента сопутствующих и, что ещё более важно, дополнительных услуг.

Одним из самых важных составляющих успеха является умение прислушиваться к своим гостям и идти на компромисс. Необходимо хорошо их

понимать, а затем, как следствие, научиться поддерживать сервис на приличном уровне и работать над лояльностью.

Рассмотрим самые важные и действенные способы, которые помогут повысить эффективность работы ООО «БСМ-Комфорт».

1. Повысить уровень профессионально подготовки и стабильность работы для сотрудников ООО «БСМ-Комфорт». Следует уделить особое внимание профессиональной подготовке и обучению персонала, так как эти люди – лицо отеля. Также необходимо проводить регулярный мониторинг индекса удовлетворённости сотрудников своей работой, так как это и есть важный показатель успешности работы отеля.

2. Постоянный анализ преимуществ и недостатков конкурентов гостиничного бизнеса Белгородской области. Самый эффективный способ проведения SWOT-анализа, это проводить время в отелях конкурентов, чтобы получить много полезной информации и знать все слабые или сильные стороны в работе отеля.

3. Постоянный мониторинг основных показателей деятельности отеля. Особое внимание требуется уделить инвестиционным затратам на содержание отеля, так как за падением расходов на содержание отеля и персонала следует снижение уровня удовлетворённости сервисом гостей отеля. Нужно продолжать делать максимально возможное для удовлетворения запросов клиентов, но при этом не выбрасывать деньги на ветер, так как, есть немало примеров, когда для соблюдения высоких стандартов бренда отеля совершенно неоправданно теряют миллионы.

4. Анализ рынка современных технологий. Одним из новых направлений развития гостиничного бизнеса является внедрение современных технологий.

Инновационно-технологическое развитие ООО «БСМ-Комфорт» будет вестись по трём направлениям:

1. Продукты новые для данного отеля, но не для рынка;

2. Обновлённые продукты - построенные на новом способе использования уже существующих продуктов;

3. Подлинные новинки, т.е. уникальные продукты.

Сегодня, каждый потребитель имеет мобильное устройство. Многие пользователи общаются в социальных сетях, да и в целом, без девайса они, как без рук. Поэтому особое внимание стоит уделить инновационным технологиям в работе с мобильными устройствами, а именно:

- возможность бесплатно зарядить гаджет в местах общественного пользования (в лобби-баре и ресторане);
- телевидение, позволяющее гостям просматривать любимые передачи с аккаунтов различных онлайн сервисов.

Современные устройства – это уже больше, чем мобильный телефон и интернет. Например, существуют аппараты для заказа еды, кофе, даже для покупки цветов, а также многие другие, о которых и пойдёт речь дальше. Такие устройства используются повсеместно для автоматизации всех процессов.

Информационные терминалы, киоски, столы открывают перед предприятием гостиничного бизнеса совершенно новые возможности. Введение таких новшеств даёт обеспечить самообслуживание гостям, предпочитающим онлайн-управление. Такой подход делает гостиницу популярной, особенно среди молодого поколения. С каждым годом эта тенденция будет развиваться.

Также необходимо обратить внимание на установку ООО «БСМ-Комфорт» интерактивного оборудования, которое позволяет гостям дать подробную информацию:

- о полном перечне дополнительных услуг в отеле;
- об инфраструктуре отеля;
- о гостиничных номерах - описания, фотографии;
- о специальных предложениях и акциях;
- виртуальный тур по гостинице в виде интерактивной карты.

Интерактивное оборудование решает даже самые сложные мультимедийные задачи. Его установка даёт следующие преимущества:

- повышение скорости обслуживания и, как следствие, сокращение очередей на стойке ресепшен;
- помощь в организации досуга для гостей;
- быстрое ориентирование гостей;
- облегчение работы персонала;
- упрощение процесса выбора гостями гостиничного номера;
- круглосуточное информирование гостей;
- новая необычная рекламная площадка.

Итак, одной из важнейших задач, которую необходимо решить предприятию гостиничного бизнеса - ООО «БСМ-Комфорт», является обеспечение гостей справочной информацией. Все необходимые сведения сложно передать в устной форме, а потому требуются универсальные решения, позволяющие устранить такую проблему.

Приятным бонусом будет то, что наличие интерактивного оборудования существенно повысит лояльность гостей и поспособствует улучшению имиджа отеля. Кроме того, такая техника позволит получать дополнительный доход. Важно понимать, что речь идёт не исключительно о косвенной прибыли: информационный киоск можно использовать, как площадку для размещения платных рекламных материалов (от ресторанов, служб такси), которые будут полезными для гостей.

Инфокиоск, терминал или стол от компании NovoTouch являются универсальным и простым в применении оборудованием. Удобное и понятное программное обеспечение Windows 10 позволяет поддерживать актуальность всей информации, быстро и легко ее изменять.

Предлагаемая компанией «Novotouch» конструкция информационного киоска отличается универсальностью и практичностью. Ее можно расположить как в вертикальном, так и горизонтальном положении. Благодаря ин-

туитивно понятному дружественному интерфейсу гости с легкостью смогут получать именно ту информацию, которая им необходима.

Ещё один способ улучшить сервис собственного заведения – регулярные опросы. Самый лучший советчик – это гость. Достаточно просто спросить, что понравилось, а что не понравилось. Уверяем, каждый клиент расскажет вам что-нибудь интересное. Отличным помощником в проведении опросов станет то же интерактивное оборудование, о котором говорилось ранее. Оно сразу же привлечёт интерес и внимание гостя, который с радостью ответит на важные вопросы о гостинице или отеле.

Новые технологии в гостиничной индустрии появляются с ошеломляющей скоростью. В рамках инновационно-технологического развития ООО «БСМ-Комфорт», руководству отеля необходимо рассмотреть внедрить уникальные продукты, а именно:

1. Вход без ключа с помощью смартфона. Прошли те времена, когда вы могли потерять ключ-карту и остаться запертым в номере. Карты заменят смартфон. Продукт, который даёт гостям возможность с помощью телефона открыть гостиничный номер через приложение SPG.

2. Телевизор-зеркало. Во время своего нахождения в ванной вы смотрите телевизор в зеркале. Гости могут смотреть телевидение в HD-качестве в ванной комнате, сауне или бассейне.

3. Консьерж по SMS. Гость может по смартфону сообщить персоналу отеля о своих потребностях. Гость сможет попросить новые полотенца, не вставая с кровати, а также заказать такси, цветы или доставку еды.

4. Умные термостаты. Технология термостата, которая позволяет гостям регулировать температуру в своих номерах с помощью мобильного устройства, даже если они ещё не вошли в номер.

5. Потокое видео и аудио. Возможность для гостей отеля подключить свои компьютеры, телефоны или планшеты к HD-телевизорам. Это позволяет смотреть и слушать потоковые каналы, такие как Hulu, Spotify или Netflix.

6. Умное освещение. Освещением, так же как и термостатом, можно управлять со своего смартфона.

7. Док-станции. Это одна из наиболее распространённых технологий в нашем списке, но именно наличие док-станций гости рассматривают как стандарт качества. Док-станции позволяют гостям включать свои мобильные устройства в часы или динамики, чтобы одновременно слушать музыку и заряжаться.

8. Светочувствительные сенсоры. Сенсоры включают свет, когда гость заходит в номер, и выключают, когда в номере в течение какого-то времени не наблюдается никакого движения.

9. SELF CHECK-IN KIOSK. Терминалам самообслуживания, с помощью которого гость может предварительно забронировать номер через сайт и получить ключ на киоске самопоселения Self check-in. Также, если гость хочет забронировать номер прямо на киоск, то вся информация будет у него перед глазами: фотографии номера, информация о площади, количестве спальных мест, наличии услуг и любая другая информация.

Таким образом, можно сделать вывод, что для предприятий гостиничного бизнеса инновационный подход проявляется, в том числе и в совершенствовании информационного обеспечения деятельности средства размещения. Для обеспечения необходимого уровня конкурентоспособности очевидна необходимость использования новейших информационных технологий при внедрении новых видов основных и дополнительных услуг, а также расширение применения новых каналов коммуникаций для продвижения отеля.

В разделе 3.2. рассмотрены перспективные направления по развитию гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» и даны конкретные рекомендации по внедрению технологических инноваций. В рамках данных рекомендаций предлагается инвестиционный проект внедрения в работу ООО «БСМ-Комфорт» киоска самообслуживания SELF CHECK-IN KIOSK.

3.2. Разработка конкретных организационно-экономических мероприятий по внедрению инновационной технологии

В рамках инновационно-технологического развития ООО «БСМ-Комфорт» подробно остановимся на внедрении новой гостиничной технологии – киоске самообслуживания для регистрации и выселения гостей проекта SELF CHECK-IN KIOSK.

Проведём сравнительный анализ преимуществ новой технологии самообслуживания для отелей с обычной регистрационной стойкой, а также рассмотрим особенности установки и эксплуатации оборудования в холле отеля.

Данное решение CHECK.INVEND разработано в России командой ИНВЕНД. Это специализированный терминал самостоятельной регистрации для гостиниц с предустановленным программным обеспечением. Решение включает интеграцию с отельной PMS/HMS системой, интеграцию с замковой системой в номерах. Киоск выполняет сканирование паспорта, распознавание фото гостя HD камерой, функцию оплаты (наличная и безналичная оплата) и выдачу диспенсером ключ-карты.

Технологическое решение позволяет регистрировать заезд и выезд из отеля, с помощью терминала производить оплату и получать ключи от номера, минуя стойку приёма.

Проект SELF CHECK-IN KIOSK - это отличное решение проблемы с пиковой нагрузкой на администраторов службы приёма и размещения при большом потоке гостей, что даёт возможность сократить очередь из гостей, сократить в дальнейшем расходы на персонал, а также сократить время на регистрацию или выселение гостей из отеля.

По итогам первичного анализа у отеля проблема в том, что в час пик выселяется 50-80 человек и одновременно въезжает 30-50 человек.

В рамках внедрения киоска CHECK-IN необходимо усовершенствование существующих технических средств в ООО «БСМ-Комфорт». В первую очередь отелю нужно оптимизировать задачи, связанные с работой персонала, с

заселением гостей и вводом их данных, а уже следующим шагом будет организация check-in. Если гостиница желает сделать самостоятельную регистрацию, но использует в работе обычные старинные замки, то установить киоск самостоятельной регистрации не получится. Отель должен иметь какую-то наработку и IT-инфраструктуру.

Так как в ООО «БСМ-Комфорт» уже усовершенствована система доступа в номер, поэтому технические решения по замене замков не требуются.

Проект киоска CHECK-IN – это не изменение бизнес-процессов в гостинице, а это внедрение инновационно-технологического процесса в текущую инфраструктуру отеля, что позволяет заменить классический процесс check-in и check-out, которым занимается портье.

Преимущества внедрения киоска - это:

- сокращение бюджета на персонал;
- увеличение скорости операций и автоматизация бизнес процессов;
- улучшение удовлетворённости гостей;
- повышение имиджа отеля.

Этот проект рассчитан для отелей «3-4 звезды» от 100 номеров, поэтому IT-решение отлично подойдёт для внедрения в работу ООО «БСМ-Комфорт». Это IT-решение позволит создать более качественный сервис, сделать более совершенную гостиницу.

Главные преимущества self check-in kiosk перед обычно стойкой регистрации заключаются в следующем (Рисунок 3.1.).

Отчётность	Без очередей	Комфорт проверки
<p>Интеграция с базой данных отеля. Прием ключ-карт и обновление данных о свободных номерах. Сотрудники вносят информацию в базу вручную. Из-за очередей гости часто не сдают ключ-карты, унося их с собой, так как торопятся на самолет или поезд.</p>	<p>Теперь гостям не нужно стоять в очередях, ждать, пока сотрудник проверит бумаги. Они удобно и быстро оформляют допуск в отель самостоятельно.</p>	<p>Современным людям проще предъявить паспорт терминалу для сканирования, чем показывать его человеку.</p>

Рис. 3.1. Главные преимущества self check-in kiosk перед обычно стойкой регистрации

В первую очередь, это распределение потока гостей. В любом случае гости в час пик – это поток людей, которым нужно уметь грамотно управлять. Плохо, когда поток «идёт через одно узкое горлышко». Задача киоска – убрать это «узкое горлышко» и говорить постояльцам о наличии киоска самостоятельной регистрации и о том, что они могут не стоять в очереди, а совершить регистрацию/выезд быстрее посредством киоска и без очередей.

С нестандартными случаями, с вопросами, которые требуют пристального внимания, работают портье. Это другая группа гостей. И это в первую очередь сервис для гостиницы. Внедрение self check-in kiosk – это улучшение сервиса для гостей, потому что гостиница снижает очереди и время ожидания check-in в час пик. Внедрение самостоятельной регистрации – это обычный процесс, как сейчас, – забронировать через сайт гостиницу.

Преимущество киоска в том, что их можно поставить неограниченное количество – даже 4 или 8, сделать отдельную стойку для того, чтобы снизить риск возникновения очередей к киоскам при регистрации гостей. Время пребывания гостя при регистрации у check-in kiosk меньше, чем у традиционной стойки регистрации. В среднем на человека может уходить до 1,5 ми-

нут. В проектекомпании CHECK-IN– к концу 2019 года усовершенствовать процесс и снизить время пребывания человека у check-in kiosk до минуты.

Одним главным преимуществом установки киоска CHECK-IN - это простота использования и обслуживания терминала, только потребуется замена кассовой ленты и загрузка ключ-карт. Мы от этого пока не можем уйти, так как в гостинице используется система электронных ключей.

Программную часть продукта постоянно дорабатывает компания проекта CHECK-IN и техническая поддержка может оперативно подключиться для устранения каких-либо ошибок, для помощи. Что касается поломок, то при заключении договора компания выезжает в течение 24 часов для их устранения. На киоске при бронировании показываются услуги, которые пользователь может добавить к своей брони, особенно, если она пока не оплачена. Особое внимание уделено безопасности при регистрации гостей с помощью киоска. Система верифицирует паспорт, проверяет его на подлинность, при этом нельзя заселиться с копией или поддельным паспортом. Система сверяет лицо с паспорта с реальным человеком, который в данный момент делает check-in через киоск.

Данное техническое решение по установке терминала самостоятельной регистрации позволяет решить следующие проблемы:

- сокращает воровство выручки с 10% до 0%;
- работает без перерывов и перебоев 24/7 и минимизирует ошибки сотрудников, а также сокращает скорость заселения в отель;
- экономия на фонде заработной платы.

Система позволяет сделать более безопасную регистрацию гостей: вынимает данные, сверяет их с личностью. В дальнейшем, верификацию нужно будет проходить только один раз. И это будет делать check-in еще более простым и удобным для гостей гостиницы. При этом отельер будет знать, что все гости верифицированные, а не заселились по чужому паспорту.

Основные преимущества установки терминала SELF-CHECK-IN KIOSK представлены на рисунке 3.2.

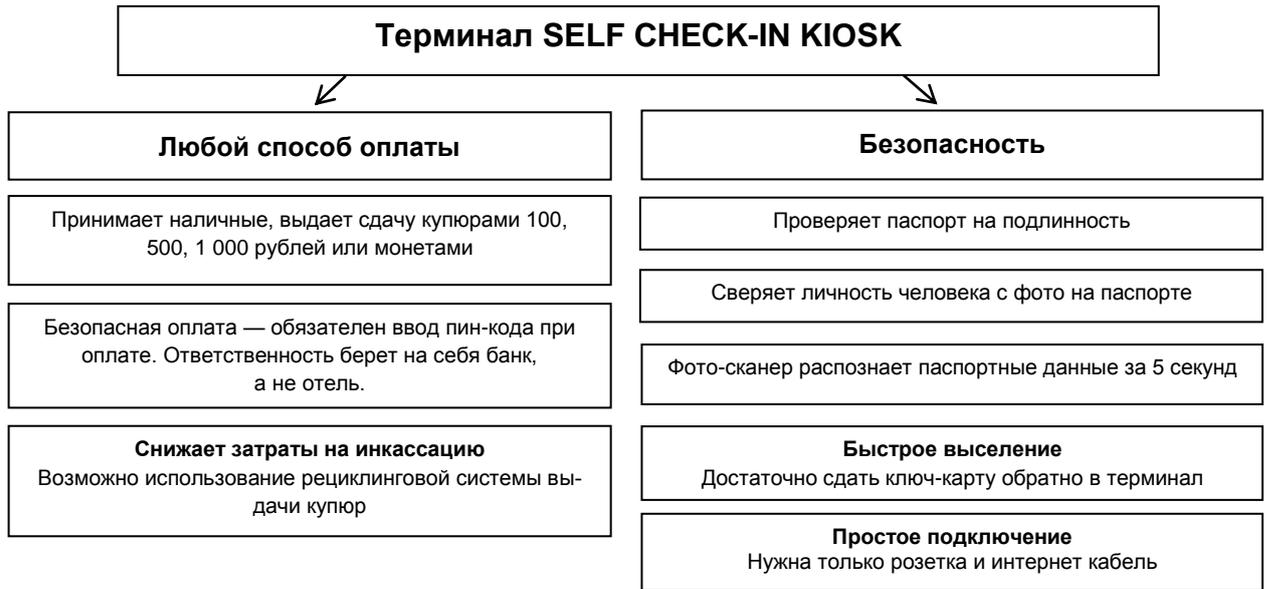


Рис. 3.2. Возможности терминала и преимущества установки терминала
SELF CHECK-IN KIOSK

На рисунке 3.3 представлены технические особенности терминала SELF CHECK-IN KIOSK и его внешний вид.

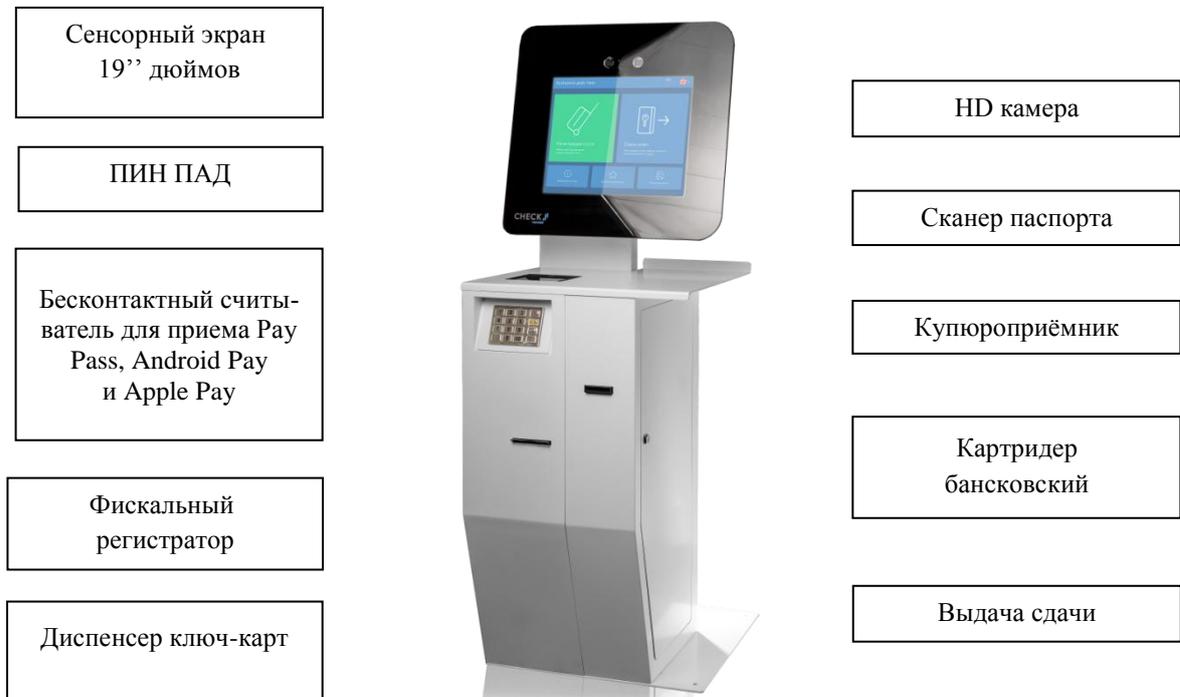


Рис. 3.3. Технические особенности терминала SELF CHECK-IN KIOSK

Функционал системы SELFCHECK-INKIOSK заключается в следующем:

- находит и создаёт бронирования;
- принимает все типы оплат (наличные, банковские карты);
- распознает лица;
- сканирует и распознает паспортные данные;
- отправляет ключи на телефонный номер гостя;
- предоставляет возможность продавать дополнительные услуги;
- обрабатывает отзывы гостей;
- выдаёт ключи от номера;
- принимает депозиты или блокирует денежные средства на банковских картах.

В таблице 3.1. представлен расчёт инвестиционных затрат на установку и настройку киоска SELF CHECK-IN KIOSK в Бизнес-отеле «Континенталь».

Таблица 3.1

Инвестиционные затраты на внедрение проекта SELF CHECK-IN KIOSK

Наименование	Функциональные возможности		
	Выдает ключ	Выдает ключ и принимает банковские карты	Выдает ключ, принимает банковские карты и наличные
Терминал	360 000 руб.	550 000 руб.	945 000 руб.
Ежемесячная подписка на облачный софт	8 500 руб.	10 000 руб.	12 000 руб.
Годовое техническое обслуживание	18 000 руб.	24 000 руб.	36 000 руб.
Установка, настройка и интеграция	30 000 руб.	50 000 руб.	75 000 руб.
Лицензия на распознавание данных	18 000 руб.	18 000 руб.	18 000 руб.
Проверка подлинности паспорта	48 000 руб.	48 000 руб.	48 000 руб.
Распознавание лиц	2 000руб./мес.	2 000руб/мес.	2 000руб/мес.

Из таблицы 3.1 можно сделать вывод, что компания CHECK.INVEND предлагает терминал с различным функционалом.

Первый вариант - это установка терминала с минимальным функционалом, который позволяет произвести классический процесс check-in и check-out, но без возможности произвести оплату. Можно сделать вывод, что первый вариант не целесообразен для установки в ООО «БСМ-Комфорт», так как не имеет полный функционал и по-прежнему есть необходимость взаимодействия с администратором СПР, что не удобно для гостя. Со стороны отеля, этот функционал не рентабелен, так как не позволяет сократить штат администраторов службы приёма и размещения и в последующем окупить проект.

Второй вариант - открывается дополнительная возможность для гостей в том, чтобы самостоятельно произвести оплату услуг с помощью банковской карты, но действуют ограничения по оплате наличными средствами. Считаю, что данный вариант, также не целесообразен, так как не позволяет гостю без помощи сотрудников провести оплату наличными средствами и по-прежнему нет возможности обойтись без поддержки администратора СПР.

Третий вариант - терминал имеет полный функционал, который выдаёт ключ, принимает банковские карты и наличные средства, а самое главное преимущество по сравнению с предыдущими вариантами заключается в том, что нет необходимости иметь дополнительных сотрудников СПР и гости могут самостоятельно забронировать номер или выселиться из отеля.

Поэтому, считаю, что целесообразно покупка терминала с полным функционалом, так как этот проект будет инвестиционно-привлекательным с экономической точки зрения, так и со стороны повышает уровень конкурентоспособности на рынке гостиничных услуг Белгородской области.

Был проведён анализ ранка гостиничного бизнеса области, который показал, что ни один отель не имеет данную технологическую установку - SELF CHECK-IN KIOSK.

На рисунке 3.4. Представлен сравнительный анализ эффективности внедрения инновационной технологии SELF CHECK-IN KIOSK

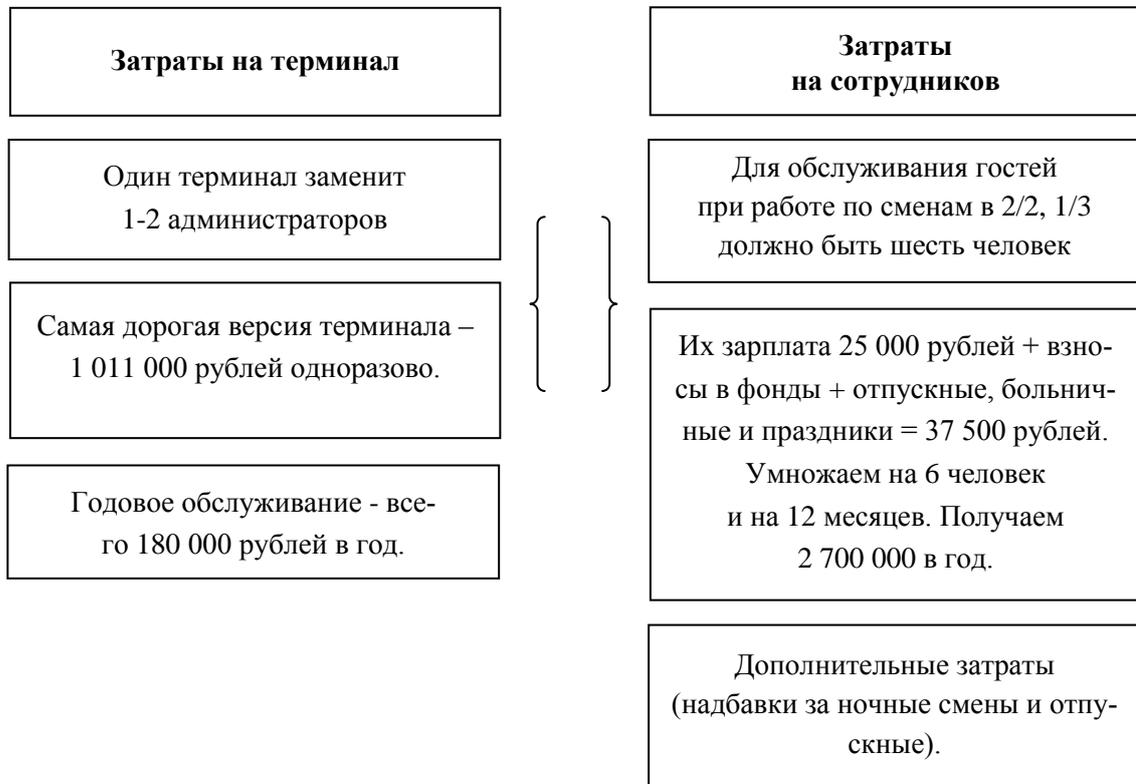


Рис. 3.4. Представлен сравнительный анализ эффективности внедрения инновационной технологии SELF CHECK-IN KIOSK по сравнению с затратами на сотрудников СПР

Несмотря на то, что данное мероприятие требует больших инвестиционных затрат и вложенные средства не смогут быстро окупиться, так как внедрение в работу такого киоска направлено в большей степени на сервисную составляющую оказания услуг в гостинице, все же эти меры будут способствовать сохранению лидирующих позиций по оказанию гостиничных услуг в г. Белгород, а также повышению рейтинга отеля среди постоянных клиентов и привлечению новых.

При написании этой магистерской диссертации, были произведены расчёты окупаемости установки одного SELF CHECK-IN KIOSK при условии сокращения двух сотрудников СПР.

Расчёт затрат на фонд оплаты труда двух сотрудников СПР за 12 месяцев с учётом взносов в фонды, налогов, отпускных и больничных рассчитывается по формуле:

$$\text{ФОТ} = \text{ЗП} + \text{Взносы (в фонды, налоги, отпускные, больничные)} \quad (3.1)$$

Рассчитаем затраты на содержание одного сотрудника СПР гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» за 1 месяц:

$$\text{ЗП сотрудника } 25\,000 \text{ руб./мес.} + \text{взносы } 30\% = 37\,500 \text{ руб./мес.}$$

Далее произведём расчёт фонда оплаты труда двух сотрудников СПР за 12 месяцев и получим данные по затратам на их содержание:

$$\text{ФОТ и взносы } 37\,500 \text{ руб./мес.} * 12 \text{ месяцев} * 2\text{-х сотр.} = 900\,000 \text{ руб./год}$$

Из полученных данных, можно сделать вывод, что общие затраты на оплату труда двух сотрудников СПР за год составляют 900 000 рублей. Эти данные помогут нам рассчитать окупаемость инвестиционного проекта SELF CHECK-IN KIOSK и величину оптимизации затрат за счёт сокращения персонала, что позволит снизить издержки на ФОТ, и это является одним из факторов повышения рентабельности бизнеса.

Окупаемость проекта SELF CHECK-IN KIOSK можно рассчитать по следующей формуле:

$$\frac{\text{Зт (единоразовые затраты)} + \text{Зт (ежемесячные затраты)}}{\text{ФОТ за 1 год}} \quad (3.2)$$

Рассчитаем оптимизации затрат за счёт сокращения двух сотрудников СПР и окупаемость проекта:

$$\frac{\text{един.затраты на киоск } 101\,1000 \text{ руб.} + \text{год. обслуж. } 180\,000 \text{ руб.}}{\text{годовое содержание 2-х сотрудников СПР } 900\,000 \text{ руб.}} = \frac{1 \text{ год } 4 \text{ мес.}}{\text{окупаемость киоска}}$$

Предложенный инвестиционный проект по установке терминала SELF CHECK-IN KIOSK является первым этапом по внедрению инновационных технологий в ООО «БСМ-Комфорт», так как уже сегодня инновации в процессе оказания гостиничных услуг - это обязательное условие развития и выживания предприятия в условиях жёсткой конкуренции.

Можно сделать вывод, что вложенные инвестиции по установке киоска SELF CHECK-IN экономически обоснованы и целесообразны, так как в рамках проекта предполагается сократить затраты на производство за счёт сокращения персонала, тем самым оптимизировать расходы и значительно сократить издержки ООО «БСМ-Комфорт».

Это связано с тем, что установка терминала не требует таких ежегодных затрат на обслуживание, как содержание в штате двух сотрудников СПР.

Эти расчёты показывают, что установка одного киоска будет способствовать не только повышению сервиса в отеле, но позволит сократить ежегодные затраты гостиничного предприятия на 720 000 рублей в год, так как годовой ФОТ на содержание двух сотрудников составляет 900 000 рублей, а годовое обслуживание терминала составляет 180 000 рублей. В разделе 3.3 были исследованы и рассмотрены перспективные направления по внедрению новейших технологий в гостиничном бизнесе.

3.3. Предложения по управлению развитием гостиничного предприятия с помощью инновационных технологий

Гостиничная индустрия считается одной из самых привлекательных сфер бизнеса, поэтому так велика роль инновационно-технологического развития. Сейчас эти тенденции могут выглядеть фантастически далёкими и способны вызвать эффект «Вау!», однако если обратить внимание, как быстро развиваются технологии в последнее время, то в ближайшем будущем все это станет привычной частью нашей повседневной жизни.

В 2017 году на рынке гостиничного бизнеса мы увидели функционирующего робота – консьержа, самоуправляемые автомобили и доставку с помощью дронов от Amazon. Нет ничего невозможного.

Портал Hotels.com, в партнёрстве с футурологом Джеймсом Кантоном, который прогнозирует развитие для топ 500 компаний из списка Fortune приводит десять наиболее вероятных тенденций, которые будут актуальны в будущем для гостиничной и туристической отрасли.

1. Роботы - батлеры.

Роботизированные консьержи или батлеры могут быть запрограммированы на выполнение определенных задач, призванных ускорить и улучшить качество обслуживания гостей. Робот-консьерж может быть мультиязычным, что облегчает задачу общения с гостями из разных стран. В его функции можно будет включить как приветствие гостей и предоставление информации об отеле, так и дополнительные функции, такие как заказ столика в ресторане или поиск авиабилетов.

2. Принтеры с 3D печатью.

3D принтеры будут доступны во всех отелях – в качестве дополнительной услуги для гостя можно будет распечатать предметы обихода, одежды и даже детали компьютера или телефона в реальном времени. Чертежи для таких деталей будут доступны в онлайн – как в бесплатном, так и платном варианте через облачные решения.

3. «Отели под запрос».

В будущем отели будут иметь возможность трансформировать свое пространство на основании предпочтений гостей. Такие отели смогут использовать nano технологии и автоматику, которая на данный момент находится в стадии разработки и, по оценкам футурологов, будет доступна в ближайшие двадцать лет. Отель сможет изменить дизайн, интерьер, освещение и тому подобные вещи.

4. Нейро-программирование.

Гости, страдающие нарушениями сна смогут использовать изобретения будущего, чтобы запрограммировать свои сновидения. Ожидается, что развитие технологий позволит каждому гостю «заказывать» те или иные сны, чтобы чувствовать себя комфортно. Будет ли это платной услугой и насколько разнообразен будет «контент», футурологи не уточняют.

5. Spa программы долголетия.

Гостиничные СПА процедуры будут направлены не только на омоложение организма, но и на программы, продлевающие жизнедеятельность. Так, с развитием генетической медицины, предполагается, что предложение процедур, продлевающих жизнь, не заставит себя ждать.

6. Технологичные трансферы.

Будущее транспорта будет включать в себя роботизированную технику, способную доставить гостей из отеля в аэропорт без участия водителя. Ожидается появление пилотируемых платформ, сверхзвукового наземного транспорта, покрывающего десятки километров за считанные секунды.

7. Повсеместное использование биометрических данных.

Гарантия безопасности и индивидуализация платежей будет обеспечиваться с помощью подтверждения биометрическими данными. Сканирование отпечатка пальца или сетчатки глаза станет обыденным явлением при оплате услуг – как непосредственно в отеле, так и онлайн.

8. Экологизация.

Отель перестанут быть «eco-friendly», а скорее полностью перейдут на использование «чистой» энергии, такой как солнечная и геотермальная. Использование нетоксичных продуктов и механизмов с нулевым выбросом углекислого газа будет не преимуществом, а обязательным условием функционирования.

9. Индивидуальные блюда.

Блюда в ресторанах будут приготовлены для каждого гостя отдельно, в зависимости не только от вкусовых предпочтений, но и от уровня его здоро-

вья, особенностей диеты и генетической предрасположенности к заболеваниям. Это обеспечит не только удовлетворение вкусовых потребностей, но и требования к здоровому питанию.

10. Тематические интерактивные отели.

Предполагается, что тема, поднятая в сериале *Westworld*, будет использоваться для создания отелей в тематических декорациях. Полностью интерактивные, заполненные андроидами отели, имитирующие Эпоху Ренессанса или Дикий Запад будут привлекать гостей, которые смогут почувствовать себя участниками большого карнавала в реализованной виртуальной реальности.

11. Виртуальная реальность - уже реальность.

Не так давно компания Google презентовала свой очередной продукт - очки Google Glass. Они легко подключаются к смартфону, давая возможность носителю снимать видео без рук. Разработкой всерьез заинтересовались и владельцы ряда гостиничных сетей, загоревшись идеей устройства виртуальных туров по территории отелей. Такое устройство позволит его постояльцам лучше познакомиться с внутренним интерьером гостиницы.

12. Интернет - нет предела совершенству.

Настоящим прорывом в гостиничном сервисе стал беспроводной интернет Li-Fi. По мнению разработчиков, скорость его будет в десятки раз быстрее, чем привычного Wi-Fi. Технология предполагает передачу цифрового сигнала через световой поток, пропускаемый через специальные светодиоды.

Беспроводной интернет Li-Fi. Примечательно, что в числе «первопроходцев» по внедрению этого супершустрого интернета числится американская компания Best Western, которая в свое время первой затестила вай-фай в гостиницах своей сети.

Разнообразными СПА-салонами, тренажёрными залами и бассейнами уже никого не удивишь - почти в каждом более-менее крупном отеле такого «добра» хватает. А вот полностью ориентировать гостиницу под гостей, ведущих здоровый образ жизни - это уже что-то новенькое.

Первые шаги в «оздоровлении» своих клиентов делает компания Mandarin Oriental, внедрившая в своих отелях так называемую Silent Night (ночь тишины). Один раз в году все курорты бренда будут трансформироваться в своеобразные медитативные пространства, что поможет постояльцам максимально расслабиться и убрать из головы ненужные мысли. Также планируется организовать занятия с когнитивными тренерами, мастерами йоги и рейки.

То, что ещё вчера воспринималось в гостиничной индустрии как фантастика, сегодня активно внедряется или уже «на подходе» к внедрению.

Вполне реально, что уже через пару-тройку лет фантазии футурологов станут реальностью, и гостиничный бизнес удивит нас очередными новинками. На очереди такие фишки:

Роботы-батлеры. Отели «под заказ». Пространство номера формируется по индивидуальному запросу гостей, начиная от геометрии пространства и общей стилистики оформления и заканчивая системой освещения и предметами интерьерного дизайна. Роботы-батлеры. Для облегчения общения с гостями предполагается оснастить их многоязычной функцией. Роботизированные консьержи и «работники» ресепшен будут запрограммированы на выполнение большого спектра задач: приветствие и регистрация постояльцев, предоставление информации об услугах отеля, бронирование столиков в ресторане, вызов такси, покупка авиабилетов и т. д.

Автоматизированные трансферы. А простыми словами - доставка гостей из/в аэропорт в машинах без водителя. Ну и совсем уж высший пилотаж - создание сверхзвукового транспорта, способного преодолевать большие расстояния за считанные минуты.

Нейропрограммирование сновидений. Основная цель - дать возможность постояльцам не просто хорошо отдыхать, но и по своему желанию заказывать сны. Остается лишь догадываться, насколько разнообразной будет тематика «походов» к Морфею.

Омолаживающие SPA-программы. Речь не идет о банальных массажах, косметических процедурах или даже каких-то аппаратных лазерных методиках. К делу подключится генетическая медицина[24].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В условиях глобализации мировой экономики туризм играет важную роль в развитии государств и регионов, являясь главной составной частью сферы услуг. Международный гостиничный бизнес занимает важное место в современной мировой экономике. В последнее десятилетие он относится к наиболее динамично развивающимся и весьма прибыльным видам экономической деятельности.

Сегодня инновационность становится основной характеристикой современной экономики, поскольку базовые инновации являются мощным стратегическим и антикризисным инструментом. Известно, что главной целью любого коммерческого предприятия является прибыль. Технологические инновации предоставляют прекрасную возможность увеличения прибыли. В мировой экономической литературе инновация интерпретируется как превращение потенциального научно-технического прогресса в реальный, воплощающийся в новых услугах и технологиях.

Объектом данного исследования является гостиничное предприятие ООО «БСМ-Комфорт».

Инновации в гостиничном бизнесе развиваются быстрыми темпами. Причины этого заключаются в следующем: привлечь как можно большее количество клиентов, заинтересовав своей гостиницей, своим брендом; расположить гостя к себе и тем самым сделать его постоянным клиентом, а в следствии увеличить прибыль гостиничного предприятия.

Непременное условие успешности и конкурентоспособности любой гостиницы - это грамотное и последовательное внедрение инноваций: от применения новых методов управления персоналом до использования новейших технологий гостинично-ресторанной сферы.

Таким образом, можно сделать вывод, что одним из наиболее сильно влияющих на производственный процесс в гостиничном бизнесе явлений стал прогресс инновационных технологий. Гостиничная деятельность по ря-

ду своих специфических особенностей одна из первых в полной мере адаптировала своим потребностям достижения в сфере телекоммуникаций и автоматизированных систем обработки информации. Автоматизация позволила гостиничным предприятиям увеличить эффективность деятельности за счёт автоматизированных и интернет-систем, обеспечить максимальное присутствие на потребительских рынках и тем самым, максимально приблизится к своим потенциальным клиентам.

В диссертационной магистерской работе были изучены следующие аспекты:

- исследованы теоретические основы инновационного процесса в индустрии гостеприимства;

- рассмотрены аспекты инновационно-технологического развития гостиничного бизнеса их современные технологии и международный опыт внедрения;

- проведён анализ финансово-экономической деятельности предприятия ООО «БСМ-Комфорт»;

- разработаны и исследованы конкретные организационно-экономические мероприятия по внедрению технологических инноваций в гос ООО «БСМ-Комфорт» и проанализированы существующие проблемы;

- предложены рекомендации по управлению развитием гостиничного предприятия с помощью инновационных технологий.

В процессе анализа основных показателей финансовой деятельности гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» была проанализирована динамика активов организации и рассчитаны коэффициенты финансовой устойчивости, ликвидности, рентабельности и деловой активности предприятия.

Административный персонал ООО «БСМ-Комфорт» постоянно следит за новинками, появившимся на рынке, и планомерно внедряет новые продукты в работу гостиничного комплекса. Вводятся в использование современные технические устройства и новые услуги, а также регулярно проводятся реин-

новационные мероприятия с применением новых современных технологий и материалов.

Проведённый анализ инновационно-технологического развития ООО «БСМ-Комфорт» показал, что все принятые меры помогают занимать лидирующие позиции среди конкурентов на рынке гостиничных услуг Белгородской области, а также соответствовать уровню основных игроков этого сегмента в РФ.

Большинство принятых мер по развитию ООО «БСМ-Комфорт» были направлены на улучшение процесса оказания гостиничных услуг для постояльцев отеля. Другими словами происходит процесс упрощения предоставления туристических услуг. Таким образом, можно сделать вывод, что, для того чтобы удержать лидирующие позиции на рынке гостиничного бизнеса, руководству отеля необходимо следить за тенденциями технологических инноваций и использовать в работе комплекса.

Учитывая сегодняшнюю сложную экономическую ситуацию, необходимо чётко расставить акценты и определить план мероприятий по их внедрению.

В качестве организационных мероприятий развития гостиничного предприятия ООО «БСМ-Комфорт» предложен ряд направлений по дальнейшему развитию, а также исследован проект по установке терминала самообслуживания SELF CHECK-IN KIOSK. Предложенный проект будет способствовать росту загрузки номерного фонда, увеличению прибыли предприятия, а также позволит сократить затраты и оптимизировать расходы.

Можно сделать вывод, что вложенные инвестиции по установке киоска SELF CHECK-IN экономически обоснованы и целесообразны, так как в рамках проекта предполагается сократить затраты на производство за счёт сокращения персонала, тем самым оптимизировать расходы и значительно сократить издержки ООО «БСМ-Комфорт».

Это связано с тем, что установка терминала не требует таких ежегодных затрат на обслуживание, как содержание в штате двух сотрудников СПР.

Эти расчёты показывают, что установка одного киоска будет способствовать не только повышению сервиса в отеле, но позволит сократить ежегодные затраты гостиничного предприятия на 720 000 рублей в год, так как годовой ФОТ на содержание двух сотрудников составляет 900 000 рублей, а годовое обслуживание терминала составляет 180 000 рублей.

Предложенный инвестиционный проект по установке терминала SELF CHECK-IN KIOSK является первым этапом по внедрению инновационных технологий в ООО «БСМ-Комфорт», так как уже сегодня инновации в процессе оказания гостиничных услуг - это обязательное условие развития и выживания предприятия в условиях жёсткой конкуренции.

Список использованных источников

1. Российская Федерация. Государственная Дума. Гражданский кодекс Российской Федерации. [Текст] Части первая, вторая и третья: по состоянию на 30 нояб. 2011 г : офиц. текст / М-во юстиции Рос. Федерации. – М. : Юрайт, 2011. – 480 с. – (Правовая б-ка).
2. Безопасность в чрезвычайных ситуациях. Биолого-социальные чрезвычайные ситуации. Термины и определения [Текст] :ГОСТ Р 22.0.04–95–Введ.2006-01-25. –М. Изд-во стандартов, 2006. –16 с.
3. Саженьцы деревьев декоративных лиственных пород. Технические условия [Текст] : ГОСТ Р 24909-81. – Введ. 2008-01-01– М. : Изд-во стандартов, 2006. – 7 с.
4. Абрютина, М.С. Анализ финансово – экономической деятельности предприятия [Текст]: учебник: 3-е изд. / М.С. Абрютина, А.В. Грачев // Учебно – практическое пособие. - 3-е изд., доп. и перераб. – М.: издательство «Дело и сервис», 2008. – 238 с.
5. Адамчук, В.В. Экономика и социология труда [Текст]: учебник для вузов по экономическим специальностям / В.В. Адамчук, О.В. Ромашов, М.Е. Соколова; под общ. Ред. В.В. Адамчук. -М.: ЮНИТИ, 2009г. -386с.
6. Армстронг, М. Практика управления человеческими ресурсами [Текст] : учебное пособие / М. Армстронг. - СПб.: Питер, 2009. - 847 с.
7. Бабаева, З. Д. Бухгалтерский учет. Учеб.пособие [Текст] / З. Д. Бабаева, И. М. Рендуков- М.: Финансы и статистика, 2008. – 345 с.
8. Баканов, М.И. Теория экономического анализа: [Текст]: учебник / М.И. Баканов. – М.: Финансы и статистика, 2008. - 416 с.
9. Баринов, В. А. Экономика предприятия: учебник [Текст] / В. А. Баринов, В.Л. Харченко. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 237 с.
10. Басовский, О. В. Теория экономического анализа [Текст]: учеб.пособие / С. Л. Басовский. – М. 2009.- 114 с.

11. Беккер, Г. Человеческий капитал. Воздействие на заработки инвестиций в человеческий капитал [Текст]: учебное пособие / США. - 2008. -503 с.
12. Бердникова, В. П. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст] : учеб.пособие / В. П. Бердникова. - М.: ИЭП, 2008. - 341 с.
13. Бондарь, И.К. Производительность труда: вопросы теории и практики [Текст] : учеб.пособие / И.К. Бондарь. – М.: Наука. 2009. -152с.
14. Быкадоров, В. Л. Финансово-экономическое состояние предприятия [Текст]: учеб.пособие / В.Л. Быкадыров. - М.: ПРИОР-СТРИКС, 2008. – 380с.
15. Вахрушина, М. А. Бухгалтерский управленческий учет [Текст] / М. А. Вахрушина. - Учебник для вузов. 2-е изд., доп. и пер. – М.: Омега-Л; Высш. шк., 2008. – 528 с.
16. Велихов, Л.А. Основы городского хозяйства [Текст]: учеб.пособие / Л.А. Велихов. – М.: Наука, 2008. – 470 с.
17. Виленский, П.Л. Оценка эффективности инвестиционных проектов: Теория и практика [Текст]: учеб.пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. / П.Л. Виленский, В.Н. Лившиц, С.А. Смоляк - М.: Дело, 2008. - 888 с.
18. Владимиров, В.В. Управление градостроительством и территориальным развитием [Текст] : учеб.пособие / В.В. Владимиров.– М.: РААСН, 2009. – 485 с.
19. Волков, О.И. Экономика предприятия [Текст] : учебное пособие / О.И. Волков. – М.: Наука, 2008. -284с.
20. Герасимова, В.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности в вопросах и ответах: учеб.пособие для студ. экономических колледжей и сред. спец. учеб. заведений [Текст] / В.А. Герасимова, И.Н. Чуев, Л.Н. Чечевицына. – 2-е изд. – М.: Изд-во «Дашков и К», 2008. – 224 с.
21. Денисов, В.Н. Благоустройство жилых территорий [Текст] :учебное пособие для студентов ВУЗов / В.Н. Денисов, И.Н. Половцев, Т.В. Евдокимов; под общ. Ред. В.Н. Денисова. – СПб.: МАНЕБ, 2008. – 198 с.

22. Денисов, С.В. Комплексное развитие городов и городского хозяйства [Текст] : учебное пособие / С.В. Денисов. Белгород: БелГУ, 2008. -134с.
23. Добрынин, А. И. Производительные силы человека: структура и формы проявления [Текст] : учебное пособие / А. И. Добрынин. -СПб. 2010. – 284с.
24. Добрынин, А.И. Экономическая теория [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим спец. / А.И. Добрынин Л.С. Тарасевич; - 4-е изд.. - СПб.: Питер, 2009. - 557 с.
25. Донцова, А. Л. Комплексный анализ бухгалтерской отчетности [Текст]: учебное пособие / А. Л. Донцова. - М.: Издательство МИК, 2008. – 189 с.
26. Дятлов, С.А. Теория человеческого капитала [Текст] : учебное пособие/ С.А. Дятлов. СПб. : СПбУЭФ, 2008. -160 с.
27. Дятлов, С.А. Человеческий капитал России: проблемы эффективности использования в условиях переходной экономики [Текст] : учебное пособие / С.А. Дятлов. - СПб.: СПбУЭФ, 2009. – 485с
28. Зайцев, Н.Л. Экономика предприятия [Текст]: учебник, 2-е изд., перераб. и доп. / Н.Л. Зайцев - М.: ИНФРА-М, 2008. - 336 с.
29. Калабихина, И.Е. Гендерный фактор воспроизводства человеческого капитала [Текст]: учебное пособие / И.Е. Калабихина. Вестник МГУ. - 2010. - 56с.
30. Кирьянов, А.В. Виды инвестиций в человеческий капитал и их эффективность [Текст] : учеб. пособие / А.В. Кирьянов. –М.: Наука, 2008. -248с.
31. Корицкий, А.В. Введение в теорию человеческого капитала [Текст] : учеб. пособие / А.В. Корицкий. СибУПК, 2009. -478с.
32. Лоу, Л. Образование и развитие человеческих ресурсов: движущая сила следующего столетия [Текст] : учеб. пособие / Л. Лоу. -М.: Эдиториал УРСС, 2008. – 196с.
33. Маркович, Д.Ж. Социология труда [Текст] : учебное пособие / Д.Ж. Маркович. - М.: Изд-во Российского университета дружбы народов, 2008. - 513 с.

34. Мясоедов, Т.Г. Человеческий капитал и конкурентоспособность предприятия [Текст] // Менеджмент в России и за рубежом / Т.Г. Мясоедов – 2008. - № 3. – С. 29-38.
35. Николаевская, И.А. Благоустройство территорий [Текст] : учеб.пособие / И. А. Николаевская. - М.: Академия: Мастерство, 2009. - 269 с.
36. Норкина, И.М. Инвестиции в человеческий капитал - важнейший фактор экономического роста [Текст] : учеб. пособие / И.М. Норкина. –М.: ИНФРА-М. 2009. -218с.
37. Осадчая, Г.И. Социология социальной сферы [Текст] : учебное пособие / Г.И. Осадчая. – М.: Академ. проект. 2008. -336с.
38. Рофе, А.И. Экономика труда [Текст] : учебное пособие /А.И. Рофе,– М.: МИК,2010. –235 с.
39. Роцин, С.Ю. Экономика труда (Экономическая теория труда) [Текст] : учебник / С.Ю. Роцин, Т.О. Разумова; под общ.ред. С.Ю. Роцина. - М.: ИНФРА-М, 2009. – 248 с.
40. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 3-Е изд. [Текст]: учебное пособие/ Г. В. Савицкая. – Мн.: ИП «Экоперспектива», «Новое знание», 2008. – 498с.
41. Соболева, И.В. Парадоксы измерения человеческого капитала [Текст]: учебное пособие / И.В. Соболева. -М.: Институт экономики РАН, 2009. -283с.
42. Статистический ежегодник по Белгородской области [Текст]: стат. сб./ Федер. служба гос. статистики по Белгор. обл. – Белгород: Изд-во Белгород обл. комстата, 2009. – 359 с.: табл.
43. Суздальцева, Л. Я. Экономический анализ деятельности фирм [Текст]: учебное пособие для студентов / Л. Я. Суздальцева, В. В. Адамчук, О. В. Антонова; под общ.ред. Л.Я. Суздальцевой. - М., ЮНИТИ, 2008. -437с.
44. Таболин, В.В. Экономика города : правовой аспект [Текст]: учебное пособие / В.В. Таболин, А.С. Емельянов, Н.Н. Черногор; под общ.ред. В.В. Таболина. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 245 с.

45. Токарская, Н.М. Социология труда [Текст]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям и специальностям в области социологии, экономики и менеджмента организации / Н. М. Токарская. –М.: Логос, 2008. -205с.
46. Харченко, В.Е. Человеческий капитал: проблемы накопления и использования [Текст] : учеб.пособие / В.Е. Харченко. Белгород: БГТАСМ, 2008. - 247 с.
47. Хорнгрен, Ч. Г. Бухгалтерский учет: управленческий аспект [Текст] / Ч. Г. Хорнгрен. - М.: Финансы и статистика, 2008. – 137 с.
48. Чечевицина, Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник [Текст]/ Л.Н. Чечевицина, И.Н. Чуев. – 5-е изд. перераб. и доп. – М.: Изд-во «Дашков и К», 2008. – 352 с.
49. Шеремет, В.В. Управление инвестициями [Текст] : учеб.пособие / В.В. Шеремет, В.Д. Шапиро ; под общ. ред. В.В. Шеремет. – М.: Высшая школа, 2009. - 309с.
50. Экономика предприятия: Учебник для вузов [Текст] / под ред. проф. В. Я. Горфинкеля, проф. В. А. Швандара. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 718 с.
51. Якимчук, С.В. Особенности методологии оценки человеческого капитала для поддержки системой социального обеспечения [Текст] / С.В. Якимчук // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. – 2010. - № 12 . – С. 28-31 (0,5 п.л.).
52. Якимчук, С.В. Формирование и развитие инновационной системы управления социальной защитой роста человеческого капитала: теория, методология, практика [Текст] /автореф. дис. док.экон. наук, проф. / С.В. Якимчук. – Воронеж. 2011. -64с.
53. Якимчук, С.В., Шульгина Л.В. Человеческий капитал как объект социальной защиты [Текст]/ С.В. Якимчук, Шульгина Л.В. // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. – 2010. - № 12. – С. 7-11 (0,5 п.л. – лично 0,25 п.л.).
54. Becker, G. S. Human Capital [Book] / G. S. Becker. N. Y. -2008. - pp.-198.

55. Castells, M. Russia as a network society [Book] / M. Castells. Stanford University. -2008. - pp.-248.
56. Stroombergen, A. Review of the Statistical Measurement of Human Capital [Book] / A. Stroombergen. Wellington, -2009. - pp.-223.
57. Библиотека экономической и управленческой литературы [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.eur.ru/Catalog/All-All.asp>
58. О создании муниципальных унитарных предприятий и учреждений в сфере жилищно-коммунального хозяйства города Белгорода [Текст]: Решение Белгородского городского Совета депутатов от 04.10.2001 № 181-ФЗ / Режим доступа: <http://zakon-region.ru/belgorodskaya-oblast/18361>.
59. Областная программа «Зеленая столица» [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://belapk.ru/proekty/oblastnaya_programma_zelenaya_stolica/
60. Стратегия социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года [Текст]: Постановление Правительства Белгородской области от 25.01.2010 года № 27-пп / Режим доступа: http://www.belregion.ru/strat_ser/
61. Экономическая библиотека [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.economiiks.com.ua/yandsearch?text=economiiks.com.ua&lr=3>
62. Электронная библиотека [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.iqlib.ru/search/simpleformstandard/2020/0/False>

Приложения