

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

На правах рукописи

Иванова Анна Николаевна

**Организационно-экономическое обеспечение инновационного развития
гостиничных предприятий города Москвы**

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика
(4. Экономика сферы услуг)

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель –
доктор экономических наук, профессор
Джанджугазова Елена Александровна

Москва – 2023

Оглавление

Введение	4
Глава 1 Теоретико-методологические основы организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничного предприятия	14
1.1 Сущность и особенности развития предприятий в современной инновационной экономической среде	14
1.2 Научно-теоретические основы функционирования гостиничного предприятия в условиях инновационного развития.....	25
1.3 Методические аспекты построения организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничного предприятия	34
Глава 2 Анализ современных трендов инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы.....	49
2.1 Современные тенденции функционирования и развития гостиничных предприятий города Москвы.....	49
2.2 Основные направления и диагностика уровня инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы	65
2.3 Анализ успешных международных практик инновационного развития гостиничных предприятий.....	83
Глава 3 Пути совершенствования организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы	97
3.1 Формирование стимулирующего механизма инновационного развития гостиничных предприятий.....	97
3.2 Применение «инновационной рамки» как инструмента стимулирования инновационной активности для разных типов гостиничных предприятий.....	114
3.3 Программа управления организационно-экономическим обеспечением инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы на основе программно-целевого метода.....	126
Заключение	150
Список литературы	152

Приложение А (обязательное). Основные научно-теоретические подходы определения термина «инновация».....	174
Приложение Б (обязательное). Оценка инновационного потенциала: экспертный метод и метод экономико-аналитических показателей	176
Приложение В (обязательное). Основные показатели функционирования гостиничного бизнеса Российской Федерации.....	182
Приложение Г (обязательное). PEST-анализ уровня инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы	183
Приложение Д (обязательное). Основные международные меры поддержки инновационного развития гостиничных предприятий	185
Приложение Е (обязательное). Субъективный состав бизнес-процесса управления инновационным развитием гостиничного предприятия в рамках реализации процессного подхода.....	186
Приложение Ж (обязательное). Основные направления поддержки гостиничных предприятий на региональном уровне в условиях пандемии.....	187
Приложение И (справочное). Прирост номерного фонда гостиничных предприятий города Москвы в 2017–2020 гг.	188
Приложение К (справочное). Прирост номерного фонда гостиничных предприятий Москвы в 2020–2022 гг.	189
Приложение Л (справочное). Влияние инвестиционной привлекательности гостиничного бизнеса города Москва на его инновационное развитие	190

Введение

Актуальность темы исследования. На современном этапе функционирования мировой экономической системы интенсивное развитие национальных экономик и благосостояние населения в значительной степени базируются на эффективном внедрении достижений научно-технического прогресса, позволяющего осуществить переход к инновационному типу государственного развития, уровень которого измеряется посредством глобальных рейтингов, представляющих анализ актуальных тенденций в области инноваций. В соответствии с рейтингом «Глобальный Инновационный Индекс» (ГИИ, ГИИ), Российская Федерация в 2020 году опустилась на одну позицию и заняла 47-е место. Вместе с тем, темпы инновационного развития Российской Федерации свидетельствуют о концентрации государственной политики на сохранении макроэкономической стабильности, в том числе за счет стимулирования развития научно-исследовательской и инновационной деятельности, включая инвестирование в развитие человеческого капитала. Этот факт обуславливает актуальность поиска новых подходов и определение иных опорных составляющих, способствующих стимулированию инновационного развития деятельности отечественных хозяйствующих субъектов различных сфер и отраслей, в числе которых можно выделить туризм и гостиничный бизнес. Несмотря на пандемию Ковид-19, туризм по-прежнему остается одной из крупнейших сфер мировой экономики. Согласно совместному отчету Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC) и Oxford Economics, его доля в мировом ВВП в 2020 году сократилась в 2 раза и составила \$ 4,7 трлн (5,5 %), против \$ 9,2 трлн (10,4 %) в 2019 году. Отчет Всемирной туристской организации (UNWTO) за 2022 год демонстрирует, что мировая туристская активность на 34% отставала от 2019 года. Таким образом, туризм и гостиничный бизнес, несмотря на неблагоприятную конъюнктуру, демонстрируют значительную гибкость и высокую степень

адаптации к негативным факторам внешней и внутренней среды, что способствует росту инновационной привлекательности этой сферы.

В свою очередь, гостиничный бизнес является материальной основой туристской индустрии, а его инновационное развитие представляет собой элемент комплексной системы формирования суммарного инновационного потенциала страны, способного обеспечить ее устойчивое развитие. При этом следует отметить, что наиболее ярко импульсы развития инновационной деятельности гостиничных предприятий проявляются в крупных мегаполисах, где динамичная внешняя среда создает новые вызовы, требующие активного внедрения инновационных решений и передовых технологий. В этих условиях необходимо сформировать и постоянно совершенствовать комплексное организационно-экономическое обеспечение инновационной деятельности гостиничного предприятия, обеспечивающее его эффективную деятельность и дальнейшее успешное развитие.

Таким образом, целесообразность изучения вопросов организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы вызвана необходимостью повышения уровня инновационной активности гостиничных предприятий столицы, а также создания благоприятных условий для дальнейшего стимулирования емкости инновационного потенциала с целью предоставления сервиса более высокого качества, отвечающего растущим запросам потребителей и соответствующего современным международным стандартам.

В настоящее время отмечается низкая инновационная активность значительной части гостиничных предприятий, характеризующаяся, скорее, воспроизводством, или «гибридизацией», инновационных разработок из других отраслей. Следует отметить, что в настоящее время имеют место барьеры внедрения инноваций внутри самих предприятий, скованных ограниченностью объемов материально-технического и финансового обеспечения – с одной стороны и недостаточной компетентностью работников – с другой. Вышесказанное подчеркивает важность разработки подходов к совершенствованию

организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий, что несомненно является актуальной проблемой, решение которой будет направлено на повышение инновационной активности и расширение инновационного потенциала гостиничного бизнеса города Москвы.

Степень научной разработанности темы. Проблематике инновационного развития хозяйствующих субъектов, в том числе организационно-экономического обеспечения такого развития, посвящены научные исследования как зарубежных, так и отечественных ученых и практиков. В настоящее время сформирована значительная база теоретико-методических исследований, и получены практические результаты планирования и реализации инновационного развития предприятий. Однако существующая теоретико-методическая база о сущности и механизмах организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий пока не является достаточной. Совокупность внешних факторов, обусловленных глобальными геополитическими, эпидемиологическими и экономическими особенностями современного периода, особенно остро отразились на деятельности гостиничных предприятий, что предопределяет необходимость стимулирования инновационной деятельности, основой которой выступает эффективное организационно-экономическое обеспечение.

Теоретические аспекты организационных и экономических элементов функционирования хозяйствующих субъектов и их взаимосвязь исследовали следующие отечественные и зарубежные ученые: Абалкин Л. И. [15], Жданов И. К. [65], Осипов Ю. М. [113], Турчак Д. В. [134] и др.

Инновационная деятельность занимает пристальное внимание исследователей. Проблемы понятийного аппарата и теоретических аспектов инновационной деятельности предприятий рассматривали в научных трудах следующие зарубежные ученые: Шумпетер Й. А. [140], Друкер П. Ф. [59, 60], Менш Г. [103], Портер М. Ю. [118], Никсон Ф. [112], Санто Б. [124], Твисс Б. [129], Котлер Ф. [95] и др., а также отечественные ученые: Азоев Г. Л. [19], Дудин М. Н.

и соавт. [61], Кондратьев Н. Д. [93], Фатхутдинов Р. А. [136], Юданов А. Ю. [142] и др.

Вопросам инновационного развития предприятий сферы услуг посвящены труды зарубежных ученых: Котлера Ф. [95, 96]; Уокера Дж. Р. [135]; а также отечественных авторов: Азоева Г. Л. [19], Брагина Л. А. [31], Данько Т. П. [51], Джанджугазовой Е. А. [54–57], Зайцевой Н. А. [66–68], Козлова Д. А. [92], Кобяк М. В. [90, 89], Левченко Т. П. [99, 100], Мирзаева Р. И. [105], Морозова М. А. [107], Скобкина С. С. [126], Стукаловой И. Б. [19], Чудновского А. Д. [139] и других.

В то же время нуждаются в дополнительной разработке вопросы комплексной диагностики уровня инновационной активности, формирования стимулирующего механизма организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий на макро- и микроуровне, создания программно-целевого механизма управления организационно-экономическим обеспечением инновационного развития субъектов гостиничного бизнеса. Выбор темы и цели диссертационной работы характеризуется важностью и актуальностью вопросов формирования эффективного организационно-экономического обеспечения для принятия своевременных управленческих решений с целью инновационного развития гостиничных предприятий.

Цель диссертационного исследования состоит в развитии теоретико-методологического обоснования и разработке методических рекомендаций в области формирования и совершенствования организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы.

Заявленная в работе цель достигнута посредством решения следующих **задач**:

1. Определить особенности инновационного развития гостиничных предприятий в современных условиях функционирования и развития экономической среды. Сформулировать понятие «организационно-экономическое обеспечение инновационного развития гостиничного предприятия».

2. Предложить систему показателей и индексов для определения уровня инновационной активности и инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы, учет которых необходим для проведения комплексной диагностики уровня инновационного развития гостиничных предприятий и принятия последующих управленческих решений.

3. Обозначить концептуальную модель организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы на основе синергетического эффекта сочетания всех стимулирующих его элементов как на макроэкономическом, так и микроэкономическом уровнях.

4. Предложить инструмент экологической инновационной активности гостиничных предприятий на основе использования принципа «инновационных рамок», позволяющего соотнести уровень экологической инновационной активности гостиничного предприятия с категорией гостиницы.

5. Разработать программу управления организационно-экономическим обеспечением инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы на основе программно-целевого метода, способствующей повышению уровня инновационной активности и инновационного потенциала гостиничных предприятий.

Объектом исследования являются гостиничные предприятия города Москвы, ведущие свою деятельность в условиях нестабильности и растущей конкуренции.

Предметом исследования являются организационно-экономические отношения, возникающие в процессе формирования и развития организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы.

Гипотеза исследования заключается в предположении, что в современных условиях нестабильности и повышения роли инновационной деятельности, способствующих ускоренному экономическому развитию Российской Федерации, предприятия гостиничного бизнеса должны строить свою организационно-хозяйственную деятельность на основе широкого внедрения инноваций, с целью

достижения конкурентных преимуществ, обеспечивающих потребителя высоким уровнем качества услуг.

Теоретическая и методическая база диссертационной работы основана на научных трудах отечественных и зарубежных авторов, которые посвящены вопросам организационно-экономического обеспечения деятельности предприятия, инновационного развития предприятия, управления инновационной деятельностью, в том числе: монографии; диссертационные исследования; научные публикации в международных и российских рецензируемых научных изданиях, публикующих научные результаты диссертации на соискание ученой степени кандидата наук; сборники материалов региональных, федеральных и международных научных и научно-практических конференций.

В ходе исследования применялись общенаучные и специальные методы познания. Для достижения цели и выполнения задач использованы следующие методы и подходы: системный, процессный, ситуационный, многоуровневый подход, диалектический метод и его законы, методы наблюдения, сравнения, измерения, абстрагирования, анализа и синтеза, идеализации, индукции и дедукции, методы экспертных оценок, методы эконометрического моделирования, а также социологические методы. Обработка данных выполнялась с помощью прикладных программ MathCAD и Microsoft Excel.

Информационная база исследования составлена на основе ежегодных отчетов Всемирного совета по туризму и путешествиям, статистических и аналитических отчетов Министерства экономического развития, Министерства науки и образования, отчетов Федерального агентства по туризму, Российской гостиничной ассоциации, Национальной ассоциации развития инноваций и развития информационных технологий, законодательных и нормативных актов Российской Федерации; официальных статистических данных Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации; аналитических отчетов международных консалтинговых компаний MC Kinsey, BCG и агентства Bloomberg, RAEX, международных туристских организаций; публикаций в специализированной прессе, а также научных статей из журналов: «Вопросы

экономики», «Российские регионы: взгляд в будущее»; данных финансовой отчетности гостиничных предприятий города Москвы, материалов выборочных исследований и наблюдений, а также результатов научных исследований и разработок, выполненных автором и др.

Область исследования соответствует Паспорту специальностей Высшей аттестационной комиссии при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации по специальности 5.2.3. – Региональная и отраслевая экономика.

Научная новизна диссертационного исследования базируется на систематизации, развитии и уточнении теоретико-методологического обоснования, разработке практических рекомендаций по совершенствованию организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий.

Основные результаты диссертационного исследования, полученные лично автором и представляющие научную новизну:

1. Определены особенности инновационного развития гостиничных предприятий в современных условиях функционирования и развития экономической среды. Сформулировано понятие «организационно-экономическое обеспечение инновационного развития гостиничного предприятия».

2. Предложена система показателей и индексов, необходимых для определения уровня инновационной активности и инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы, учет которых необходим для проведения комплексной диагностики уровня инновационного развития гостиничных предприятий и принятия последующих управленческих решений.

3. Обозначена концептуальная модель к формированию организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы на основе синергетического сочетания всех стимулирующих его элементов как на макроэкономическом, так и микроэкономическом уровнях.

4. Предложен управленческий инструмент стимулирования экологической инновационной активности гостиничных предприятий на основе использования

«инновационных рамок», позволяющий соотнести уровень экологической инновационной активности гостиничного предприятия с категорией гостиницы.

5. Разработана программа управления организационно-экономическим обеспечением инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы на основе программно-целевого метода, способствующая повышению уровня инновационной активности и инновационного потенциала гостиничных предприятий.

Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в том, что основные выводы и предложения, а также разработанный инструментарий формируют обновленную систему организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничного предприятия с целью создания наиболее подходящих условий для стабильного уровня инновационной деятельности.

Практическая значимость диссертационного исследования состоит в возможности применить полученные результаты исследования в качестве практических рекомендаций по формированию организационно-экономического обеспечения гостиничного предприятия для осуществления его эффективной инновационной деятельности. Полученные результаты диссертационного исследования могут быть использованы для принятия научно обоснованных управленческих решений, детерминированных необходимостью повышения результативности процессов инновационной деятельности гостиничных предприятий города Москвы.

Основные положения диссертационной работы могут применяться в сфере высшего образования с целью подготовки специалистов по направлению 43.03.03 «Гостиничное дело», а также программ дополнительного образования, переподготовки и повышения квалификации работников сферы туризма и гостеприимства.

Апробация результатов исследования. Теоретические положения диссертационного исследования, а также практические выводы были опубликованы и обсуждены на международных научно-практических

конференциях: V Global Science and Innovations, Eurasian Center of Innovative Development 'DARA', Gdansk University (г. Гданьск, 2019 г.); XXXII Международные плехановские чтения, РЭУ им. Плеханова, (г. Москва, 2019 г.); XII Международная студенческая научно-практическая конференция «Цифровая трансформация: IoT, AI, VR, Big Data», РАНХИГС (г. Москва, 2019 г.); XXXIII Международные плехановские чтения, РЭУ им. Плеханова (г. Москва, 2020 г.); XIII Международная студенческая научно-практическая конференция «Управляя будущим: инструменты, проекты, инсайты», РАНХИГС (г. Москва, 2020 г.); Международная студенческая научно-практическая конференция «2020+1: устанавливаем новые правила», РАНХИГС (г. Москва, 2021 г.); XXXIV Всероссийская научно-практическая конференция: «Модернизация науки и образования: современные реалии, пути совершенствования», Южный Университет (ИУБиП) (г. Ростов-на-Дону, 2021 г.); XII Международная научно-практическая конференция: «Гуманитарные, естественно-научные и технические решения современности в условиях цифровизации», Южный Университет (ИУБиП) (г. Ростов-на-Дону, 2021 г.); 78 Международная научно-практическая конференция: «Научные аспекты современных исследований», Евразийское научное объединение (г. Москва, 2021 г.) и др. Основные положения исследования использованы для разработки рабочих программ для дисциплины «Инновационные методы стимулирования спроса в индустрии гостеприимства», курса «Глобальный бенчмаркинг в индустрии гостеприимства», а также «Маркетинг организаций сферы гостеприимства», и др. обучающих программ подготовки специалистов по направлению 43.03.03 «Гостиничное дело».

Публикации. По теме диссертационного исследования автором опубликовано 29 печатных работ, общим объемом 14,14 печ. л. В том числе опубликовано 6 статей в научных рецензируемых журналах из перечня научных изданий, рекомендованных для опубликования основных научных результатов диссертации на соискание ученой степени кандидата наук, а также 1 статья опубликована в журнале реферативной базы Scopus и 1 статья опубликована в журнале реферативной базы Web of Science.

Структура и объем работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложений. Содержание работы изложено на 190 страниц машинописного текста, а также включает 57 рисунков, 18 таблиц и 10 приложений. Библиография включает 175 источников.

Глава 1 Теоретико-методологические основы организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничного предприятия

1.1 Сущность и особенности развития предприятий в современной инновационной экономической среде

В существующих условиях циклического развития мировой экономики, для которого характерны сменяющиеся состояния спада (кризиса) и подъема, для эффективного функционирования и устойчивого развития хозяйствующих субъектов возникают определенные вызовы (потеря конкурентоспособности, занимаемой ниши на рынке, угроза банкротства), требующие пересмотра приоритетов управления организацией в пользу инновационного развития ее деятельности. Очевидным стимулом к рывку в экономическом развитии выступает кризисное время, при котором структура экономики и рынка подвергается существенным изменениям. Данный факт стимулирует руководство организации прибегнуть к ряду действий, связанных с оптимизацией организационной структуры, реализацией стратегии развития, позволяющей закрепить существующие позиции и нарастить конкурентный потенциал на ранее не занимаемых нишах рынка, вытеснив своих потенциальных конкурентов предложением нового или усовершенствованного вида продукции или услуги, формирующих потребительский спрос.

Категория «развитие» предприятия имеет множество определений и подразумевает формирование качественных новообразований [22], рассматривается как процесс направленной деятельности руководства предприятия и ее результат в меняющейся экономической среде [23], а также характеризуется как механизм эффективного перераспределения ресурсов предприятия [25].

Основные определения, которые используются учеными для категории «развитие» предприятия, являются концептуальными подходами и представлены на рисунке 1.1.

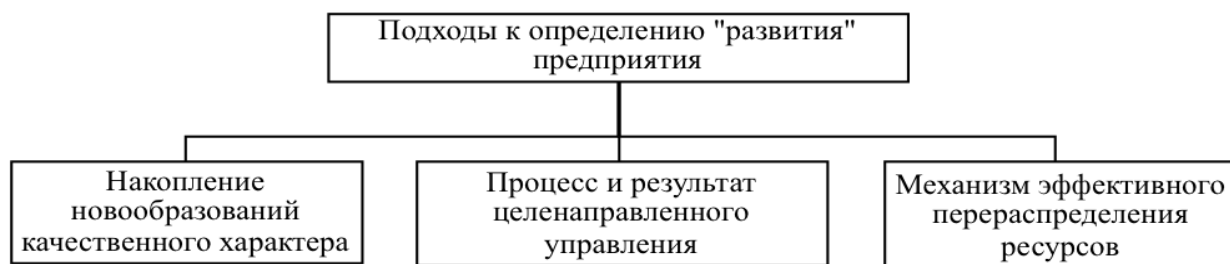


Рисунок 1.1 – Концептуальные подходы к определению понятия «развитие» предприятия

Источник: составлено автором на основе источников [22, 23, 25].

Следовательно, понятие «развитие предприятия» основывается на изменениях качественного характера, формирующихся посредством совершенствования управленческой деятельности по направлению упорядочивания процессов функционирования и их алгоритмов.

Понятие «инновационное развитие» дает возможность оценки и прогноза влияния деятельности, связанной с внедрением инноваций и ее результатов на функциональном, а также экономическом уровне изменений в организации.

Сам термин «инновация» (от лат. «*innovatio*») при дословном переводе означает «в направлении изменений» и впервые фигурирует в научных исследованиях XIX века, но в широком смысле слова оно связано с многовековой историей человечества. Й. Шумпетер является первым экономистом, который еще в 1939 году в своей книге «Деловые циклы» ввел понятия «инновация» и «нововведение» в экономику и обосновал их связь с темпом экономического развития [139].

В современных научных публикациях фигурирует три ключевых научно-теоретических подхода к толкованию термина «инновация». Данные подходы к определению сущности термина «инновация» приведены в таблице А.1.

Мировой классик менеджмента П. Друкер подчеркивал влияние эффективной инновации на отраслевые стандарты и ее стимулирование развития рынков или технологий, а также формирование весомого преимущества для отрыва от конкурентов. П. Друкер рекомендовал менеджменту любого предприятия следовать трем основным правилам, которые представлены на рисунке 1.2.

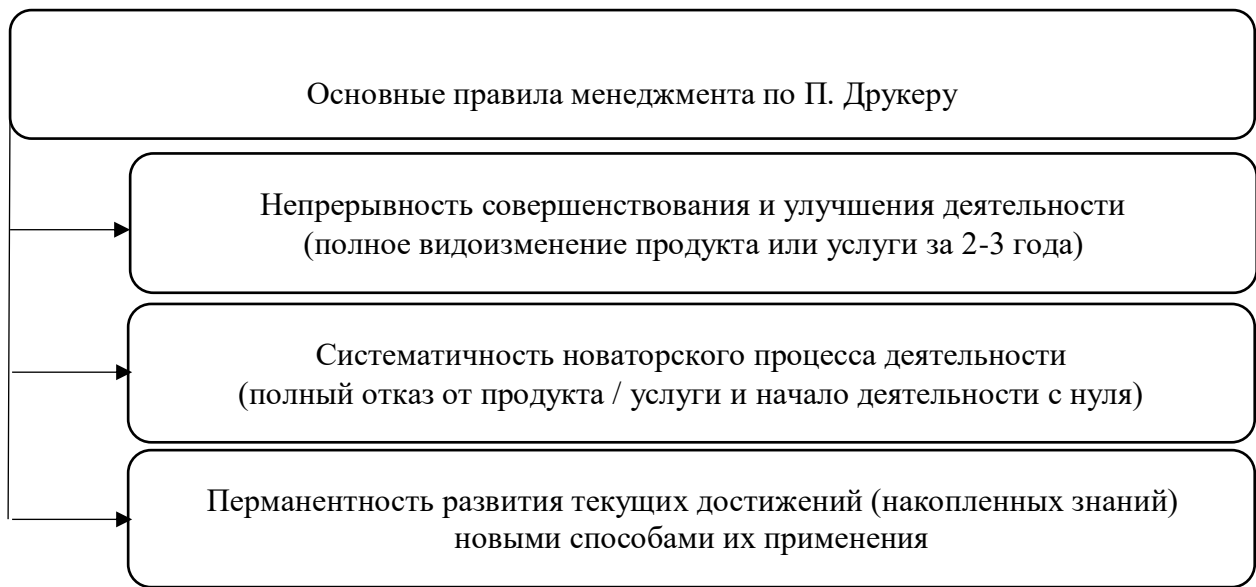


Рисунок 1.2 – Основные правила менеджмента по П. Друкеру

Источник: составлено автором на основе источников [59, 60].

М. Портер также подчеркивал особую роль инноваций в жизнедеятельности стран с развитой экономикой для поддержания высоких зарплат и жизненных стандартов, в том числе сохранения доминирующих позиций на мировых рынках [118]. Кроме того, он отмечал факт превалирующего результата от маленьких изменений над крупными технологическими прорывами.

В современном экономическом словаре [119] термин «инновация» подразумевает: 1) детерминирующую способность смены техники, технологии, организации труда посредством вклада средств в экономику; 2) новую технику, технологии, организацию труда как результат достижений НТП. Характерной чертой инновационной деятельности при этом является появление фундаментальных научных открытий, развитие изобретательской и

рационализаторской деятельности. А некоторые эксперты отождествляют инновационное развитие компании с «драйвером роста, качество – драйвером прибыли», а совокупность инновационной составляющей с качеством – «драйверами рыночной стоимости» [147].

В Российской Федерации категории «инновация», «инновационная деятельность» закреплены на законодательном уровне. Так, под инновациями понимается введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод осуществления продаж или новый организационный метод в деловой практике, а также организации рабочих мест [1].

Инновационная деятельность, в свою очередь, характеризуется деятельностью (научная, технологическая, организационная, финансовая и коммерческая), направленной на реализацию инновационных проектов, а также на создание инновационной инфраструктуры и обеспечение ее деятельности, где основным фактором развития является научно-исследовательская и опытно-конструкторская работа.

Понимание особой роли инноваций на государственном уровне подтверждается Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации, в которой предусматривается переход экономики России от экспортно-сырьевой модели к инновационной, где повышение доли инновационного сектора в ВВП составляет 10,9 % в 2007 г. и 18 % в 2020 г., усиливая «производство новых идей, технологий и социальных инноваций» [160] и формируя условия для создания и функционирования новых инновационных компаний во всех секторах российской экономики.

С. Ю. Глазьев предопределял формирование новой инновационной системы, развивающей малый инновационный бизнес, в результате становления «нового технологического уклада» [43].

Согласно первому Международному форуму технологического развития «Технопром-2013» [155], проведенному с участием представителей органов государственной власти Российской Федерации, основных научно-

исследовательских институтов развития и др. представителей государственного и коммерческого секторов, в настоящее время осуществляется переход глобальной экономики на шестой технологический уклад, которому соответствует особая специфика.

Основные черты технологических укладов глобальной экономики представлены в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Основные черты технологических укладов глобальной экономики

Технологические уклады (I–VI)	Основной ресурс	Ключевая отрасль	Основной фактор	Результат
I	Энергия воды	Текстильная	Текстильные машины	Механизация фабричного производства
II	Энергия пара, уголь	Транспорт, черная металлургия	Паровой двигатель	Развитие транспорта, рост масштабов производства (освобождение человека от тяжелого ручного труда)
III	Электрическая энергия	Тяжелое машиностроение, электротехническая промышленность	Электро-двигатель	Концентрация банковского и финансового капитала, появление телеграфа, радиосвязи, стандартизация (повышение качественного уровня жизни)
IV	Энергия углеводородов	Автомобилестроение, нефтепереработка, цветная металлургия, синтетические материалы	Нефтехимия, двигатель внутреннего сгорания	Массовое и серийное производство (развитие трансконтинентальных коопераций, связи, рост производства продукции народного потребления)
V	Атомная энергия	Электроника, микроэлектроника, информационные технологии, геновая инженерия, освоение космоса и др.	Микро-электронные компоненты	Индивидуальное производство и потребление (глобализация, увеличение скорости связи и перемещения)
VI		Нано- / биотехнология, нано – энергетика / – бионика, новая медицина и др.	Микро-электронные компоненты	Сокращение энергоемкости и использования материалов при производстве, создание материалов (организмов) с заранее заданными свойствами (увеличение продолжительности жизни)

Источник: составлено автором на основе источника [155].

По прогнозным данным Всемирного банка, планируемый рост ВВП нашей страны имеет позитивный и пессимистичный прогноз на 2021 и 2022 год, где 2,6 % и 3 % рост ВВП при позитивном прогнозе и 0,6 % и 2,8 % рост ВВП при ухудшении эпидемиологической обстановки в 2021 году. Восстановление экономической активности предопределяет формирование инновационных организационно-управленческих решений, способных оказать положительное влияние на дальнейшее развитие нашей страны, без которого невозможно выйти на новый уровень технологического развития.

За последние несколько десятилетий наблюдается стремительный рост доли компаний, инновационное развитие которых можно охарактеризовать как комплексное. По результатам исследовательской работы, проведенной международной консалтинговой компанией McKinsey [162], специализирующейся на решении задач, которые связаны со стратегическим управлением, компании, стремящиеся к комплексному инновационному развитию, имеют возможность не только значительно повысить свою прибыль, но и опережать своих конкурентов по данному критерию в среднем по отрасли на 15 % (23,5 % против 8,7 %). Такие компании развивают свои конкурентные преимущества на основе ключевых направлений инноваций (процессы, продукты и бизнес-модели), и факторов обеспечения конкурентоспособности (цена, качество, сервис).

Следует отметить, что желание осуществлять инновационную деятельность нередко вызвано у предпринимателей желанием получить превосходство над конкурентами. Кроме того, менеджменту предприятий очевидным ориентиром осуществляемой инновационной деятельности служит получение экономического, научно-технического, управленческого, а также экологического и других видов эффектов.

На основе проведенного анализа различных литературных источников [103, 112, 123, 130, 139] выделим следующие основные свойства инноваций, которые представлены на рисунке 1.3.

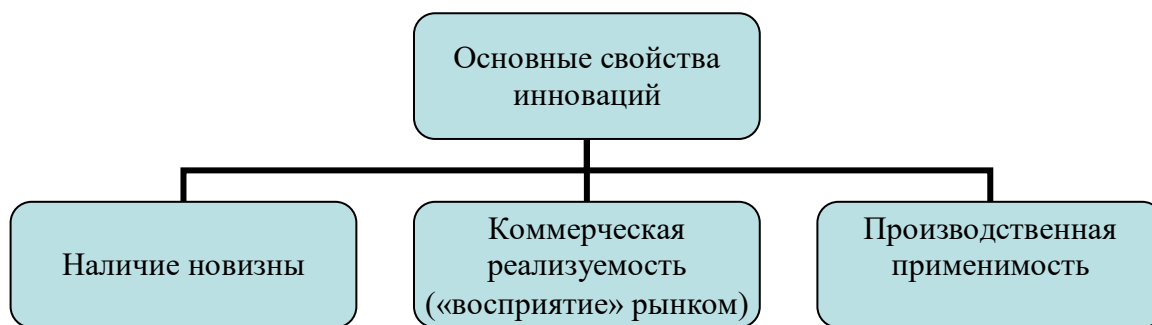


Рисунок 1.3 – Основные свойства инновации

Источник: составлено автором на основе источников [103, 112, 123, 130, 139].

Как показано на рисунке 1.3, основные свойства инновации свидетельствуют о том, что инновации являются средством достижения конкурентоспособности, которое, как правило, формируется в результате коммерческого, социального или иного вида мероприятий.

«Руководство Осло», разработанное в сотрудничестве между ОЭСР и Евростат в качестве международной методологии, включает области понятийного аппарата инновационной деятельности, а также измерения и анализа инновационного процесса, и определяет инновации четырех типов, которые представлены на рисунке 1.4.

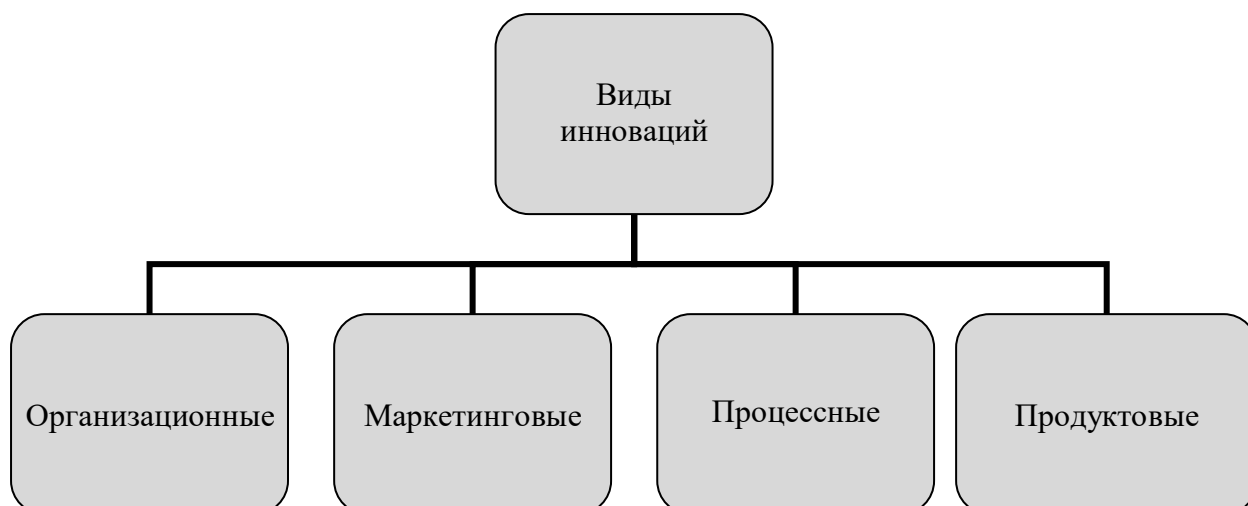


Рисунок 1.4 – Четыре типа инноваций по международной методологии

«Руководство Осло»

Источник: составлено автором на основе источника [123].

Степень новизны, в соответствии с международной методологией, характеризуется как трехуровневая: 1) уровень предприятия (минимальный), 2) уровень рынка (отрасли), 3) международный уровень (для всех рынков, отраслей) [123].

Термин «инновация» схож с термином «инновационный процесс», который представляет собой не только создание, но и освоение и распространение инноваций. Главным отличием инновационного процесса от инновации является его завершенность или получение результата для практической реализации.

Длительность времени между появлением инновационной разработки и началом ее использования называется инновационным циклом [21]. В высокоразвитых странах технологический уровень, способность адаптировать разработки и внешние экономические условия позволяют иметь инновационный цикл значительно меньший (5–6 лет), чем в развитых (5–25 лет) и менее развитых странах (15–25 лет).

Соответственно, уровень инновационных процессов любого предприятия соотносится с минимальным уровнем «новое для предприятия» и представляет собой потенциально возможный продукт, процесс, маркетинговый или организационный метод, которые могут в качестве апробированных решений использоваться на других предприятиях, в то же время представляя собой новшество или усовершенствование (продукта, процесса) для отдельно взятого предприятия.

Один из подходов к классификации инновационных преобразований деятельности компании характеризует комбинаторные, радикальные и модифицирующие инновации. За такими инновационными преобразованиями стоят пионерский и догоняющий инновационные процессы.

Пионерский инновационный процесс определяется как стремление к достижению мирового первенства и является более дорогостоящим (США), а догоняющий – адаптация существующих инновационных разработок, что дешевле и имеет быстрый результат (Япония).

Что касается России, то согласно докладу 2020 года «Глобальный инновационный индекс» (ГИ), Россия в 2020 году заняла 47 позицию среди 131 страны, что на 1 позицию ниже в сравнении с 2019 годом. Три лидирующих позиции 2020 года занимают Швейцария, Швеция и США. Рейтинг основан на среднем показателе от субпоказателей: 1) ресурсы для инноваций (человеческий капитал, научно-исследовательские институты, инфраструктура, уровень развития рынка и бизнес-среды), 2) результаты инновационной деятельности (экономика знаний, технологическое развитие, результаты интеллектуальной и творческой деятельности) [72].

Радикальные инновации подразумевают внедрение новейших технологий, методов управления и видов продукции, что, как мы видим по ГИ, характерно для Швейцарии, Швеции и США. Такие инновации характеризуются прорывными изменениями, обеспечивающими радикальный качественный сдвиг в развитии деятельности предприятия, резко меняющими темпы роста, снижение себестоимости и комплексной трансформации системы функционирования. К таким инновациям относятся замещающие, открывающие и отменяющие инновации.

В. А. Яковлев под радикальные (базовые) инновации отводил 15 % в общем объеме инноваций [143], отмечая, что высокая себестоимость базовых инноваций и сопутствующие риски уменьшают прибыль от базовых инноваций более чем в 2 раза в сравнении с модифицирующими.

Г. Менш [103] отводил базовым инновациям особую роль при кризисных периодах в экономике, когда такие инновации выступают единственным инвестиционным решением и служат ключевым инструментом антикризисного управления предприятием и его экономического роста. Согласно С. М. Меньшикову [104], кризисы экономики подавляют создание и внедрение инноваций, но именно технологические инновации огромным потоком появляются на рынке в посткризисный период, который выступает катализатором их появления.

Как правило, инновации рассматриваются в зависимости от признаков и групп, представленных в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Классификация инноваций

Признак	Виды
Виды объектов	1. Предметные (новые продукты, материальные ресурсы, комплектующие) 2. Процессные (новые услуги, процессы) 3. Организационные (методы организации производства, системы управления)
Место в системе предприятия	1. На входе (новая информация, материальные ресурсы или сырье) 2. Внутри (IT-технологии, процессы, организационная структура) 3. На выходе (новые услуги, продукты, информация и технологии)
Степень радикальности	Базисная, улучшающая, псевдоинновация
Область применения	Промышленные, социальные, управленческие, организационные и др.
Этапы НТП	1. Научный (результат научно-исследовательских работ) 2. Технологический (результат применения улучшенных / более совершенных способов создания продукции) 3. Технический (результат производства продуктов с новыми / улучшенными свойствами) 4. Производственный (результат оптимизации производственного процесса) 5. Конструкторский (результат опытно-конструкторских работ) 6. Информационный (результат рационализации информационных потоков в научно-технической деятельности в части качества и скорости получения информации)
Уровень интенсивности	Взрывной, массовый, равномерный, слабый
Темп реализации	Быстрый, нарастающий, равномерный, замедленный, затухающий, скачкообразный
Масштабность	Трансконтинентальная, транснациональная, региональная, крупная, средняя, мелкая
Широта воздействия	Глобальная, отраслевая, локальная
Эффективность	Интегральная, экономическая, социальная, экологическая
Результативность	Высокая, стабильная, низкая
Источник	Открытие, изобретение, рациональное предложение и др.
Разновидность	Конструкция (устройство), технология, материал (живые организмы)
Способ замещения	Свободное или системное замещение

Признак	Виды
Характер использования	1. Потребительские 2. Производственные / инвестиционные инновации

Источник: составлено автором на основании материалов [25, 61, 123, 135].

Приведенная выше разноплановая вариативность существующих классификаций инноваций характеризует широкий спектр форм и видов инноваций, к которым стремятся предприятия, претендующие на лидирующие позиции в сфере своей деятельности. Различные подходы к классификации инноваций способствуют осуществлению объективной и комплексной оценки результативности их внедрения и последующего определения путей развития инновационного процесса с оптимальными методами управления.

Таким образом, можно сделать следующий вывод: современное общество существует в эпоху инновационной деятельности, формирующей инновационную экономическую среду. Отличительной чертой данной среды является создание интеллектуальных продуктов в результате инновационного развития осуществляемой хозяйствующими субъектами деятельности.

Создание инноваций характеризуется в качестве высоко рискового мероприятия, сопряженного с наличием существенных финансовых ресурсов и творческого потенциала трудовых кадров. При этом выигрывают зачастую не компании-создатели, а компании-адаптеры, которые нашли наиболее эффективное и оригинальное применение инновационным решениям.

Кроме того, межнациональная конкурентная борьба выделяет инновационный компонент в качестве ключевого индикатора, способствующего усилению инновационного потенциала каждой страны и наращивания ее инновационной активности.

1.2 Научно-теоретические основы функционирования гостиничного предприятия в условиях инновационного развития

Развитие гостиничного предприятия обусловлено необходимостью непрерывного повышения качественного характера предоставляемых услуг и оперативности обслуживания их потребителей. Одним из ключевых и прогрессивных факторов такого развития является инновационное развитие гостиничного предприятия.

Согласно терминологии индустрии гостеприимства и туризма, дефиниция инновации:

– это процесс создания, а также внедрения новых или усовершенствованных методов обслуживания при помощи ИТ-технологий, приобретающий экономическое содержание; комплексный процесс от идеи до конечного гостиничного продукта (услуги), способа производства, основанного на результатах комплексного маркетингового анализа; новые виды дизайнерских решений; нововведения на организационном, управленческом и финансовом уровнях; улучшенный способ экономии затрат [63, 55, 89, 100, 122, 110];

– это процесс по формированию и внедрению новейших, отличных от стандартных способов и методов обслуживания, разработка необычных туров, видов оформления для предприятий гостиничного бизнеса, повышения уровня комфорта проживания потребителей гостиничных услуг [37, 38].

Инновационная деятельность гостиничных предприятий является одним из центральных звеньев развития современной туристской индустрии. Базисом такой деятельности являются процессы, характерные для любых предприятий большинства существующих отраслевых рынков, к которым относятся планирование, формирование и реализация гостиничных услуг. В то же время, являясь неотъемлемой частью индустрии туризма, деятельность гостиничных предприятий характеризуется высокой степенью информационной насыщенности, формирующей потребность использования инноваций в своей деятельности.

Информация о степени новизны дает возможность дифференциации разработчиков инноваций и тех, кто такие инновации заимствует, адаптируя к деятельности своих предприятий. Такого рода адаптацию или «гибридизацию» инновационных разработок ряд ученых [37, 55, 54, 63, 90, 100, 110, 150] отмечают в качестве наиболее характерной формы применения инноваций в гостиничном предприятии, как и большинства других предприятий сферы услуг.

В гостиничном бизнесе продуктом является целостность товаров, работ и услуг, которые можно приобрести, использовать или потребить клиенту. Как правило, гостиничный продукт состоит из четырех блоков, которые представлены на рисунке 1.5.

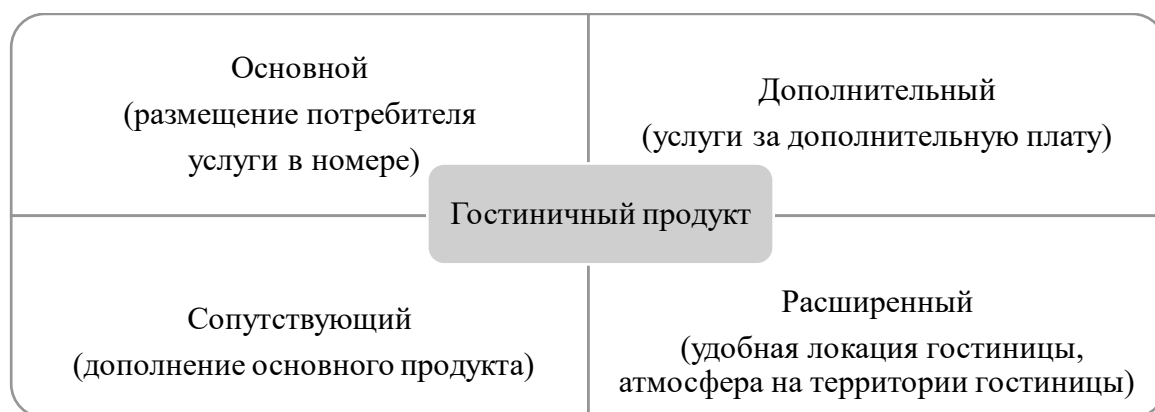


Рисунок 1.5 – Составляющие гостиничного продукта

Источник: составлено автором на основе источника [145].

То есть гостиничная услуга представляет собой комплексное предложение продуктов, оказываемых услуг и объектов, предоставляемых предприятием гостиничного бизнеса своему потенциальному клиенту. И на качество гостиничного продукта можно оказать влияние посредством любого технологического усовершенствования внутри составных блоков гостиничной услуги. Кроме того, имея тесную взаимосвязь между сервисными предприятиями индустрии гостеприимства, следует отметить мультипликативный эффект, который предприятия оказывают друг на друга, и вызванный тем, что спрос на

туристские услуги имеет прямо пропорциональное влияние на спрос на гостиничные услуги, а также услуги питания, транспорта и так далее. Например, доход от оказания гостиничных услуг может являться потребительскими расходами, которые будут выступать доходом для другого сервисного предприятия сферы гостеприимства и т.д.

Следует также отметить, что инновационный потенциал гостиничного предприятия на основе критерия масштабности управления инновационной деятельностью может быть разделен на два основных вида, характеристика которых представлена в таблице 1.3.

Таблица 1.3 – Виды инновационного потенциала гостиничного предприятия

Наименование критерия	Инновационный потенциал гостиничного предприятия	
	Простой	Расширенный
Характеристика	Внедрение инновационных технологий и сервисов для удовлетворения потребностей клиентов	Формирование фундамента для собственной разработки инновационных технологий и сервисов
Категория	Имитаторы	Пионеры
Преимущество	Развитие «в ногу со временем»	Уникальные гостиничные сервисы и технологии
Положение на рынке	Устойчивое	Доминирующее

Источник: составлено автором на основе источников [36, 37, 46, 100 и др.].

Как мы видим, доминирующее положение занимают «пионеры» инновационной деятельности в области гостиничного бизнеса, так как они способны предложить своим клиентам уникальные гостиничные сервисы и технологии. С другой стороны, количество гостиничных предприятий подобного типа крайне мало, так как требует наличия достаточно существенной финансовой и организационно-технической базы.

Инновационная деятельность «пионеров» может включать проведение научно-исследовательских работ, собственные инновационные разработки и их внедрение, а также гибридизацию инноваций смежных отраслей. Создание

собственных разработок подразумевает обретение новых потребительских свойств, определяющих преимущественный уровень конкурентоспособности на занимаемой рыночной нише, и завоевание новых рынков, а также обретение некоторой стабильности финансово-экономических показателей.

Инновационная деятельность как «пионеров», так и «имитаторов» обладает некоторым набором функций [50], повышающих организационно-экономическую эффективность осуществляемой деятельности.

Рассмотрим функции, повышающие организационно-экономическую эффективность инновационного развития гостиничных предприятий, которые представлены в таблице 1.4.

Таблица 1.4 – Функции инновационной деятельности гостиничного предприятия

Функции	Характеристика
Воспроизводственная	Получаемый финансовый результат по итогам адаптации инновации направлен на внедрение новых разработок и т.д., тем самым создается «каскадный» эффект
Инвестиционная	Реализация инвестиционного проекта с целью получения прибыли
Стимулирующая	Совершенствование конкурентных преимуществ и повышение устойчивости осуществляемой деятельности гостиничного предприятия

Источник: составлено автором на основе источников [37, 139, 143 и др.].

Следует отметить, что согласно классификации международных консалтинговых компаний (например, Mac Kinsey), особенности инновационной деятельности относятся к архетипу: потребительский [127, 162]. Отличительной чертой данного архетипа является быстрая коммерциализация.

Таким образом, предприятия гостиничной индустрии стремятся воспроизводить в своей деятельности инновационные решения, а не являться лидерами инновационных разработок. Развитие предприятий гостиничной индустрии характеризуется цикличностью и адаптации принципиальных новшеств рыночной экономики. Соответственно, инновационную деятельность предприятий гостиничной индустрии следует характеризовать с позиции качественных

изменений осуществляемой деятельности, а также ее результатов посредством внедрения инноваций, способствующих расширению рыночных возможностей [127, 162].

Осуществление инновационной деятельности любого предприятия предопределено стремлением к получению соответствующих результатов: повышение доходности и конкурентоспособности, а также качественного уровня управления предприятием. Получение таких результатов руководство гостиничных предприятий обеспечивает посредством формирования оптимального организационно-экономического обеспечения, которое в свою очередь ложится в основу внедрения необходимых инновационных решений в деятельность гостиничных предприятий.

На рисунке 1.6 представлены основные результаты деятельности предприятий гостиничного бизнеса при инновационном развитии.



Рисунок 1.6 – Основные виды результатов инновационной деятельности предприятий гостиничного бизнеса при инновационном развитии

Источник: составлено автором на основе источников [36, 37, 46, 100, 139, 143 и др.].

В материальном производстве внедрение инновации может не оказывать влияния на качество, так как в первую очередь направлено на решение другого рода задач: снижение себестоимости, увеличение производительности труда, а также условий его осуществления и др. [86].

Таким образом, охарактеризуем ключевые целевые ориентиры гостиничных предприятий при инновационной деятельности:

1. Нарращивание эффективности деятельности посредством различного спектра критериев: экономический, организационный, а также сервисный, логистический и коммуникационный.

2. Определение потребности в инновационных разработках [63, 100, 127].

Ключевые функционально-целевые ориентиры инновационной деятельности гостиничного предприятия отражены на рисунке 1.7.

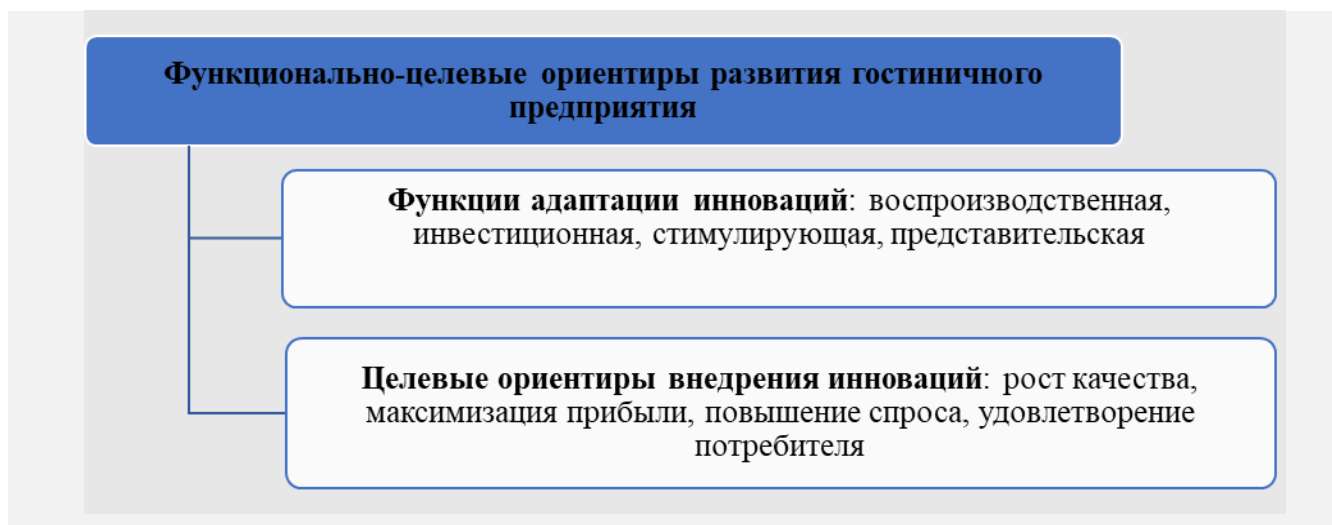


Рисунок 1.7 – Ключевые функционально-целевые ориентиры развития гостиничного предприятия

Источник: составлено автором на основе источников [63, 67, 88, 100, 127].

Рассмотрим ключевые специфические особенности деятельности гостиничных предприятий при осуществлении инновационной деятельности. Ряд экспертов такие особенности относят к сезонности спроса, так как именно данный элемент имеет важное значение при анализе и оценке окупаемости инноваций.

Проблематика окупаемости выявляется при отсутствии положительного показателя финансовой деятельности предприятия гостиничного бизнеса. Как правило, спрос на услуги предприятий гостиничного бизнеса характеризуется нестабильностью в течение года из-за сезонного изменения климата и различных событийных мероприятий, что обуславливает нестабильность окупаемости инвестиций во временном аспекте. По этой причине, гостиничные предприятия стремятся внедрять инновации постепенно, не приостанавливая предоставление гостиничных услуг, а внедряя инновации параллельно осуществляемой деятельности.

Другой ключевой чертой инновационной деятельности таких предприятий является неразрывность предоставления гостиничной услуги и удовлетворения запроса ее потребителя, так как невозможно предоставление услуги осуществлять вне ее потребителя, а также осязать или запастись такого рода услугами, что обязывает менеджмент гостиничных предприятий стремиться к законченности внедрения инноваций, при которой потребитель пользуется завершенным результатом реализации инноваций.

Центральным звеном осуществления инновационной деятельности предприятий гостиничного бизнеса является уверенность в отсутствии рисков коммерческого характера, куда входит волатильность курса валют (макроэкономический фактор), а также вопросы геополитического характера, отличающиеся неустойчивостью [127].

Е. А. Джанджугазова [54, 55, 57] в своих работах выделяет еще одну особенность – гибридизацию инновационных разработок по причине синергетического эффекта от внедрения инноваций в одной отрасли на другие виды отраслей хозяйственной деятельности. Как правило, основной влияющей сферой является сфера IT-технологий.

Кроме того, принципиальную важность имеет уровень квалификации персонала [49, 54, 63, 68, 88, 94, 110, 117, 127].

Резюмируя, представим основные особенности осуществления инновационной деятельности гостиничными предприятиями на рисунке 1.8.



Рисунок 1.8 – Основные особенности инновационной деятельности гостиничного предприятия

Источник: составлено автором на основе источников [36, 37, 46, 54, 55, 57, 100, 110 и др.].

Рассмотрев функционально-целевые ориентиры инновационной деятельности гостиничного предприятия, перейдем к основам ее эффективной реализации.

По мнению ряда экспертов [15, 65, 113, 133], эффективность деятельности любого хозяйствующего субъекта рыночной экономики и залог его развития формируются на основе двух ключевых составляющих: 1) организационная и 2) экономическая.

Организационная составляющая включает в себя правовые, а также управленческие элементы взаимодействия. А. Чандлер в своих научных трудах подчеркивал: «структура после стратегии», определяя ведущую роль структуры в процессе реализации стратегии развития организации [148].

В основе организационной составляющей лежит понятие «организация». Существующую модель организации П. Друкер характеризовал как близкую к биологической модели за счет пронизывающих взаимосвязей, которые основаны на знаниях и функционируют вокруг информационного каркаса – объединяющей системы и формы связи [59]. Бизнес в современных условиях он определял как

организацию, добавляющую стоимость и создающую богатство [60]. Ученый подразумевает под «организацией» объединение статистических (структура) и динамических (система) элементов взаимосвязей отдельных структурных частей, где функционирование осуществляется в процессе их взаимодействия.

Децентрализованное управление и централизованная координация [137] – главные движущие силы развития предприятия. Организация любых изменений предусматривает потребность в высоком уровне децентрализации предприятия, а максимальная структурированность обеспечивает возможность принимать любые решения в оперативном формате посредством новых видов корпоративных стратегий, управленческих методов на основе IT-технологий, организационной структуры, систем качества и логистики, организации труда и др.

Подводя итоги, обозначим ключевые функциональные и целевые ориентиры, которые следует учитывать гостиничным предприятиям, стремящимся к инновационному развитию: 1) повысить качество гостиничных услуг и спрос со стороны потребителя (максимально удовлетворяя его), 2) увеличить прибыль и укрепить занимаемую нишу на рынке.

Организация процесса инновационной деятельности гостиничных предприятий включает различные этапы: планирование на стадии подготовки, мониторинг деятельности при внедрении инноваций, совершенствование деятельности посредством анализа промежуточных результатов, по результатам анализа корректировка цели, задач, обязанностей и ответственности принимающего участие персонала, а также определение взаимосвязями между структурными подразделениями, и принятие управленческих решений [137].

Таким образом, рассмотрев специфику организационного и экономического обеспечения деятельности хозяйствующих субъектов, инновационного развития деятельности гостиничного предприятия, сформулируем авторскую позицию определения организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничного предприятия: организационно-экономическое обеспечение инновационного развития гостиничного предприятия – комплексная система, включающая совокупность взаимосвязанных ресурсов и элементов, необходимых

для повышения эффективности осуществляемой деятельности гостиничного предприятия, целевыми ориентирами которой являются рост качества, максимизация прибыли, удовлетворение потребителя и повышение спроса.

Рассмотрев основные особенности инновационной деятельности гостиничного предприятия, можно сделать вывод о том, что элементы комплексной системы организационно-экономического обеспечения должны служить основой планирования инновационной деятельности гостиничного предприятия, где центральными компонентами являются: возможность расширения спектра и увеличение объема гостиничных услуг, повышение стоимости и минимизация затрат на их реализацию, что позволит укрепить занимаемую нишу на рынке [137].

1.3 Методические аспекты построения организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничного предприятия

Как было отмечено ранее, элементы комплексной системы организационно-экономического обеспечения должны служить основой планирования инновационной деятельности гостиничного предприятия. В научной среде с такой целью высказывается мнение о необходимости оценки инновационного потенциала гостиничного предприятия. Отдельные вопросы оценки инновационного потенциала гостиничных предприятий рассмотрены в научных публикациях [40, 45, 100, 106, 132, 142], где инновационный потенциал гостиничных предприятий представляет собой прежде всего их способность внедрять инновационные технологии и разработки в бизнес-процессы предоставления услуг действующим и потенциальным клиентам на регулярной основе. Следовательно, инновационный потенциал характеризуется в первую очередь наличием у предприятия гостиничного типа определенных финансово-экономических ресурсов для осуществления инновационной деятельности.

Ряд других авторов [53, 109, 110] фокусируются на принципиальности вопросов высокой квалифицированности кадров и наличия объектов интеллектуальной деятельности. Перечень данных элементов обеспечивает доступность инновационных технологий или сервисов для гостиничного предприятия в рамках его коммерческой деятельности. Инновационный потенциал в зависимости от текущей конъюнктуры инновационных разработок в гостиничном бизнесе и общего макроэкономического фона может быть описан большим спектром показателей и характеристик. Отсутствие достаточного объема таких элементов является существенной преградой для использования инноваций в его деятельности, вследствие чего целесообразно оценить определенный набор индикаторов.

Следует отметить, что обычно используется шесть основных индикаторов, использование которых зависит от специфики индикатора и тех целей, которые ставятся в процессе его исследования.

Таким образом, формирование комплексной оценки уровня инновационного потенциала гостиничного предприятия целесообразно осуществлять как на основе количественной оценки экономических показателей, так и качественной оценки по ряду индикаторов, создающих высокий уровень синергетического эффекта при проведении оценочных процедур и аналитических расчетов.

По нашему мнению, оценку инновационного потенциала гостиничного предприятия следует осуществлять с учетом определенного распределения индикаторов, которые представим в виде рисунка 1.9.

При формировании такой оценки, с авторской точки зрения, основной упор целесообразно делать на использование оценки экономико-аналитических показателей в связи с наименьшей степенью ее субъективности. Для характеристики уровня выраженности тех критериев, которые не обладают количественным описанием, необходимо использовать качественную оценку на основе мнения экспертов – в части качественной характеристики.



Рисунок 1.9 – Распределение индикаторов оценки инновационного потенциала гостиничного предприятий с учетом специфики их определения

Источник: разработано автором на основе материалов [85, 100, 106].

Использование оценки экономико-аналитических показателей предполагает на количественной основе оценить уровень выраженности того или иного индикатора оценки инновационного потенциала гостиничного предприятия. Процесс разработки и внедрения инноваций в деятельность гостиничного предприятия требует существенных финансовых ресурсов.

Следовательно, чем выше значение финансового индикатора, тем выше уровень инновационного потенциала организации гостиничного бизнеса, то есть тем большими финансовыми возможностями она обладает для разработки и внедрения инновационных технологий и сервисов обслуживания клиентов. Коэффициенты для расчета представлены в таблице Б.2.

Для определения достаточности финансовой ресурсной базы гостиничного предприятия при адаптации инновационных технологий и сервисов обслуживания клиентов необходимо выполнить оценку финансового индикатора, а также устойчивость ресурсной базы.

Характеристика показателей для определения достаточности финансовой ресурсной базы гостиничного предприятия для осуществления инновационной деятельности представлена в таблице 1.5.

Таблица 1.5 – Характеристика показателей для определения достаточности финансовой ресурсной базы гостиничного предприятия для осуществления инновационной деятельности

Показатель	Характеристика
Финансовый индикатор	Уровень финансовой ресурсообеспеченности, т. е. наличие собственных финансовых ресурсов для разработки и внедрения инноваций в деятельности гостиничного предприятия (оптимальной величиной считается значение 0,5 при соотношении собственных финансовых средств к заемным), т.е. достаточной собственной ресурсной базой для инвестиционных вложений при разработке и внедрении инноваций
Устойчивость ресурсной базы	Учитывается объем собственных и величина заемных финансовых ресурсов гостиничного предприятия, имеющих долгосрочный характер погашения (не менее 1 года) к общей величине финансовых ресурсов гостиничного предприятия. Оптимальной величиной коэффициента устойчивости ресурсной базы считается значение 0,7 – пороговое для начала финансирования и внедрения инновационных разработок

Источник: разработано автором на основе материалов [99, 106, 131].

Использование организационно-целевого индикатора оценки инновационного потенциала гостиничного предприятия детерминируется выявлением эффективности осуществления основных бизнес-процессов. Показатели результативности функционирования гостиничного предприятия с учетом специфики коммерческой деятельности в той или иной интерпретации представлены в публикациях [21, 28, 32, 55, 64, 86, 94, 99, 105].

Организационно-целевой индикатор имеет свои особенности с учетом уровня экономической системы. Так, на макроэкономическом уровне в целом для

гостиничной отрасли определяются абсолютные значения данного показателя. На микроэкономическом уровне для отдельно взятого гостиничного предприятия или сети отелей расчет данного показателя происходит с учетом коэффициентов для расчета, которые представлены в таблице Б.4. Общие показатели представлены в таблице 1.6.

Таблица 1.6 – Показатели организационно-целевого индикатора для оценки инновационного потенциала гостиничного предприятия

Показатель	Характеристика
Occupancy	Загрузка номерного фонда, т. е. соотношение общего количества проданных номеров к фактическому за определенный период. Определяет уровень востребованности профильных гостиничных услуг предприятия во временном аспекте. Актуальность его определения: при наличии высоких значений загрузки номерного фонда существенно повышается уровень текущего и потенциального спроса на инновационные технологии и сервисы. Менеджмент гостиничного предприятия в процессе своей деятельности должен стремиться к максимизации величины загрузки номерного фонда.
RevPAR	Величина выручки в расчете на один номер общего номерного фонда гостиничного предприятия (RevPAR). Чем выше значение RevPAR, тем большими экономическими ресурсными возможностями предприятие гостиничного бизнеса обладает для разработки и внедрения инноваций.
RevPAC	Величина выручки в расчете на одного гостя гостиничного предприятия (RevPAC) также должна стремиться к максимуму.

Источник: разработано автором на основе материалов [32, 46, 63, 100, 106].

Определение величины информационного индикатора оценки инновационного потенциала гостиничного предприятия осуществляется на основе использования качественной (экспертной) оценки.

По мнению ряда экспертов [56, 86, 110], информационный индикатор оценки инновационного потенциала гостиничного предприятия отражает степень использования информационных и интерактивных технологий при осуществлении бизнес-процессов предоставления гостиничных услуг и включает в себя экспертную оценку выраженности следующих критериев:

- степень использования информационных технологий управления бизнес-процессами;
- уровень активности внешних и внутренних коммуникаций;
- уровень концентрации использования интерактивных технологий при предоставлении гостиничных услуг клиентам;
- автоматизация технологических и сервисных бизнес-процессов;
- качество доступа к мировым информационным ресурсам.

Чем выше экспертная оценка информационного индикатора инновационного потенциала гостиничного предприятия, тем выше уровень развития инновационного потенциала организации гостиничного бизнеса.

Определение параметров организационно-управленческого индикатора оценки инновационного потенциала гостиничного предприятия происходит на основе применения как экспертной оценки, так и оценки экономико-аналитических коэффициентов, исходя из следующих критериев:

- качество управленческих решений в инновационной деятельности;
- соответствие организационной структуры гостиницы общей стратегии инновационного развития;
- наличие и результативность работы отдела разработки сервисных инноваций (как правило, для крупных международных гостиничных сетей);
- уровень мотивационной результативности внедрения инновационных технологий в деятельность гостиничного предприятия;
- наличие и содержательная характеристика системы менеджмента качества управления инновационной деятельностью.

При использовании оценки различных экономико-аналитических показателей определения параметров организационно-управленческого индикатора оценки инновационного потенциала гостиничного предприятия необходимо проанализировать следующие показатели, которые отражены в таблице 1.7.

Таблица 1.7 – Показатели организационно-управленческого индикатора для оценки инновационного потенциала гостиничного предприятия

Показатель	Характеристика
Инновационность персонала	Отношение численности сотрудников гостиничного предприятия, занятых в разработке и внедрении инновационных проектов к общей численности работников
Обучаемость	Уровень подготовки и переподготовки кадрового состава. Чем выше обучаемость персонала, тем меньше уровень сопротивления в коллективе внедрению инновационных технологий и сервисов обслуживания
Качество человеческого капитала	Уровень научности и образованности сотрудников гостиничного предприятия. Чем выше значение, тем более склонным к разработке и внедрению инноваций является коллектив гостиничного предприятия. Показатель определяется соотношением численности работников с высшим образованием (при наличии учетной степени численность таких сотрудников умножается вдвое) к общей численности работников гостиничного предприятия

Источник: составлено автором на основе источников [24, 46, 100].

Коэффициенты для расчета общего организационно-управленческого индикатора для оценки инновационного потенциала гостиничного предприятия представлены в таблице Б.5.

Научно-исследовательский индикатор оценки уровня инновационного потенциала гостиничного предприятия также определяется на основе совокупного применения качественной оценки и оценки экономико-аналитических показателей [37, 123, 136]. В данном случае за ряд лет необходимо учесть:

- количество полученных патентов и авторских разработок;
- численность завершенных инновационных проектов;
- количество завершенных лицензионных соглашений.

Кроме того, важное значение для определения научно-исследовательского индикатора имеет наличие интеллектуальной собственности, отражающее удельный вес нематериальных активов в общей стоимости активов гостиничного предприятия. Коэффициенты для расчета количественных показателей данного индикатора представлены в таблице Б.6. Относительно высокое значение данного показателя (в качестве порогового критерия применяется значение более 0,1) дает

повод утверждать о существенном уровне инновационной активности гостиничного предприятия.

Показатель капиталоемкости инновационного развития гостиничного предприятия отражает долю инвестиций, вложенных в инновационные разработки, в общем объеме доходов или прибыли. Величина данного коэффициента позволяет сформировать мнение о том, какая часть полученного дохода или финансового результата гостиничного предприятия вкладывается им в разработку и внедрение инновационных технологий и сервисов для обслуживания клиентов. Пороговым значением для данного показателя является уровень 0,2, то есть в условиях существующей агрессивной конкурентной среды на гостиничном рынке вложение 20 % чистой прибыли гостиничного предприятия в разработку инновационных технологий или проектов будет свидетельствовать о его инновационной направленности при управлении бизнес-процессами.

Применение качественной характеристики параметров научно-исследовательского индикатора должно быть направлено на оценку уровня выраженности следующих критериев инновационного потенциала гостиничного предприятия:

- качество выполнения инновационных разработок в области гостиничных технологий и сервиса;
- оперативность инновационной деятельности, т. е. длительность периода между формированием устойчивого спроса на инновационную технологию в гостиничной индустрии и ее внедрением;
- масштабность инновационных проектов;
- соответствие направленности инновационной деятельности гостиничного предприятия существующим конъюнктурным особенностям функционирования гостиничной индустрии [37, 46, 42, 63, 110 и др.].

Последним в рамках проектируемой в работе модели оценки инновационного потенциала гостиничного предприятия является внешний инновационный индикатор, отражающий существующий макроэкономический фон функционирования гостиничной индустрии, уровень инновационной активности в

стране в целом, качество государственной поддержки научно-исследовательских разработок, то есть весь спектр параметров внешнего окружения инновационной деятельности в гостиничной индустрии [108, 123, 172]. С учетом важности внешнего инновационного индикатора необходимо проанализировать уровень выраженности следующих критериев, его характеризующих:

- качество государственной поддержки научно-исследовательской деятельности как в целом в стране, так и в отрасли гостиничного бизнеса в частности;

- уровень востребованности потребительским сообществом инновационных технологий и сервисов в гостиничной среде;

- общий макроэкономический фон разработки и реализации инновационных проектов в деятельности гостиничных предприятий;

- уровень инновационной активности в стране, регионе или отдельно в отрасли гостиничного бизнеса.

Таким образом, первым элементом формирования комплексного организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничного предприятия является оценка его инновационного потенциала посредством определения параметров, позволяющих сформировать комплексную характеристику уровня выраженности данного явления.

Вторым элементом формирования комплексного организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничного предприятия является выявление инновационной активности, который в интегрированном виде представлен в виде нескольких подходов на рисунке 1.10.

Определение уровня инновационной активности гостиничного предприятия позволяет дать ответ на вопрос относительно интенсивности использования инновационных технологий и сервисов в его деятельности. Обобщение научных подходов к исследуемому явлению позволило сформировать авторскую концептуальную модель оценки уровня инновационной активности гостиничного предприятия.



Рисунок 1.10 – Концептуальная модель оценки уровня инновационной активности гостиничных предприятий

Источник: составлено автором.

В основу представленной авторской модели заложены четыре основных подхода с учетом специфики каждого из них:

- затратный подход основан на анализе объема средств и финансовых ресурсов, потраченных на разработку и внедрение инноваций;
- временной подход основан на исследовании «скорости» внедрения востребованных инноваций в систему сервисного обслуживания;
- эволюционно-динамический подход основан на оценке существующих тенденций количественных характеристик использования инноваций;

– структурно-организационный подход позволяет провести анализ уровня инновационной активности в зависимости от роли инновационной деятельности в общем объеме бизнес-процессов гостиничного предприятия.

Значимым направлением является расчет коэффициента опережения (отставания), который формируется на основе сопоставления индексов роста расходов на инновации и показателей эффективности деятельности организаций гостиничного бизнеса. Важным достоинством данного показателя является высокий характер сопоставимости полученных результатов. Авторская методика расчета коэффициента опережения/отставания представлена в таблице Б.9.

Третьим элементом формирования комплексного организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничного предприятия является оценка инновационного эффекта как характеристика того результата, который должен быть сформирован в результате адаптации и внедрения инновационных разработок и технологий в деятельность гостиничного предприятия (таблица Б.8). Такая оценка строится на сравнительной диагностике определенного набора показателей, которыми обладало гостиничное предприятие до внедрения инноваций с аналогичными показателями, сформированными после их адаптации [44]. Наиболее актуальным является определение стоимости бизнеса на основе соотношения [86] стоимости гостиничного предприятия после внедрения инноваций к его стоимости до внедрения инноваций.

В соответствии с авторским мнением, алгоритм диагностического анализа инновационного эффекта в деятельности гостиничного предприятия должен выглядеть аналогичным представленному на рисунке 1.11.

Если величина инновационного эффекта по результатам инновационной деятельности гостиничных предприятий носит отрицательный характер, то это свидетельствует о низкой эффективности управления инновациями в гостиничном деле и невысоком инновационном потенциале предприятия.

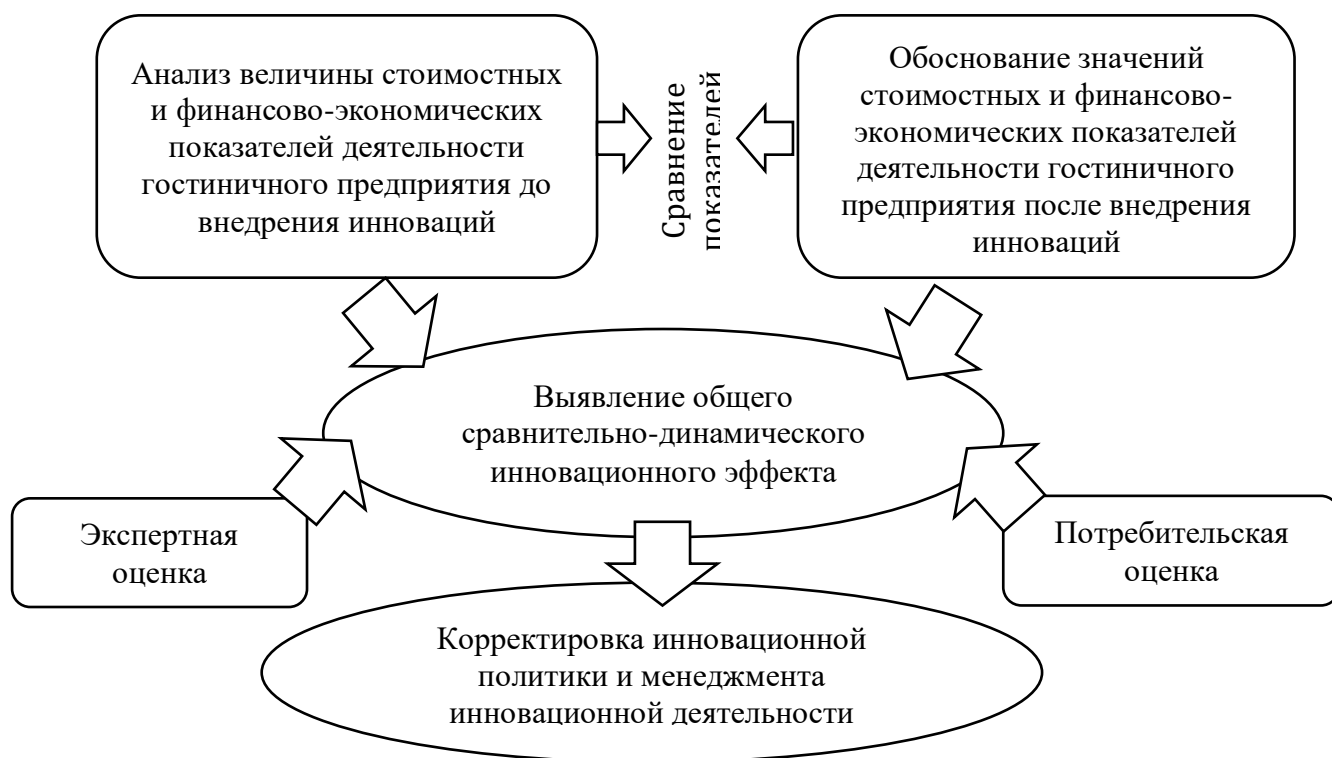


Рисунок 1.11 – Выявление общего сравнительно-динамического инновационного эффекта в деятельности гостиничного предприятия

Источник: составлено автором.

Резюмируя, сформируем алгоритм выявления общего сравнительно-динамического инновационного эффекта инновационной деятельности предприятий гостиничного бизнеса, которая представлена на рисунке 1.12.

Таким образом, авторская комплексная модель организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничного предприятия включает в себя три основных базовых элемента.

Первым элементом является оценка инновационного потенциала гостиничного предприятия, которая строится на расчете величин разработанного комплекса индикаторов, для формирования которых необходимо применять качественную характеристику, основанную на экспертных оценках, а также количественные показатели, в основе которых находятся характерные организационно-экономические показатели, а также комбинированные способы экспертного и количественно-аналитического инструментария.

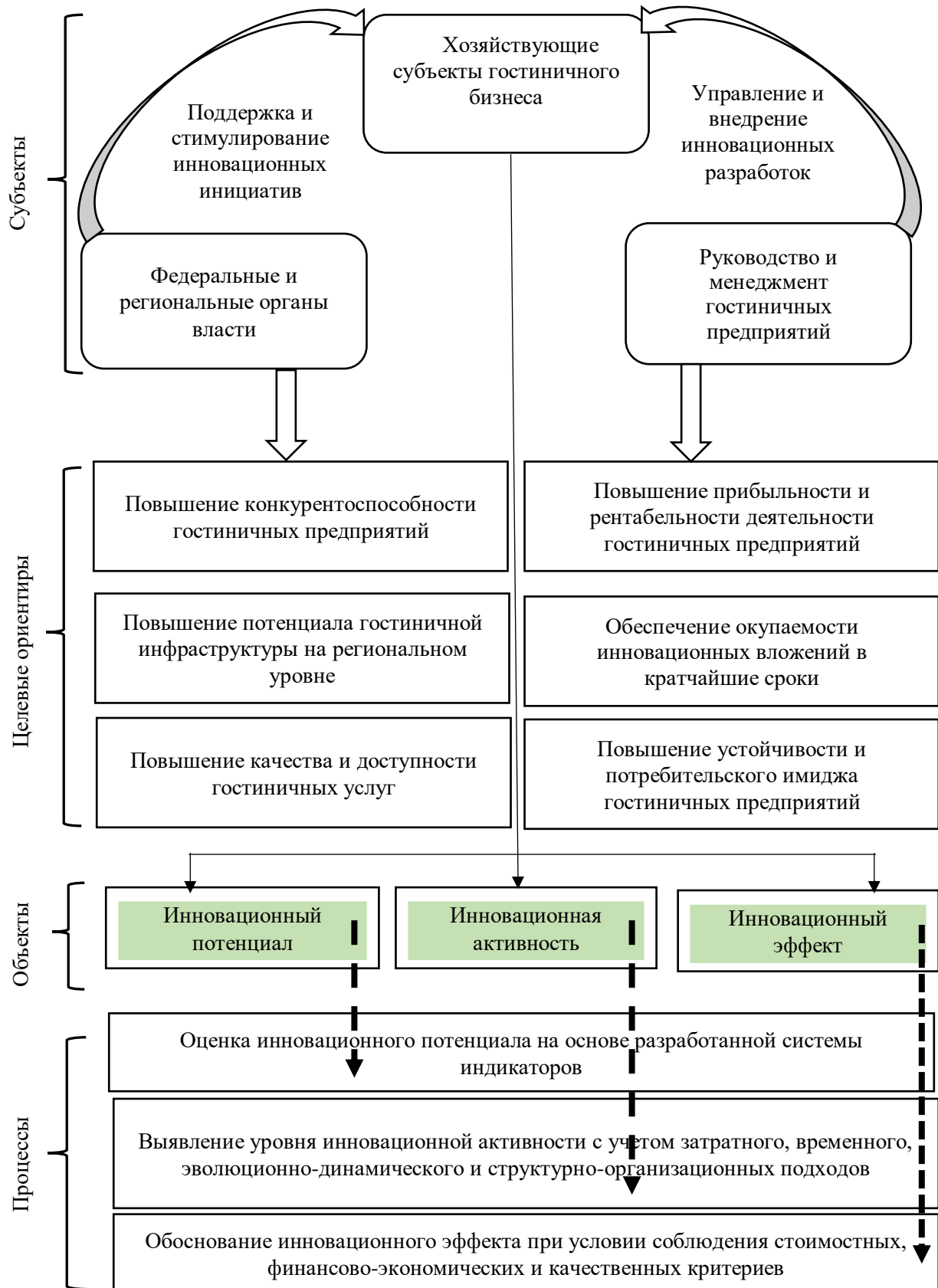


Рисунок 1.12 – Комплексная модель организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий [164]

Источник: составлено автором.

Вторым элементом представленного базиса является исследование уровня инновационной активности гостиничного предприятия. Методическим фундаментом определения уровня инновационной активности гостиничных предприятий послужили: затратный подход, который в рамках своей диагностики использует данные о величине средств и финансовых ресурсов, потраченных на разработку и внедрение инноваций в деятельности гостиничных предприятий; временной подход, направленный на исследование временных горизонтов внедрения востребованных инноваций в систему сервисного обслуживания гостиничного предприятия; эволюционно-динамический подход, который позволяет выполнить исследование существующих тенденций количественных характеристик использования инноваций в деятельности предприятий гостиничного типа; структурно-организационный подход, который направлен на проведение анализа уровня инновационной активности в зависимости от роли инновационной деятельности в общем объеме бизнес-процессов гостиничного предприятия.

Третьим элементом является оценка общего инновационного эффекта, которая строится на основе использования количественных критериев в виде стоимостных и финансово-экономических показателей и качественных критериев, формирующихся на основе экспертной и потребительской оценок.

Кроме того, для оценки уровня инновационного эффекта можно использовать сравнение динамики до/после внедрения инноваций ряда финансово-стоимостных показателей деятельности за определенный период времени: рентабельность, прирост положительного финансового потока, окупаемость инноваций. Достижение определенного инновационного эффекта – формирование положительной величины коэффициента стоимости бизнеса.

Коэффициенты для расчета количественных показателей данного индикатора представлены в таблице Б.7.

С учетом степени выраженности инновационного эффекта в деятельности гостиничного предприятия его руководству необходимо проводить корректировку инновационной деятельности в определенную сторону развития.

На основе выявленного инновационного эффекта делается вывод об общей эффективности управления инновационными процессами в гостиничном бизнесе. Разработанная авторская модель организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничного предприятия позволяет создать научно-обоснованный фундамент повышения результативности управления инновационными процессами в деятельности предприятий гостиничного типа с учетом субъективно-объективной характеристики, целевых ориентиров и процессного алгоритма.

Глава 2 Анализ современных трендов инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы

2.1 Современные тенденции функционирования и развития гостиничных предприятий города Москвы

Формирование комплексной картины организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий требует рассмотрения основных тенденций функционирования гостиничных предприятий Российской Федерации. Анализ функционирования гостиничного комплекса города Москвы проводится методом сравнительного анализа современного состояния и оценки видоизменений в результате осуществляемой деятельности.

Актуальность данного этапа исследования состоит в том, что внешняя макроэкономическая среда и ключевые закономерности развития предприятий гостиничной индустрии оказывают значительное влияние на степень интенсивности использования инноваций в системе предоставления гостиничных услуг и организации гостиничного дела. В этой связи диагностика основных показателей состояния гостиничного бизнеса страны в целом и города Москвы в частности позволит сформировать обоснованное мнение о ключевых макроэкономических факторах вариативности уровня инновационной активности предприятий гостиничной индустрии.

На основе информации, представленной в таблице В, по основным показателям функционирования отечественных гостиничных предприятий, можно сделать вывод, что в рамках исследуемого временного периода происходит рост числа гостиниц и аналогичных средств размещения. Увеличение данного показателя выступает важным критерием, свидетельствующим об интенсификации процессов в гостиничном бизнесе страны. В 2020 году по сравнению с 2012 годом общее количество гостиниц и аналогичных средств размещения в России

увеличилось на 119,09 %, или на 11 094 единицы. Изменение исследуемого показателя в рамках рассматриваемого периода времени носит неравномерный характер. Увеличение количества гостиниц в стране происходит в 2015 году по сравнению с 2014 годом и составляет 30,27 %.

Обращает на себя внимание активный рост численности гостиниц в 2017 и 2018 годах, что связано с проведением в России Чемпионата мира по футболу. На основе расчетов можно отметить, что в 2017 году по сравнению с 2016 годом количество гостиниц в стране увеличилось на 22,03 %, а в 2018 году относительно 2017 года значение данного показателя выросло на 13,59 %. В контексте сказанного необходимо отметить уменьшение количества гостиниц в 2020 году по сравнению с 2019 годом на 4,23 %, которое вызвано негативным влиянием пандемии.

Важной характеристикой развития гостиничной индустрии в стране является динамика номерного фонда. Выполненные расчеты позволяют сделать вывод о присутствии растущей динамики номерного фонда гостиничных предприятий в Российской Федерации. В 2020 году по сравнению с 2012 годом общий объем номерного фонда гостиничных предприятий страны увеличился на 93,69 %. Основной прирост данного показателя происходит в 2015 году по сравнению с 2014 годом в размере 16,40 %, а также в 2018 году по сравнению с 2017 годом – на 15,16 %. Пандемия оказала негативное влияние на динамику номерного фонда гостиничных предприятий в России, в результате чего в 2020 году по сравнению с 2019 годом указанный показатель сократился на 1,69 %.

Количество мест в гостиницах и аналогичных средствах размещения в Российской Федерации на протяжении всего рассматриваемого периода стабильно увеличивается. В целом за период с 2012 по 2020 годы данный показатель вырос в 2,2 раза. Наиболее существенно численность мест в гостиницах страны увеличилась в 2014 году по сравнению с 2013 годом на 20,56 %, а также в 2018 году по сравнению с 2017 годом – на 14,25 %.

Степень использования потенциала гостиничной индустрии может быть охарактеризована динамикой количества ночевков. Анализ данного показателя

позволяет сделать вывод о том, что до 2019 года он имел положительное значение своего развития. Основное увеличение количества ночевок отмечается в 2017 году по сравнению с 2016 годом на 18,00 %, а также в 2015 году по сравнению с 2014 годом – на 19,06 %. В 2020 году в результате негативного влияния пандемии общее число ночевок по сравнению с 2019 годом существенно сократилось на 22,39 %. Примерно аналогичную тенденцию имеет показатель числа размещенных лиц в организациях гостиничной индустрии. За период с 2012 по 2019 годы количество размещенных лиц стабильно увеличивается, но в 2020 году по сравнению с 2019 годом происходит снижение данного показателя на 37,26 %. Таким образом, пандемия оказала крайне отрицательное влияние на функционирование гостиничных предприятий. Для оценки емкости потребления потенциала гостиничной индустрии в Российской Федерации на рисунке 2.1 представим динамику загрузки номерного фонда.

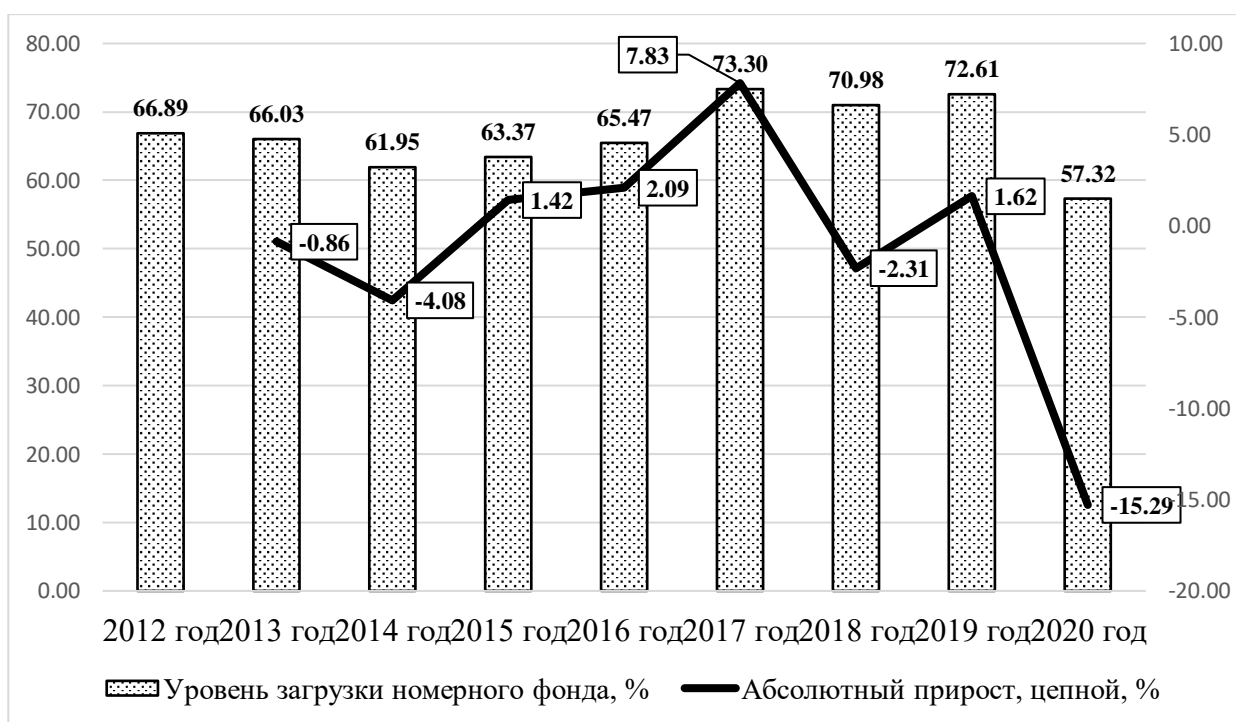


Рисунок 2.1 – Уровень загрузки номерного фонда гостиничных предприятий России

Источник: составлено автором на основе источников [158, 171].

На основе рисунка 2.1 можно сделать вывод о том, что показатель загрузки номерного фонда в целом на протяжении рассматриваемого периода колеблется в рамках устойчивого диапазона. Самый значительный прирост данного показателя происходит в 2017 году по сравнению с 2016 годом на 7,83 %. Исключением в контексте сказанного выступает 2020 год, в котором уровень загрузки номерного фонда сократился по сравнению с 2019 годом на 15,29 %.

Таким образом, результаты проведенного исследования позволяют выделить две определяющих закономерности функционирования российских гостиничных предприятий: во-первых, за период с 2012 по 2019 год динамика основных показателей гостиничных предприятий страны имеет устойчивую тенденцию к росту; во-вторых, в 2020 году ключевые показатели деятельности гостиниц резко снизились под негативным воздействием пандемии.

Гостиничный рынок Москвы занимает значительное место в общем объеме гостиничной индустрии Российской Федерации. В подтверждение сказанного на рисунке 2.2 представим территориальную структуру номерного фонда гостиниц в Российской Федерации по итогам 2020 года.

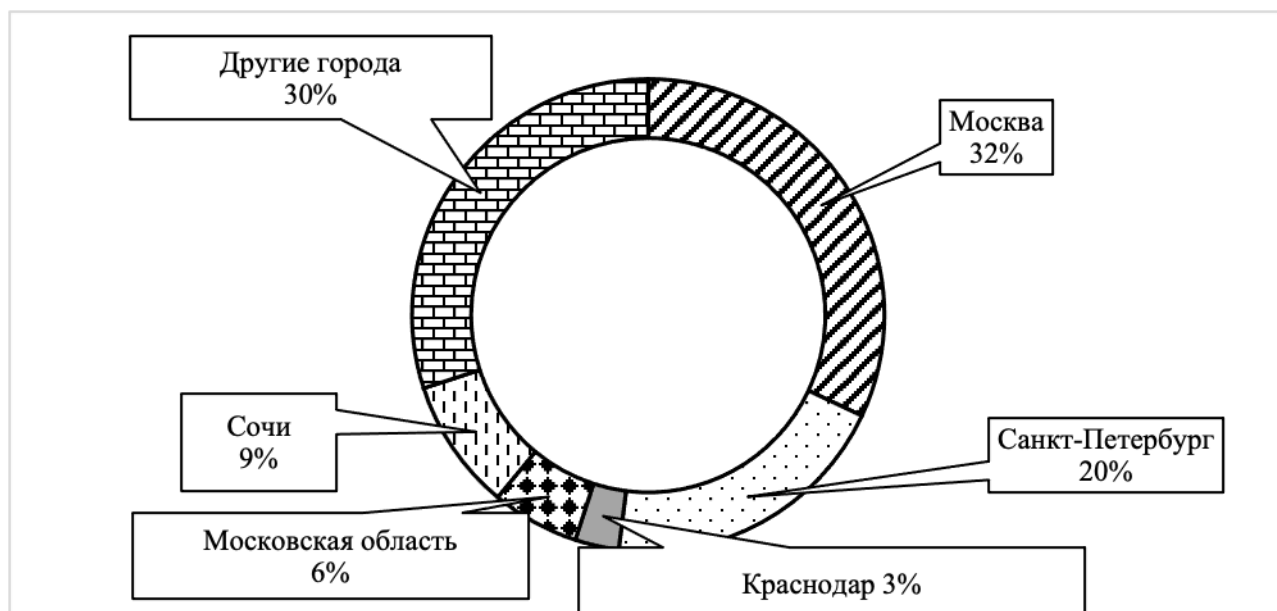


Рисунок 2.2 – Территориальная структура номерного фонда гостиниц в Российской Федерации по итогам 2020 года

Источник: составлено автором на основе источников [171, 174].

На основе материалов рисунка 2.2 можно сделать вывод о том, что удельный вес номерного фонда гостиничных предприятий города Москвы в общем объеме гостиничного номерного фонда страны по итогам 2020 года составляет примерно 32 %. Указанная цифра является достаточно высокой и свидетельствует о значительной концентрации гостиничного номерного фонда на территории столицы. С учетом сказанного в таблице 2.1 представим динамику номерного фонда гостиничных предприятий города Москвы.

Таблица 2.1 – Динамика номерного фонда гостиничных предприятий города Москвы

Показатель	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год	Темп прироста, базисный, %
Общий объем номерного фонда, штук	13791	14794	15937	17174	17645	19306	20084	20212	21044	52,59
Темп прироста, цепной, %	–	7,27	7,73	7,76	2,74	9,41	4,03	0,64	4,12	–
В том числе по категориям: Luxury	2875	2911	3091	3091	3091	3091	3091	3091	3091	7,51
Темп прироста, цепной, %	–	1,25	6,18	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	–
Upper-Upscale	955	978	978	1317	1317	1615	1994	1994	2262	≈ в 2,36 раза
Темп прироста, цепной, %	–	2,41	0,00	34,66	0,00	22,63	23,47	0,00	13,44	–
Upscale	3285	3406	4063	4291	4291	4291	4519	4519	4675	42,31
Темп прироста, цепной, %	–	3,68	19,29	5,61	0,00	0,00	5,31	0,00	3,45	–
Midscale	6087	6872	7178	7288	7409	8175	8175	8175	8436	38,59
Темп прироста, цепной, %	–	12,90	4,45	1,53	1,66	10,34	0,00	0,00	3,19	–
Economy	589	627	627	1187	1537	2134	2305	2433	2580	≈ в 4,38 раза
Темп прироста, цепной, %	–	6,45	0,00	89,31	29,49	38,84	8,01	5,55	6,04	–

Источник: составлено автором на основе источников [171, 174].

Результаты представленных в таблице 2.1 расчетов свидетельствуют о росте общего объема номерного фонда гостиничных предприятий города Москвы. Увеличение данного показателя позволяет утверждать о повышении емкости

гостиничной инфраструктуры столицы. В 2020 году по сравнению с 2012 годом общий объем номерного фонда гостиничных предприятий города Москвы увеличился на 52,59 %. Прирост общей численности гостиничных номеров в столице происходит за счет увеличения всех их категорий. В разрезе категорий гостиничных номеров основной прирост наблюдается по категориям Upper-Upscale и Economy. За период с 2012 по 2020 год число гостиничных номеров категории Upper-Upscale в городе Москве увеличилось в 2,36 раза, а количество гостиничных номеров категории Economy выросло в 4,38 раза. Наименее значительно в столице происходит увеличение номерного фонда категории Luxury. Количество номеров отмеченной категории в 2020 году выросло относительно 2012 года всего лишь на 7,51 %. Таким образом, основным драйвером увеличения масштабов гостиничного номерного фонда города Москвы выступает рост гостиничных номеров категории Economy.

Обращает на себя внимание то обстоятельство, что в 2020 году, несмотря на присутствие радикального негативного фактора в виде пандемии, продолжается положительная динамика увеличения объема номерного фонда гостиничных предприятий города Москвы. Данная ситуация объясняется тем фактом, что в 2020 году были сданы в эксплуатацию гостиничные комплексы, проектирование и строительство которых происходило в допандемийный период. В результате в 2020 году по сравнению с 2019 годом объем номерного фонда гостиниц столицы увеличился на 832 номера.

На основе рисунка 2.3 можно сделать вывод о том, что наибольший удельный вес в структуре номерного фонда города Москвы принадлежит гостиничным номерам категории Midscale. За период с 2018 по 2020 год доля номеров категории Midscale в общем объеме номерного гостиничного фонда столицы составляет чуть более 40 %. В динамике происходит незначительное сокращение удельного веса номеров категории Midscale в общем объеме номерного фонда гостиниц города Москвы с 44,14 % в 2012 году до 40,09 % в 2020 году. Второе место в структуре номерного фонда принадлежит номерам категории Upscale. За период исследования также происходит незначительное сокращение данного показателя с

23,82 % в 2012 году до 22,22 % в 2020 году. Важной тенденцией изменения структуры гостиничного номерного фонда города Москвы выступает рост удельного веса номеров категории Luxury. Доля номеров указанной категории увеличивается с 4,27 % в 2012 году до 12,26 % в 2020 году. В результате проведенного вертикального анализа видно, что основным структурным сдвигом в общем объеме номерного фонда гостиниц столицы является увеличение удельного веса номеров категории Luxury.

Результаты анализа структуры номерного фонда гостиничных предприятий города Москвы представлены на рисунке 2.3.

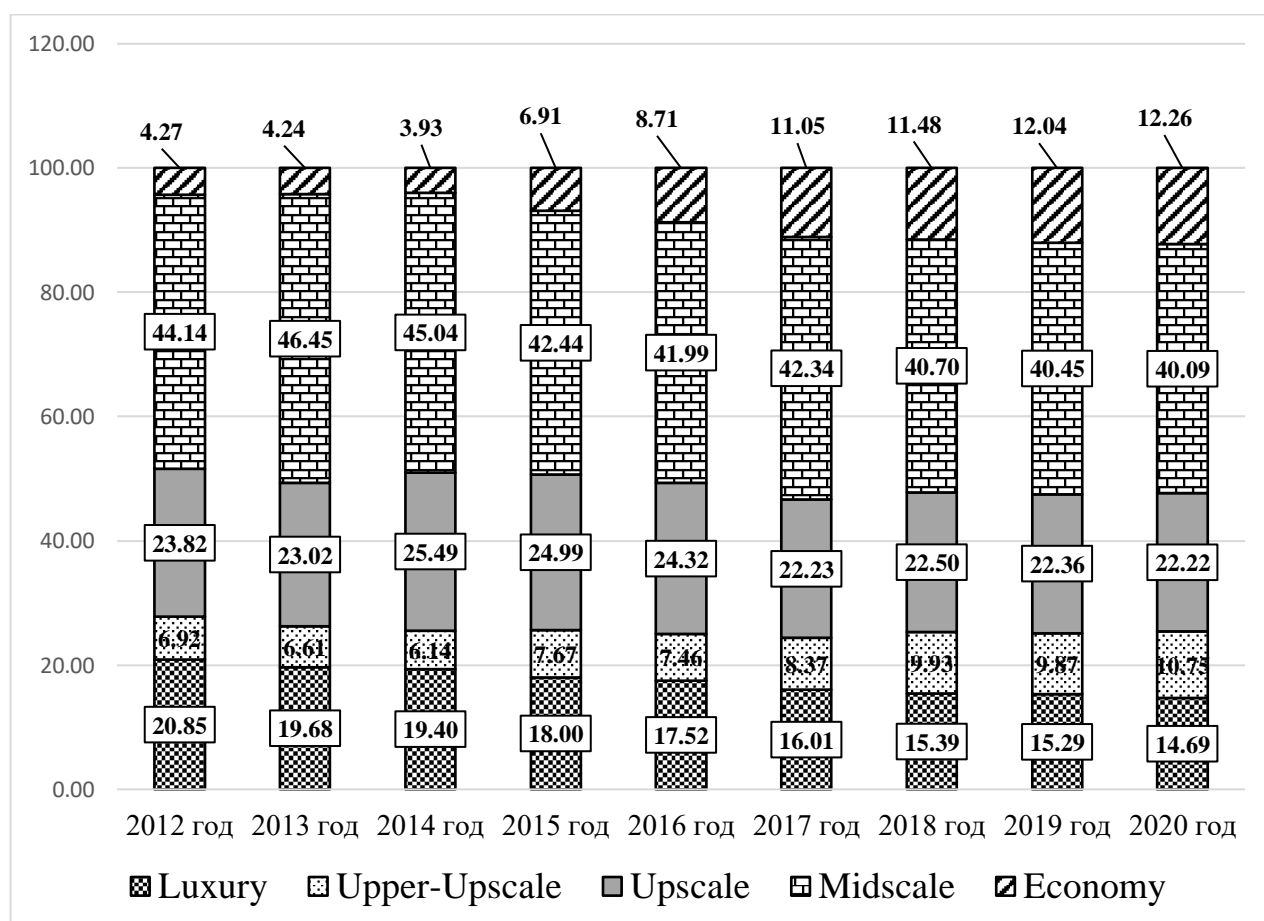


Рисунок 2.3 – Структура номерного фонда гостиничных предприятий города Москвы

Источник: составлено автором на основе источников [171, 174].

Для комплексной оценки функционирования гостиничных предприятий города Москвы необходимо провести исследование ряда относительных показателей. В первую очередь на рисунке 2.4 представим динамику уровня загрузки гостиничных предприятий города Москвы.



Рисунок 2.4 – Динамика уровня загрузки гостиничных предприятий города Москвы

Источник: составлено автором на основе источников [171, 174].

Данные, представленные на рисунке 2.4, позволяют сделать вывод о том, что в целом за период с 2012 по 2019 год уровень загрузки гостиничных предприятий города Москвы был достаточно стабилен и имел устойчивую тенденцию к росту. В 2019 году по сравнению с 2012 годом загрузка гостиничных предприятий столицы увеличилась на 12,3 %. Наиболее существенный прирост загрузки гостиниц Москвы отмечается в 2016 году по сравнению с 2015 годом на 4,7 % и в 2018 году относительно 2017 года на 3,8 %. Увеличение данного показателя в 2018 году обусловлено проведением Чемпионата мира по футболу в России. В 2020 году по сравнению с 2019 годом отмечается радикальное падение загрузки гостиничных

предприятий города Москвы, которое обусловлено негативным влиянием пандемии. Величина исследуемого показателя в 2020 году сократилась по сравнению с 2019 годом на 32,2 %.

Качественная диагностика результатов функционирования гостиничных предприятий города Москвы требует рассмотрения ряда стоимостных показателей. На рисунке 2.5 представим динамику средней цены одного номера гостиничных предприятий города Москвы.

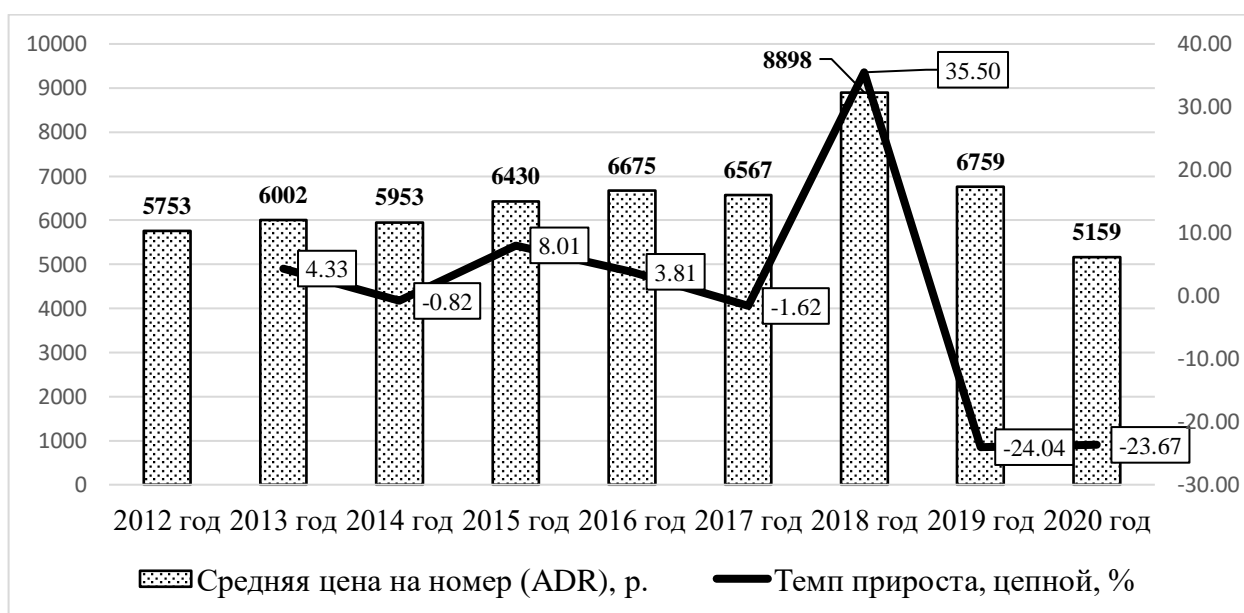


Рисунок 2.5 – Динамика средней цены одного номера гостиничных предприятий города Москвы

Источник: составлено автором на основе источников [171, 174].

Анализ материалов, представленных на рисунке 2.5, позволяет сделать вывод о том, что динамика цен на номер в гостиничных предприятиях города Москвы носит весьма вариативный характер и обусловлена воздействием широкого перечня конъюнктурных факторов. В период с 2012 по 2017 год средняя цена на номер была относительно устойчивой и немного увеличивалась. В 2018 году в связи с проведением Чемпионата мира по футболу средняя цена на номер резко выросла. Так, в 2018 году по сравнению с 2017 годом средняя цена на номер увеличилась на 35,50 %. В 2019 году произошел так называемый «отскок» средней

цены на номер на 24,04 %. В 2020 году негативное влияние на динамику средней цены на номер оказала пандемия. В результате действия данного фактора средняя цена на номер гостиничных предприятий столицы сократилась на 23,67 %, что вызвано в первую очередь вариативностью спроса, так как объем предложения на данном рыночном сегменте гостиничных услуг в городе Москве является достаточным. В 2021 году при относительном восстановлении туристического и делового потоков прогнозируется незначительный рост средней цены на номер.

Также важное значение для оценки эффективности функционирования гостиничных предприятий имеет показатель, отражающий величину доходности на номер. На рисунке 2.6 раскроем динамику доходности на номер гостиничных предприятий города Москвы.

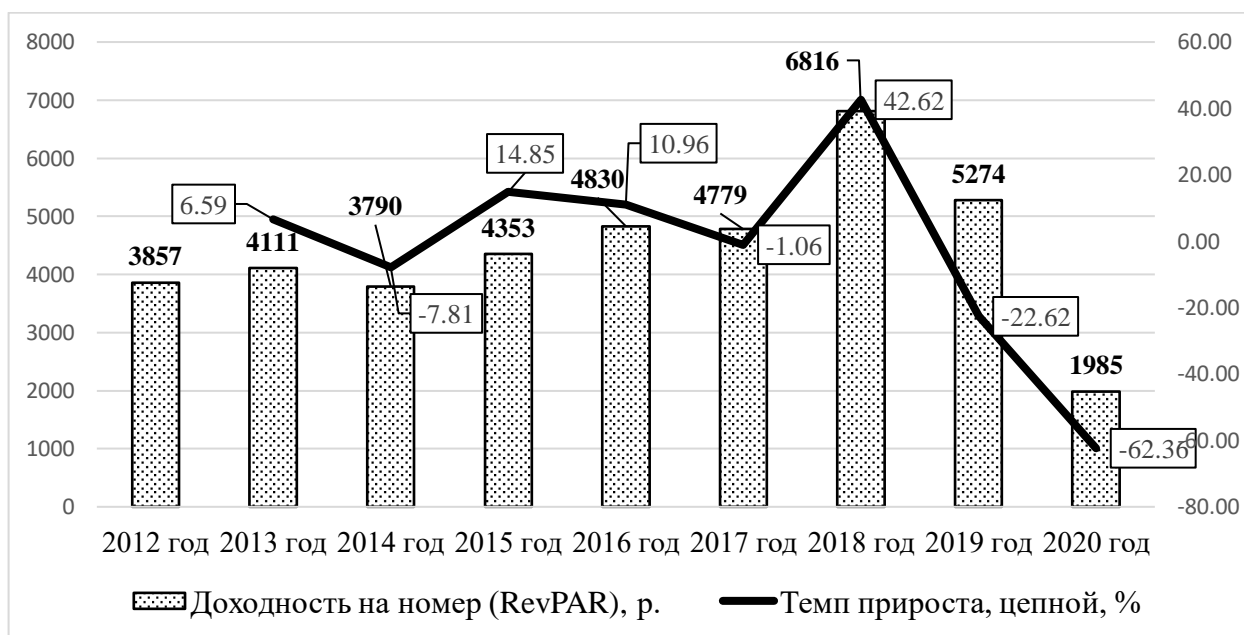


Рисунок 2.6 – Динамика доходности на номер гостиничных предприятий города Москвы

Источник: составлено автором на основе источников [171, 174].

На основе данных, представленных на рисунке 2.6, можно сделать вывод о том, что динамика показателя доходности на номер носит достаточно вариативный

характер и так же, как и цена на номер, определяется широким перечнем конъюнктурных факторов. Доходность на номер стабильно увеличивалась на протяжении с 2012 по 2017 год относительно умеренными темпами. Резкий рост доходности на номер произошел в 2018 году в связи с проведением Чемпионата мира по футболу в России. Повышенный спрос на услуги гостиничных предприятий в Москве привел к тому, что в 2018 году по сравнению с 2017 годом доходность на номер возросла на 42,62 %. В 2019 году снижение спроса на услуги гостиничных предприятий столицы привело к уменьшению доходности на номер по сравнению с 2018 годом на 22,62 %. Радикальное снижение доходности на номер произошло в 2020 году, которое обусловлено негативным влиянием пандемии. На основе расчетов можно отметить, что в 2020 году по сравнению с 2019 годом доходность на номер гостиничных предприятий города Москвы сократилась на 62,36 %.

Следует отметить, что рассмотренные ключевые показатели загрузки (Occupancy Rate – Occupancy), среднего показателя стоимости номера (Average Daily Rate – ADR), а также доходности с одного номера (RevPAR) определяют эффективность хозяйственной деятельности гостиничных предприятий.

Формирование критериев внешнего инновационного индикатора развития гостиничных предприятий отражается в существующем макроэкономическом фоне функционирования гостиничной индустрии, уровне инновационной активности в стране в целом, качестве государственной поддержки научно-исследовательских разработок, то есть с учетом комплексного спектра параметров внешнего окружения инновационной деятельности в гостиничной индустрии.

К внешним факторам относятся геополитическая и экономическая ситуация в целом, социально-демографические и технологические изменения, конкурентная ситуация в отрасли. На такие факторы невозможно оказывать влияние гостиничному предприятию, но они имеют ключевое значение при выборе оптимальной бизнес-модели и разработке стратегии его инновационного развития. На региональном уровне доминируют государственные инновационные программы, нацеленные на реализацию эффективной инновационной политики и

экономический рост, и развитие отдельного региона. В настоящее время город Москва является лидером Рейтинга инновационного развития субъектов Российской Федерации, составленного Институтом статистических исследований и экономики знаний ВШЭ [172].

Рассмотрим набор факторов Рейтинга ВШЭ, свидетельствующих о высоком уровне инновационного развития города Москвы, представленных на рисунке 2.7.

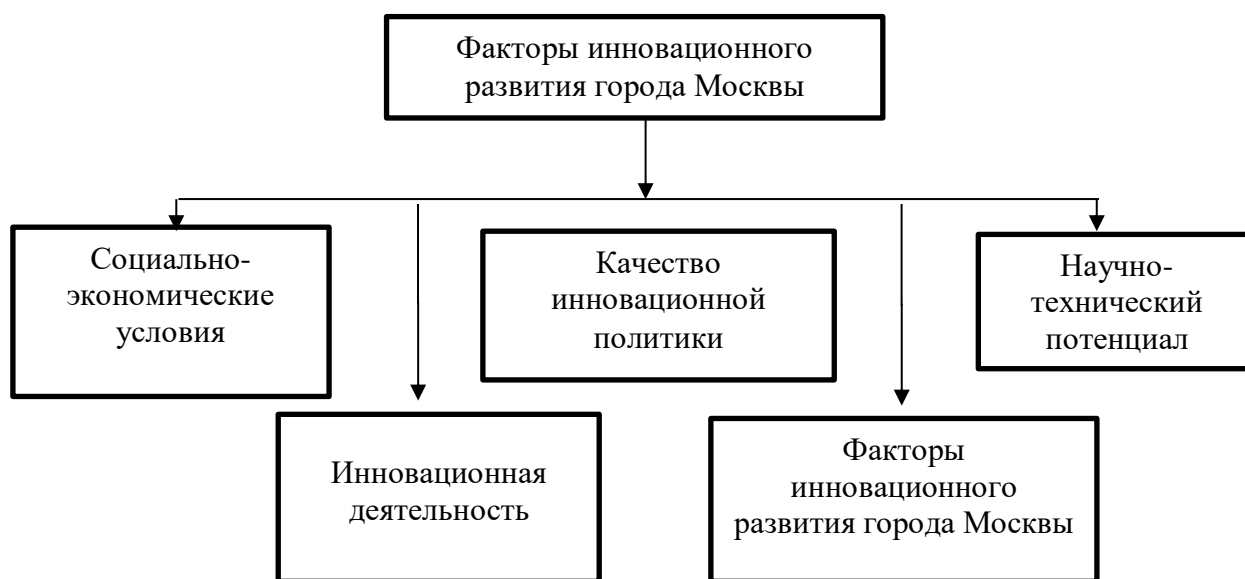


Рисунок 2.7 – Факторы инновационного развития города Москвы

Источник: составлено автором на основе источников [172].

Социально-экономические показатели представлены ключевыми макроэкономическими показателями, образовательным потенциалом жителей столицы и потенциал цифровизации (обучение персонала основным навыкам).

Научно-технический потенциал включает высокий уровень финансирования научных исследований и разработок, кадры высшей квалификации и результативность региональных НИР и НИОКР.

Качество инновационной политики в городе Москве характеризуется наличием соответствующей нормативно-правовой базы, обеспечивающей условия для осуществления инновационной деятельности в регионе, организационным обеспечением такой деятельности, оптимальными бюджетными затратами на

научные исследования и инновационные разработки, активным региональным участием в федеральной научно-технической и инновационной политике.

Инновационная деятельность в городе Москве отличается при сравнении с другими регионами высокой инновационной активностью организаций, наличием малого инновационного бизнеса, высоким уровнем затрат на технологические инновации и результативностью инновационной деятельности.

Экспортная активность характеризуется высокой долей экспорта знаний, а также региональных товаров и услуг в общем экспорте продукции страны.

Внутренние факторы, влияющие на функционирование и развитие гостиничного бизнеса, подразделяются на основные (напрямую определяют результаты деятельности предприятия) и второстепенные (неосновные, влияющие на деятельность коллектива предприятия).

Вместе с тем специфика деятельности гостиничных предприятий различных регионов обязывает учитывать внешние факторы, оказывающие наибольшее влияние:

- 1) туристская привлекательность,
- 2) природа и климат,
- 3) безопасность,
- 4) социально-демографические,
- 5) экономические.

Москва всегда отличалась высокой туристской привлекательностью, являясь деловым, финансовым, политическим, научным, а также культурным и духовным ядром России.

Природно-климатические условия столицы, имеющие влияние на деятельность гостиничного бизнеса, характеризуются умеренно-континентальным климатом (достаточно мягкие зимние условия и теплое лето), позволяя оптимальным образом формировать графики проведения различных международных, национальных и региональных мероприятий в рамках делового туризма (около 60 % всего делового туризма в России), а также культурно-познавательного (экскурсионного) и событийного туризма.

С 2016 года заметно выросло количество визитов в Москву с туристскими целями. Так, фестиваль «Московские сезоны» («Путешествие в Рождество», «Золотая осень», «Московская весна A Capella», «Цветочный джем») привлекает ежегодно 65–66 млн посетителей (москвичи и столичные гости). Но основным в столице остается деловой туризм.

В конце 2018 года Москва получила престижную международную награду как один из лучших городов мира для проведения фестивалей и массовых мероприятий World Festival and Event City Award, по данным The Daily Telegraph. В 2019 году World Travel Awards присвоили Москве награду «Лучшее туристское направление. Город». Согласно сервису Numbeo, Москва — один из самых безопасных городов мира, как и Нью-Йорк, Париж, Лондон, Рим, Барселона. The Economist Intelligence Unit (Англия) и журнал The Economist в 2019 году продемонстрировали, что Москва входит в рейтинг крупнейших городов мира по показателю безопасности. 7 января 2020 года Москва вошла в ТОП-5 лучших городов мира рейтинга Best Cities, согласно международной консалтинговой организации Resonance Consultancy.

В части, касающейся региональных социально-демографических факторов, следует отметить, что население Москвы в 2019 году составило 12,6 млн человек, представленных 29 национальностями (в том числе около 93 % русских, 1,7 % украинцев, 0,9 % армян, 0,8 % татар). Рождаемость в столичном регионе превышает смертность.

Экономические факторы влияния на развитие гостиничного бизнеса представляют: хороший инвестиционный климат (Москва – лидер Национального рейтинга состояния инвестиционного климата в субъектах России, составляемого Агентством стратегических инициатив (АСИ), в 2019 году объем инвестиций в основной капитал вырос на 8,9 % или 2,9 трлн р., а с 2010 года рост отмечен более чем в 2 раза), гибкую кредитную и налоговую политику (например, снижение региональной налоговой нагрузки от 17 % до 25 % и др.), недостаточную насыщенность рынка гостиничных услуг (49 человек на 1 номер в 2019 году),

высокий уровень развития туристского потенциала, высококвалифицированные кадры и др.

Резюмируя вышесказанное, выделим ключевые факторы, которые оказывают влияние на развитие гостиничного бизнеса города Москвы, учет которых позволит разработать оптимальное организационно-экономическое обеспечение инновационного развития гостиничного предприятия.

Факторы, влияющие на деятельность гостиничного бизнеса города Москвы и его инновационное развитие, представлены в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Факторы влияния на развитие гостиничного бизнеса города Москвы

Факторы	Преимущества	Недостатки
Туристская привлекательность	<ul style="list-style-type: none"> – Популярность различных видов туризма (деловой, культурно-познавательный, событийный); – государственные программы развития и поддержки; – богатство культурно-исторического наследия 	<ul style="list-style-type: none"> – Слабая привлекательность для «платежеспособных» туристов; – низкий спрос со стороны арабских и англосаксонских стран
Природа и климат	<ul style="list-style-type: none"> – Сезонность периодов, благоприятных для визита 	<ul style="list-style-type: none"> – Зимний период считается холодным для туризма в Москву
Безопасность	<ul style="list-style-type: none"> – Высокий уровень безопасности 	<ul style="list-style-type: none"> – Слабое позиционирование безопасности в Москве в ряде зарубежных стран
Социально-демографические	<ul style="list-style-type: none"> – Высокая миграционная активность; – рождаемость доминирует над смертностью; – высокий уровень концентрации образовательных организаций и НИИ; – низкий уровень безработицы 	<ul style="list-style-type: none"> – Периодическая нестабильность этнических групп в связи с геополитической ситуацией
Экономические	<ul style="list-style-type: none"> – Программы развития (инвестиционные, инновационные, градостроительные и др.); – увеличение количества гостиничных предприятий, в том числе международных брендов 	<ul style="list-style-type: none"> – Наличие инфляции и ослабление рубля; – высокий уровень конкуренции (финансовые риски)

Источник: составлено автором на основе источников [161, 175].

Благоприятный инвестиционный и инновационный климат, улучшение условий ведения бизнеса, совершенствование инфраструктуры рынка и повышение его ликвидности, оптимизация налогообложения на инвестиционную деятельность, наращивание межкультурного обмена высококвалифицированными специалистами создают базовые условия для привлечения иностранных инвестиций в экономику столицы и, в частности, в отрасль гостиничных услуг, в т.ч. ее инновационное развитие.

Таким образом, на основе результатов проведенного исследования можно сделать выводы относительно факторов и тенденций функционирования гостиничных предприятий города Москвы:

– общая тенденция активизации функционирования гостиничного бизнеса в стране оказала свое влияние и на рост масштабов гостиничной деятельности в столице. За период исследования произошло существенное увеличение объемов номерного фонда гостиничных предприятий города Москвы. При этом преобладающий удельный вес в структуре номерного фонда города Москвы принадлежит гостиничным номерам категории Midscale. В последние годы основным драйвером увеличения масштабов гостиничного номерного фонда города Москвы выступает рост гостиничных номеров категории Economy;

– уровень загрузки гостиничных предприятий города Москвы был достаточно стабильным до 2020 года. В 2020 году в результате ковидных ограничений показатель загрузки гостиничных предприятий столицы существенно сократился;

– значительное влияние на стоимостные показатели функционирования гостиничных предприятий города Москвы оказывают конъюнктурные факторы. Проведение Чемпионата мира по футболу в России в 2018 году привело к существенному росту средней цены и доходности на номер. В 2019 году произошел «отскок» отмеченных показателей, вызванный снижением спроса на гостиничные услуги в столице. В 2020 году отрицательное влияние на эффективность функционирования гостиничных предприятий города Москвы оказала пандемия и связанные с ней ограничения, которые привели к радикальному падению как

средней цены на номер, так и показателя, отражающего доходность на номер. В краткосрочной перспективе восстановление основных конъюнктурных факторов развития гостиничного бизнеса должно привести к повышению эффективности функционирования гостиничных предприятий города Москвы;

– выбор стратегии инновационного развития гостиничного предприятия, учитывающей макроэкономические факторы влияния на функционирование бизнеса и его развитие имеет объективное преимущество повышения конкурентоспособности, создавая преимущества и условия для победы в борьбе за потенциальных клиентов.

Следовательно, инновационное развитие гостиничного предприятия подразумевает необходимость проведения мониторинга внешних факторов (макросреда). В Москве общий макроэкономический фон для разработки и реализации инновационных проектов в деятельности гостиничных предприятий характеризуется высоким качественным уровнем деловой активности, наличием «сильных» институтов высшего образования и научно-исследовательского профиля, основательной подготовкой кадров с практическими компетенциями, развитой информационно-коммуникационной сетью, наличием иностранных инвестиций и т.д.

2.2 Основные направления и диагностика уровня инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы

Исследование уровня инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы требует формирования специфического инструментария для проведения аналитических работ. В работе автором для диагностики уровня инновационного развития гостиничных предприятий столицы рекомендуется использование абсолютных и относительных показателей. Важным абсолютным показателем, отражающим уровень инновационного развития гостиничных

предприятий города Москвы, является объем расходов на разработку и внедрение инноваций, динамика которого раскрывается на рисунке 2.8.

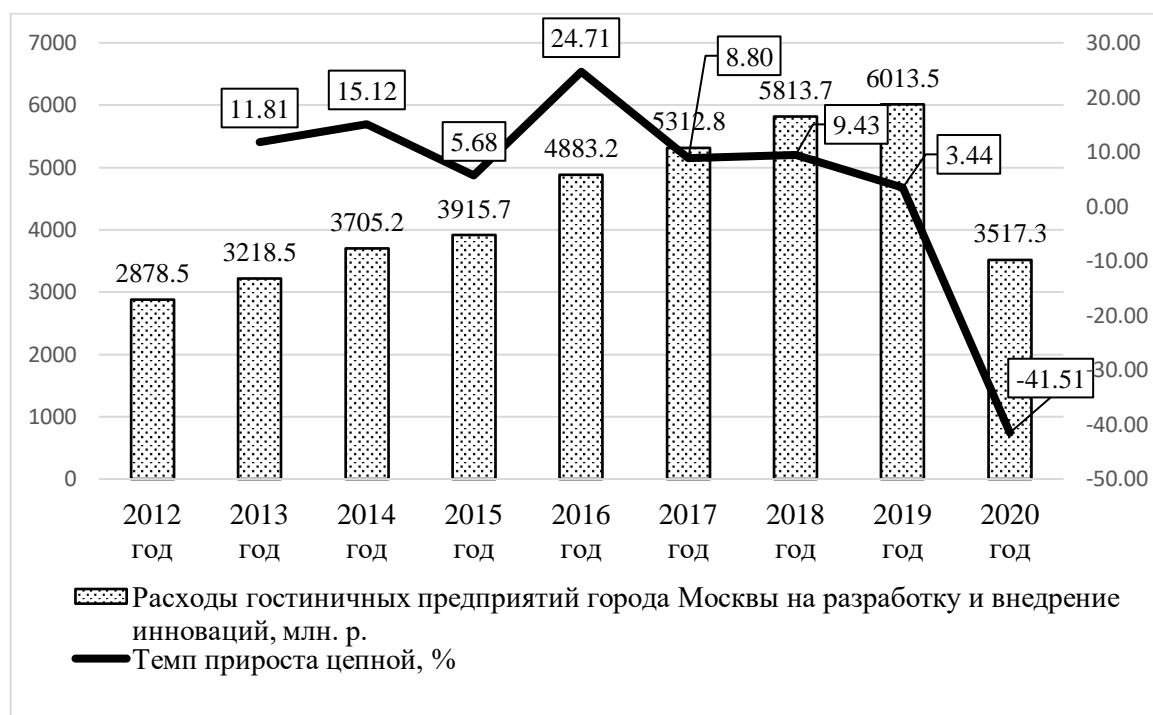


Рисунок 2.8 – Динамика расходов гостиничных предприятий города Москвы на разработку и внедрение инноваций

Источник: составлено автором на основе источников [163, 175].

На основе представленной на рисунке 2.8 информационной базы можно сделать вывод о росте расходов гостиничных предприятий города Москвы на разработку и внедрение инноваций на период с 2012 по 2019 год. Увеличение данного показателя свидетельствует о росте интенсивности инновационных процессов в гостиничном бизнесе столицы. Внедрение инноваций рассматривается как элемент достижения конкурентного преимущества, расширение масштабов которых выступает важной задачей функционирования системы менеджмента гостиничных предприятий.

Наибольший прирост расходов на разработку и внедрение инноваций в деятельности гостиничных предприятий города Москвы отмечается в 2016 году по сравнению с 2015 годом и составляет 24,71 %. В 2019 году по сравнению с

2018 годом происходит также увеличение инновационных расходов организаций гостиничной индустрии столицы на 3,44 %. В 2020 году самое негативное влияние на интенсивность финансирования использования инновационных сервисов и технологий в системе гостиничного обслуживания оказала пандемия. Расходы гостиничных предприятий города Москвы на разработку и внедрение инноваций в 2020 году уменьшились относительно 2019 года на 41,51 %. Выявленное радикальное снижение расходов на инновационную деятельность организаций гостиничного бизнеса спровоцировано резким падением спроса на гостиничные услуги, вызванным ковидными ограничениями. Ожидаемое в среднесрочной перспективе восстановление туристического потока и деловой активности столицы должно привести к повышению масштабов инновационной деятельности гостиничных предприятий.

На следующем этапе исследования инновационных процессов в системе гостиничного бизнеса города Москвы рассмотрим удельный вес инновационных расходов в общем объеме расходов гостиничных предприятий, динамика которого представлена на рисунке 2.9.

Результаты ретроспективного анализа позволяют сделать вывод о том, что за период с 2012 по 2019 год в деятельности гостиничных предприятий столицы происходит увеличение удельного веса инновационных расходов в общем объеме осуществленных расходных обязательств. Рост указанного показателя за отмеченный период носит устойчивый характер. Если в 2012 году доля инновационных расходов в общем объеме расходов гостиничных предприятий составила 10,3 %, то в 2019 году данный показатель увеличился до 14,5 %.

Масштабы инновационной деятельности гостиничных предприятий города Москвы также могут быть рассмотрены через призму доли сотрудников, занятых в разработке и внедрении инновационных проектов, в общей их численности. С целью диагностики указанного аспекта инновационного развития гостиничных предприятий столицы на рисунке 2.10 рассмотрим динамику коэффициента инновационности персонала.

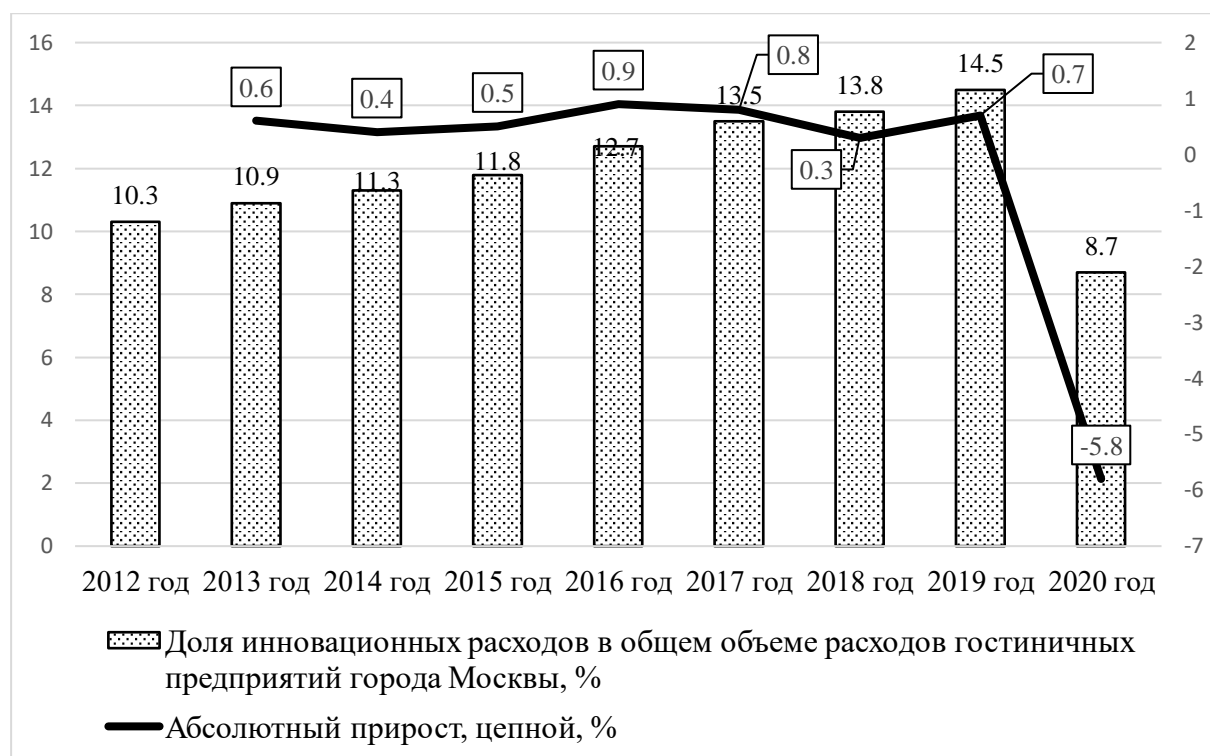


Рисунок 2.9 – Доля инновационных расходов в общем объеме расходов гостиничных предприятий города Москвы

Источник: составлено автором на основе источников [163, 175].

Методика расчета коэффициента инновационности персонала гостиничных предприятий города Москвы представлена в теоретической части работы и таблице Б.5.

Анализ представленной на рисунке 2.10 информационной базы позволяет резюмировать факт того, что радикального падения коэффициента инновационности персонала гостиничных предприятий города Москвы в 2020 году под негативным влиянием пандемии не произошло. Значение данного показателя в 2020 году относительно 2019 года снизилось всего лишь на 0,4 %, что свидетельствует о стремлении организаций гостиничной индустрии столицы сохранить квалифицированные кадры даже в сложной экономической ситуации с целью использования их потенциала в конкурентной борьбе при восстановлении рыночного сегмента.

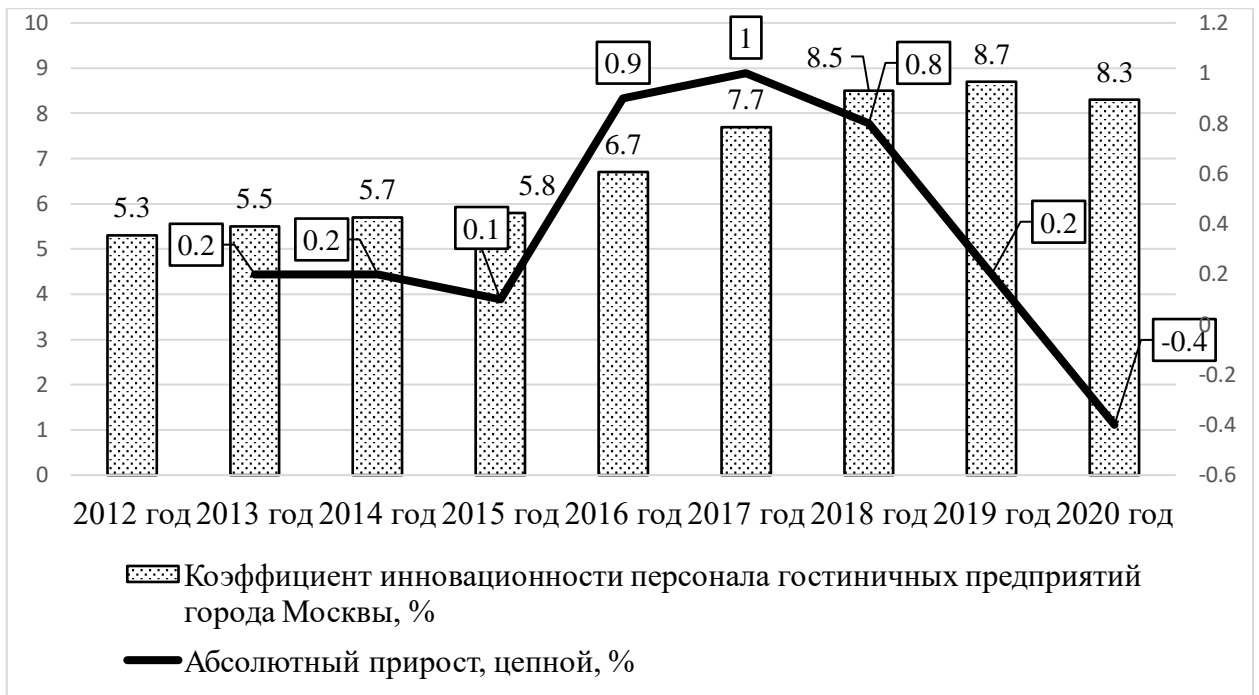


Рисунок 2.10 – Динамика коэффициента инновационности персонала гостиничных предприятий города Москвы

Источник: составлено автором на основе источников [163, 175].

В целом на протяжении всего рассматриваемого периода величина коэффициента инновационности персонала стабильно увеличивается. Превалирующий прирост искомого показателя происходит в 2017 году по сравнению с 2016 годом на 1 %, а также в 2016 году по сравнению с 2015 годом на 0,9 %. В 2019 году по сравнению с 2012 годом коэффициент инновационности персонала гостиничных предприятий города Москвы увеличился на 3,4 %, что свидетельствует о расширении масштабов инновационных процессов.

Пандемия оказала самое негативное влияние на масштабы инновационной деятельности гостиничных предприятий. Результатом снижения инновационной активности организаций гостиничной индустрии столицы стало уменьшение доли инновационных расходов в общем их объеме в 2020 году до значения 8,7 %. Таким образом, в 2020 году по сравнению с 2019 годом удельный вес инновационных расходов в общем объеме расходных обязательств гостиничных предприятий города Москвы сократился на 5,8 %.

Для диагностики интенсивности инновационных процессов, протекающих в сфере гостиничной индустрии города Москвы на рисунке 2.11 представим динамику индекса патентной активности.

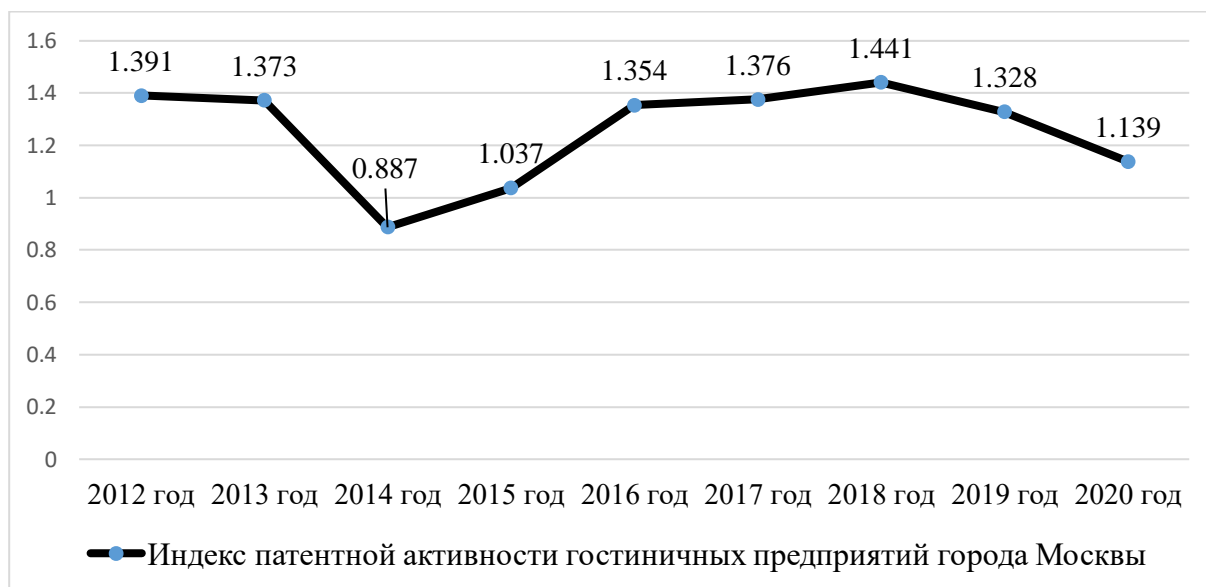


Рисунок 2.11 – Индекс патентной активности гостиничных предприятий города Москвы

Источник: составлено автором на основе источника [163].

Анализ представленного на рисунке 2.11 индекса позволяет оценить степень использования инновационных технологий и сервисов гостиничных предприятий столицы в процессе предоставления своих услуг и ведения коммерческой деятельности. Формирование данного индекса происходит с учетом стоимости зарегистрированных в качестве нематериальных активов инновационных технологий, сервисов, средств коммуникаций и прочих элементов инновационного поля организаций гостиничного бизнеса. Динамика индекса патентной активности гостиничных предприятий города Москвы на протяжении рассмотренного периода имеет в целом вариативный характер с максимальным значением с 2016 по 2018 год. Так, в 2016 году в сравнении с 2015 годом индекс патентной активности гостиничных предприятий Москвы увеличился на 0,32. Существенное снижение представленного индекса прослеживается в 2014 году в сравнении с 2013 годом на 0,486. В 2020 году радикального падения индекса патентной активности не было

выявлено и по сравнению с 2019 годом значение данного показателя уменьшилось на 0,189. Данное обстоятельство свидетельствует о том, что несмотря на сложные экономические условия ведения бизнеса предприятия гостиничной индустрии города Москвы стремятся использовать инновационные технологии в своей деятельности.

В соответствии с затратным подходом определения, методика расчета коэффициента инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы определяется в процентах соотношением суммы расходов на разработку и внедрение инноваций в деятельности гостиничных предприятий города Москвы к сумме корпоративных доходов, которые аккумулируются в финансовой системе гостиничного предприятия за определенный период времени. Чем выше показатель, тем более значимыми являются масштабы использования инноваций и тем сильнее стремление гостиничных предприятий к инновационному развитию осуществляемой деятельности.

На рисунке 2.12 представим динамику показателя коэффициента инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы.



Рисунок 2.12 – Динамика показателя коэффициента инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы (%)

Источник: составлено автором на основе источников [70, 163, 175].

Анализ представленной информационной базы позволяет сделать вывод о том, что в целом динамика коэффициента инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы имеет положительный тренд своего развития. С определенными вариациями величина данного показателя росла на протяжении с 2012 по 2019 год.

Уменьшение коэффициента инновационной активности гостиничных предприятий столицы в 2018 году относительно 2017 года на 1,05 % обусловлено резким ростом объемов платных услуг, предоставленных организациями гостиничного бизнеса в этот период в связи с проведением в России Чемпионата мира по футболу. В 2019 году происходит существенный рост коэффициента инновационной активности по сравнению с 2018 годом на 1,91 %, который вызван увеличением расходов гостиничных предприятий на инновационные технологии и сервисы. В 2019 году зафиксированы пиковые показатели уровня инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы. Выявленный факт объясняется тем, что часть накопленных в «прибыльный» 2018 год финансовых активов была использована на расширение инновационного потенциала менеджментом гостиничного бизнеса. Кризис периода пандемии отражается негативным влиянием на процессах инновационного развития как в целом в системе предприятий гостиничного бизнеса, так и на региональном уровне в рамках инновационного поля гостиничных предприятий города Москвы. В 2020 году в сравнении с 2019 годом коэффициент инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы сократился на 2,38. Уменьшение рассматриваемого показателя обусловлено в первую очередь сокращением расходов на разработку и внедрение инноваций в деятельности организаций гостиничного бизнеса столицы. Для сравнительного анализа тренда инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы и организаций гостиничного бизнеса страны в целом на рисунке 2.13 представим динамику соответствующих коэффициентов инновационной активности.

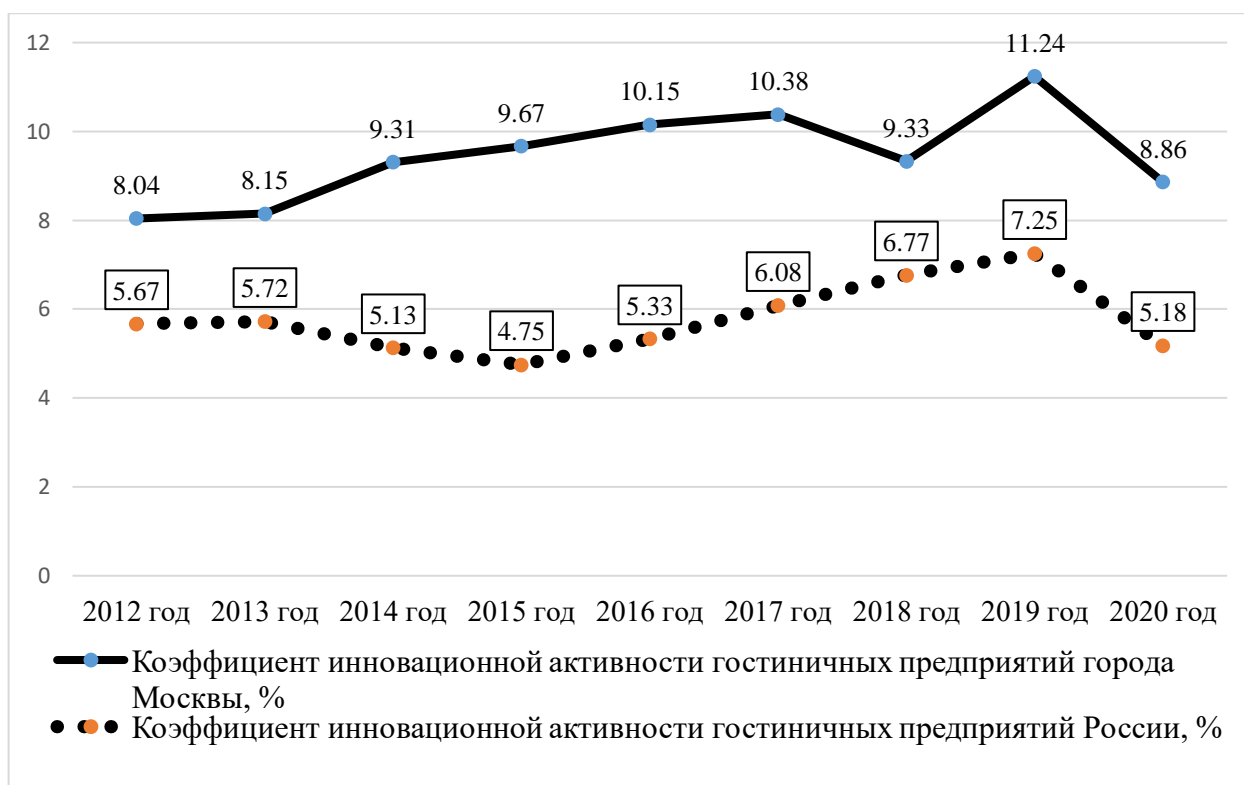


Рисунок 2.13 – Коэффициенты инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы и Российской Федерации

Источник: составлено автором на основе источников [163, 175].

Как видно из рисунка 2.13, уровень инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы существенно превышает уровень инновационной активности организаций гостиничного бизнеса страны в целом. Пиковое значение инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы 2019 года на 3,99 % выше аналогичного показателя организаций гостиничного бизнеса страны в целом. В кризисном 2020 году величина исследуемого показателя гостиниц столицы выше, чем его значение в среднем по стране на 3,68 %. Таким образом, можно сделать вывод о том, что гостиничные предприятия Москвы выступают своего рода «инновационным локомотивом» повышения уровня инновационной активности организаций гостиничной индустрии России в целом. Данное обстоятельство продиктовано относительно высоким спросом на услуги гостиничного бизнеса в столице, вызванным интенсивностью туристического потока, а также внешнеэкономической деловой активностью. Повышенные

требования, особенно со стороны иностранного потребителя, заставляют менеджмент столичных гостиничных предприятий увеличивать емкость использования инновационных сервисов и технологий с целью поддержания необходимого уровня конкурентоспособности.

Уровень инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы существенно колеблется в зависимости от их статуса и классификации. Данное обстоятельство позволяет на рисунке 2.13 отразить величину коэффициента инновационной активности гостиничных предприятий столицы для субъектов разной категории.

Выполненный анализ свидетельствует о том, что максимальное значение коэффициента инновационной активности наблюдается среди гостиничных предприятий города Москвы, относящихся к категории 5 звезд. В 2019 году значение коэффициента инновационной активности организаций гостиничного бизнеса данной категории достигло максимального уровня и составило 15,07 %. Отмеченный факт носит вполне закономерный характер, так как гостиницы категории 5 звезд предоставляют свои услуги платежеспособному сегменту потенциальных потребителей, которые в свою очередь являются достаточно требовательными к качеству сервиса, технологическим возможностям и прочим новшествам. В этой связи, активное внедрение инноваций является необходимым условием поддержания конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса.

В большинстве случаев гостиницы категории 5 звезд выступают в качестве пионеров внедрения инновационных технологий и сервисов. Гостиницы категории 4 звезды используют инновации в качестве дополнительных элементов сервисного и технологического обслуживания с целью расширения своего коммерческого потенциала. Чаще всего внедряемые инновационные разработки гостиницами категории 4 звезды носят имитационный характер и выступают необходимым следствием использования аналогичных инноваций гостиничными предприятиями более высокой категории.

Вариативность инновационной активности различных категорий гостиничных предприятий города Москвы представлена на рисунке 2.14.

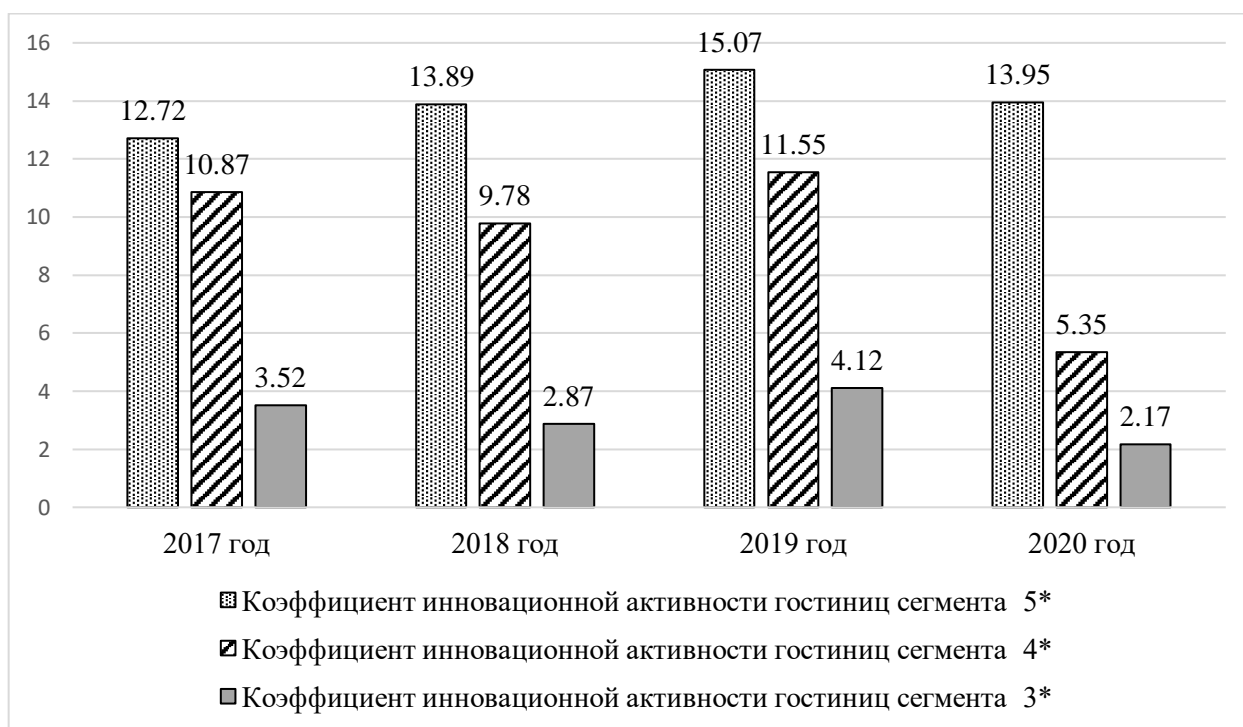


Рисунок 2.14 – Вариативность инновационной активности различных категорий гостиничных предприятий города Москвы

Источник: составлено автором на основе источников [163, 175].

В 2020 году по сравнению с 2019 годом коэффициент инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы категории 4 звезды существенно уменьшился на 6,2 %. Причина резкого сокращения заключается в специфике их коммерческой деятельности и обслуживаемого потребительского сегмента. Большинство потенциальных потребителей услуг гостиниц категории 4 звезды основной упор делают на ценовой фактор, а также на наличие оптимально-минимального набора сервисных возможностей. В связи с чем, для поддержания своей коммерческой эффективности менеджмент указанной категории гостиничных предприятий применил политику сокращения инновационных расходов с целью обеспечения минимальной рентабельности бизнеса, где завоевание потребителя происходит за счет уменьшения стоимости номера. В 2020

году по сравнению с 2019 годом коэффициент инновационной активности гостиниц города Москвы категории 5 звезд уменьшился на 1,12 %. Выявленное снижение инновационной активности является минимальным среди всех категорий гостиничных предприятий Москвы. Причина данного обстоятельства заключается в специфике потребительского сегмента гостиничных предприятий города Москвы категории 5 звезд. Потребители люксового сегмента гостиничных услуг основной упор делают именно на качество обслуживания и обращают самое пристальное внимание на наличие инновационных технологий, обеспечивающих комфортность посещения номера. В этой связи, снижение инновационной активности может оказать существенное негативное влияние на конкурентоспособность гостиничного предприятия категории 5 звезд. Кроме того, сегмент посетителей гостиниц люксовой категории достаточно стабилен, и вариативность ценовой политики существенно не влияет на потребительские предпочтения, а вот снижение качества сервисного обслуживания может привести к утрате части потенциальных клиентов. Таким образом, менеджмент гостиничных предприятий категории 5 звезд с целью поддержания конкурентоспособности и уменьшения репутационных рисков стремится сохранить необходимый уровень инновационной активности, даже в ущерб коммерческой эффективности.

В процессе характеристики вектора инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы определенный интерес представляет исследование структуры инновационных расходов. С учетом сказанного, на рисунке 2.15 представим динамику структуры инновационных расходов гостиничных предприятий города Москвы.

На основе данных рисунка 2.15 можно сделать вывод о том, что структура инновационных расходов гостиничных предприятий города Москвы на протяжении исследуемого временного интервала остается достаточно стабильной. В период пандемии уменьшение расходов на реализацию инновационных проектов и разработок носило пропорциональный характер. Наибольший удельный вес в структуре инновационных расходов гостиничных предприятий города Москвы принадлежит техническим инновациям, доля которых увеличивается с 40,13 % в

2017 году до 47,87 % в 2020 году. Рост данного показателя свидетельствует о существенном интересе организаций гостиничного бизнеса к новым технологиям и сервисам в области обслуживания клиентов. В динамике происходит сокращение удельного веса расходов на управленческие инновации с 17,86 % в 2017 году до 12,18 % в 2020 году. Развитие «зеленых» технологий и популяризация в общественности экологической парадигмы способствуют росту удельного веса расходов на экологические инновации, значение которого выросло за период с 2017 по 2020 год с 5,78 % до 10,53 %. Удельный вес расходов на коммуникационные инновации гостиничных предприятий города Москвы в общем их объеме сокращается с 30,87 % в 2017 году до 25,85 % в 2020 году.

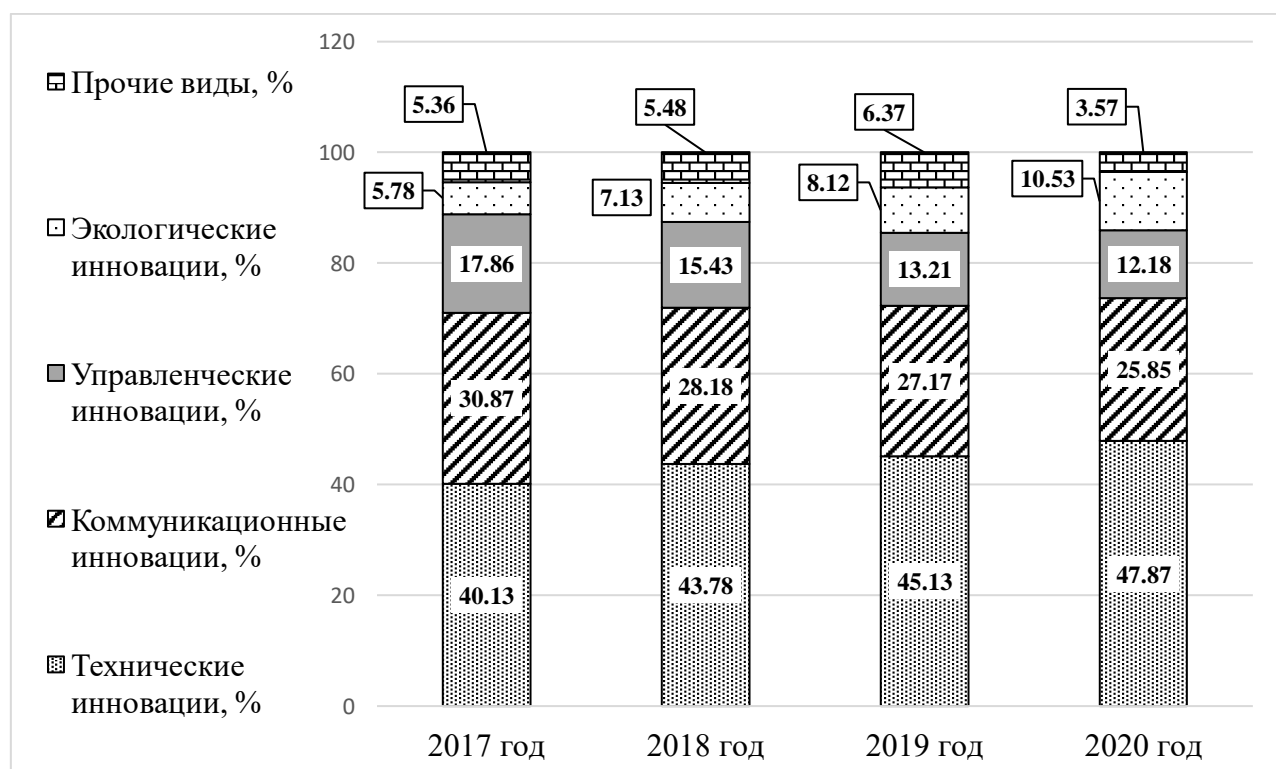


Рисунок 2.15 – Динамика структуры инновационных расходов гостиничных предприятий города Москвы

Источник: составлено автором на основе источников [163, 175].

На динамику уровня инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы существенное влияние оказывает широкий перечень факторов,

каждый из которых обладает своей спецификой. С целью обобщения и определения наиболее ярко выраженных векторов влияния факторов на развитие уровня инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы воспользуемся методикой PEST-анализа, результаты применения которой представлены в таблице В.

Результаты выполненного PEST-анализа позволяют резюмировать, что в целом совокупность факторов внешней среды оказывает положительное влияние на развитие инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы. Методика проведенного PEST-анализа выделяет четыре группы ключевых факторов, оказывающих влияние на формирование уровня инновационной активности организаций гостиничного бизнеса столицы. Политические факторы в своей общей совокупности выражают негативное воздействие на развитие инноваций в гостиничной индустрии. Ключевым аспектом отрицательного влияния политических факторов выступает пролонгация ковидных ограничений. Снижение спроса на услуги гостиничных предприятий в моменте и даже в среднесрочной перспективе существенно замедляет использование инноваций в гостиничной индустрии. При этом текущая эпидемиологическая ситуация носит нестабильный характер, что не позволяет делать однозначный вывод о снижении уровня негативного влияния политического фактора. Иные аспекты группы политических факторов в своей совокупности положительно воздействуют на развитие инновационной активности гостиничных предприятий столицы. В контексте сказанного можно отметить государственную поддержку гостиничной индустрии, а также активное развитие национальной инновационной инфраструктуры.

Экономические факторы в целом оказывают положительное влияние на развитие инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы. Важным положительным фактором стимулирования инновационной активности организаций гостиничной индустрии выступает повышение значимости инноваций в обеспечении конкурентоспособности гостиничного предприятия в условиях агрессивной внешней среды. Именно использование инноваций является тем

инструментом, который обеспечивает устойчивость гостиничного предприятия на рынке в момент падающего спроса и способствует расширению его рыночной доли в период восстановления интереса к гостиничному обслуживанию. Общее снижение коммерческой эффективности гостиничных предприятий города Москвы, спровоцированное в первую очередь пандемией, оказывает отрицательное влияние на повышение уровня инновационной активности. Отсутствие устойчивого входящего финансового потока приводит к снижению инвестиционных фондов, которые могут быть использованы для разработки и внедрения инновационных сервисов и технологий. Текущая конъюнктура ведения гостиничного бизнеса на данный момент не позволяет говорить о расширении инвестиционной базы гостиничных предприятий, а в лучшем случае способствует достижению безубыточности их коммерческой деятельности. Современное инновационно-технологическое поле характеризуется увеличением стоимости осуществления научно-технических работ. Рост стоимости технологических разработок, особенности иностранного происхождения в связи с падением курса национальной валюты оказывают негативное влияние на развитие уровня инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы. Отрицательный эффект данного фактора проявляется в снижении финансовой доступности инновационных разработок для гостиничных предприятий особенно в условиях низкой коммерческой эффективности ведения бизнеса.

Совокупность социально-культурных факторов в целом оказывает положительное влияние на развитие инновационной активности гостиничных предприятий столицы. В контексте представленной группы факторов в первую очередь необходимо выделить рост общего уровня спроса на инновационные технологии и разработки в обществе. Смежным фактором в данной группе является повышение значимости инноваций в системе сервисного обслуживания, что требует от гостиничных предприятий города Москвы, даже относящихся к категории 3 и 4 звезд, внедрения инноваций.

Следует также отметить, что использование инноваций является важным элементом репутационной политики гостиниц и создания привлекательного имиджа для потенциальных клиентов.

Позитивным фактором повышения инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы является расширение инновационных компетенций сотрудников, которое достигается за счет роста их образованности, общей цифровой грамотности и качества отбора персонала.

Бесспорно, ключевое влияние на расширение масштабов использования инноваций в гостиничной индустрии оказывает технологический фактор. Активное развитие инновационных технологий, тотальная цифровизация социально-культурного пространства и деловой среды выступают важнейшими драйверами повышения уровня инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы. Увеличение технологической доступности инноваций способствует более активному внедрению инновационных элементов в деятельность гостиничных предприятий столицы. В контексте сказанного перед менеджментом гостиницы стоит актуальная задача правильно расставить акценты и обеспечить качественное внедрение инноваций в условиях дефицита финансовых ресурсов. На рисунке 2.16 представим силу воздействия факторов на уровень инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы.

Таким образом, на основе проведенного анализа сформулируем следующие выводы:

– общий объем расходов гостиничных предприятий города Москвы на разработку и внедрение инноваций имел устойчивую тенденцию к росту до 2019 года, что свидетельствует о повышении интенсивности использования инновационных технологий. Снижение инновационных расходов в 2020 году обусловлено кризисными явлениями в гостиничной индустрии, спровоцированными негативным влиянием пандемии;

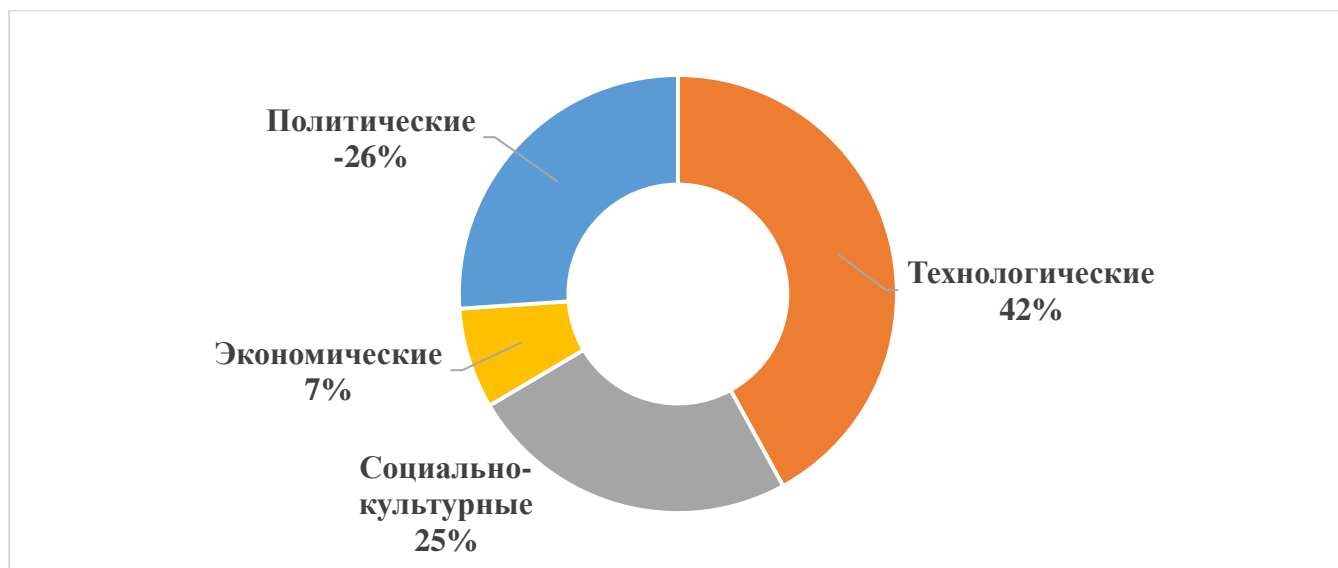


Рисунок 2.16 – Сила воздействия факторов на уровень инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы

Источник: составлено автором на основе источников [163, 175, 172].

– выполненный структурный анализ инновационных расходов гостиничных предприятий города Москвы показывает, что расходы на экологические инновации имеют практически двукратное увеличение за период с 2017 по 2020 год, в то время как наибольший удельный вес связан с разработкой и внедрением технологических и коммуникационных инноваций. Выявленная специфика удельного веса обусловлена ростом цифровизации социально-экономического пространства и деловой среды, что требует использования передовых технологий не только в процессе сервисного обслуживания клиентов, но и расширения коммуникационного взаимодействия с ними;

– с целью диагностики уровня инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы в работе проведен расчет коэффициента инновационной активности, динамика которого увеличивается за период до 2019 года. В 2020 году величина данного показателя значительно сокращается под негативным воздействием ковидных ограничений. Общее значение данного коэффициента в рамках исследуемого периода выше аналогичного показателя в

среднем по стране, что позволяет сделать вывод о «пионерном» развитии организаций гостиничного бизнеса столицы в рассмотренном векторе;

– наибольшее значение коэффициента инновационной активности проявляется для гостиничных предприятий города Москвы категории 5 звезд. Введенные в 2020 году ковидные ограничения оказали наименьшее влияние на падение инновационной активности гостиниц категории 5 звезд и максимальное влияние на снижение уровня инновационной активности гостиниц столицы, относящихся к категории 4 звезды. Отмеченное обстоятельство обусловлено спецификой ведения бизнеса и особенностями клиентской базы гостиниц разной категории;

– на степень инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы огромное влияние оказывают факторы, которые были распределены на четыре основных группы. В текущий момент отрицательное влияние на уровень инновационной активности гостиничных предприятий столицы оказывают политические факторы, в основе которых в первую очередь находится пролонгация ковидных ограничений. Направление влияния экономических факторов носит в большей степени положительный характер, а технологические и социально-культурные факторы однозначно способствуют росту интенсивности использования инноваций в деятельности организаций гостиничной индустрии.

Рассмотренная динамика внедрения инноваций в деятельность гостиничных предприятий не является прямо пропорциональной из года в год, что свидетельствует о важности рациональной оценки инновационного потенциала гостиничных предприятий с точки зрения наличия оптимального организационно-экономического обеспечения для перспективного развития гостиничных предприятий.

2.3 Анализ успешных международных практик инновационного развития гостиничных предприятий

В настоящее время лидерами по объему расходов на инновационную деятельность в ВВП страны являются Швейцария, Германия, Япония, Швеция, Южная Корея и США. Так, по данным рейтинга Глобального инновационного индекса (ГИИ), страны-лидеры инновационного развития в 2020 году: Швейцария, Швеция и США. Объемы финансовых вложений в инновационную деятельность предприятий, стабильная политическая и экономическая обстановка способствуют инновационному развитию всех отраслей, в том числе туризма и гостиничного бизнеса. Что касается России, то в 2019 году занимаемая позиция была на 46 месте, а в 2020 году – 47.

Первым приоритетом концепции управления индустрии гостеприимства Всемирной Туристской Организации на 2020 и 2021 год является инновационная деятельность и «переход на цифровые технологии», которые должны обеспечить повышение потенциала для устойчивого экономического роста, стабильного развития и создания рабочих мест. По вопросу ключевых методов эффективного управления Концепция ссылается на организационно-управленческие инновации. Такие инновации в гостиничных предприятиях детерминированы на внедрение технологий, расширение гостиничных цепей, категоризацию гостиниц с присвоением соответствующей звездности, подготовку квалифицированного персонала [156].

Следует отметить, что для одних гостиничных предприятий необходимость инновационного развития обусловлена этапом спада или подъема «жизненного цикла» осуществляемой деятельности, для других – требуемая мера для восстановления от негативного влияния экономических кризисов. Особую роль инновационное развитие гостиничных предприятий играет в развитых странах, где предприятия имеют преимущества за счет соответствующей инновационной инфраструктуры и поддержки государства. Для развивающихся стран характерной

особенностью является попытка подражать и предприятия копируют успешный опыт конкурентов или адаптируют разработки из других отраслей («гибридизация»), не всегда учитывая специфичность государственного и отраслевого регулирования.

Общие международные меры поддержки гостиничного бизнеса, способствующие прямо или косвенно его инновационному развитию, представлены в приложении Д.

Государственная и отраслевая поддержка способствует внедрению инноваций в гостиничных предприятиях, что не только повышает качественный уровень сервиса, но и положительно сказывается на имидже предприятия, формируя позитивный образ страны у потребителя.

Рассмотрим результаты мирового опыта успешного внедрения инновационных решений в деятельность гостиничных предприятий. Инновационные решения, имеющие наибольшее распространение в мировой индустрии гостеприимства, представлены на рис. 2.17.

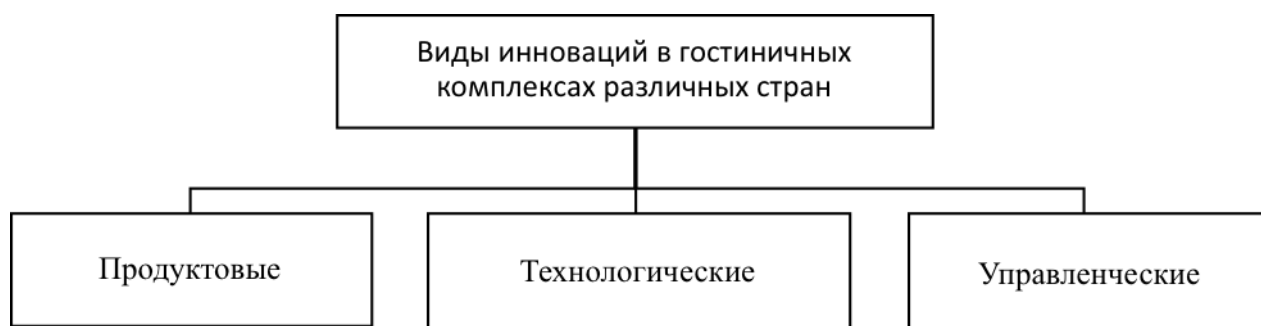


Рисунок 2.17 – Виды инноваций, наиболее часто встречающихся в использовании гостиничными комплексами различных стран

Источник: составлено автором на основе источников [35, 163, 175].

Рассмотрим более подробно разновидности основных направлений инновационных решений, применяемых в гостиничных комплексах различных стран.

I. Продуктовые инновации:

1) создание совершенно новой услуги (например, услуги менеджера по загару (отель Ritz-Carlton South Beach, Майами-Бич, США), психолога для животных (отель Hotel deluxe, Портленд, США), личного дворецкого (на виллах островных люксовых отелей на Сейшельских, Мальдивских, Гавайских островах и др.) или дворецкого по запахам (например, на вилле отеля Rosewood Hotel, Ванкувер, США);

2) формирование новых сегментов гостиничного рынка посредством предоставления услуг размещения на ранее не используемых видах локаций (пустыня, ледники и др.). Так, в апреле 2020 года было запланировано открытие отеля North Pole Igloos непосредственно на леднике в самой северной части Норвегии (г. Шпицберген), который должен работать только в период северного сияния (1 месяц). А на май 2020 года было запланировано открытие отеля Six Senses в пустыне Израиля (г. Шахарут) с панорамным видом на песчаные дюны и кактусы;

3) использование уникальных видов ресурсов или формирование ресурсов с заранее установленными свойствами, а также новой концептуальной функцией использования: отели могут располагаться в бывших тюрьмах, банках, маяках и даже бывших роддомах (например, на 2020 год было запланировано открытие отеля в бывшем роддоме в Бразилии (г. Сан-Паулу));

4) ориентация на определенную категорию целевой группы потребителей (например, гастрономические отели, где одним из первых считается Les Cols в Испании (г. Олот)).

II. Технологические инновации:

1) в материально-техническом обеспечении обслуживания потребителей, повышающих качественный уровень гостиничных услуг (бесшумные кондиционеры, автоматизация процесса уборки посредством использования роботов);

2) в системе бронирования, а также резервации гостиничных номеров посредством внедрения IT-технологий (онлайн-бронирование в международных

системах Global Distribution System (GDS), увеличивающее скорость обслуживания клиентов).

Специфика предоставления гостиничной услуги характеризуется высоким уровнем информационной насыщенности не только по причине использования систем бронирования, но и управленческих программ, мультимедийных коммуникационно-информационных сетей и др. Примеры представлены в таблице 2.3.

Системы рассылки информации, онлайн интернет-бронирования, управления взаимодействиями с клиентами и управления ресурсами относятся к управленческим ИТ-программам. Такие программы активно используются для дистанционного управления отелем, внутренней коммуникацией служащих отеля и улучшения качества обслуживания потребителей.

С точки зрения пользования гостиничными услугами клиентом наиболее эффективным и продуктивным считается гибридный тип ИТ-приложения. Такой вид приложения является более дешевым и требует меньше времени для разработки в отличие от нативного (дороговизна и времязатратность разработки) или веб (необходимо постоянное подключение к интернету). А возможность гибридного приложения функционировать на независимой платформе обеспечивает потребителей гостиничных услуг собственными программами лояльности. Особенно актуально использование мобильных приложений для постоянных клиентов сетевых международных гостиниц.

В настоящее время уже функционирует мобильное взаимодействие с клиентами через ИТ-продукты с самостоятельным check-in и check-out, мобильным персональным консьержем на электронном девайсе, ориентированном на предпочтения каждого клиента, заказ через электронное меню в ресторане и баре, виртуальный справочник услуг гостиничного предприятия. Основная цель таких ИТ-решений – идентифицировать специфику предпочтений клиента и его удовлетворение. Так, гостиничная сеть Marriott осуществляет регистрацию постояльцев через мобильные приложения на 350 гостиничных предприятиях своей сети (прежде всего в Канаде и США).

Таблица 2.3 – Основные виды современных IT-продуктов для гостиничных предприятий

Назначение	Примеры IT-продуктов
Бронирование	Системы глобального бронирования (Amadeus, Galileo, WordSpan, Hotels.com); Отечественные системы бронирования (Octogo.ru, Hotellok.ru, Hotels.ru)
Автоматизации Front office	Системы: Отель-3.0, Эдельвейс, Невский портъе, Key-Hotel, Shelter, Cenium
Поиск и сравнение цен	Системы: RoomGuru, Trivago.ru, Hot365, Hotelbron, 33tura и др.
Рассылка информации	Система Direct-mail (рассылка информации клиентам: скидки, поздравления с праздниками)
Онлайн интернет-бронирование	Система Computer Reservation System (CRS)
Управление взаимодействием с потребителями	Система Consumer Relationship Management (CRM)
Управление ресурсами	Система Enterprise Resource Planning (ERP): финансы, персонал, операционный блок

Источник: составлено автором.

Ускорение темпа технологических инноваций обусловлено активной цифровизацией, формирующей условия для создания новых продуктов.

Так, примером передовых комплексных инновационных решений в индустрии туризма и гостеприимства является создание цифровой платформы (например, Smartway.today), объединяющей авиакомпанию и гостиницы, представляя реализацию продукта без участия тревел-агентств. Такой вид взаимодействия B2B позволяет отелям предоставлять крупным предприятиям услуги через цифровую платформу, оптимизируя отчетность и бюрократию процесса оформления командировочных поездок для работников. Цифровые платформы подключаются к поставщикам гостиничных услуг и авиаперевозчикам (бонусы Аэрофлот – до 3 %, а S7 – до 10 %) в режиме реального времени, автоматически подбирая наиболее удобные и дешевые варианты для потребителя, в то время как тревел-агентства заинтересованы в продаже наиболее дорогого варианта, комиссия от которого будет являться их прибылью (как правило, от 10 % до 15 %). Интеграция с платформой «1С: Бухгалтерия», «1С:ERP», а также

безлимитное бронирование, тревел-поддержка 24/7, возможность формирования закрывающих документов по командировочным поездкам и управленческой аналитике имеет все шансы осуществить масштабную технологическую трансформацию в индустрии туризма и гостеприимства.

Рассмотрим основные функции мобильных приложений для гостиничных предприятий, представленные в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Основные функции мобильных приложений для гостиничных предприятий

Функция	Описание	Применение
Бронирование номера	Бронирование номера или отказ от бронирования без взаимодействия с персоналом. В основном таким приложением обладают сетевые отели	Отель Лотте Плаза, Космос в Москве, а также Азимут Бонжур в МО и др.
Check in, check out, виртуальный ключ	Мобильная регистрация заезда и выезда, виртуальный ключ от номера (приложение на смартфоне позволяет открывать номер)	Крупные сетевые отели: Ritz-Carlton, Hyatt, Starwood
Управление профилем карты лояльности	Наличие в приложении личной карты лояльности для накопления бонусов, оплаты за услуги, получении клиентских подарков. Дает возможность сетевым гостиницам «поддерживать отношения» с клиентом во всех отелях сети	Крупные сетевые отели: Hilton, Marriotte Int., а также гостиница Салют в Москве и др.
Опрос клиентов	Определение потребностей постоянных посетителей и по результатам анализа полученных отзывов улучшение качества предоставляемых услуг, а также предоставление QR-кода для получения посетителю необходимой информации	Крупные сетевые отели: Ritz-Carlton, W Hotels, Irbis Maxima и т.д.
Консьерж-сервис	Заказ еды и напитков в номер, а также любых товаров и услуг, получение необходимого оповещения и др. Такая функция обычно дополняет др. сервисы мобильных приложений гостиничных предприятий	Крупные сетевые отели: Mandarin Oriental, Four Seasons, а также гостиничный комплекс Barvikha Hotel&Spa
Путеводитель	Ознакомление с достопримечательностями города, подборка магазинов, ресторанов, клубов в соответствии с предпочтениями клиентов	Сетевые отели: Азимут, AccorHotels и др.

Источник: составлено автором.

Таким образом, гостиничные предприятия активно внедряют мобильные приложения в свою деятельность, обеспечивая более эффективное и оперативное взаимодействие со своими клиентами, а также автоматизацию предоставляемых гостиничных услуг. Следует отметить, что такой вид IT-решения имеет распространенность среди международных сетевых отелей и некоторых крупных гостиничных комплексов, т.к. является достаточно дорогим сервисом.

Такие платформы имеют сходство с интернет-сайтами для бронирования отелей и авиабилетов. При введении дестинации и дат поездки клиент получает все доступные варианты без наценок тревел-агентств и специализированных сайтов бронирования, которым приходится отдавать определенный процент. Такие платформы позволяют компаниям пользоваться бонусами кешбэк, при бронировании же поездок работниками организаций такие бонусы используются в личных потребностях приобретателя, но не остаются для нужд организации.

3) в экологизации деятельности (применение «зеленых технологий») с целью снижения уровня потребления энергетических и материальных ресурсов, при этом обеспечивая комфортные условия для потребителей гостиничных услуг, в т.ч. при проектировании, строительстве, реконструкции и т.д. (например, отель JW Marriott в Сингапуре, где используются решения по обеспечению охлаждения территории в 3 гектара на 1–2 градуса (без специальных систем кондиционирования), по сбору дождевой воды, оснащению солнечными батареями для освещения фасада и др.).

Гостиничные предприятия, стремящиеся к официальному подтверждению экологизации своей деятельности, присваивают специальные лейблы «Знаки экологического качества». Такой знак доступен после прохождения соответствующей процедуры сертификации качества. Снижение потребления энергии в таких отелях достигает 60 % – 90 %. Они используют самый широкий диапазон возобновляемых источников энергии (энергия ветра и солнца, геотермальных вод и др.), только органические моющие вещества, специализированные приборы для водосбережения при работе сантехники и для сбора мусора с последующей утилизацией, экоматериалы в интерьере.

Одними из самых «совершенных» экоотелей являются «Daintree EcoLodge & Spa» (Квинсленд, Австралия), «Donkey Van Inn» (Рассел, Новая Зеландия), «Crowne Plaza Copenhagen Towers» (Копенгаген, Дания) и др.

Следует отметить, что все ведущие отели в настоящее время имеют тенденцию руководствоваться эко-идеями, как минимум, используя энергосберегающие лампы, а также рекомендуя посетителям использовать постельное белье и полотенца в течение нескольких дней.

Основопологающим стандартом существующих систем сертификации является стандарт ISO 14001 (EMS) 1991 года, который был принят Международной ассоциацией по стандартизации (ISO). Ряд стран имеют и собственные стандарты (в дополнение к ISO 14001). Так, в Великобритании используют систему сертификации BS 7750, в Канаде – CAN/CSA Z750-94, в странах ЕС – EMAS.

Из ведущих компаний по разработке и внедрению систем эко-менеджмента следует упомянуть British Airways Holidays (BAH), HAC Green Leaf (Канада), Green Key (Дания), Touristic Union Int. (TUI) (Германия) и др. Кроме того, многие гостиничные предприятия проходят сертификацию по стандарту LEED.

Так, все гостиничные предприятия с сертификатом Green Key обязаны иметь экономичное потребление энергии и воды, стремление к минимальным отходам и их повторной переработке, а также использованию местных продуктов питания, экотранспорта. По итогам 2020 года было выдано 3200 сертификатов по всему миру в 65 странах.

III. Управленческие инновации:

1) разработка новых методов в реализации маркетингового цикла (инновационный маркетинг);

Инновационный маркетинг характеризуется технологией применения маркетинговых решений в течение полного жизненного цикла инновации с момента формирования инновационной идеи до выхода с рынка. Сюда относятся эффективное ценообразование, ребрендинг, внедрение системы учета предпочтений клиентов для оказания персонализированной услуги.

Примером одной из маркетинговых инноваций гостиничных предприятий является распространение гостиничных предприятий на уровне страны или отдельно взятого региона (например, сеть Азимут, отели которой представлены в Москве и других городах России). В данном случае используется франчайзинг в инновационном менеджменте и бенчмаркинг — в инновационном маркетинге.

В настоящее время тенденции гостиничного бизнеса характеризуются тяготением к стратегическому партнерству между предприятиями, участвующими в формировании туристского продукта.

2) внедрение новых методов управления персоналом (инновационный менеджмент);

3) коллаборация со смежными отраслями при формировании гостиничной услуги с целью ее дополнения;

4) совершенствование форм и методов контроля над деятельностью субъектов гостиничного бизнеса на законодательном уровне;

5) ориентация гостиничного бизнеса на концепции развития туризма на региональном уровне с учетом применения инновационных решений при формировании туристско-рекреационных территорий.

Для решения стоящих в рамках данной работы задач проведем сравнительный анализ интенсивности инновационной деятельности предприятий гостиничной индустрии города Москвы. В качестве базы для выполнения сравнения будут использованы аналогичные показатели деятельности гостиничных предприятий ряда европейских столиц.

Одной из проблем проводимых расчетов является несопоставимость стоимостных валютных показателей. С целью решения данной проблемы автором рекомендуется использование коэффициента опережения/отставания, который формируется на основе сопоставления индексов роста расходов на реализацию инновационных проектов и индексов роста показателей эффективности деятельности организаций гостиничного бизнеса [85].

Авторская методика расчета коэффициента опережения/отставания представлена в теоретической части работы и таблице Б.9. На основе

предложенной авторской методики в таблице 2.5 представим результаты расчета коэффициента опережения/отставания интенсивности инновационной деятельности [85].

Таблица 2.5 – Динамика коэффициента опережения/отставания интенсивности инновационной деятельности [85, 157]

Показатель	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год
Москва					
Доходность гостиничного номера (показатель RevPAR), тыс. р.	4,83	4,78	6,82	5,27	2,53
Индекс доходности (I_{RevPAR})	–	0,990	1,427	0,773	0,480
Расходы на инновации, млн р.	4883,2	5312,8	5813,7	6013,5	3517,3
Индекс инновационных расходов ($I_{ир}$)	–	1,088	1,094	1,034	0,585
Коэффициент опережения/отставания ($K_{оп/от}$)	–	1,099	0,767	1,339	1,218
Абсолютный прирост, +/-	–	–	–0,332	0,572	–0,120
Париж					
Доходность гостиничного номера (показатель RevPAR), \$	123,3	132,7	145,8	159,9	17,4
Индекс доходности (I_{RevPAR})	–	1,076	1,099	1,097	0,109
Расходы на инновации, млн \$	1151,9	1509,3	1932,8	3399,5	587,3
Индекс инновационных расходов ($I_{ир}$)	–	1,310	1,281	1,759	0,173
Коэффициент опережения/отставания ($K_{оп/от}$)	–	1,217	1,166	1,604	1,588
Абсолютный прирост, +/-	–	–	–0,052	0,438	–0,016
Лондон					
Доходность гостиничного номера (показатель RevPAR), \$	152,3	165,9	177,8	185,8	53,1
Показатель	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год
Индекс доходности (I_{RevPAR})	–	1,089	1,072	1,045	0,286
Расходы на инновации, млн \$	2891,8	3758,3	4837,4	6537,3	2357,8
Индекс инновационных расходов ($I_{ир}$)	–	1,300	1,287	1,351	0,361
Коэффициент опережения/отставания ($K_{оп/от}$)	–	1,193	1,201	1,293	1,262
Абсолютный прирост, +/-	–	–	0,008	0,092	–0,031
Стамбул					

Доходность гостиничного номера (показатель RevPAR), \$	50,3	55,1	57,8	61,3	21,3
Индекс доходности (I_{RevPAR})	–	1,095	1,049	1,061	0,347
Расходы на инновации, млн \$	887,4	953,2	1038,8	1391,8	571,5
Индекс инновационных расходов (I_{ip})	–	1,074	1,090	1,340	0,411
Коэффициент опережения/отставания ($K_{оп/от}$)	–	0,981	1,039	1,263	1,182
Абсолютный прирост, +/-	–	–	0,058	0,224	–0,082

Источник: составлено автором на основе источников [85, 175, 165].

На основе представленных данных можно сделать вывод о том, что интенсивность инновационной деятельности гостиничных предприятий города Москвы в 2020 году уменьшается по сравнению с 2019 годом. Выявленное обстоятельство обусловлено негативным влиянием пандемии. В 2020 году по сравнению с 2019 годом коэффициент опережения/отставания интенсивности инновационной деятельности гостиничных предприятий Москвы сократился на 0,12. При этом стоит отметить, что в организациях гостиничного бизнеса Парижа, Лондона и Стамбула величина данного показателя уменьшается менее значительно. В частности, в 2020 году по сравнению с 2019 годом коэффициент опережения/отставания интенсивности инновационной деятельности гостиничных предприятий Парижа уменьшился на 0,016, Лондона – на 0,031, Стамбула – на 0,082. Данный факт позволяет сделать вывод о том, что менеджмент гостиничных предприятий зарубежных стран даже в условиях экономического кризиса старается реализовывать инновационные проекты, осознавая их неотъемлемую актуальность для обеспечения необходимого уровня конкурентоспособности [85].

Результаты выполненной сравнительной оценки демонстрируют более низкий коэффициент опережения/отставания интенсивности инновационной деятельности гостиничных предприятий города Москвы, чем аналогичных показателей Парижа, Лондона и Стамбула.

Таким образом, инновационные процессы в организациях гостиничной индустрии в указанных городах происходят более интенсивно. При восстановлении рынка туристической индустрии и делового климата данные

гостиничные предприятия будут обладать дополнительными конкурентными преимуществами.

С учетом сказанного, для повышения инновационной активности гостиничных предприятий Москвы рекомендуется разработать и внедрить комплекс организационно-экономических мероприятий.

Для наглядности сравнительной оценки на рисунке 2.18 представим динамику коэффициентов опережения/отставания интенсивности инновационной деятельности гостиничных предприятий [85].

Рассмотренные примеры успешных современных практик реализации инновационных решений в гостиничных предприятиях подчеркивают расширение использования IT-технологий (технологическая инновация), усиление важности экологических и маркетинговых инноваций для гостиничного бизнеса.

Исходя из анализа успешных практик инноваций в гостиничных предприятиях продуктового типа, можно резюмировать концентрацию на оригинальных и необычных видах оказания услуг потребителю, что, скорее, свойственно предприятиям с эксклюзивным географическим положением и природными особенностями региона. Инновации технологического типа – автоматизация и оптимизация процессов функционирования, управленческие – совершенствование форм и методов управления, контроля деятельности и продвижения оказываемой гостиничным предприятием услуги являются более универсальными, но дорогостоящими. Такой вид инноваций имеет распространение среди развитых стран и в первую очередь мегаполисов мира, к которым относится Москва.

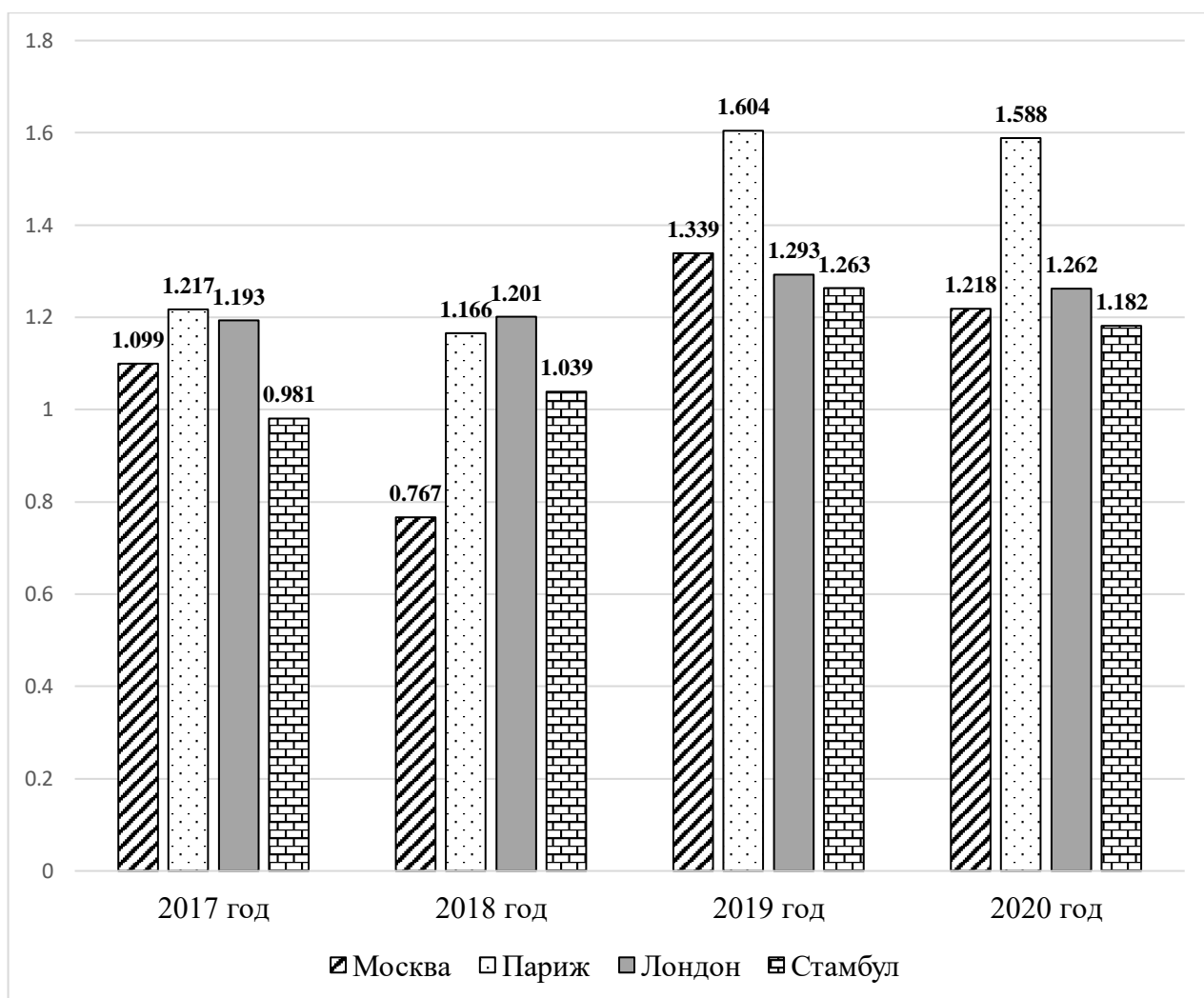


Рисунок 2.18 – Динамика коэффициентов опережения/отставания интенсивности инновационной деятельности гостиничных предприятий [85]

Источник: составлено автором.

Рассмотренные в данном разделе успешные практики инноваций на гостиничных предприятиях свидетельствуют о целесообразности учета региональной специфики, позволяющей осуществлять наиболее оптимальную концентрацию ресурсов на основных направлениях деятельности и создавать благоприятные условия для взаимодействия с государственными органами.

Таким образом, мировой опыт инновационного развития гостиничных предприятий базируется на общих закономерностях функционирования коммерческой деятельности предприятий сферы услуг, а также региональной (локальной) специфике ведения бизнеса. Можно отметить, что в Москве

представлены международные сетевые гостиничные предприятия, которые являются доминирующими «законодателями мод» инновационных практик среди гостиничных предприятий по направлению технологических и управленческих инноваций. Инновационные процессы, протекающие в гостиничных предприятиях города Москвы, менее интенсивны относительно масштабов использования инноваций в ряде принятых для сравнения крупных центрах гостиничной индустрии. Данный вывод основан на том, что коэффициенты опережения/отставания интенсивности инновационной деятельности гостиничных предприятий Москвы меньше аналогичных показателей Парижа, Лондона и Стамбула [85]. Данный факт обуславливает актуальность и целесообразность формирования стимулирующего механизма организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий.

Глава 3 Пути совершенствования организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы

3.1 Формирование стимулирующего механизма инновационного развития гостиничных предприятий

Формирование инновационного вектора развития отечественных гостиничных предприятий в полной мере может быть реализовано только при условии создания благоприятных условий на государственном уровне. В этой связи необходимо отметить, что в допандемийный период многофункционального и целеориентированного механизма развития гостиничных предприятий на федеральном уровне не существовало. Расширение потенциала гостиничных предприятий рассматривалось как дополнительная опция реализации направлений государственной политики в тех или иных отраслях прогрессивного развития национального хозяйства. В данном контексте в первую очередь необходимо отметить Государственную программу Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на период с 2013 по 2020 год [7].

В положениях данной программы отмечается, что развитие гостиничного бизнеса выступает ключевой составляющей повышения общего потенциала отечественной туристской отрасли. К числу наиболее актуальных проблем развития туризма в России отнесены отсутствие достаточного количества гостиниц, особенно в периферийных городах, лимитированный уровень технического оснащения и качества предоставления гостиничных услуг.

Данные выводы находят также свое подтверждение в Стратегии развития туризма в России до 2035 года, отдельные аспекты которой прямо утверждают о том, что расширение потенциала гостиничных предприятий выступает триггером

развития туризма. В результате одним из векторов стратегии развития отечественного туризма выступает рост интенсивности функционирования предприятий гостиничной индустрии [9].

Приоритетность расширения возможностей предприятий гостиничной индустрии для увеличения туристической активности в стране также отражается в Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)» [12]. В процессе реализации данной госпрограммы органы государственной власти ставят перед собой цель развития отечественного туристского продукта, в том числе при условии повышения емкости и качества российского рынка гостиничных услуг. В этой связи, можно отметить, что основные направления государственной поддержки развития гостиничного бизнеса в стране включают в себя:

- содействие увеличению численности гостиниц и иных средств размещения;
- стимулирование снижения дефицита гостиниц туристского класса (три звезды);
- повышение качества и доступности гостиничных услуг.

Основными инструментами для решения поставленных задач стали: создание благоприятного инвестиционного климата и осуществление государственных капиталовложений, в том числе в рамках государственно-частного партнерства. Важным положительным фактором прогрессивного развития гостиничных организаций выступает образование синергетического эффекта, связанного с увеличением туристского потенциала страны, который способствует повышению интенсивности внутреннего и внешнего туризма, что в свою очередь приводит к увеличению востребованности гостиничных услуг и заполнению номерного фонда. Присутствие отмеченных тенденций в туризме в совокупности со снижением административных барьеров повышает инвестиционную привлекательность капиталовложений в гостиничный бизнес. В отмеченном аспекте органы государственной власти смогли сформировать ряд туристических кластеров и направлений активного внутреннего и внешнего туризма, которые стали локомотивами развития гостиничного бизнеса как важнейшего инфраструктурного

элемента. Важную поддержку реализации представленных государственных инициатив оказали актуальные событийные мероприятия на территории Российской Федерации (Олимпийские игры в Сочи в 2014 году и Чемпионат мира по футболу в 2018 году).

Отдельные мероприятия господдержки предусматривались на региональном уровне. В этом аспекте вполне предсказуемо первенство принадлежит Москве. В период с 2012 по 2016 год в Москве была реализована подпрограмма «Развитие гостиничной отрасли города Москва. Увеличение количества мест для временного проживания» в рамках общей государственной программы города Москвы «Жилище». Основные инструменты государственной поддержки развития гостиничных предприятий в городе Москве представлены на рисунке 3.1.

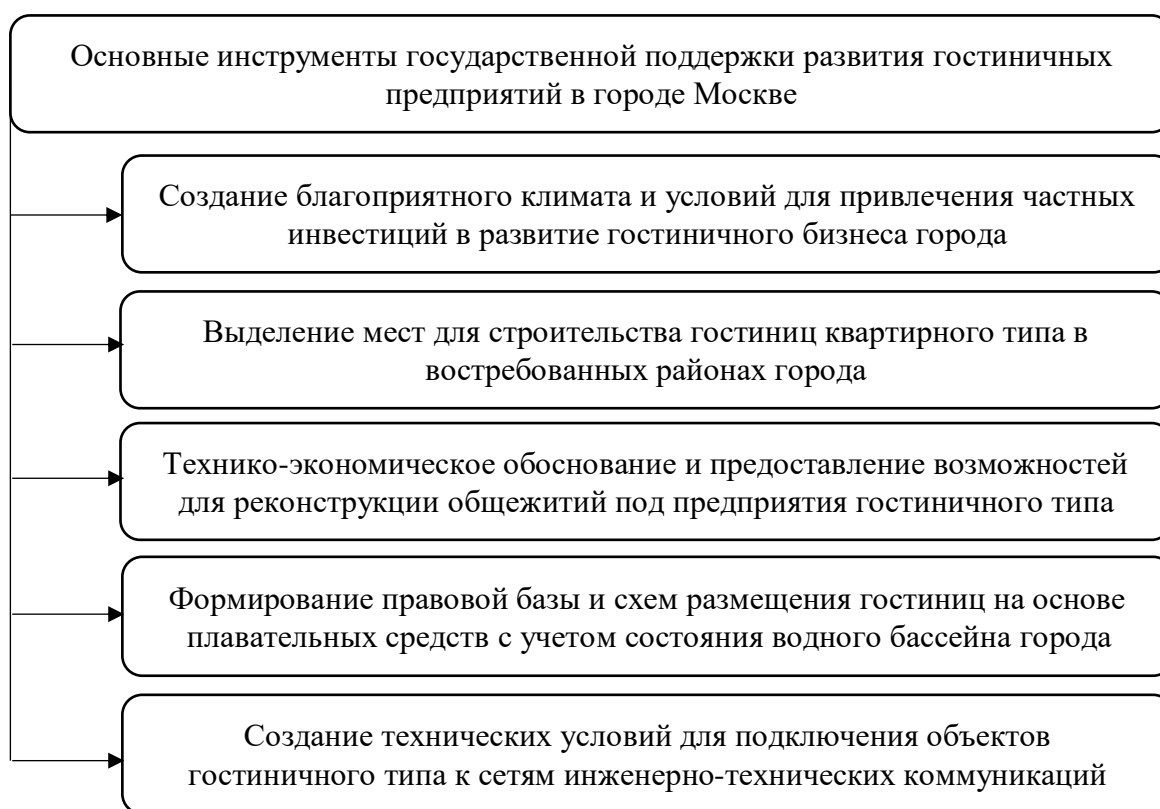


Рисунок 3.1 – Основные инструменты государственной поддержки развития гостиничных предприятий города Москвы

Источник: составлено автором.

В целом же анализ программных мероприятий не позволяет выделить четкие инструменты государственной поддержки гостиничных предприятий на

федеральном уровне, которые бы способствовали, в том числе, росту их инновационного потенциала. Развитие гостиничных предприятий рассматривается как «спутник» расширения туристского потенциала страны.

Одним из наиболее актуальных направлений инновационного развития гостиничных предприятий выступает цифровизация предоставления гостиничных услуг. Данный тренд обладает повышенным уровнем значимости, в том числе и в международном аспекте, где основой выступает разработка и внедрение разного рода цифровых платформ. Рассмотрим наиболее приоритетные направления использования цифровых платформ, которые представлены на рисунке 3.2.

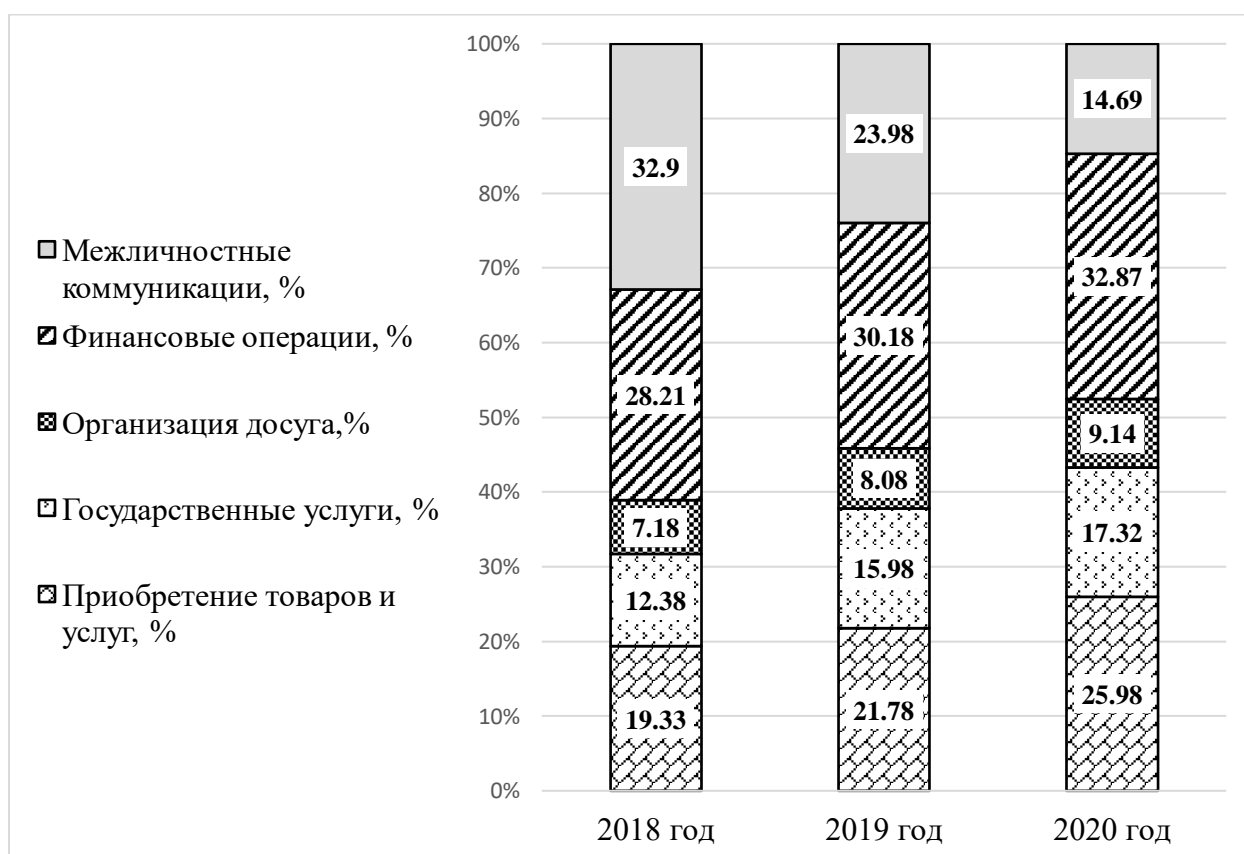


Рисунок 3.2 – Наиболее приоритетные направления использования цифровых платформ в социально-экономическом развитии российского общества

Источник: составлено автором на основе источника [156].

Согласно данным рисунка 3.2, к 2020 году произошло увеличение использования предприятиями страны цифровых платформ для организации

досуга с 7,18 % случаев в 2018 году до 9,14 % в 2020 году. Присутствие указанной тенденции позволяет сделать вывод о росте значимости «цифрового фактора» в повышении инновационного потенциала предприятий гостиничного типа. Отечественное правовое поле содержит перечень требований к потенциальным получателям субсидий на цифровизацию, которые представлены на рисунке 3.3.

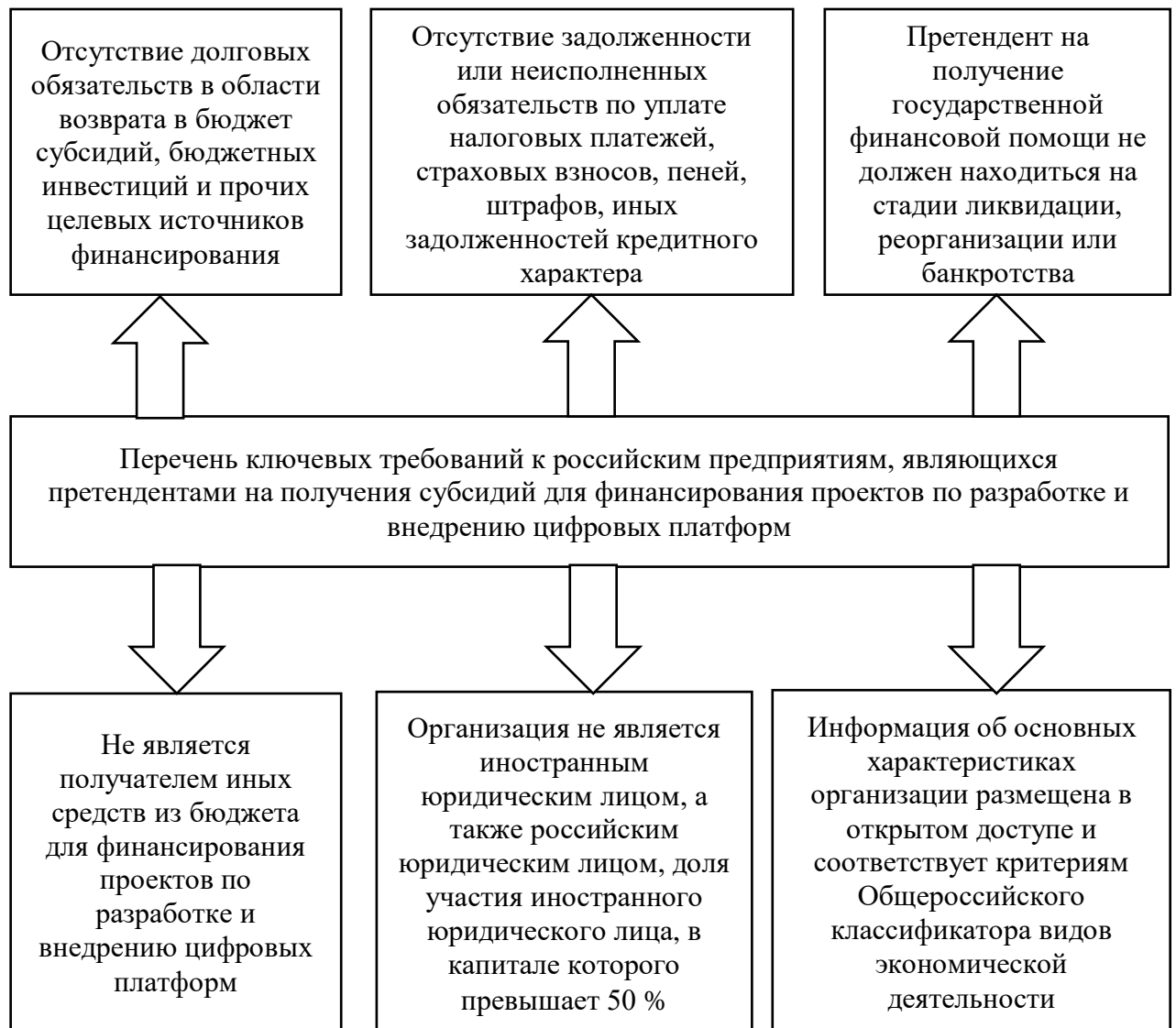


Рисунок 3.3 – Перечень ключевых требований к российским предприятиям, являющихся претендентами на получения субсидий для финансирования проектов по разработке и внедрению цифровых платформ

Источник: составлено автором на основе источника [8].

Деятельность государственной власти по стимулированию разработок и использованию цифровых технологий в деятельности национальных

экономических субъектов, в том числе и предприятий гостиничного типа, находит отражение в приоритетных направлениях социально-экономического развития Российской Федерации, которые в большинстве случаев связаны с реализацией программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [8], где основным инструментом — выделение государственных субсидий для возмещения части финансовых затрат на разработку и внедрение цифровых платформ.

Организационно-экономический механизм инновационного развития гостиничных предприятий с учетом цифрового фактора в данном случае выглядит следующим образом: менеджмент гостиничного предприятия осуществляет инвестиционные вложения в разработку и внедрение цифровых платформ в процесс предоставления гостиничных услуг, при этом часть расходов в данной области субсидируется государством. С позиции Правительства Российской Федерации наличие данной возможности должно стать стимулом для гостиничных предприятий с целью более активного использования цифровых технологий в рамках своей деятельности, что будет способствовать росту их инновационного потенциала. Следует отметить, что получение данных субсидий является доступным для крупных гостиничных предприятий, которые способны обеспечить финансирование капитальных вложений в области разработки и внедрения цифровых технологий в процессы предоставления гостиничных услуг и которые должны стать локомотивами инновационного развития отечественной гостиничной индустрии в целом. Менее крупные и финансовоемкие гостиничные предприятия для своего инновационного развития могут использовать такой инструмент, как бенчмаркинг.

В период пандемии гостиничная индустрия с учетом специфики своей коммерческой деятельности оказалась одной из наиболее пострадавших отраслей отечественной экономики. С учетом сложившейся рыночной конъюнктуры и существенного падения спроса на услуги гостиничных предприятий, глубина которого в отдельные периоды доходила до 90 %, Правительство Российской Федерации сформировало пакет мер, направленных как на поддержку экономики в целом, так и на стабилизацию ситуации в гостиничном бизнесе. Основные

направления государственной поддержки гостиничных предприятий в условиях пандемии представлены на рисунке 3.4.



Рисунок 3.4 – Основные направления государственной поддержки гостиничных предприятий в условиях пандемии

Источник: составлено автором.

Следует отметить, что реализованные органами государственной власти мероприятия в целом смогли смягчить глубину кризиса в гостиничном бизнесе и на фоне расширения интенсивности внутреннего туризма не допустили его полной деградации. Поддержка предприятий гостиничной индустрии в период пандемии

происходила не только на федеральном, но и на региональном уровне. Органы региональной власти в отдельных субъектах Российской Федерации разрабатывали и внедряли собственные инструменты «спасения» гостиничного бизнеса в условиях негативного макроэкономического фона. В таблице Ж сгруппированы основные направления поддержки гостиничных предприятий на региональном уровне в условиях пандемии.

Обобщая сказанное, реализованные органами государственной власти мероприятия по поддержке гостиничных предприятий в период острого кризиса, вызванного пандемией, позволили смягчить его негативное воздействие и обеспечить выживание отдельных субъектов данного вида экономической деятельности. В указанных условиях реализация инновационного пути развития предприятий гостиничной отрасли практически не осуществлялась, так как все средства были направлены на поддержание устойчивости функционирования бизнеса.

После прохождения острой фазы макроэкономического кризиса, спровоцированного пандемией, развитие гостиничных предприятий стало одним из приоритетных направлений работы государства в сфере функционирования национальной экономики, что подтверждается принятием нормативно-правовых актов, стимулирующих развитие инвестиционных процессов в сфере гостиничного бизнеса. Так, Правительство Российской Федерации приняло решение поддержать строительство новых объектов гостиничной инфраструктуры долгосрочными кредитами льготного характера [167]. К числу ключевых аспектов отмеченной управленческой инициативы органов государственного управления страны можно отнести льготный кредит на срок до 15 лет по ставке от 3 % до 5 % годовых на строительство новых гостиниц, реконструкцию уже имеющегося гостиничного комплекса, а также техническую и технологическую модернизацию системы сервисного обслуживания. Получателями льготных кредитов могут стать гостиничные предприятия, имеющие статус не менее 3-х звезд, площадь которых составляет от 5 000 м² или не менее 120 номеров, а также санаторно-курортных гостиничных предприятий и (или) гостиниц с категорией не ниже 3-х звезд в

рамках занимаемой площади от 10 % многофункционального комплекса, в том числе развлекательных / спортивно-оздоровительных комплексов.

Анализ данной правительственной инициативы позволяет сделать ряд выводов относительно реализации инновационного вектора функционирования гостиничных организаций:

- органы государственной власти способствуют формированию благоприятного инвестиционного климата в сфере гостиничного бизнеса, присутствие которого должно обеспечить приток частных инвесторов и, как следствие, использование инновационных разработок;

- правительственные инициативы способствуют росту уровня его инновационной активности, т.к. только крупные игроки гостиничного рынка способны в полной мере реализовать инновационные проекты, направленные на повышение качества предоставления гостиничных услуг.

Вторым аргументом в пользу расширения государственной поддержки гостиничных предприятий является разработка Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» [168]. Основные задачи данного нацпроекта:

- повышение технологичности и качества гостиничных услуг;
- снижение дефицита гостиничного номерного фонда по ключевым направлениям потоков туристов внутри страны;
- обеспечение доступности гостиничных услуг для потребителей;
- формирование гостиничных кластеров вблизи основных национальных туристических «магнитов».

Ключевые инструменты решения отмеченных задач:

- предоставление льготных кредитов на строительство новых гостиниц;
- выделение земельных участков в актуальных местах для строительства гостиниц;
- субсидирование мероприятий в области технологического и технического совершенствования предоставления гостиничных услуг (повышение уровня инновационной активности гостиничных предприятий);

- создание благоприятного инвестиционного климата, правовой защиты инвестиций и системы государственных гарантий;
- формирование благоприятного информационного поля для повышения туристской активности и, как следствие, роста финансовой обоснованности капиталовложений в развитие гостиничного бизнеса.

Представим общий концепт механизма организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий на рисунке 3.5.



Рисунок 3.5 – Общий концепт механизма организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий

Источник: составлено автором.

Таким образом, государством реализуется комплекс управленческих инициатив, направленных на поддержку гостиничных предприятий и их инновационное развитие. В этой связи, с учетом целей данного исследования,

необходимо разработать механизм организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий, включающий макроэкономический и микроэкономический аспекты своего осуществления и имеющий три основных элемента, каждый из которых обладает своим уровнем актуальности.

Как показано на рисунке 3.5, первый элемент микроэкономического аспекта связан с применением форм рыночного поведения, направленных на внедрение инноваций (как правило, их «гибридизацию»). В рамках данного контекста использование бенчмаркинга заключается в повышении качества и инновационной составляющей предоставления гостиничных услуг на основе внедрения положительного опыта аналогичных экономических субъектов. Бенчмаркинг должен носить непрерывный характер, так как инновационные продукты постоянно обновляются, в связи с чем необходимо быть в тренде технологической и инновационной составляющей.

На данном этапе развития национальной экономики важнейшим приоритетом является расширение ее инновационного потенциала. В настоящее время поддержка инновационной активности гостиничных предприятий осуществляется в рамках стратегии инновационного развития [11] и научно-технологического развития Российской Федерации [2], где основные направления сводятся к следующему:

- комплексное предоставление информационной и консультационной поддержки представителям гостиничного бизнеса;
- стимулирование и пропаганда спроса на инновационные технологии и сервисы в рамках предоставления гостиничных услуг;
- доленое участие в финансовой поддержке реализации инновационных проектов в сфере гостиничного бизнеса на согласованных условиях, в том числе и в форме государственно-частного партнерства;
- реализация комплекса мероприятий по расширению инновационной инфраструктуры развития гостиничных предприятий [158, 164, 170].

Таким образом, на рисунке 3.6 отразим цикличность применения форм рыночного поведения в механизме организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий [164].



Рисунок 3.6 – Цикличность применения форм рыночного поведения в механизме организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий [164]

Источник: составлено автором.

Второй элемент микроэкономического аспекта механизма организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий связан с проектированием бизнес-процессов управления инновациями. Методической основой для разработки данного элемента станет процессный подход. На рисунке 3.7 представим модель управления бизнес-процессом

организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий.



Рисунок 3.7 – Модель управления бизнес-процессом организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий [164]

Источник: составлено автором.

Третий элемент микроэкономического аспекта предлагаемого автором механизма связан с созданием организационной структуры и инновационной корпоративной культуры, восприимчивой к адаптации инноваций.

Ключевым аспектом рассматриваемого элемента выступает обоснование субъективного состава бизнес-процесса управления инновационным развитием

гостиничного предприятия, общий функционал которого раскрывается в таблице Е.

Важным звеном выступает присутствие отдела или системы менеджеров по инновационному развитию, функционал которого должен быть направлен строго на формирование инновационного вектора его развития.

Ключевые элементы функционала инновационного менеджмента гостиничного предприятия продемонстрированы на рисунке 3.8.



Рисунок 3.8 – Ключевой функционал менеджмента в рамках инновационной деятельности гостиничного предприятия

Источник: составлено автором.

На рисунке 3.9 раскрыт потенциал и целевые инструменты стимулирующего механизма организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий.



Рисунок 3.9 – Потенциал и целевые инструменты стимулирующего механизма организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий

Источник: составлено автором.

На рисунке 3.10 представим авторскую концептуальную модель организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий.



Рисунок 3.10 – Концептуальная модель организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий [164]

Источник: составлено автором.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что разработанная авторская концептуальная модель позволяет совместить все основные элементы механизма организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий, использование которого должно происходить на федеральном и региональном уровнях (рисунки 3.5 и 3.9). Узловые направления стимулирования инновационной активности гостиничного бизнеса должны быть заложены в первую очередь на федеральном уровне, что требует соответствующую нормативно-правовую базу.

Ключевым индикатором предлагаемой автором концептуальной модели выступает коэффициент инновационной активности, устойчивый рост которого будет свидетельствовать о результативности использования стимулирующих инструментов организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий. Расширение отдельных элементов Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» позволит создать законодательный фундамент для использования институциональными единицами индустрии гостеприимства потенциала государственной поддержки как с учетом административного, так и с учетом финансового аспекта. Основой регионального пула поддерживаемых мер, направленных на рост интенсивности инновационных процессов в гостиничном бизнесе, должен стать индикативный подход. Адресное выявление потребностей в государственной поддержке с учетом региональных особенностей существенно повысит результативность стимулирующего механизма организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий. Немаловажная роль в повышении инновационного потенциала гостиничных предприятий принадлежит формированию качественной системы инновационного менеджмента на организационном уровне, основными приоритетами которого должны стать формирование мотивации персонала к инновационному развитию, рост восприимчивости персонала гостиничного предприятия к инновациям, выявление инновационных запросов посетителей, бенчмаркинг инновационных процессов, внедрение инновационных продуктов и сервисов, оценка эффективности инновационного развития.

3.2 Применение «инновационной рамки» как инструмента стимулирования инновационной активности для разных типов гостиничных предприятий

Деятельность предприятий гостиничного бизнеса в своей сущности носит сугубо частный и коммерческий характер, что полностью нивелирует потенциал использования инструментов государственного регулирования для повышения инновационной активности. Решение данного вопроса видится в установке более мягких стимулирующих методов, направленных на увеличение инновационной активности гостиничных предприятий, которая выступает фундаментом повышения эффективности функционирования сферы гостеприимства в целом, в том числе за счет роста качества и расширения спектра предоставляемых услуг. Применение стимулирующего механизма должно сформировать у предприятий гостиничного бизнеса рост собственной инициативы относительно внедрения инноваций в различные аспекты предоставления услуг и функционирования бизнес-процессов.

В контексте рассматриваемого вопроса также необходимо отметить, что наращивание инновационной составляющей всей социально-экономической системы Российской Федерации является национальной стратегической задачей, которая требует своего решения в краткосрочной перспективе. Значимость гостиничной индустрии для прогрессивного развития отечественной экономической системы в целом и сферы услуг в частности обязывает выработать действенные механизмы увеличения инновационного потенциала и повышения инновационной активности.

Следующим аспектом рассматриваемого вопроса выступает необходимость внедрения «зеленых технологий» во все сферы функционирования социально-экономической системы государства. Использование «зеленых технологий» способствует формированию благоприятной экосистемы для жизнедеятельности человека, которая выступает одним из факторов роста качества жизни. Другим вектором актуализации применения «зеленых технологий» является

необходимость адаптации процессов энергосбережения и ресурсосбережения. В контексте сказанного рост объемов инсталляции «зеленых технологий» во все сферы национальной социально-экономической системы будет способствовать существенному снижению уровня ее ресурсоемкости и энергоемкости, что выступает одним из инструментов достижения прогрессивной траектории развития страны [3, 13].

Таким образом, можно выделить триаду ключевых факторов разработки механизма организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы, которые представлены на рисунке 3.11.

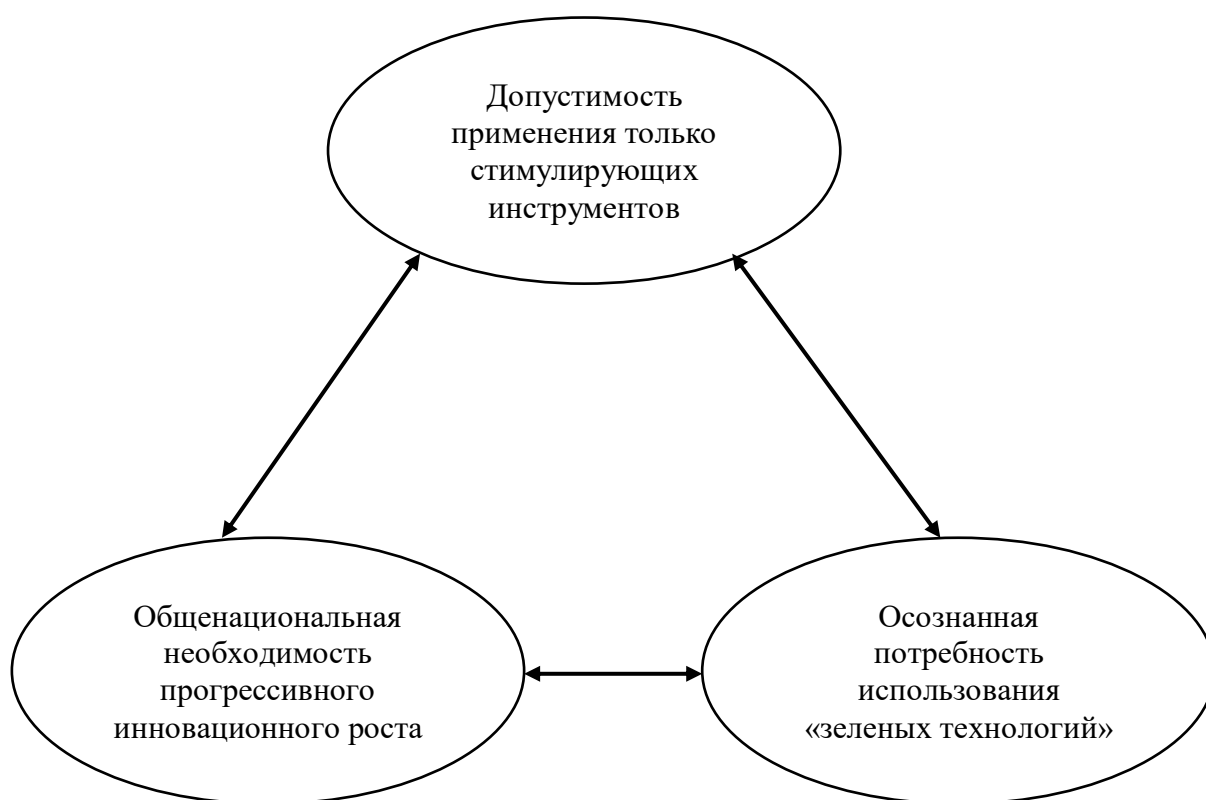


Рисунок 3.11 – Триада ключевых факторов разработки механизма организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы

Источник: составлено автором.

Наличие представленных лимитирующих критериев и целевых ориентиров разработки механизма организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы требует выработки специфического инструмента управления. Автором работы решение данной задачи видится в адаптации принципа «инновационных рамок» в качестве инструмента стимулирования инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы. Содержательная сущность применения принципа «инновационных рамок» состоит в следующем: органы государственного управления на федеральном и местном уровнях вырабатывают комплекс определенных преференций финансово-экономического характера, которые становятся доступными для предприятий гостиничного бизнеса города Москвы в случае выполнения определенных критериев относительно внедрения экологических инноваций. Таким образом, фундаментальными основами адаптации инновационных рамок являются критерии и набор соответствующих им преференций.

Разработку данного вопроса начнем с рассмотрения того объема финансово-экономических преференций, которые могут быть предоставлены гостиничным предприятиям города Москвы при условии повышения активности относительно использования экологических инноваций. Весь спектр отмеченных преференций необходимо разделить на две группы прямого и косвенного характера:

1. Прямые преференции представляют собой определенные экономические выгоды, которые непосредственно может получить предприятие гостиничной индустрии в результате адаптации экологических инноваций. Материализация прямых преференций находит свое проявление в двух аспектах: первый — получение 10 % кешбэка со стороны государства относительно подтвержденной стоимости внедрения экологических инноваций; второй — снижение ставки налога на имущество юридических лиц. Налог на имущество юридических лиц относится к категории региональных налогов, и его величина может варьировать в зависимости от налоговой ставки, устанавливаемой региональными органами власти. Для тех гостиничных предприятий, которые удовлетворяют требованиям

«инновационных рамок», появляется возможность использования льгот по налогу на имущество юридических лиц в виде сниженной налоговой ставки. В Налоговом кодексе Российской Федерации предусмотрена максимальная величина ставки по налогу на имущество физических лиц в размере 2,2 %. Гостиничные предприятия, соответствующие требованиям инновационных рамок, могут рассчитывать на снижение налоговой ставки от 0,2 % до 0,7 %. Кешбэк со стороны государства может быть предоставлен гостиничным предприятиям города Москвы в размере 10 % от общего объема подтвержденных расходов на внедрение экологических инноваций, но не более чем общая сумма уплаченного ими годового налога на имущество юридических лиц. Если сумма заявленного гостиничной организацией кешбэка в текущем налоговом периоде превышает сумму уплаченного налога на имущество, то она может быть перенесена на следующий налоговый период. Подать заявление на получение кешбэка от стоимости адаптированных экологических инноваций предприятия гостиничного бизнеса могут не позднее трёх лет с момента завершения их внедрения;

2. Косвенные преференции характеризуют собой экономические выгоды, которые могут получить гостиничные предприятия города Москвы в результате соответствия требованиям инновационных рамок. Использование косвенных преференций для стимулирования экологической инновационной активности предприятий гостиничного бизнеса должно происходить по следующим четырем направлениям:

– «туристический кешбэк». Механизм туристического кешбэка достаточно позитивно зарекомендовал себя среди потребителей в период пандемии. Применение данного инструмента со стороны Правительства Российской Федерации позволило в кризисный период поддержать туристскую отрасль страны в целом и гостиничный бизнес в частности. На данном этапе рекомендуется использование «туристического кешбэка» также и для стимулирования экологической инновационной активности предприятий гостиничного бизнеса. Суть стимулирующего воздействия данного механизма будет состоять в следующем: для тех туристов, которые в качестве мест остановки избрали

гостиничные предприятия, соответствующие критериям инновационных рамок, будет предоставлен дополнительный кешбэк в размере «плюс 10 %». Для гостиничных предприятий города Москвы аккумуляция экономических выгод будет происходить в результате увеличения спроса на их услуги со стороны потенциальных посетителей, которые при выборе мест для остановки при прочих равных условиях будут обращать внимание на такое преимущество как «дополнительный кешбэк». Таким образом, увеличение интенсивности внедрения экологических инноваций на предприятиях гостиничной индустрии города Москвы станет конкурентным преимуществом, которое для потенциальных потребителей будет выражаться не только в повышении качества предоставляемых услуг, но и получении дополнительных финансовых выгод;

– льготное кредитование. Гостиничные предприятия города Москвы, коммерческая деятельность которых соответствует критериям инновационных рамок, будут иметь возможность получать долгосрочные кредиты по субсидированной процентной ставке. Инвестором при субсидировании процентных ставок по кредитам выступит Правительство города Москвы;

– повышение категории гостиничного предприятия. В соответствии с положениями действующего законодательства каждому гостиничному предприятию предоставляется определенный класс по системе звезд. Для определения «звездности» предприятия гостиничного бизнеса существует емкий набор критериев и требований, который в свою очередь не содержит критериев, связанных с экологической инновационной активностью. С авторской точки зрения, исправление отмеченного недочета будет дополнительным стимулом гостиничных предприятий для более интенсивного использования в своей деятельности экологических инноваций. К примеру, получение статуса «пять звезд» должно стать недопустимым при отсутствии масштабного использования экологических инноваций;

– участие в программе «Государственных зеленых закупок». Необходимость внедрения экологических критериев при осуществлении государственных закупок декларируется на федеральном уровне, в частности данный аспект прозвучал в ряде

посланий Президента Российской Федерации. На практике осуществление программы «Государственных зеленых закупок» выполняется в полном объеме только в городе Москве [14]. Применение данного инструмента относительно деятельности гостиничных предприятий столицы будет носить хоть и косвенный, но стимулирующий эффект. Рычагом отмеченного стимулирующего эффекта должны стать меры, которые обязывают органы государственной власти заключать контракты на осуществление услуг по предоставлению средств размещения только с теми гостиничными предприятиями, которые соответствуют требованиям инновационных рамок.

Стимулом предприятий гостиничной индустрии города Москвы для активного использования экологических инноваций должна стать повышенная вероятность получения государственного контракта в области приобретения услуг по предоставлению средств размещения. Таким образом, рост интенсивности внедрения экологических инноваций предприятиями сферы гостеприимства должен быть спровоцирован повышенным спросом на их услуги в результате соответствия критериям инновационных рамок.

Второй составляющей адаптации принципа «инновационных рамок» в качестве инструмента стимулирования инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы являются критерии, которые должны дать однозначный ответ относительно соответствия или несоответствия того или иного гостиничного предприятия рекомендуемому уровню экологической инновационной активности. Эффективное использование принципа «инновационных рамок» требует разработки однозначных критериев классификации предприятий гостиничного бизнеса с учетом величины коэффициента экологической инновационной активности.

Использование представленных авторских рекомендаций позволит создать предпосылки для повышения уровня экологической инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы. Внедрение отмеченных законодательных инициатив в правоприменительную практику должно носить постепенный характер, что создаст у гостиничных предприятий временной запас

для осуществления адаптации экологических инноваций. С учетом использования принципа «инновационных рамок» также необходимо будет внести поправки и в другие нормативно-правовые акты, в частности в Налоговый Кодекс Российской Федерации, постановления Правительства Российской Федерации [6, 14].

В работе представлена следующая авторская трактовка классификации гостиничных организаций на основе значения коэффициента экологической инновационной активности, которая раскрывается на рисунке 3.12.



Рисунок 3.12 – Классификации гостиничных организаций на основе значения коэффициента экологической инновационной активности

Источник: составлено автором.

Методической основой применения принципа «инновационных рамок» выступит предложенный автором в теоретической части исследования коэффициент инновационной активности. С учетом экологического вектора воздействия принципа «инновационных рамок» данный коэффициент должен

претерпеть незначительные преобразования, в результате которых будет получен коэффициент экологической инновационной активности

$$K_{ЭИА} = \frac{\overline{\text{ЭРИ}}}{\overline{\text{КД}}}, \quad (1)$$

где $K_{ЭИА}$ – коэффициент экологической инновационной активности;

ЭРИ – сумма расходов предприятий гостиничного бизнеса на внедрение экологических инноваций;

КД – сумма доходов, которые аккумулируются в финансовой системе гостиничного предприятия за определенный период времени.

Не менее важной составляющей внедрения принципа «инновационных рамок» является четкая трактовка того, какие инновации в деятельности предприятий гостиничного бизнеса могут быть отнесены к категории экологических. Автором предлагаются следующие критерии выделения экологических инноваций, которые:

- уменьшают уровень антропогенного воздействия на окружающую среду;
- увеличивают степень экологической безопасности пространства, в рамках которого они используются;
- способствуют снижению ресурсоемкости и энергоемкости функционирования бизнес-процессов гостиничного предприятия;
- обладают определенным уровнем новизны, который характеризуется отчетливым присутствием ранее не использованных улучшений, способствующих достижению экологического эффекта.

Соблюдение представленного перечня критериев позволяет говорить об использовании экологических инноваций в деятельности гостиничных предприятий города Москвы.

Реализация любой управленческой инициативы должна иметь соответствующую нормативно-правовую базу. Не исключением является и применение принципа «инновационных рамок» в качестве инструмента стимулирования инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы. С учетом достигнутых результатов исследования, считаем

целесообразным дополнить Постановление Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2020 г. № 1860 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц» нормами, касающимися использования принципа «инновационных рамок» при присвоении класса предприятию гостиничного бизнеса [6].

На наш взгляд, будет целесообразным применение тождественных соответствий между уровнем звездности гостиничных предприятий и их экологической инновационной активностью, которые представлены на рисунке 3.13.



Рисунок 3.13 – Тождественность соответствия между уровнем звездности гостиничных предприятий и их экологической инновационной активностью

Источник: составлено автором.

Обобщая сказанное, на рисунке 3.14 представим общий алгоритм применения «инновационных рамок» как инструмента стимулирования инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы, где основой выступает расчет коэффициента экологической инновационной активности.

Методика расчета данного показателя и критерии выделения экологических инноваций в деятельности гостиничных предприятий также должны быть закреплены в виде соответствующего правительственного постановления.



Рисунок 3.14 – Общая схема применения принципа «инновационных рамок» в качестве инструмента стимулирования инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы

Источник: составлено автором.

Для практической адаптации принципа «инновационных рамок» в качестве инструмента стимулирования инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы необходимо рассмотреть текущее состояние его вероятностного использования. В этой связи на рисунке 3.15 представим структуру гостиничных предприятий города Москвы в соответствии с уровнем экологической инновационной активности по состоянию на 31 декабря 2020 года.

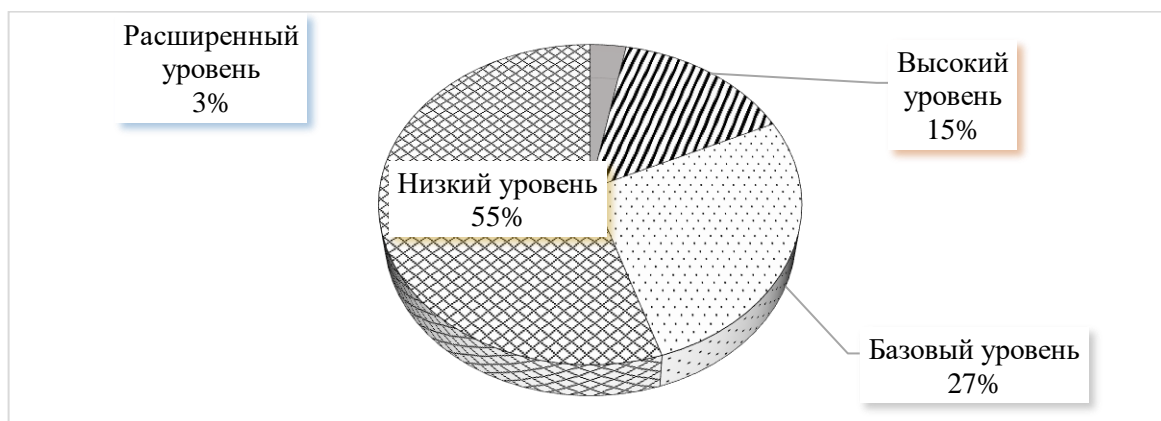


Рисунок 3.15 – Структура гостиничных предприятий города Москвы в соответствии с уровнем экологической инновационной активности

Источник: составлено автором.

Также на рисунке 3.16 отразим структуру гостиничных предприятий города Москвы в соответствии с уровнем «звездности».

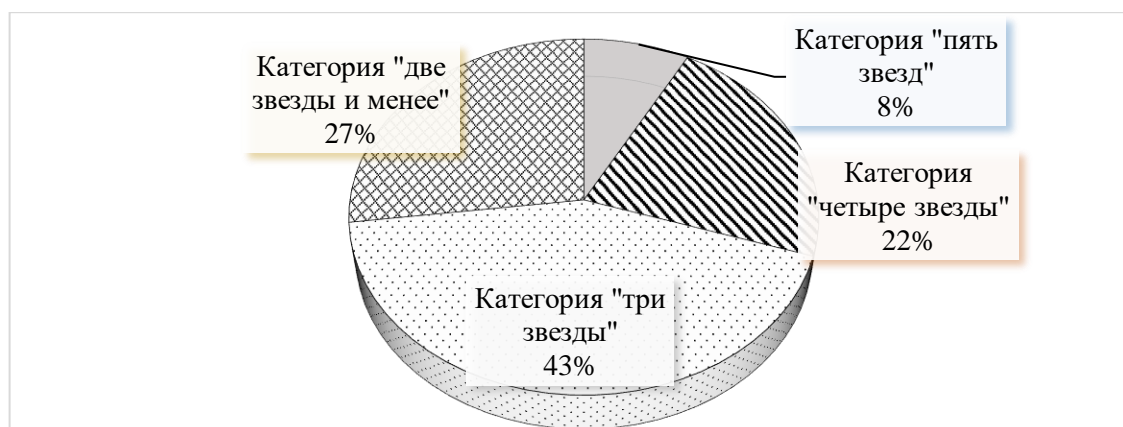


Рисунок 3.16 – Структура гостиничных предприятий города Москвы в соответствии с уровнем «звездности»

Источник: составлено автором на основе источника [168].

Согласно рисункам 3.15 и 3.16, структура «звездности» гостиничных предприятий столицы не соответствует структуре их экологической инновационной активности. В этой связи, адаптация «инновационной рамки» при условии привязки ее к классификации гостиничных предприятий будет способствовать росту интенсивности внедрения экологических инноваций в их деятельность.

Таким образом, применение рассмотренных аспектов принципа «инновационных рамок» будет выступать существенным стимулом для повышения уровня экологической инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы. Адаптация предложенного авторского подхода позволит сформировать систему прямых и косвенных предпочтений, которые генерируют общий стимулирующий эффект для расширения емкости использования экологических инноваций в процессе предоставления гостиничных услуг. Использование принципа «инновационных рамок» позволит провести классификацию гостиничных предприятий на четыре ключевых группы в зависимости от величины коэффициента экологической инновационной активности. При этом, чем выше значение коэффициента экологической инновационной активности, тем более емким набором предпочтений и стимулов данное гостиничное предприятие может обладать. В контексте проводимого исследования наибольшую актуальность представляет привязка уровня инновационной активности к категории «звездности» гостиничных предприятий, которая обязывает их для подтверждения своего статуса более интенсивно внедрять экологические инновации. Таким образом, уровень экологической инновационной активности должен стать важным критериальным признаком при обосновании категории «звездности» гостиничного предприятия. Соблюдение данного условия сможет стать драйвером повышения активности гостиничных предприятий города Москвы в области внедрения экологических инноваций.

3.3 Программа управления организационно-экономическим обеспечением инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы на основе программно-целевого метода

Для решения проблем в области организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий в рамках данного исследования рекомендуется применение программно-целевого метода, включающего несколько основных элементов:

- обоснование соответствия целей Программы основным приоритетам социально-экономического развития Российской Федерации;
- характеристика целесообразности использования программно-целевого метода для решения проблем в области организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий столицы;
- прогноз инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы в условиях существующей макроэкономической конъюнктуры;
- методическое обеспечение и индикаторы реализации Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий»;
- инструменты и ожидаемые целевые результаты реализации Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий».

I. Обоснование соответствия целей Программы основным приоритетам социально-экономического развития Российской Федерации

Реализация Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий» будет соответствовать основным задачам стратегии инновационного развития Российской Федерации, а также станет инструментом достижения приоритетных национальных целей социально-экономического развития страны в целом. Ключевые цели реализации Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий» представлены на рисунке 3.17.



Рисунок 3.17 – Ключевые цели реализации Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий»

Источник: составлено автором.

Таким образом, Государственная программа «Инновационное развитие гостиничных предприятий» направлена на комплексное развитие индустрии гостеприимства за счет создания условий для формирования и продвижения качественного и конкурентоспособного гостиничного продукта на внутреннем и международном рынках, усиление социальной роли гостиничного бизнеса и обеспечение доступности инновационных гостиничных сервисов для граждан Российской Федерации и других стран.

На рисунке 3.18 представим основных стейкхолдеров реализации Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий».



Рисунок 3.18 – Основные стейкхолдеры реализации Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий»

Источник: составлено автором на основе источника [164].

Следует отметить, что внедрение инновационных технологий в деятельность гостиничных предприятий города Москвы будет способствовать достижению следующих социально-значимых и экономически обоснованных эффектов:

- повышение уровня качества предоставления гостиничных услуг;
- расширение потенциала гостиничной инфраструктуры в рамках определенной территории;
- развитие доступности инновационных сервисов для основной массы потребителей гостиничных услуг;
- снижение негативного воздействия фактора сезонности на развитие гостиничного бизнеса;
- повышение уровня загрузки гостиничного фонда за счет более качественного и комплексного удовлетворения потребностей потенциальных посетителей.

Таким образом, реализация Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий» создаст условия для повышения инновационно-инвестиционной привлекательности предприятий гостиничной индустрии, а также сформирует точки роста с целью расширения деловых коммуникаций на государственном и региональном уровнях и придаст определенные импульсы устойчивого социально-экономического развития субъекта страны, что соотносится с основными стратегическими приоритетами социально-экономического развития Российской Федерации, и подтверждает актуальность ее реализации в масштабах города.

II. Характеристика целесообразности использования программно-целевого метода для решения проблем в области организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы [85]

На рисунке 3.19 представим основные инструменты совершенствования организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий в рамках реализации представленной Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий».



Рисунок 3.19 – Основные инструменты совершенствования организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы

Источник: составлено автором на основе источника [85].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что использование предлагаемого программно-целевого метода позволит организовать межведомственное и кооперационное взаимодействие различных министерств, ведомств и гостиничных предприятий, а также внедрить системную компоненту

для комплексного повышения объемов роста гостиничных услуг при применении инновационных технологий и сервисов и будет способствовать росту инновационно-инвестиционной активности предприятий гостиничной индустрии [85].

III. Прогноз инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы в условиях существующей макроэкономической конъюнктуры

Построение прогноза инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы будет происходить на основе ретроспективной статистической информационной базы, а также при использовании первичных показателей функционирования организаций сферы гостиничных услуг в условиях пандемии, вызванной Covid-19. В этой связи стоит отметить, что в 2020 году происходит существенное снижение основных коммерческих показателей развития организаций гостиничного бизнеса города Москвы, которое обусловлено общим радикальным сокращением туристического потока и уменьшением уровня деловой активности в рамках национальной и мировой экономических систем.

При построении прогноза инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы будут использованы следующие параметры и условия:

- общий горизонт прогнозирования составит три года, то есть прогноз будет среднесрочного характера, так как в современных условиях воздействия факторов внешней среды длительный прогноз будет нецелесообразным;

- в основе построения прогнозных тенденций инновационного развития гостиничных предприятий будут положены ретроспективные статистические данные за период с 2012 по 2020 год, а также экспертные оценки относительно перспектив общей макроэкономической ситуации;

- при формировании прогноза будет использован сценарный подход, в содержании которого применены три основных сценария инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы: оптимистичный, реалистичный, пессимистичный;

– основополагающим показателем инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы при построении прогнозных тенденций станет коэффициент инновационной активности.

В первую очередь рассмотрим реалистичный сценарий, для построения которого воспользуемся методологией регрессионного анализа и построим трендовую модель коэффициента инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы на основе представленных ретроспективных статистических данных. В таблице 3.1 раскроем результаты расчета трендовой модели искомого коэффициента на основе представленных ретроспективных статистических данных.

Таблица 3.1 – Результаты расчета трендовой модели коэффициента инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы на основе представленных ретроспективных статистических данных

Период	Коэффициент инновационной активности, % (результативный признак – Y)	Фактор времени, t	t ²	Y×t	Y _t
2012 год	8,04	–4	16	–32,16	8,57
2013 год	8,15	–3	9	–24,45	8,79
2014 год	9,31	–2	4	–18,62	9,02
2015 год	9,67	–1	1	–9,67	9,24
2016 год	10,15	0	0	0,00	9,46
2017 год	10,38	1	1	10,38	9,68
2018 год	9,33	2	4	18,66	9,90
2019 год	11,24	3	9	33,72	10,13
2020 год	8,86	4	16	35,44	10,35
Итого	85,13	0	60	13,30	85,13
Параметр модели a =		9,459= 85,13 : 9			
Параметр модели b =		0,222= 13,30 : 60			
Общий вид трендовой модели		$Y_t = 0,222 \times t + 9,459$			

Источник: составлено автором.

С учетом представленной модели на рисунке 3.20 отразим показатели реалистичного сценария инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы.

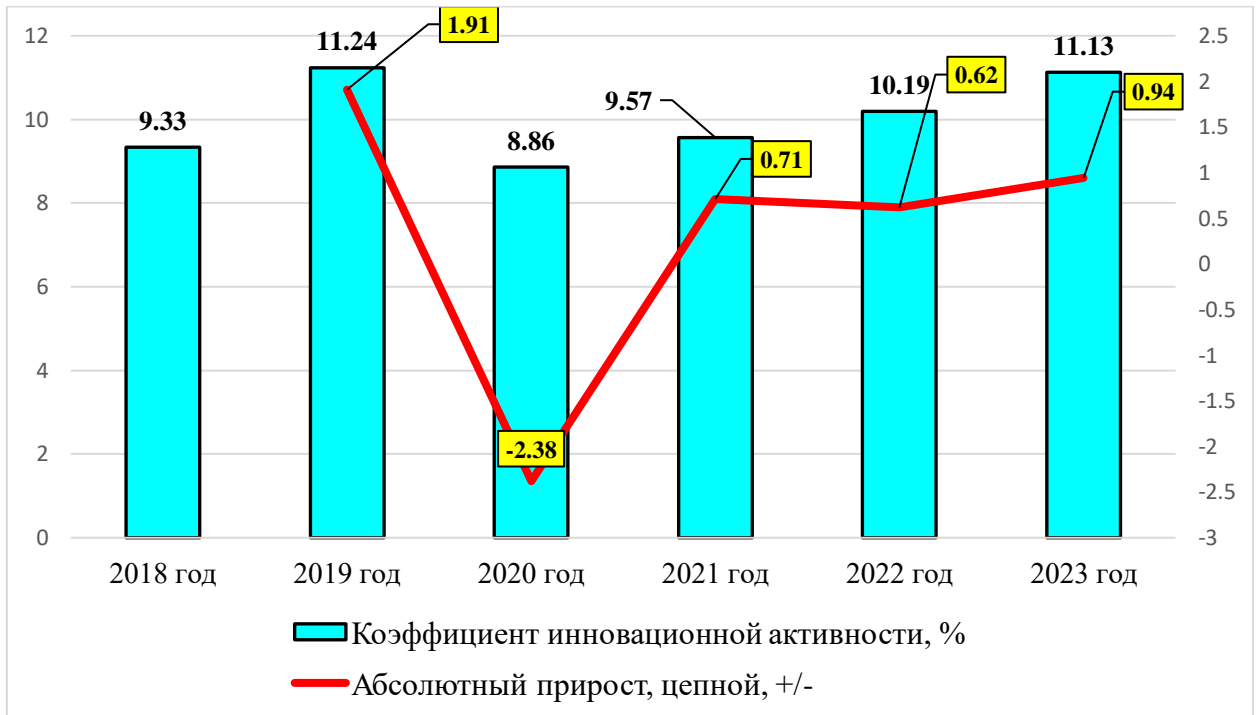


Рисунок 3.20 – Показатели реалистичного сценария инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы

Источник: составлено автором.

Как видно из показателей, представленных на рисунке 3.20, реалистичный сценарий инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы прогнозирует общее восстановление уровня инновационной активности в краткосрочной перспективе. Выполненные трендовые расчеты позволяют сделать вывод о том, что в 2021 году ожидается рост коэффициента инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы по сравнению с 2020 годом на 0,71 %, а в 2022 году данный показатель должен увеличиться относительно 2021 года на 0,62 %, за период с 2022 по 2023 год его прирост должен составить 0,94 %.

Построение пессимистичного сценария инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы происходит с учетом использования

того допущения, что присутствующие в мировой экономике отрицательные тенденции будут сохранены. В этом случае отрицательные факторы развития гостиничных предприятий города Москвы сохранят свое влияние на период с 2021 по 2023 год.

На рисунке 3.21 представим показатели пессимистичного сценария инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы.

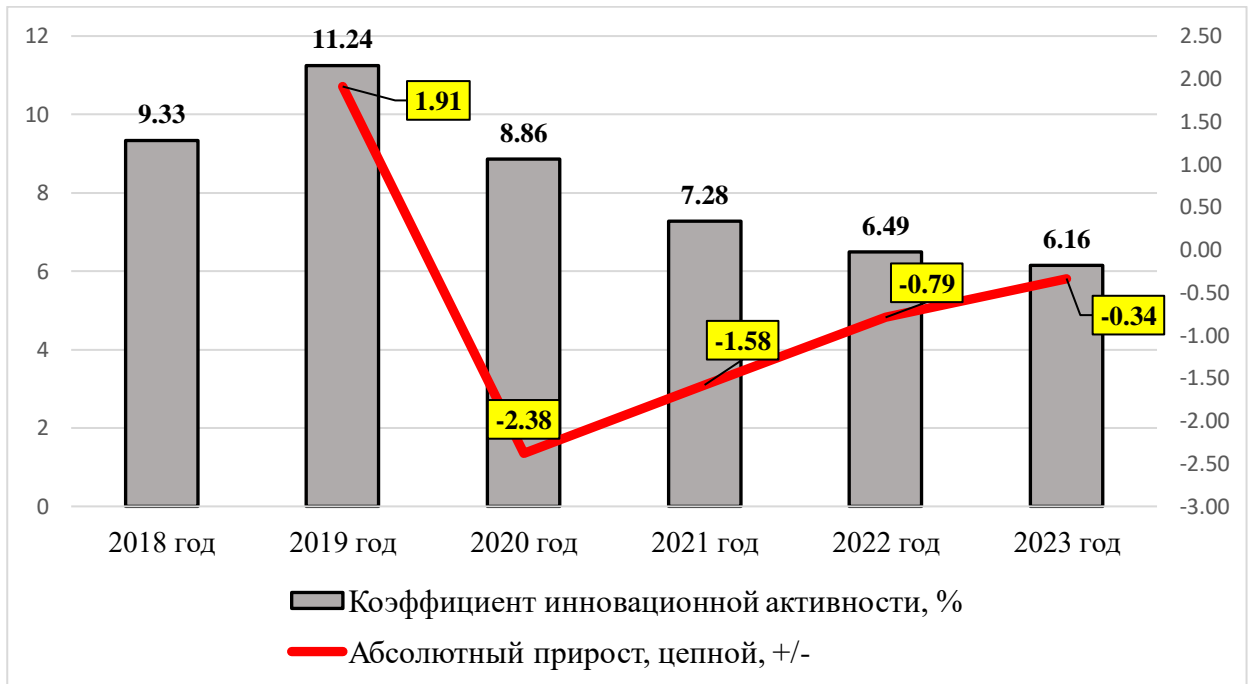


Рисунок 3.21 – Показатели пессимистичного сценария инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы

Источник: составлено автором.

На основе представленных на рисунке 3.21 показателей можно сделать вывод о том, что в рамках реализации пессимистичного сценария инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы будет сформирована тенденция уменьшения коэффициента инновационной активности. Так, к 2023 году величина коэффициента инновационной активности гостиничных предприятий Российской Федерации составит 6,16 %, что на 2,71 % будет меньше аналогичного показателя 2020 года и на 5,09 % значения 2019 года [85].

Формирование оптимистичного сценария будет происходить с учетом перспектив восстановления мировой экономики и повышения уровней деловой активности и туристического потока. Также в основе данного сценария заложены мероприятия по стимулированию со стороны Правительства Российской Федерации внутреннего туризма.

На рисунке 3.22 представим показатели оптимистичного сценария инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы.

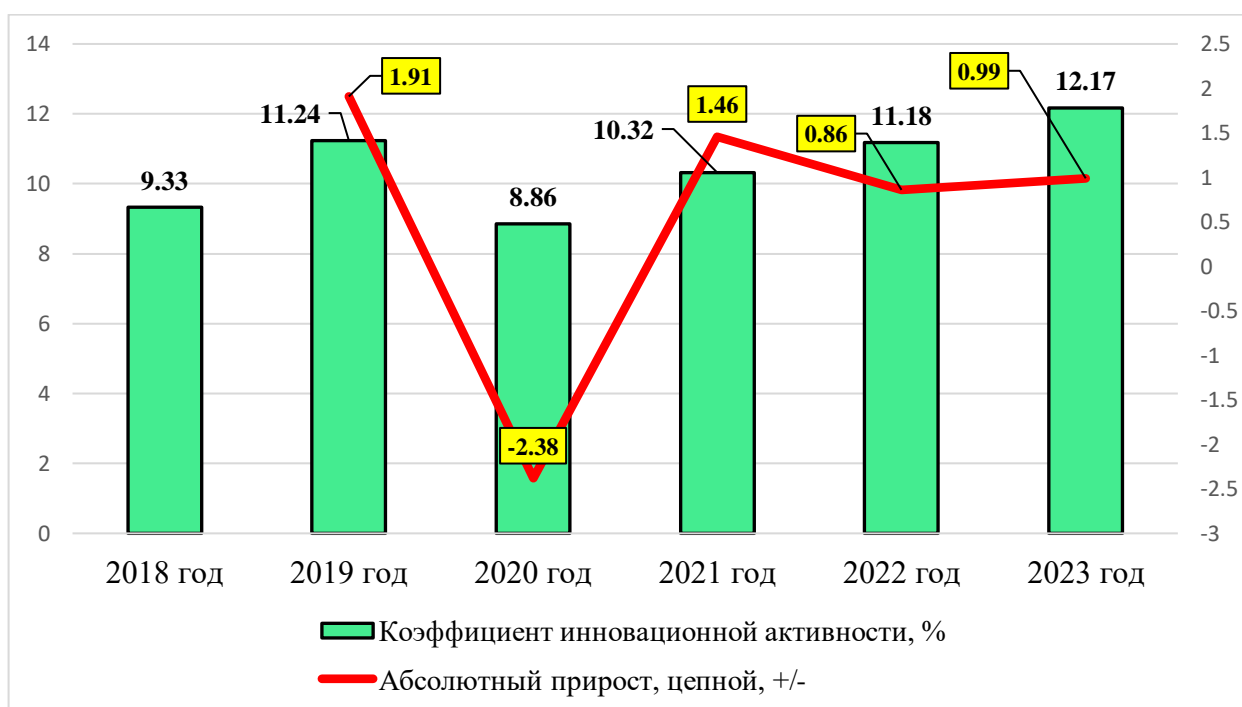


Рисунок 3.22 – Показатели оптимистичного сценария инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы

Источник: составлено автором.

На основе представленных на рисунке 3.22 показателей можно сделать вывод о том, что в рамках реализации оптимистичного сценария инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы будет сформирована тенденция роста коэффициента инновационной активности. Так, в 2021 году значение коэффициента инновационной активности увеличивается относительно 2020 года на 1,46 %, а в 2022 году величина данного показателя вырастет по

сравнению с 2021 годом на 0,86 %. К 2023 году значение коэффициента инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы составит 12,17 %, что на 3,31 % будет больше аналогичного показателя 2020 года и на 0,93 % значения 2019 года.

Таким образом, опасность наступления пессимистичного сценария инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы требует реализации Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий». Стратегическим приоритетом реализации Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий» выступает совершенствование организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий столицы.

IV. Индикаторы реализации Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий»

Реализация Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий» требует разработки определенного методического обеспечения, которое позволит количественно обосновать ключевые ориентиры проведения программных мероприятий и оценить степень их достижения.

Разработка методического обеспечения будет происходить в следующих направлениях:

- обоснование индикаторов, отражающих инновационное развитие гостиничных предприятий города Москвы;
- формирование критериальных значений индикаторов, отражающих инновационное развитие гостиничных предприятий города Москвы;
- оценка текущих параметров индикаторов, отражающих инновационное развитие гостиничных предприятий города Москвы.

При формировании методического обеспечения реализации Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие

гостиничных предприятий» предложено использование двух основных индикаторов:

- коэффициент инновационной активности;
- индекс инновационного потенциала.

Методика расчета коэффициента инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы имеет следующий вид:

$$K_{иа} = I_{и} / K_{д}, \quad (2)$$

где $K_{иа}$ – величина коэффициента инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы;

$I_{и}$ – сумма расходов на разработку и внедрение инноваций в деятельности гостиничных предприятий города Москвы [85];

$K_{д}$ – сумма корпоративных доходов, которые аккумулируются в финансовой системе гостиничного предприятия за определенный период времени.

Расчет индекса инновационного потенциала носит интегральный характер и включает в себя определение следующих шести основных индикаторов:

- финансовый индикатор (Y_f);
- организационно-целевой индикатор ($Y_{ор}$);
- информационный индикатор ($Y_{инф}$);
- организационно-управленческий индикатор ($Y_{мен}$);
- научно-исследовательский индикатор ($Y_{сн}$);
- внешний индикатор ($Y_{ел}$).

На основе экспертной оценки уровня значимости каждого индикатора формируется индекс инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы по следующей формуле:

$$I_{ip} = 30 \times Y_f + 20 \times Y_{ор} + 10 \times Y_{инф} + 10 \times Y_{мен} + 15 \times Y_{сн} + 15 \times Y_{ел}, \quad (3)$$

где I_{ip} – индекса инновационного потенциала гостиничных предприятий России;

Y_f – финансовый индикатор;

$Y_{ор}$ – организационно-целевой индикатор;

$Y_{инф}$ – информационный индикатор;

$Y_{мен}$ – организационно-управленческий индикатор;

Y_{sn} – научно-исследовательский индикатор;

Y_{el} – внешний индикатор.

Общая методика расчета представленных индикаторов в авторской интерпретации раскрывается в теоретической части исследования.

Чем выше значение индекса инновационного потенциала, тем выше уровень инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы. Таким образом, в рамках реализации Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий» необходимо стремиться к росту индекса инновационного потенциала и повышению коэффициента инновационной активности.

Для практической оценки инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы и адаптации предложенного в рамках программы методического обеспечения выполним расчет индекса инновационного потенциала. Для решения данной задачи в первую очередь проведем расчет величины финансового индикатора инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы, результаты которого представлены в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Расчет величины финансового индикатора инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы [173]

Показатель	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год
Коэффициент финансовой ресурсообеспеченности	0,405	0,424	0,466	0,437	0,467	0,553	0,579	0,607	0,446
Коэффициент устойчивости ресурсной базы	0,618	0,635	0,688	0,637	0,684	0,740	0,763	0,811	0,660
Коэффициент платежеспособности	0,551	0,602	0,586	0,530	0,559	0,628	0,690	0,730	0,560
Финансовый индикатор инновационного потенциала	0,657	0,770	0,894	0,703	0,849	1,223	1,450	1,710	0,785
Абсолютный прирост, цепной	–	0,114	0,123	–0,191	0,146	0,375	0,227	0,260	–0,925

Источник: составлено автором на основе источников [156, 158, 168, 169].

Согласно авторской методике расчета финансового индикатора инновационного потенциала для определения его величины необходимо провести сравнение фактических значений участвующих в расчете коэффициентов с их оптимальными уровнями. В этой связи оптимальным уровнем коэффициента финансовой ресурсобеспеченности выступает значение в 0,5, коэффициента устойчивости ресурсной базы – 0,7, а коэффициента платежеспособности – 0,6.

Таким образом, величина финансового индикатора за анализируемый период исследования имеет общую тенденцию к росту с наибольшим показателем в 2017 году относительно 2016 года (0,375) и в 2019 году по сравнению с 2018 годом на 0,260. Существенное уменьшение финансового индикатора инновационного потенциала происходит в 2020 году по сравнению с 2019 годом на 0,925, что обусловлено негативным влиянием пандемии.

На рисунке 3.23 представим динамику финансового индикатора инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы, критериальное значение которого равно единице.

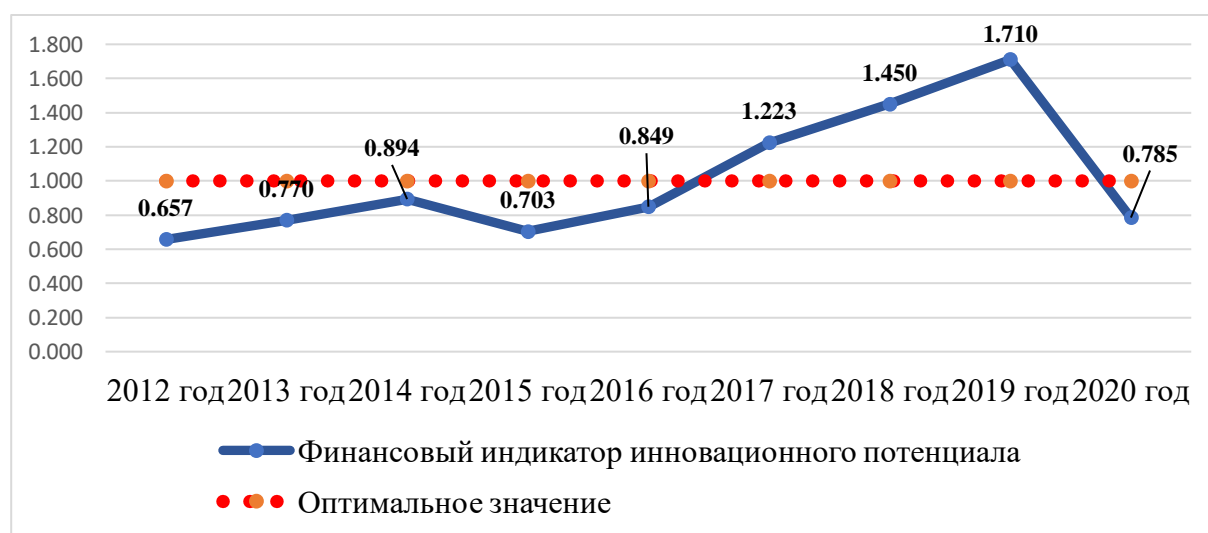


Рисунок 3.23 – Динамика финансового индикатора инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы

Источник: составлено автором.

Анализ представленных на рисунке 3.23 данных позволяет сделать вывод о том, что с 2017 по 2019 год значение финансового индикатора было больше

единицы, что говорит о наличии в этот период достаточного объема инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы для роста интенсивности инновационной деятельности. В 2020 году, как отмечалось ранее, происходит существенное снижение финансового индикатора инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы.

В таблице 3.3 представим результаты расчета организационно-целевого индикатора оценки инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы [154, 157, 162].

Таблица 3.3 – Результаты расчета организационно-целевого индикатора оценки инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы

Показатель	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год
Коэффициент загрузки номерного фонда (индекс роста относительно прошлого периода)	1,129	1,089	0,959	1,141	1,184	1,189	1,279	1,231	0,764
Коэффициент RevPAR (индекс роста относительно прошлого периода)	1,127	1,115	0,990	1,147	1,182	1,195	1,270	1,298	0,806
Коэффициент RevPAC (индекс роста относительно прошлого периода)	1,066	1,091	0,916	1,061	1,101	1,158	1,222	1,182	0,739
Организационно-целевой индикатор инновационного потенциала	1,356	1,325	0,869	1,389	1,542	1,646	1,984	1,887	0,455
Абсолютный прирост, цепной	–	–0,031	–0,456	0,520	0,153	0,103	0,339	–0,097	–1,432

Источник: составлено автором на основе источников [158, 168, 169].

На основе представленной в таблице 3.3 информационной базы можно сделать вывод, что динамика организационно-целевого индикатора инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы на протяжении исследуемого временного периода носит вариативный характер, но в целом формируется общий вектор его роста.

На рисунке 3.24 представим динамику организационно-целевого индикатора оценки инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы.

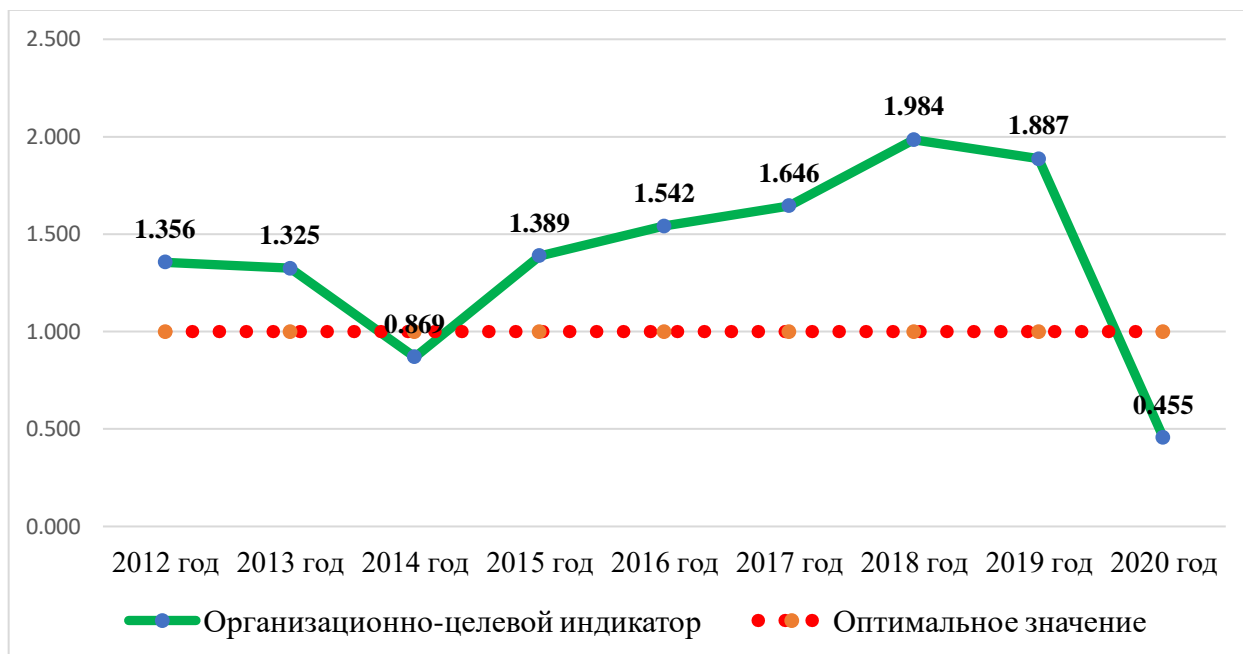


Рисунок 3.24 – Динамика организационно-целевого индикатора оценки инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы

Источник: составлено автором.

Значительное увеличение организационно-целевого индикатора зафиксировано в 2015 году по сравнению с 2014 годом на 0,520, а также в 2018 году по сравнению с 2017 годом – на 0,339. Наибольшее уменьшение организационно-целевого индикатора отмечается в 2020 году по сравнению с 2019 годом на 1,432 и в 2014 году по сравнению с 2013 годом на 0,456.

Критериальным значением для организационно-целевого индикатора оценки инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы является единица. С учетом представленных на рисунке 3.24 показателей можно сделать вывод о том, что за период с 2015 по 2019 год значение организационно-целевого индикатора было больше своего критериального значения. Выявленное обстоятельство позволяет утверждать о наличии достаточного инновационного

потенциала с позиции организационно-целевого аспекта у гостиничных предприятий для роста интенсивности инновационных процессов в указанный временной период. В 2020 году происходит значительное падение уровня инновационного потенциала.

В таблице 3.4 представим результаты расчета научно-исследовательского индикатора оценки инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы, где определяющее значение имеет выбор критериальных параметров для коэффициентов интеллектуальной собственности и капиталоемкости инновационного развития, методика расчета и оптимальные значения которых представлены в теоретической части исследования.

На основе полученных данных можно сделать вывод о том, что величина индекса научно-исследовательского индикатора инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы на протяжении исследуемого периода времени имеет общую тенденцию к росту. Радикальное уменьшение происходит в 2020 году, величина которого относительно 2019 года уменьшилась на 0,836. Основной прирост данного индикатора происходит за период с 2016 по 2017 год на 0,340 и за период с 2018 по 2019 год – на 0,189.

Таблица 3.4 – Расчет научно-исследовательского индикатора инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы [144, 147, 175]

Показатель	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год
Индекс роста патентной активности (изменение относительно предыдущего периода)	1,391	1,373	0,887	1,037	1,354	1,376	1,441	1,328	1,139
Коэффициент интеллектуальной собственности	0,037	0,039	0,041	0,044	0,048	0,050	0,060	0,062	0,061
Коэффициент капиталоемкости инновационного развития	0,112	0,139	0,162	0,043	0,096	0,188	0,157	0,210	0,009
Научно-исследовательский	0,291	0,368	0,295	0,099	0,312	0,652	0,677	0,866	0,030

Показатель	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год
индикатор инновационного потенциала									
Абсолютный прирост, цепной	–	0,077	–0,074	–0,196	0,212	0,340	0,025	0,189	–0,836

Источник: составлено автором на основе источников [156, 158, 159, 167, 168].

На рисунке 3.25 представим динамику научно-исследовательского индикатора оценки инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы. Критериальным значением научно-исследовательского индикатора оценки инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы является единица.

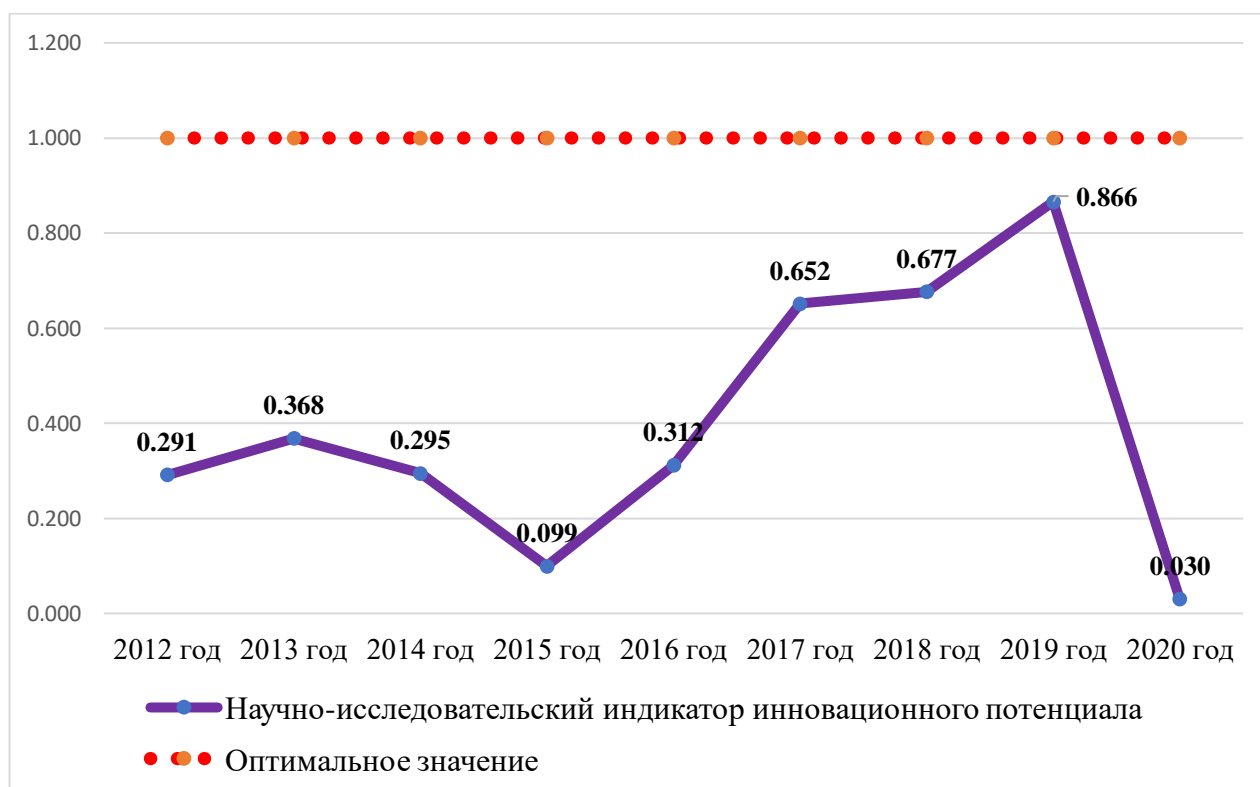


Рисунок 3.25 – Динамика научно-исследовательского индикатора оценки инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы

Источник: составлено автором.

С учетом данных, представленных на рисунке 3.25, можно сделать вывод о том, что на протяжении исследуемого временного периода величина научно-исследовательского индикатора ни разу не превысила свое оптимальное значение.

Указанное обстоятельство свидетельствует о невысоком уровне инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы с точки зрения научно-исследовательской составляющей.

В таблице 3.5 представим результаты расчета интегрального индекса инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы.

Следует отметить, что для определения интегрального индекса инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы необходимо также обосновать расчетные значения информационного, организационно-управленческого и внешнего индикаторов.

Для решения данной задачи будет использован метод экспертно-балльной оценки, в рамках которого будут применены следующие критерии оценок (0 – min; 1 – opt; 2 – max). Промежуточные значения экспертных оценок формируются на основе расчета средневзвешенной их величины по итогам репрезентативной выборки.

Таблица 3.5 – Расчет величины научно-исследовательского индикатора инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы [154]

Показатель	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год
Финансовый индикатор (Y_f)	0,657	0,770	0,894	0,703	0,849	1,223	1,450	1,710	0,785
Организационно-целевой индикатор (Y_{or})	1,356	1,325	0,869	1,389	1,542	1,646	1,984	1,887	0,455
Научно-исследовательский индикатор (Y_{sn})	0,291	0,368	0,295	0,099	0,312	0,652	0,677	0,866	0,030
Информационный индикатор (Y_{inf})	1,323	1,426	1,546	1,440	1,535	1,589	1,653	1,780	1,822
Организационно-управленческий индикатор (Y_{men})	0,989	1,042	1,105	1,228	1,260	1,341	1,376	1,483	1,529
Внешний индикатор (Y_{el})	1,217	1,317	1,390	1,423	1,467	1,498	1,526	1,547	1,595
Модель расчета индекса: $I_{ip} = 30 \times Y_f + 20 \times Y_{or} + 10 \times Y_{inf} + 10 \times Y_{men} + 15 \times Y_{sn} + 15 \times Y_{el}$									
Интегральный индекс инновационного потенциала (I_{ip})	92,57	99,56	95,97	98,40	110,93	131,16	146,52	157,86	90,55

Показатель	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год
Абсолютный прирост, цепной	–	6,99	–3,59	2,43	12,53	20,23	15,36	11,33	–67,31

Источник: составлено автором на основе источников [158, 159, 168, 169, 173].

На основе представленной в таблице 3.5 информационной базы можно сделать вывод о том, что динамика интегрального индекса инновационного потенциала на протяжении всего исследуемого периода времени в целом носила растущий характер. Исключением из указанного тренда является 2020 год, когда под воздействием пандемии и общего экономического кризиса уровень инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы существенно снизился. Основной прирост индекса инновационного потенциала происходит в 2017 году по сравнению с 2016 годом на 20,23 и в 2018 году относительно 2017 года на 15,36, а в 2020 году отмечается падение исследуемого показателя на 67,31.

На рисунке 3.26 представим динамику индекса инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы.

Критериальным значением для индекса инновационного потенциала гостиничных предприятий России является 100. На основе представленных на рисунке 3.26 показателей можно сделать вывод о том, что с 2016 по 2019 год значение данного индекса было не только максимальным, но и выше критериального уровня. Выявленное обстоятельство свидетельствует о том, что в данный временной интервал организации гостиничного бизнеса города Москвы обладали достаточным интегральным потенциалом для повышения интенсивности инновационной деятельности. В 2020 году в связи с влиянием общемирового кризиса наблюдается значительное уменьшение уровня инновационного потенциала, что требует применения организационно-экономических инструментов по его росту.

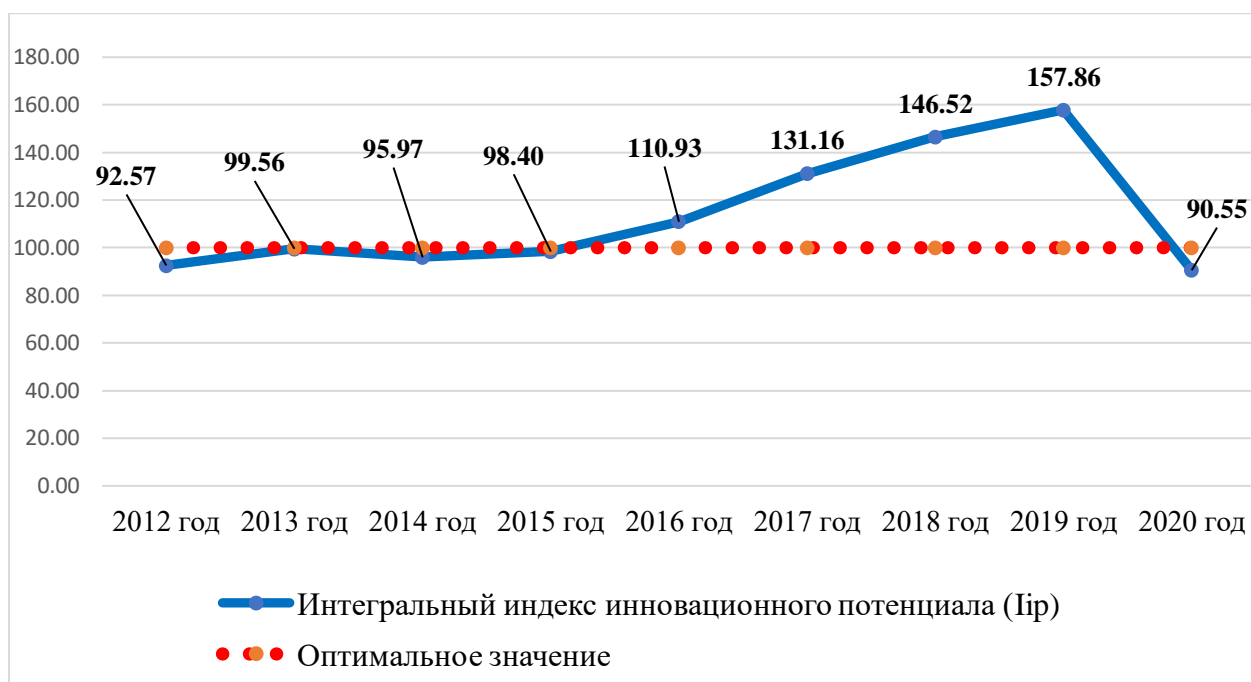


Рисунок 3.26 – Динамика индекса инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы

Источник: составлено автором.

Таким образом, стратегическим приоритетом реализации Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий» должно стать повышение уровня инновационного потенциала и инновационной активности, где ключевым инструментом должно стать совершенствование механизмов организационно-экономического обеспечения [164].

V. Инструменты, риски и ожидаемые целевые результаты реализации Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий»

При любом варианте реализации Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий» существует вероятность наступления следующих рисков:

– макроэкономические, связанные с возможностью ухудшения внутренней и внешней конъюнктуры, снижением темпов роста экономики, высокой инфляцией и кризисом банковской системы;

- финансовые, связанные с недостаточным уровнем бюджетного финансирования вследствие усиления бюджетного дефицита;
- техногенные и экологические, связанные с возможностью наступления природной, технологической или экологической катастрофы;
- геополитические и международные, в том числе санкционные меры, которые могут оказывать значительное влияние как на потребительское поведение на рынках внутреннего и въездного туризма, так и изменять направления, объем и интенсивность инвестиций в сферу туризма.

Решение стоящих в рамках данной программы задач должно происходить с учетом применения определенного перечня инструментов, основные из которых представлены на рисунке 3.27.



Рисунок 3.27 – Основные инструменты организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы
Источник: составлено автором.

Общий период реализации Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий» составит пять лет (с 2022 по 2026 год). Основные ожидаемые результаты внедрения программных мероприятий будут диагностироваться на основе предложенной авторской методики мониторинга уровня инновационной активности и инновационного потенциала гостиничных предприятий города Москвы. Текущие результаты мониторинга должны стать основой для корректировки степени интенсивности применения инструментов организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы. В таблице 3.6 представим ожидаемые целевые результаты реализации госпрограммы.

Таблица 3.6 – Ожидаемые целевые результаты реализации Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий»

Показатель	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год	2023 год	2024 год	2025 год	2026 год
Интегральный индекс инновационного потенциала	146,52	157,86	90,55	110,87	125,85	137,53	153,85	171,75	188,13
Абсолютный прирост, цепной	–	11,34	–67,31	20,32	14,98	11,68	16,32	17,90	16,38
Коэффициент инновационной активности	9,33	11,24	8,86	10,32	11,18	12,17	13,23	14,25	15,33
Абсолютный прирост, цепной	–	1,91	–2,38	1,46	0,86	0,99	1,06	1,02	1,08

Источник: составлено автором.

Таким образом, реализация Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий» в среднесрочной перспективе за период с 2022 по 2026 год должна дать определенные положительные эффекты в области инновационного развития организаций гостиничного бизнеса столицы, что найдет свое проявление в росте индекса инновационного потенциала и коэффициента инновационной активности. Заявленные в Программе траектории развития ключевых интегральных индикаторов могут стать ориентиром для обоснования степени интенсивности

применения инструментов организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы.

В целом можно сделать вывод о том, что предложенные в работе рекомендации будут способствовать совершенствованию организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы. На региональном уровне разработанные автором направления сосредоточены в рамках Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий». На микроуровне механизмы совершенствования организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы сосредоточены в рамках расширения потенциала инструментария инновационного менеджмента гостиниц столицы.

Заключение

В диссертационной работе представлены теоретические, методические и прикладные основы организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий:

– определены особенности инновационного развития гостиничных предприятий в современных условиях функционирования и развития экономической среды. Сформулировано понятие «организационно-экономическое обеспечение инновационного развития гостиничного предприятия»;

– обоснована роль системы показателей и индексов, использующихся для определения уровня инновационного потенциала и инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы, учет которых необходим для проведения комплексной диагностики инновационного развития гостиничных предприятий и принятия последующих управленческих решений;

– предложен авторский концептуальный подход организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий, который включает в себя три основных элемента: оценка инновационного потенциала; исследование уровня инновационной активности, оценка общего инновационного эффекта; который строится на основе использования количественных критериев (стоимостные и финансово-экономические показатели), а также качественных критериев (экспертная и потребительская оценки). Адресное выявление потребностей в государственной поддержке с учетом региональных особенностей развития гостиничного бизнеса существенно повысит результативность стимулирующего механизма организационно-экономического обеспечения инновационного развития гостиничных предприятий;

– в работе сформированы ключевые организационно-экономические и нормативно-правовые аспекты использования принципа «инновационных рамок» с учетом соотношения данного критерия с присвоением категории звездности, которые выступают важным инструментом стимулирования экологической

инновационной активности гостиничных предприятий, что позволит провести классификацию гостиничных предприятий на четыре ключевых группы в зависимости от величины коэффициента экологической инновационной активности;

– предлагается использование государственной программы, разработанной с использованием программно-целевого метода управления, включающей характеристику целесообразности применения, прогноз инновационного развития гостиничных предприятий города Москвы в условиях существующей макроэкономической конъюнктуры, методическое обеспечение и индикаторы реализации Государственной программы города Москвы «Инновационное развитие гостиничных предприятий», а также инструменты и ожидаемые целевые показатели.

Таким образом, результаты исследования подтверждают предположение, что в современных условиях нестабильности и повышения роли инновационной деятельности, способствующих ускоренному экономическому развитию Российской Федерации, предприятия гостиничного бизнеса должны строить свою организационно-хозяйственную деятельность на основе широкого внедрения инноваций с целью достижения конкурентных преимуществ, обеспечивающих потребителя высоким уровнем качества услуг.

Данные результаты обосновывают целесообразность осуществления инновационной деятельности гостиничными предприятиями и свидетельствуют о необходимости ее оптимального организационно-экономического обеспечения на стадии планирования и реализации на систематической основе.

Список литературы

Законодательные и нормативно-правовые акты

1. О науке и государственной научно-технической политике : Федеральный закон от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ : [принят Государственной Думой 12 июля 1996 г. : одобрен Советом Федерации 7 авг. 1996 г.] // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11507/ (дата обращения: 13.07.2021). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный

2. О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации : Указ Президента Российской Федерации от 1 декабря 2016 г. № 642 [ред. от 15.03.2021] // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_207967/ (дата обращения: 13.07.2021). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

3. О Стратегии экологической безопасности Российской Федерации на период до 2025 года : Указ Президента Российской Федерации от 19 апреля 2017 г. // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_215668/ (дата обращения: 13.07.2021). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

4. Об утверждении Правил предоставления субсидий российским организациям на возмещение части затрат на разработку цифровых платформ и программных продуктов в целях создания и (или) развития производства высокотехнологичной промышленной продукции : Постановление Правительства Российской Федерации от 30 апреля 2019 г. № 529 [ред. от 26.09.2019] // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_324050/ (дата обращения: 13.07.2021). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

5. Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским кредитным организациям и государственной корпорации

развития «ВЭБ.РФ» на возмещение недополученных ими доходов по кредитам, выданным по льготной ставке инвесторам для реализации инвестиционных проектов, необходимых для устойчивого развития внутреннего и въездного туризма, создания и развития туристских кластеров, способствующих развитию внутреннего и въездного туризма, и о внесении изменения в Положение о Правительственной комиссии по развитию туризма в Российской Федерации : Постановление Правительства Российской Федерации от 9 февраля 2021 № 141 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_377038/ (дата обращения: 13.07.2021). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

6. Об утверждении Правил предоставления в 2020 и 2021 годах из федерального бюджета субсидии акционерному обществу «Национальная система платежных карт» на стимулирование доступных внутренних туристских поездок через возмещение части стоимости оплаченной туристской услуги : Постановление Правительства Российской Федерации от 10 августа 2020 г. № 1200 [ред. от 13.03.2021] // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_359644/ (дата обращения: 13.07.2021). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

7. О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года (вместе с «Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» : Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р [ред. от 10 февраля 2017 г.] // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2008. – № 47. – Ст. 5489. – Текст: непосредственный.

8. Об утверждении Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы) : Распоряжение Правительства Российской Федерации от 5 мая 2018 г. № 872-р [ред. от 11 июля 2019 г.] // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_297883/ (дата обращения: 13.07.2021). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

9. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 годы : Распоряжение Правительства Российской Федерации от 27 декабря 2012 г. № 2567-р // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140136/ (дата обращения: 13.07.2021). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

10. Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации» : Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221756/ (дата обращения: 13.07.2021). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

11. Об утверждении Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года : Распоряжение Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. № 2227-р [ред. от 18 октября 2018 г.] // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_123444/ (дата обращения: 13.07.2021). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

12. Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года : Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р [ред. от 23 ноября 2020 г.] // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756/ (дата обращения: 13.07.2021). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

13. Об основных положениях новой экологической политики города Москвы на период до 2030 года : Постановление Правительства Москвы // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=MLAW&n=174673#05509566792215934> (дата обращения: 13.07.2021). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

14. Об экологических требованиях к качеству и техническим характеристикам продукции, закупаемой по государственному заказу города Москвы и направлениях совершенствования систем экологической сертификации и аудита : Постановление Правительства Москвы от 20 апреля 2010 года № 332-ПП // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=MLAW&n=114567#do2YqmSw584mXWqm> (дата обращения: 13.07.2021). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

Печатные издания

15. Абалкин, Л. И. Национальная экономика / Л. И. Абалкин, М. А. Абрамова [и др.] ; ред. П. В. Савченко. – М. : Экономист, 2005. – 813 с. – Текст: непосредственный.

16. Абузярова, М. И. Сущность управления открытыми инновациями как современной моделью инновационного менеджмента / М. И. Абузярова. – Текст: непосредственный // Вопросы экономики и прав. – 2015. – № 85. – С. 98–102.

17. Агаева, Н. Ю. Управление инновационной активностью в индустрии гостеприимства / Н. Ю. Агаева, А. Н. Веретенников. – Текст: непосредственный // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2017. – Т. 6, № 4 (21). – С. 17–20.

18. Адашова, Т. А. Инновации в туризме и гостиничном бизнесе : монография / Т. А. Адашова, Л. Л. Духовная, Н. В. Косарева, В. В. Лапочкина, И. И. Холодцова. – М. : Перо, 2019. – 149 с. – Текст: непосредственный.

19. Азоев, Г. Л. Развитие экономических систем в цифровой экономике: маркетинг, сфера услуг, логистика : монография / Г. Л. Азоев, О. Н. Быкова, А. П. Гарнов [и др.] ; под ред. И. Б. Стукаловой, Р. Р. Сидорчука, О. В. Сагиновой, М. Э. Сейфуллаевой, Н. А. Зайцевой. – М. : Русайнс, 2020. – 262 с. – Текст: непосредственный.

20. Ансофф, И. Стратегический менеджмент ; пер. с англ. / И. Ансофф. – 1-е изд. – СПб. : Питер, 2009. – 334 с. – Текст: непосредственный.

21. Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 2009. – 331 с. – Текст: непосредственный.

22. Аньшин, В. М. Инновационный менеджмент. Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития / В. М. Аньшин, В. А. Колоколов, А. А. Дагаев, Л. Г. Кудинов. – М. : Дело, 2008. – 584 с. – Текст: непосредственный.

23. Аскарлова, А. А. Оценка инновационного потенциала предприятий малого бизнеса / А. А. Аскарлова. – М. : Дело, 2006. – Текст: непосредственный.

24. Астафьева, О. А. Особенности менеджеров-инноваторов в индустрии гостеприимства / О. А. Астафьева. – Текст: непосредственный // Креативная экономика. – 2016. – Т. 10, № 10. – С. 1169–1176.

25. Афонин, И. В. Управление развитием предприятия: стратегический менеджмент, инновации, инвестиции, цены : учебное пособие / И. В. Афонин. – М. : Дашков и К, 2005. – Текст: непосредственный.

26. Бармашова, Л. В. Концептуальные аспекты устойчивого развития предприятия : монография / Л. В. Бармашова, Е. Н. Кучерова. – Вязьма, 2010. – 93 с. – Текст: непосредственный.

27. Белкин, В. В. Специфика работы менеджеров-инноваторов в индустрии гостеприимства / В. В. Белкин, Е. В. Мовчан. – Текст: непосредственный // Туристический, гостиничный и ресторанный бизнес: инновации и тренды : материалы региональной научно-практической конференции (Курск, 26 апреля 2019 г.). – Курск : Юго-Западный государственный университет, 2019. – С. 49–56.

28. Беломестнов, В. Г. Управление инновационной деятельностью на предприятии : монография / В. Г. Беломестнов, И. А. Беломестнова, Н. Э. Шабыхова. – Улан-Удэ : Изд-во ВСГТУ, 2010. – 134 с. – Текст: непосредственный.

29. Большой экономический словарь. – М. : Книжный мир, 2001. – Текст: непосредственный.

30. Блинова, Е. А. Современная роль международных гостиничных сетей и их влияние на дестинацию / Е. А. Блинова. – Текст: непосредственный // Проблемы

и перспективы индустрии гостеприимства, туризма и спорта : сб. ст. – Уфа : Аэтерна, 2018. – С. 17–20.

31. Брагин, Л. А. Концептуальная модель и методы стратегического управления розничными предприятиями / Л. А. Брагин. – Текст: непосредственный // Вестник российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. – 2013. – № 7 (61). – С. 73–80.

32. Бурменко, Т. Д. Методические рекомендации по оценке инновационной активности предприятий индустрии гостеприимства / Т. Д. Бурменко, Е. О. Похомчикова. – Текст: непосредственный // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2015. – Т. 25, № 6. – С. 968–979.

33. Бухонова, С. М. Методика оценки и способы повышения эффективности использования инновационного потенциала организации / С. М. Бухонова, Ю. А. Дорошенко, И. А. Слабинская, Т. А. Шаповалова. – Белгород : Изд-во БГТУ, 2012. – 133 с. – Текст: непосредственный.

34. Винтайкина, Е. В. Применение инновационных технологий в деятельности бизнес-отелей с целью привлечения целевой аудитории / Е. В. Винтайкина, А. В. Виноградова. – Текст: непосредственный // Образование. Наука. Научные кадры. – 2018. – № 1. – С. 213–215.

35. Галкина, А. Н. Критерии оценки эффективности инновационных процессов в организации / А. Н. Галкина. – Текст: непосредственный // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – № 43 (250). – С. 10–23.

36. Ганичева, У. Д. Инновации в гостиничном бизнесе / У. Д. Ганичева, Н. П. Литвинова. – Текст: непосредственный // Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика : монография / под науч. ред. Д. И. Валигурского. – Т. 3. – М. : Дашков и К°, 2020. – С. 291–294.

37. Гареев, Р. Р. Инновационные методы стимулирования спроса в индустрии гостеприимства и туризма : учебное пособие / Р. Р. Гареев, Д. А. Штычно. – М. : РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2019. – 95 с. – Текст: непосредственный.

38. Гареев, Р. Р. Инновационное развитие Российской Федерации: вызовы и возможности / Р. Р. Гареев. – Текст: непосредственный // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 2018. – № 1. – С. 46–50.

39. Гарнов, А. П. Форсайт: сотрудничество государства и бизнеса в создании конкурентоспособных инноваций и стратегий / А. П. Гарнов, И. В. Горохова. – Текст: непосредственный // Вестник РЭУ им. Г. В. Плеханова. – 2012. – № 8. – С. 9–18.

40. Геращенко, И. П. Оценка инновационного потенциала компании / И. П. Геращенко. – Текст: непосредственный // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – № 11. – С. 463–472.

41. Гибсон, Дж. Л. Организация: поведение, структура, процессы ; пер. с англ. / Дж. Л. Гибсон, Д. М. Иванцевич, Д. Х. Донелли-мл. – 8-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 660 с. – Текст: непосредственный.

42. Глаголева, Л. Э. Инновации в гостиничном бизнесе / Л. Э. Глаголева, К. С. Косташ. – Текст: непосредственный // Экономика. Инновации. Управление качеством. – 2014. – № 4 (9). – С. 33–37.

43. Глазьев, С. Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития : монография / С. Ю. Глазьев. – М. : ВладДар, 1993. – 310 с. – Текст: непосредственный.

44. Голощапова, Т. В. Организационно-экономическое обеспечение функционирования гостиничной индустрии : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Т. В. Голощапова. – Тольятти, 2007. – 223 с. – Текст: непосредственный.

45. Гомилевская, Г. А. Инновации в гостиничном бизнесе Приморского края : монография / Г. А. Гомилевская. – Владивосток : ВГУЭС, 2016. – 118 с. – Текст: непосредственный.

46. Гомилевская, Г. А. Организационно-управленческие инновации в повышении эффективности гостиничного бизнеса : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Г. А. Гомилевская. – Владивосток, 2010. – 178 с. – Текст: непосредственный.

47. Гончарова, А. А. Анализ проблем внедрения инноваций в сфере гостиничных услуг в Ульяновской области / А. А. Гончарова, В. Г. Петров. – Текст: непосредственный // Вестник евразийской науки. – 2019. – Т. 11, № 6. – С. 19–25.

48. Грант, Р. М. Ресурсная теория конкурентных преимуществ: практические выводы для формулирования стратегии / Р. М. Грант. – Текст: непосредственный // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. Менеджмент. – 2003. – № 3. – С. 48–59.

49. Гребенькова, Я. В. Инновации в гостиничном бизнесе / Я. В. Гребенькова. – Текст: непосредственный // Современные наукоемкие технологии. – 2013. – № 102. – С. 247–250.

50. Гуриева, Л. К. Теория диффузии нововведений / Л. К. Гуриева. – Текст: непосредственный // Инновации. – 2005. – № 4. – С. 22–26.

51. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. П. Данько. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2017. – 521 с. – Текст: непосредственный.

52. Дежина, И. Г. Инновационный потенциал хозяйственной системы и его оценка (методы формирования и оценки) / И. П. Дежина. – М. : Инфра-М, 2012. – 122 с. – Текст: непосредственный.

53. Дежина, И. Г. Обеспечение эффективных механизмов осуществления инновационной деятельности в российской экономике / И. Г. Дежина. – М. : ИЭПП, 2014. – 152 с. – Текст: непосредственный.

54. Джанджугазова, Е. А. Инновационные аспекты развития туристического и гостиничного бизнеса: потребительские инновации / Е. А. Джанджугазова, А. Н. Иванова. – Текст: непосредственный // Global Science and Innovations V: Proceedings. – Gdansk : Евразийский центр инновационного развития «DARA», 2020. – С. 515–519.

55. Джанджугазова, Е. А. Инновационный комплекс маркетинга гостиницы: «семь чувственных нот гостеприимства» / Е. А. Джанджугазова. – Текст: непосредственный // Российские регионы: взгляд в будущее, 2015. – Т. 2. – № 3. – С. 17–27.

56. Джанджугазова, Е. А. Применения интернет-технологий для сферы туризма и гостеприимства в контексте проблемы освоения профессиональных компетенций / Е. А. Джанджугазова. – Текст: непосредственный // Российские регионы: взгляд в будущее, 2019. – Т. 6. – № 4. – С. 2–8.

57. Джанджугазова, Е. А. Экологический туризм в России: новые горизонты развития / Е. А. Джанджугазова. – Текст: непосредственный // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2020. – Т. 7. – № 1. – С. 17–25.

58. Дикау, А. В. Развитие инноваций в сфере гостиничного бизнеса: «интернет-вещей» / А. В. Дикау. – Текст: непосредственный // Вестник современных исследований. – 2018. – № 12.2 (27). – С. 226–228.

59. Друкер, П. Классические работы по менеджменту / П. Друкер ; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2019. – 218 с. – Текст: непосредственный.

60. Друкер, П. Эффективный руководитель / П. Друкер. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 128 с. – Текст: непосредственный.

61. Дудин, М. Н. Формирование устойчивости предпринимательских структур в условиях трансформации конкурентной среды : монография / М. Н. Дудин, Н. В. Лясников, В. А. Похвощев, В. Д. Секерин, О. М. Толмачев. – М. : Элит, 2013. – 280 с. – Текст: непосредственный.

62. Дудко, Ю. Л. Опыт использования сервисных инноваций в гостиничном бизнесе / Ю. Л. Дудко, К. С. Березнюк. – Текст: непосредственный // Современный гостинично-ресторанный бизнес: экономика и менеджмент : материалы пятой междунар. науч.-практ. конф. 31 мая 2018 г. – Симферополь : ИП Зуева Т.В., 2018. – С. 107–110.

63. Духовная, Л. Л. Инновационные технологии в гостиничном бизнесе / Л. Л. Духовная, И. И. Холодцова. – Текст: непосредственный // Сервис в России и за рубежом. – 2014. – № 7 (54). – С. 166–178.

64. Духовная, Л. Л. Сравнительный анализ использования концепции eco-friendly в российской и зарубежной практике гостиничного бизнеса / Л. Л. Духовная. – Текст: непосредственный // Сервис в России и за рубежом. – 2020. – Т. 14, № 2. – С. 51–62. – DOI: 10.24411/1995–042X–2020–10205.

65. Жданов, С. А. Экономические модели и методы в управлении / С. А. Жданов. – М. : Дело и Сервис, 1998. – 176 с. – Текст: непосредственный.

66. Зайцева, Н. А. Инвестиционная деятельность в туризме и гостиничном бизнесе в Российской Федерации / Н. А. Зайцева. – Текст: непосредственный // Сервис в России и за рубежом. – 2009. – № 4 (14). – С. 84–90.

67. Зайцева, Н. А. Концептуальное проектирование гостиниц на основе использования инновационных технологий (на примере решения экологических задач «умных» отелей) / Н. А. Зайцева. – Текст: непосредственный // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2020. – Т. 7, № 4. – С. 56–72.

68. Зайцева, Н. А. Проблемы и перспективы развития гостиничного бизнеса в России / Н. А. Зайцева. – Текст: непосредственный // Сервис plus. – 2013. – № 4. – С. 48–54.

69. Зюкина, Е. М. Роль инновационного менеджмента в гостиничной индустрии / Е. М. Зюкина. – Текст: непосредственный // Научно-техническое и экономическое сотрудничество стран АТР в XXI веке. – 2020. – Т. 2. – С. 62–66.

70. Иванова, А. Н. Методические подходы и практические аспекты диагностики уровня инновационной активности гостиничных предприятий / А. Н. Иванова, Е. А. Джанджугазова. – Текст: электронный // Сетевой научно-практический журнал «Научный результат. Экономические исследования». – 2020. – Т. 6, № 3. – С. 27–37. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44334038> (дата обращения: 10.09.2021). – Режим доступа: Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.

71. Иванова, А. Н. Направления развития гостиничного предприятия в условиях инновационной парадигмы / А. Н. Иванова. – Текст: непосредственный // Современная экономика: проблемы и решения. – 2019. – № 11 (119). – С. 144–158.

72. Иванова, А. Н. Особенности научно-технологической и инновационной политики Российской Федерации / А. Н. Иванова. – Текст: непосредственный // Модернизация науки и образования: современные реалии, пути совершенствования : материалы XXXIV Всероссийской науч.-практ. конф. 15 июля 2021 г. – Ростов-на-Дону : Южный Университет (ИУБиП), 2021. – С. 283–288.

73. Иванова, А. Н. Показатели инновационного развития гостиничные предприятия в России / А. Н. Иванова. – Текст: непосредственный // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2020. – № 4 (114). – С. 86–93.

74. Иванова, А. Н. Развитие инновационных процессов в гостиничном бизнесе / А. Н. Иванова. – Текст: непосредственный // XXXII Международные плехановские чтения. 16 апр. 2019 г. : сб. ст. аспирантов и молодых ученых. – М. : РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2019. – С. 268–272.

75. Иванова, А. Н. Развитие инновационных процессов в гостиничном бизнесе / А. Н. Иванова. – Текст: непосредственный // Российский научно-практический журнал «Российские регионы: взгляд в будущее». – 2019. – Т. 6, № 2. – С. 94–103.

76. Иванова, А. Н. Развитие российской туристической индустрии в 2018–2019 гг. / А. Н. Иванова. – Текст: непосредственный // Тенденции развития индустрии гостеприимства, туризма и спорта: российский и зарубежный опыт : сб. ст. – М., 2021. – С. 8–14.

77. Иванова, А. Н. Роль квалификации персонала в развитии инновационной деятельности гостиничных предприятий / А. Н. Иванова, Е. Ю. Никольская. – Текст: непосредственный // Евразийское Научное Объединение. – 2021. – Ч. 1. – № 8 (87). – С. 80–82.

78. Иванова, А. Н. Роль государства в инновационном развитии гостиничных предприятий России / А. Н. Иванова. – Текст: непосредственный // Гуманитарные, естественно-научные и технические решения современности в условиях цифровизации : материалы XII Междунар. науч.-практ. конф. – Ростов-на-Дону : Южный Университет (ИУБиП), 2021. – С. 286–291.

79. Иванова, А. Н. Система управления инновационной активностью гостиничного бизнеса как инструмент повышения конкурентоспособности в условиях кризиса, вызванного пандемией / А. Н. Иванова. – Текст: непосредственный // Известия Юго-Западного государственного университета. Сер. Экономика. Социология. Менеджмент. – 2020. – Т. 10, № 5. – С. 253–263.

80. Иванова, А. Н. Стратегия инновационного развития гостиничного предприятия / А. Н. Иванова. – Текст: непосредственный // XXXIII Международные плехановские чтения. 20 марта 2020 г. : сб. ст. аспирантов и молодых ученых. – М. : РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2020. – С. 150–156.

81. Иванова, А. Н. Экологическая ответственность бизнес-среды и ее влияние на инновационную деятельность: на примере гостиничных предприятий / А. Н. Иванова. – Текст: непосредственный // Российский научно-практический журнал «Российские регионы: взгляд в будущее». – 2021. – Т. 8, № 3. – С. 9–19.

82. Иванова, А. Н. Experience Economy, Sensual Marketing and Digitalization as New Impetuses of the Hotel Industry / А. Н. Иванова. – Текст: непосредственный // Цифровая трансформация: IoT, AI, VR, Big Data : сб. докл. XII Междунар. студенческой науч.-практ. конф. – М. : Дело, 2019. – С. 86–94.

83. Иванова, А. Н. Peculiarities of innovative state regulation in the Russian Federation / А. Н. Иванова. – Текст: непосредственный // 2020+1: устанавливаем новые правила : материалы XIV Междунар. студенческой науч.-практ. конф. «Управляя будущим», онлайн-формат. 15 апр. 2021 г. – М. : РАНХИГС. – С. 167–173.

84. Иванова, А. Н. Strategy of innovative development in the hotel industry / А. Н. Иванова. – Текст: непосредственный // Управляя будущим: инструменты, проекты, инсайты : материалы XIII Междунар. науч.-практ. конф. – М. : РАНХИГС, 2020. – С. 94–100.

85. Иванова, А. Н. Сравнительный анализ реализации вектора инновационного развития гостиничных предприятий в условиях пандемии / А. Н. Иванова. – Текст : непосредственный // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2022. – Т. 19, № 1(121). – С. 195-202.

86. Иванова, А. Н. Ключевые тренды и перспективы развития инновационной активности предприятий гостиничного бизнеса Российской Федерации / А. Н. Иванова, Е. А. Джанджугазова. – Текст : непосредственный // Современная экономика: проблемы и решения. – 2022. – № 7(151). – С. 79-92.

87. Иванова, А. Н. Обретение экономического суверенитета России на примере деятельности предприятий гостиничной индустрии / А. Н. Иванова. – Текст : непосредственный // Друкеровский вестник. – 2023. – № 1(51). – С. 118-124.

88. Иванова, А. Н. Развитие инновационных технологий гостиничной индустрии в условиях геополитической нестабильности / А. Н. Иванова. – Текст непосредственный // Научные исследования и разработки. Экономика фирмы. – 2023. – Т. 12, № 1. – С. 26-30.

89. Иванова, А. Н. Роль инновационного развития предприятий сферы услуг в экономическом развитии Российской Федерации на примере деятельности гостиничных предприятий / А. Н. Иванова. – Текст непосредственный // Друкеровский вестник. – 2023. – № 4(54). – С. 143-150.

90. Кобяк, М. В. Технологический прогресс как фактор инноваций в гостиничном бизнесе / М. В. Кобяк, М. Ю. Лайко. – Текст: непосредственный // Российское предпринимательство. – 2012. – № 18 (116). – С. 126–132.

91. Ковальчук, А. П. Управление конкурентоспособностью предприятий индустрии гостеприимства в современных условиях в России / А. П. Ковальчук, Е. А. Блинова. – Текст: непосредственный // Российское предпринимательство. – 2017. – Т. 18, № 6. – С. 917–928. – DOI 10.18334/rp.18.6.37667

92. Козлов, Д. А. Особенности предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации / Д. А. Козлов. – Текст: непосредственный // Актуальные проблемы индустрии гостеприимства и туризма : сб. ст. междунар. науч.-практ. конф. 11–12 апр. 2016 г. – Уфа : Аэтерна, 2016. – С. 80–85.

93. Кондратьев, Н. Д. Проблемы экономической динамики / Н. Д. Кондратьев. – М. : Экономика, 1989. – 526 с. – Текст: непосредственный.

94. Коновалова, Е. Е. Инновационные технологии управления сервисным обслуживанием в гостиничном бизнесе / Е. Е. Коновалова, А. А. Силькевич. – Текст: непосредственный // Современные проблемы туризма и сервиса : сб. ст. науч. докл. по итогам Всероссийской науч. конф. (Москва, 24 апреля 2018 г.) / под ред. Н. А. Платоновой, О. Е. Афанасьева. – М. : РУСАЙНС, 2018. – С. 100–105.

95. Котлер, Ф. Маневры маркетинга. Современные подходы к прибыли, росту и обновлению / Ф. Котлер, Д. К. Джайн, С. Мэйсинси. – М. : Олимп-Бизнес, 2003. – 224 с. – Текст: непосредственный.

96. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Майкенз, Р. А. Браймер. – М. : Юнити, 1998. – 787 с. – Текст: непосредственный.

97. Кощеев, С. В. Формирование системы управления инновационной активностью в индустрии гостеприимства на основе применения кластерных технологий / С. В. Кощеев. – Текст: непосредственный // Современные исследования социальных проблем. – 2012. – № 7. – С. 7–23.

98. Кремнева, Е. В. Инновационные процессы в повышении эффективности гостиничного бизнеса / Е. В. Кремнева. – Текст: непосредственный // Вестник Национальной академии туризма. – 2012. – № 4 (24). – С. 36–38.

99. Левченко, Т. П. Управление инвестиционной привлекательностью в туристско-рекреационной сфере : монография / Т. П. Левченко, В. А. Янюшкин, А. А. Рябцев. – М. : Инфра-М, 2015. – 162 с. – Текст: непосредственный.

100. Левченко, Т. П. Управление инновационной активностью организаций туристско-рекреационной сферы : монография / Т. П. Левченко, В. А. Вареникова. – М. : Бук, 2018. – 281 с. – Текст: непосредственный.

101. Лужанский, Б. Е. Оценка стоимости научно-технической продукции и инновационного бизнес-процесса для целей управления инновациями / Б. Е. Лужанский. – Текст: непосредственный // Имущественные отношения в Российской Федерации. – 2009. – № 6 (93). – С. 45–56.

102. Макарова, Д. Д. Инновационные услуги в гостиничном бизнесе как инструмент повышения конкурентоспособности / Д. Д. Макарова, Л. П. Магжанова, С. С. Марутько. – Текст: непосредственный // Сервис в России и за рубежом, 2016. – Т. 10, № 2 (63). – С. 173–186.

103. Менш, Г. Институциональный пат оценки в России / Г. Менш. – М. : Экономические стратегии, 2007. – 124 с. – Текст: непосредственный.

104. Меньшиков, С. М. Длинные волны в экономике: Когда общество меняет кожу / С. М. Меньшиков, Л. А. Клименко, К. Фримен. – 2-е. изд., доп. – М. : URSS : ЛЕНАНД, 2014. – 269 с. – Текст: непосредственный.

105. Мирзаев, Р. И. Формирование стратегии развития ресурсного потенциала гостиничных комплексов / Р. И. Мирзаев. – Текст: непосредственный // Вестник Национальной академии туризма. – 2017. – № 3 (27). – С. 27–29.

106. Михайлова, О. П. Формирование показателей оценки эффективности инновационной деятельности организации индустрии гостеприимства / О. П. Михайлова, А. В. Логутова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2016. – № 6. – С. 489–493.

107. Морозов, М. А. Особенности сетевых форм организации гостиничного бизнеса в России / М. А. Морозов, Д. К. Евстигнеева. – Текст: непосредственный // Проблемы и перспективы индустрии гостеприимства и туризма : сб. ст. – Уфа : Аэтерна, 2017. – С. 48–52.

108. Научно-технический прогресс : словарь / сост.: В. Г. Горохов, В. Ф. Халипов. – М. : Политиздат, 1987. – 366 с. – Текст: непосредственный.

109. Никитская, Е. Ф. Методологические аспекты исследования инновационного потенциала в рыночной системе / Е. Ф. Никитская. – Текст: непосредственный // Интеграл. – 2012. – № 2. – С. 54–56.

110. Никольская, Е. Ю. Инновации, технологии в гостиничной деятельности // Бюллетень науки и практики. – 2018. – Т. 4, № 10. – С. 351–359. – Текст: непосредственный.

111. Никольская, Е. Ю. Инновационные технологии в гостиничной деятельности / Е. Ю. Никольская. – Текст: непосредственный // Актуальные проблемы и стратегии развития сферы туризма и гостеприимства : сб. ст. / под ред. Е. Ю. Никольской. – М. : КноРус, 2021. – С. 125–128.

112. Никсон, Ф. Инновационный менеджмент / Ф. Никсон ; пер. с англ. – М. : Экономика, 1997. – Текст: непосредственный.

113. Осипов, Ю. М. Современные проблемы инноватики : учебное пособие / Ю. М. Осипов, Н. Ю. Изоткина. – Томск : STT, 2012. – 140 с. – Текст: непосредственный.

114. Петропавловская, А. В. Инновации в сфере гостеприимства / А. В. Петропавловская. – Текст: непосредственный // Инновации и инвестиции. – 2020. – № 2. – С. 15–18.

115. Печерица, Е. В. Теоретические и практические аспекты внедрения инноваций в туризме и гостиничном бизнесе / Е. В. Печерица. – Текст: непосредственный // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. – 2016. – Т. 1, № 2. – С. 34–41.

116. Попов, Л. А. Планирование инвестиционной деятельности в индустрии гостеприимства / Л. А. Попов, А. В. Романюк, А. П. Ковальчук, К. А. Милорадов. – М. : Русайнс, 2018. – 156 с. – Текст: непосредственный.

117. Попов, Л. А. Проблемы повышения конкурентоспособности независимых гостиничных предприятий России в современных экономических условиях / Л. А. Попов, Е. А. Блинова, Е. Н. Валединская [и др.]. – Текст: непосредственный // Плехановский научный бюллетень. – 2017. – № 2 (12). – С. 161–166.

118. Портер, М. Международная конкуренция / М. Портер ; пер. с англ. ; под ред. В. Д. Щетинина. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с. – Текст: непосредственный.

119. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 2-е изд., испр. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 479 с. – Текст: непосредственный.

120. Романова, М. М. Опыт применения инноваций в индустрии гостеприимства / М. М. Романова. – Текст: непосредственный // Проблемы и перспективы индустрии гостеприимства, туризма и спорта : сб. ст. – Уфа : Аэтерна, 2018. – С. 83–86.

121. Романова, М. М. Тенденции развития гостиничного бизнеса в г. Москве / М. М. Романова. – Текст: непосредственный // Научный вестник МГИИТ. – 2019. – № 6 (62). – С. 41–47.

122. Романова, М. М. Формирование стратегии развития гостиничного предприятия в условиях нестабильности и наличия высоких внешнеэкономических рисков / М. М. Романова, Х. И. Ла. – Текст: непосредственный // Научный вестник МГИФКСиТ. – 2020. – № 3 (65). – С. 69–75.

123. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям / Совместная публикация ОЭСР и Евростата. – 2-е изд., испр. – М., 2010. – 107 с. – Текст: непосредственный.

124. Санто, Б. Инновации как средство экономического развития / пер. с венг. ; общ. ред. и вступ. ст. Б. В. Сазонова. – М. : Прогресс, 2002. – 281 с. – Текст: непосредственный.

125. Сидорова, В. Н. Инновационная инфраструктура : учебное пособие / В. Н. Сидорова, Л. С. Бабынина, А. Н. Алексеев, Н. В. Алексеев, Н. В. Сидоров. – М. : РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2020. – 104 с. – Текст: непосредственный.

126. Скобкин, С. С. Цифровые технологии как драйвер экономического развития туристических регионов России / С. С. Скобкин, Е. Ю. Никольская. – Текст: непосредственный // Цифровая экономика: тенденции и перспективы развития : сб. тезисов докл. национальной науч.-практ. конф. – М. : РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2020. – С. 30–37.

127. Степанова, С. А. Инновационные аспекты деятельности гостиничных предприятий в современных условиях / С. А. Степанова, Е. А. Вирченко // Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства : Сборник научных статей по итогам XVIII Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 02 июня 2022 года / Под редакцией О.Н. Кострюковой, О.В. Архиповой, О.А. Максимовской. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2023. – С. 34-40.

128. Такер, Р. Инновации как формула роста. Новое будущее ведущих компаний / Р. Такер ; пер. с англ. – М. : ОлимпБизнес, 2006. – 224 с. – Текст: непосредственный.

129. Твисс, Б. Управление научно-техническими нововведениями / Б. Твисс ; сокр. пер. с англ. ; авт. предисл. и научн. ред. К. Ф. Пузыня. – М. : Экономика, 1989. – 271 с. – Текст: непосредственный.

130. Титов, К. П. Исследование научно-теоретических подходов к внедрению инноваций и их особенности в гостиничном бизнесе / К. П. Титов. – Текст: непосредственный // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2016. – Т. 3, № 4. – С. 64–73.

131. Титов, К. П. Разработка мероприятий по формированию системы стратегического и оперативного контроля за внедрение инноваций в гостиничном бизнесе / К. П. Титов. – Текст: непосредственный // Экономика и социум. – 2017. – № 11 (42). – С. 836–839.

132. Тлисов, А. Б. Оценка и совершенствование инвестиционно-инновационной деятельности предприятия : монография / А. Б. Тлисов, Н. П. Иванов, М. А. Крылова. – М. : Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 98 с. – Текст: непосредственный.

133. Трифилова, А. А. Оценка эффективности инновационного развития предприятия / А. А. Трифилова. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 304 с. – Текст: непосредственный.

134. Турчак, А. А. Экономические проблемы создания новых типов хозяйственных объединений в России / А. А. Турчак. – СПб. : СПбГУАП, 2002. – 136 с. – Текст: непосредственный.

135. Уокер, Дж. Р. Введение в гостеприимство : учебное пособие / Дж. Р. Уокер ; пер. с англ. – М. : Юнити-Дана, 2002. – 607 с. – Текст: непосредственный.

136. Фатхутдинов, Р. А. Инновационный менеджмент : учебник для вузов / Р. А. Фатхутдинов. – СПб. : Питер, 2013. – 448 с. – Текст: непосредственный.

137. Фархутдинова, Ф. Б. Методологические аспекты анализа и оценки инновационного потенциала экономических систем : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Ф. Б. Фархутдинова. – М., 2011. – 111 с. – Текст: непосредственный.

138. Харрингтон, Дж. Совершенство управления изменениями ; пер. с англ. – М. : Стандарт и качество, 2008. – Текст: непосредственный.

139. Чудновский, А. Д. Менеджмент туризма : учебник / А. Д. Чудновский. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 285 с. – Текст: непосредственный.

140. Шумпетер, Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М. : Директмедиа Паблишинг, 2008. – 401 с. – Текст: непосредственный.

141. Экономическая энциклопедия / под ред. Л. И. Абалкина. – М. : Экономика, 1999. – 1055 с. – Текст: непосредственный.

142. Юданов, А. Ю. «Быстрые» фирмы и эволюция российской экономики / А. Ю. Юданов. – Текст: непосредственный // Вопросы экономики. – 2007. – № 2. – С. 85–100.

143. Якимович, Г. Б. Инновационная деятельность в туристическом бизнесе: Монография / Г. Б. Якимович, Т. С. Пантюхова. – СПб. : СПб ГУСЭ, 2011. – 175 с. – Текст: непосредственный.

144. Яковец, Ю. В. Эпохальные Инновации XXI века / Ю. В. Яковец. – М. : Экономика, 2004. – 448 с. – Текст: непосредственный.

145. Яковлев, В. А. Инновации в науке / В. А. Яковлев. – М. : ИНИОН РАН, 1997. – 161 с. – Текст: непосредственный.

146. Янкевич, В. С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме / В. С. Янкевич, Н. Л. Безрукова. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 416 с. – Текст: непосредственный.

147. Янсен, Ф. Эпоха инноваций / Ф. Янсен ; пер. с англ. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 308 с. – Текст: непосредственный.

Печатные издания на иностранных языках

148. Cho, H.-J. Relationship Between Innovativeness, Quality, Growth, Profitability and Market Value / H.-J. Cho, V. Pucik. – Текст: непосредственный // Strategic Management Journal. – 2005. – Is. 26. – P. 555–575.

149. Chandler, A. *The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business* / A. Chandler. – Belknap Press and Harvard University Press, 1977. – Текст: непосредственный.

150. Dzhandzhugazova, E. A. *Innovations in Science and Industry-Specific Education* / E. A. Dzhandzhugazova, E. A. Blinova, L. N. Orlova [et al.]. – Текст: непосредственный // *Modern Journal of Language Teaching Methods*. – 2018. – V. 8, Is. 3. – P. 10–21.

151. Dzhandzhugazova, E. A. *Innovative Activity as a Tool for the Development of Environmental Industries in Russian Federation* / E. A. Dzhandzhugazova, A. N. Ivanova, T. V. Zhubreva, L. A. Savinkina, N. S. Kresova. – Текст: непосредственный // *EurAsian Journal of BioSciences / Foundation for Environmental Protection and Research*. – 2019. – V. 13, Is. 2. – P. 1509–1513.

152. Dzhandzhugazova, E. A. *Innovative Activity as a Tool for the Development of Industries in Russia (on the Example of Tourism and Hospitality Industry)* / E. A. Dzhandzhugazova, T. V. Zhubreva, A. N. Ivanova, L. A. Savinkina. – Текст: непосредственный // *International Journal of Applied Exercise Physiology*. – 2019. – V. 8, Is. 2.1. – P. 610–614.

153. Metcalfe, J.S. *Enterprise, Innovation and Evolutionary Economic Growth* / J. S. Metcalfe. – Текст: непосредственный // *OECD-UNESCO International Workshop on Innovation for Development: Converting Knowledge to Value*. – Paris, 2009. – P. 23–27.

154. Schumpeter, J. A. *Capitalism, Socialism and Democracy* / J. A. Schumpeter. – N. Y. : Harper & Row, 1950. – Текст: непосредственный.

155. Wernerfelt, B. *The Resource-Based View of the Firm: Ten Years After* / B. Wernerfelt // *Strategic Management Journal*. – 1995. – V. 16, Is. 3. – P. 171–174. – Текст: непосредственный.

Электронные ресурсы

156. Агентство инноваций и развития экономических и социальных проектов : официальный сайт. – Воронеж, 2021. – URL: <http://www.innogos.ru>. (дата обращения: 13.07.2023). – Текст электронный.

157. Агентство инновационного развития Российской Федерации : официальный сайт. – Москва, 2021. – URL: <https://rusinnovations.com/> (дата обращения: 13.07.2023). – Текст электронный.

158. Аналитический интернет-сайт BusinesStat : [сайт]. – Москва, 2021. – URL: <https://businessstat.ru> (дата обращения: 10.06.2023). – Текст электронный.

159. Аналитический интернет-сайт hotelier.pro: [сайт]. – Санкт-Петербург, 2021. – URL: <https://hotelier.pro> (дата обращения: 13.07.2023). – Текст электронный.

160. Аналитический интернет-сайт Testfirm: [сайт]. – Калининград, 2021. – URL: <https://www.testfirm.ru/otrasli/> (дата обращения: 13.05.2023).

161. Аналитический интернет-сайт Umhos: [сайт]. – Санкт-Петербург, 2021. – URL: <https://umhos.ru/statistics/> (дата обращения: 10.06.2023). – Текст электронный.

162. Иконографика о технологических укладах // Технопром: международный форум технологического развития: [сайт]. – URL: <http://forumtechnoprom.com/archive/2013/infografika/?1> (дата обращения: 06.04.2023). – Текст электронный.

163. Инновации в России – неисчерпаемый источник роста // Центр по развитию инноваций, McKinsey Innovation Practice: [сайт]. – URL: <http://mckinsey/report2018> (дата обращения: 13.07.2023). – Текст электронный.

164. Интернет-портал AtlantisPress: [сайт]. URL: <https://www.atlantispress.com/article/125940105.pdf> (дата обращения: 13.08.2023). – Текст электронный.

165. Интернет-портал corp.wtcmoscow: [сайт]. – Москва, 2021. – URL: <https://corp.wtcmoscow.ru/services/international-partnership/analytics/gostinichnyy-rynok-moskvy-itogi-2020/> (дата обращения: 13.05.2021). – Текст электронный.

166. Интернет-портал EUWTO: [сайт]. – URL: <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtogad.2019.4.g51w645001604505> (дата обращения: 13.07.2023). – Текст электронный.

167. Интернет-портал proHOTEL: [сайт]. – Санкт-Петербург, 2021. – URL: <http://prohotel.ru> (дата обращения: 13.07.2023). – Текст электронный.

168. Комитет по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы : официальный сайт. – Москва, 2021. – URL: <http://mosopen.ru/government/294> (дата обращения: 13.07.2023). – Текст электронный.

169. Консалтинговая группа CBRE: [сайт]. – Москва, 2021. – URL: <https://www.cbre.ru/ru-ru/about-cbre> (дата обращения: 05.06.2023). – Текст электронный.

170. Национальные проекты России : официальный сайт. – Москва, 2021. – URL: <https://национальныепроекты.рф> (дата обращения: 13.07.2023). – Текст электронный.

171. Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации. Институт статистических исследований и экономики знаний ВШЭ, Москва. – Текст электронный // ТАСС: информационное агентство России: [сайт]. – 2019. – URL: <https://issek.hse.ru/rirr2019> (дата обращения: 05.06.2023).

172. Рейтинг ГИ (Global Innovative Index 2020). – Текст электронный // WIPO: World Intellectual Property Organization: [сайт]. – 2020. – URL: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2020/ (дата обращения: 18.07.2023).

173. Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса : офиц. сайт. – URL: <https://www.frontdesk.ru/> (дата обращения: 13.07.2023). – Текст электронный.

174. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации : официальный сайт. – Москва, 2021. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 13.07.2023). – Текст электронный.

175. Федеральное агентство по туризму Российской Федерации : официальный сайт. – Москва, 2021. – URL: <https://tourism.gov.ru> (дата обращения: 13.07.2023). – Текст электронный.

Приложение А
(обязательное)

Основные научно-теоретические подходы определения термина «инновация»

Таблица А.1 – Основные научно-теоретические подходы определения термина «инновация»

Наименование подхода к термину «инновации»	Определение	Авторы, источник
Это процесс	Инновация – это процесс, при котором изобретение (новая идея) обретает экономическое содержание	Б. Твисс [129]
	Инновация – это процесс введения новых продуктов, подходов, принципов (взамен действующих), результат которого приобретает экономическое содержание, позволяет повысить эффективность деятельности предприятия и его конкурентоспособность	Большой экономический словарь [29]
	Инновация – это процесс ввода в использование нового или значительно улучшенного продукта	Руководство Осло [123]
	Инновация – это общественный и экономический процесс, в ходе которого практическая реализация идей и изобретений формирует более совершенные по свойствам изделия/технологии. Если инновация ориентирована на прибыль (экономическую выгоду), то ее появление может стимулировать получение добавочного дохода	Б. Санто [124]
	Инновация – это комплексный процесс, который включает разработку, внедрение и коммерциализацию новых потребительских стоимостей (товаров, техники, а также технологий и организационных форм)	Б. Е. Лужанский [101]
Это процесс и результат такого процесса	Инновация – это новая комбинация производственных факторов, которая создается под созидательным началом предпринимательской деятельности	Й. Шумпетер [139]
	Инновация – это процесс приведения в соответствие структур воспроизводства, потребностей и внешней среды, а также способность создавать новые продукты и осваивать новые технологии.	М. Портер [118]
	Инновация – это способ целенаправленного создания нового источника прибыли или расширения уже имеющегося экономического или социального потенциала предприятия	П. Ф. Друкер [59, 60]
	Инновация – это совокупность мероприятий (технические, производственные и коммерческие), стимулирующих появление на рынке новых или улучшенных процессов в промышленности и оборудования для таких процессов	Ф. Никсон [112]

Наименование подхода к термину «инновации»	Определение	Авторы, источник
Это результат деятельности (процесса)	Инновация (нововведение) – это результат создания, а также внедрения абсолютно нового или модифицированного продукта/процесса (новшества), которое удовлетворяет определенные потребности общества и дает экономический, научно-технический, а также экологический и социальный эффекты	Д. Д. Соколов, А. Б. Титов, М. М. Шабанова [127]
	Инновация – это итоговый результат внедрения новшества для получения эффекта	Р. А. Фатхутдинов [136]

Источник: составлено автором на основе источников [61, 29, 59, 60, 101, 112, 108, 118, 123, 124, 127, 129, 136, 139].

Приложение Б
(обязательное)

**Оценка инновационного потенциала:
экспертный метод и метод экономико-аналитических показателей**

Таблица Б.1 – Экспертный метод оценки инновационного потенциала

Выражение	Характеристика
$U_i = \sum_i V_i$	<p>U_i – интегральная экспертная оценка критерия инновационного потенциала гостиничного предприятия;</p> <p>\sum_i – экспертная оценка уровня выраженности того или иного критерия инновационного потенциала организации гостиничного бизнеса;</p> <p>V_i – вес критерия, который определяется с учетом его значимости в общей совокупности критериев, применяемых при проведении исследования инновационного потенциала</p>

Источник: составлено автором на основе источников [23, 28, 33, 36, 37, 52 и др.].

Таблица Б.2 – Метод экономико-аналитических показателей: финансовый индикатор

Коэффициенты	Выражение	Характеристика	Значение
Финансовая ресурсо-обеспеченность	$K_{фрo} = \frac{СФР}{ФР}$	<p>$K_{фрo}$ – коэффициент финансовой ресурсообеспеченности;</p> <p>$СФР$ – объем собственных финансовых ресурсов;</p> <p>$ФР$ – общая величина финансовых ресурсов гостиничного предприятия</p>	<p>Вывод о наличии собственных финансовых ресурсов для разработки и внедрения инноваций.</p> <p>Значение коэффициента должно быть от 0,5</p>
Устойчивость ресурсной базы	$K_{урб} = \frac{СФР+ДЗФР}{ФР}$	<p>$K_{урб}$ – коэффициент устойчивости ресурсной базы;</p> <p>$СФР$ – объем собственных финансовых ресурсов гостиничного предприятия;</p> <p>$ДЗФР$ – величина заемных финансовых ресурсов предприятия гостиничного бизнеса, имеющих долгосрочных характер погашения (не менее 1 года);</p> <p>$ФР$ – общая величина финансовых ресурсов</p>	<p>Вывод о наличии достаточной ресурсной базы для финансирования и внедрения инновационных разработок.</p> <p>Значение коэффициента должно быть от 0,5</p>

Коэффициенты	Выражение	Характеристика	Значение
Платеже- способность	$K_{пл} = \frac{НЛА+БА}{КО}$	<p>$K_{пл}$ – коэффициент платежеспособности;</p> <p>НЛА – величина наиболее ликвидных активов гостиничного предприятия;</p> <p>БА – объем быстрореализуемых активов предприятия гостиничного бизнеса;</p> <p>Ко – сумма краткосрочных обязательств гостиничного предприятия</p>	<p>Наличие свободного объема относительно ликвидных активов для регулярного осуществления как текущих, так и инвестиционных платежей.</p> <p>Значение коэффициента должно быть от 0,8</p>

Источник: составлено автором на основе источников [17, 32, 99, 100, 131 и др.].

Таблица Б.3 – Общая величина финансового индикатора

Наименование	Выражение	Значение
Общая величина финансового индикатора	$ФИ_{инп} = \frac{K_{фро}^ф}{K_{фро}^{опт}} \times \frac{K_{урб}^ф}{K_{урб}^{опт}} \times \frac{K_{пл}^ф}{K_{пл}^{опт}}$	<p>ФИ_{инп} – величина финансового индикатора оценки уровня инновационного потенциала предприятия гостиничного бизнеса;</p> <p>$K_{фро}^ф$ – фактическое значение коэффициента финансовой ресурсообеспеченности гостиничного предприятия;</p> <p>$K_{фро}^{опт}$ – оптимальное значение коэффициента финансовой ресурсообеспеченности гостиничного предприятия;</p> <p>$K_{урб}^ф$ – фактическое значение коэффициента устойчивости ресурсной базы организации гостиничного бизнеса;</p> <p>$K_{урб}^{опт}$ – оптимальное значение коэффициента устойчивости ресурсной базы организации гостиничного бизнеса;</p> <p>$K_{пл}^ф$ – фактическое значение коэффициента платежеспособности гостиничного предприятия;</p> <p>$K_{пл}^{опт}$ – оптимальное значение коэффициента платежеспособности гостиничного предприятия</p>

Источник: составлено автором на основе источников [17, 32, 99, 100, 131 и др.].

Таблица Б.4 – Коэффициенты для определения организационно-целевого индикатора оценки инновационного потенциала предприятия гостиничного типа

Коэффициенты	Выражение	Значение	Характеристик а
Коэффициент загрузки номерного фонда (Occupancy)	$K_{\text{знф}} = \frac{N_p}{V_{\text{нф}}}$	$K_{\text{знф}}$ – величина коэффициента загрузки номерного фонда; N_p – общее количество проданных номеров за период; $V_{\text{нф}}$ – фактический объем номерного фонда	Высокие значения загрузки номерного фонда существенно повышают уровень текущего и потенциального спроса на инновации
Коэффициент RevPAR	$K_{\text{RevPAR}} = \frac{P}{V_{\text{нф}}}$	K_{RevPAR} – выручка в расчете на один номер; P – общий объем выручки гостиничного предприятия; $V_{\text{нф}}$ – фактический объем номерного фонда гостиничного предприятия	Чем выше RevPAR, тем больше экономических ресурсов возможностей
Коэффициент RevPAC (выручка на 1 гостя)	$K_{\text{RevPAC}} = \frac{P}{M}$	K_{RevPAC} – выручка в расчете на одного гостя; P – общий объем выручки; M – количество посетителей за период	Значение данного показателя также должно стремиться к максимуму

Источник: составлено автором на основе источников [34, 37, 46, 49, 99, 115 и др.].

Таблица Б.5 – Общая величина организационно-целевого индикатора на микроэкономическом уровне для гостиничного предприятия

Наименование	Выражение	Значение
Общая величина организационно-целевого индикатора	$ОЦИ_{\text{ип}} = \frac{K_{\text{знф}}^{\phi}}{K_{\text{знф}}^{\text{ср}}} \times \frac{K_{\text{RevPAR}}^{\phi}}{K_{\text{RevPAR}}^{\text{ср}}} \times \frac{K_{\text{RevPAC}}^{\phi}}{K_{\text{RevPAC}}^{\text{ср}}}$	$ОЦИ_{\text{ип}}$ – величина организационно-целевого индикатора; $K_{\text{знф}}^{\phi}$ – загрузка номерного фонда; $K_{\text{знф}}^{\text{ср}}$ – среднеотраслевое значение коэффициента загрузки номерного фонда; K_{RevPAR}^{ϕ} – фактическое значение выручки в расчете на один номер гостиничного предприятия; $K_{\text{RevPAR}}^{\text{ср}}$ – среднеотраслевое значение выручки в расчете на один номер; K_{RevPAC}^{ϕ} – фактическое значение выручки предприятия в расчете на одного клиента; $K_{\text{RevPAC}}^{\text{ср}}$ – среднеотраслевое значение величины выручки в расчете на одного клиента для предприятий гостиничного бизнеса

Источник: составлено автором на основе источников [34, 37, 46, 49, 99, 115 и др.].

Таблица Б.6 – Общая величина организационно-управленческого индикатора на микроэкономическом уровне для гостиничного предприятия

Коэффициенты	Выражение	Значение	Характеристика
Коэффициент инновационности персонала	$K_{ин} = \frac{П_{и}}{П_{об}}$	$K_{ин}$ – коэффициент инновационности персонала; $П_{и}$ – численность сотрудников, занятых в разработке и внедрении инновационных проектов; $П_{об}$ – общая численность работников гостиничного предприятия	Высокие значения существенно повышают эффективность инновационной деятельности
Коэффициент качества человеческого капитала	$K_{кчк} = \frac{П_{во}}{П_{об}}$	$K_{кчк}$ – коэффициент качества человеческого капитала; $П_{во}$ – численность сотрудников гостиничного предприятия с высшим образованием (при наличии учетной степени численность таких сотрудников умножается на поправочный коэффициент 2); $П_{об}$ – общая численность работников гостиничного предприятия	Чем выше значение коэффициента качества человеческого капитала, тем более склонным к разработке и внедрению инноваций является коллектив предприятия
Коэффициент обучаемости	$K_{обуч} = \frac{П_{под}}{П_{об}}$	$K_{обуч}$ – коэффициент обучаемости; $П_{под}$ – численность сотрудников, прошедших в течении года доп. подготовку; $П_{об}$ – общая численность работников	Высокие значения существенно повышают эффективность инновационной деятельности

Источник: составлено автором на основе источников [24, 27, 100 и др.].

Таблица Б.7 – Научно-исследовательский индикатор

Коэффициенты	Выражение	Значение	Характеристика
Коэффициент интеллектуальной собственности	$K_{ис} = \frac{НМА}{А}$	$K_{ис}$ – коэффициент интеллектуальной собственности; $НМА$ – стоимость нематериальных активов и объектов интеллектуальной собственности; $А$ – общая стоимость активов гостиничного предприятия	Пороговым критерием считается значение более 0,1, который говорит о существенном уровне инновационной активности

Коэффициенты	Выражение	Значение	Характеристика
Коэффициент капиталоемкости инновационного развития	$K_{\text{кап.и.}} = \frac{K}{\Phi P}$	$K_{\text{кап.и.}}$ – коэффициент капиталоемкости инновационного развития; K – сумма инвестиций капитального характера, направленных гостиничным предприятием на разработку и внедрение инновационных технологий, сервисов, проектов; ФР – финансовый результат функционирования гостиничного предприятия	Пороговым значением является уровень 0,2, или 20 % чистой прибыли гостиничного предприятия в разработку инновационных технологий или проектов, что будет свидетельствовать о его инновационной направленности при управлении бизнес-процессами

Источник: составлено автором на основе источников [37, 42, 99 и др.].

Таблица Б.8 – Индикатор оценки инновационного эффекта

Коэффициенты	Выражение	Значение
Коэффициент стоимости бизнеса гостиничного предприятия	$K_{\text{сб}} = \frac{PV_{i+1}}{PV_i} - 1$	$K_{\text{сб}}$ – коэффициент стоимости бизнеса; PV_{i+1} – стоимость предприятия после внедрения инноваций; PV_i – стоимость предприятия до внедрения инноваций О достижении определенного инновационного эффекта можно говорить при формировании положительной величины коэффициента стоимости бизнеса
Коэффициент рентабельности	$P_{\text{гб}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{СР}} \times 100\%$	$P_{\text{гб}}$ – рентабельность гостиничного бизнеса; ЧП – чистая прибыль гостиничного предприятия; СР – совокупные расходы на ведение хозяйственно-экономической деятельности гостиничного предприятия Сравнительная динамика (анализ результатов)
Коэффициент прироста положительного финансового потока	$EVA = \frac{\Phi\Pi_{i+1} - \Phi\Pi_i}{\text{СР}}$	EVA – коэффициент прироста положительного финансового потока; $\Phi\Pi_{i+1}$ – величина положительного финансового потока в период времени $i+1$; $\Phi\Pi_i$ – величина положительного финансового потока в период времени i ; СР – совокупные расходы на ведение хозяйственно-экономической деятельности гостиничного предприятия
Коэффициент окупаемости инноваций	$K_{\text{ои}} = \frac{\Phi\Pi_{i+1} - \Phi\Pi_i}{\text{ИР}}$	$K_{\text{ои}}$ – коэффициент окупаемости инноваций; $\Phi\Pi_{i+1}$ – величина положительного финансового потока в период времени $i+1$; $\Phi\Pi_i$ – величина положительного финансового потока в период времени i ;

Коэффициенты	Выражение	Значение
		ИР – общий объем расходов на разработку и внедрение инновационных технологий и сервисов в деятельность гостиничного предприятия

Источник: составлено автором на основе источников [35, 46, 100 и др.].

Таблица Б.9 – Расчет показателя коэффициента опережения/отставания

Коэффициенты	Выражение	Значение
Коэффициент опережения/отставания	$K_{\text{оп/от}} = \frac{I_{\text{ир}}}{I_{\text{RevPAR}}}$	$K_{\text{оп/от}}$ – коэффициент опережения/отставания интенсивности инновационной деятельности; $I_{\text{ир}}$ – индекс инновационных расходов, который представляет собой отношение сумма инновационных расходов в текущем периоде к прошлому периоду; I_{RevPAR} – индекс доходности деятельности предприятий гостиничной индустрии, который представляет собой отношение показателя эффективности RevPAR текущего периода к аналогичному показателю прошлого периода

Источник: составлено автором на основе источника [85].

Приложение В
(обязательное)

Основные показатели функционирования гостиничного бизнеса
Российской Федерации

Таблица В.1 – Основные показатели функционирования гостиничного бизнеса
Российской Федерации [149]

Показатель	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год	Темп прироста, базисный, %
Число гостиниц и аналогичных средств размещения, штук	9316	9869	10714	13957	15368	18753	21302	21312	20410	119,09
Темп прироста, цепной, %	–	5,94	8,56	30,27	10,11	22,03	13,59	0,05	–4,23	–
Объем номерного фонда, тыс. штук	301	319	372	433	482	508	585	593	583	93,69
Темп прироста, цепной, %	–	5,98	16,61	16,40	11,32	5,39	15,16	1,37	–1,69	–
Число мест в гостиницах и аналогичных средствах размещения, тыс. штук	618	676	815	923	1046	1137	1299	1348	1362	120,39
Темп прироста, цепной, %	–	9,39	20,56	13,25	13,33	8,70	14,25	3,77	1,04	–
Количество ночевок, тыс. штук.	73492	76880	84119	100156	115175	135905	151564	157153	121971	65,97
Темп прироста, цепной, %	–	4,61	9,42	19,06	15,00	18,00	11,52	3,69	–22,39	–
Численность размещенных лиц, тыс. человек	30235	31733	33160	36817	42981	48412	57243	61059	38310	26,71
Темп прироста, цепной, %	–	4,95	4,50	11,03	16,74	12,64	18,24	6,67	–37,26	–

Источник: составлено автором на основе источника [73].

Приложение Г
(обязательное)

**PEST-анализ уровня инновационной активности гостиничных предприятий
города Москвы**

Таблица Г.1 – PEST-анализ уровня инновационной активности гостиничных предприятий города Москвы

Наименование фактора	Влияние фактора (от 1 до 3). Возможность (+), угроза (-)	Вероятность наступления фактора (от 0 до 1)	Удельный вес фактора (от 0 до 1)	Интегра- льная оценка фактора
Политические				-0,294
Стимулирование национальной инновационной инфраструктуры	+2	0,7	0,05	0,070
Государственная поддержка гостиничной индустрии	+1	0,8	0,07	0,056
Пролонгация ковидных ограничений	-3	0,9	0,15	-0,405
Ухудшение инвестиционного климата из-за политической обстановки	-1	0,5	0,03	-0,015
Экономические				0,084
Повышение конкурентоспособности гостиничного предприятия	+3	0,8	0,07	0,168
Рост стоимости технологических разработок	-2	0,7	0,04	-0,056
Восстановление туристического потока и деловой активности в постпандемийный период	+2	0,5	0,08	0,080
Снижение коммерческой эффективности гостиничного бизнеса	-2	0,9	0,06	-0,108
Социально-культурные				0,276
Рост общего уровня спроса на инновации в обществе	+1	0,6	0,01	0,006
Усиление роли инноваций в гостиничном сервисном обслуживании	+2	0,9	0,1	0,18
Повышение инновационной составляющей в репутационной политике гостиниц	+2	0,7	0,05	0,07
Расширение инновационных компетенций сотрудников гостиниц	+1	0,5	0,04	0,02

Наименование фактора	Влияние фактора (от 1 до 3). Возможность (+), угроза (-)	Вероятность наступления фактора (от 0 до 1)	Удельный вес фактора (от 0 до 1)	Интегра- льная оценка фактора
Технологические				0,408
Цифровая трансформация деловой среды и коммуникаций	+3	0,8	0,09	0,216
Развитие смежных отраслей	+2	0,7	0,07	0,098
Масштабирование инновационных технологий	+2	0,7	0,05	0,07
Развитие инновационного потенциала гостиничной индустрии	+1	0,6	0,04	0,024
Итого				0,474

Источник: составлено автором.

Приложение Д
(обязательное)

**Основные международные меры поддержки инновационного развития
гостиничных предприятий**

Таблица Д.1 – Основные международные меры поддержки инновационного развития гостиничных предприятий

Вид поддержки	Специфика поддержки
Государственная	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Совершенствование инновационной инфраструктуры, <input type="checkbox"/> Предоставление инвестиций (прямые невозвратные под строительство объектов гостиничного бизнеса), <input type="checkbox"/> Банковская поддержка (отсрочка по кредитам и обязательным платежам), <input type="checkbox"/> Бесплатная консультационная и информационная поддержка (поиск оптимального участка для застройки), <input type="checkbox"/> Предоставление налоговых льгот, <input type="checkbox"/> Разработка и реализация федеральных целевых программ, <input type="checkbox"/> Предоставление субсидий (капитальный ремонт объекта)
Отраслевая	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Гибкое ценообразование, <input type="checkbox"/> Бренд-маркетинг, <input type="checkbox"/> Оптимизация ресурсов предприятия и автоматизация процессов их управления

Источник: составлено автором.

Приложение Е
(обязательное)

**Субъективный состав бизнес-процесса управления инновационным
развитием гостиничного предприятия в рамках реализации процессного
подхода**

Таблица Е.1 – Субъективный состав бизнес-процесса управления инновационным развитием гостиничного предприятия в рамках реализации процессного подхода

Субъективный состав менеджмента	Основные процессы управления инновационным развитием гостиничного предприятия					
	Формирование мотивации к инновационному развитию	Рост восприимчивости к инновациям	Выявление инновационных запросов посетителей	Бенчмаркинг инновационных процессов	Внедрение инновационных продуктов и сервисов	Оценка эффективности инновационного развития
Директор/менеджер по инновациям	О/И	О	О	О	И/О	И
Финансовый директор	К	К	К	И	И	О
Руководитель отдела кадров	И	О			И	
Менеджмент службы приема и размещения	У	У	И		И	
Менеджмент отдела продаж	У	У	И		И	
Другой персонал	У	У	У			
Примечания О – отвечает за результат процесса, И – исполняет процесс, У – участник процесса, К – контролирует процесс						

Источник: составлено автором.

Приложение Ж
(обязательное)

**Основные направления поддержки гостиничных предприятий
на региональном уровне в условиях пандемии**

Таблица Ж.1 – Основные направления поддержки гостиничные предприятия на региональном уровне в условиях пандемии

Регион	Направление поддержки
Город Москва	Предоставление субсидий собственникам гостиниц для компенсации величины налога на имущество и земельного налога. Для владельцев гостиниц, арендующих помещения, предоставлялись субсидии для компенсации арендной платы
Республика Башкортостан	Снижение ставок налога на имущества для гостиниц, а также уменьшение ставок при аренде государственного и муниципального имущества
Республика Бурятия	Выделение субсидий на компенсацию части затрат по арендной плате и обучению сотрудников
Республика Кабардино-Балкария	Введение налоговых каникул на период 2020 года в части региональных и местных налогов для гостиничные предприятия
Калининградская область	Предоставление каникул при уплате «тела» кредита. Отсрочки при уплате налоговых платежей. Выделение региональных грантов для развития и восстановления гостиничных предприятий
Республика Карелия	Предоставление льготных кредитов отельерам. Выделение субсидий для расширения гостиничной инфраструктуры
Нижегородская область	Предоставление кредитов по ставке от 1 % до 3 % при условии сохранения и увеличения численности сотрудников гостиничных предприятий. Предоставление отсрочки при уплате коммунальных платежей
Приморский край	Снижение ставок по региональным налогам для гостиничных предприятий. Полное освобождение от налога на имущества гостиничных предприятий, которые сохранили докризисную численность персонала, а также выручка которых по сравнению с 2019 годом упала не более 70 %
Тюменская область	Предоставление субсидий при уплате арендных платежей, а также выделение без залоговых и без процентных микрозаймов для гостиничных предприятий на пополнение оборотных средств
Ростовская область	Снижение ставок по региональным и местным налогам. Выделение субсидий для компенсации расходов по аренде

Источник: составлено автором.

Приложение И
(справочное)

Прирост номерного фонда гостиничных предприятий
г. Москвы в 2017–2020 гг.

Таблица И.1 – Прирост номерного фонда гостиничных предприятий г. Москвы в 2017–2020 гг.

Наименование	Категория	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
1. Hyatt Regency Moscow (Петровский парк)	UU	298	–	–	
2. Radisson Blu (Олимпийский отель)	UU	–	379	–	
3. Pentahotel	U	–	228	–	
4. Azimut Moscow (Смоленская)	М	474	–	–	
5. Hilton Garden Inn (Красносельская))	М	292	–	–	
6. Holiday Inn (Павелецкая)	Е	243	–	–	
7. Holiday Inn (Ховрино)	Е		171	–	
8. Ibis Budget (Октябрьское поле)	Е	114	–	–	
9. Ibis (Октябрьское поле)	Е	240	–	–	
10. Holiday Inn Express (Бауманская)	В	–	–	128	
11. Movenpick (Таганская)					154
Итого 10 отелей различных категорий		1 661	778	128	

Источник: составлено автором на основе источников [157, 162].

Приложение К
(справочное)

Прирост номерного фонда гостиничных предприятий Москвы
в 2020–2022 гг. (единиц номеров)

Таблица К.1 – Прирост номерного фонда гостиничных предприятий Москвы в 2020–2022 гг. (единиц номеров)

Категория	Названия	2020 год	2021 год	2022 год	Итого по категориям
Luxury (L)	Fairmont Moscow, Mandarin Oriental, Bvlgari Hotel		142	130	272
Upper-Upscale (UU)	Marriott Imperial Plaza, Roza Rossa, Radisson Blu Leninsky Prospect, M Gallery Zubovsky boulevard, Hilton Moscow Poclonnaya	268		523	791
Upscale (U)	Movenpick, Crowne Plaza Park Huaming, Double Tree by Hilton Moscow, Indigo, AC Hotel by Marriott	156	779		935
Midscale (M)	Nova Hotel, Wyndham Garden Moscow, Hilton Garden Inn Moscow Paveletsky, Holiday Inn (Streshnevo), Toyoko Inn, Novotel Comcity	261		937	1198
Economy (E)	Hampton by Hilton Rogozhskiy val 12, Ibis Moscow Semenovskiy	147		120	267
	Итого	832	921	1710	3463

Источник: составлено автором на основе источников [157, 162].

Приложение Л
(справочное)

**Влияние инвестиционной привлекательности гостиничного бизнеса
города Москва на его инновационное развитие**

Таблица Л.1 – Основные группы инвесторов гостиничного рынка Москвы и их характеристика

Наименование группы инвесторов	Характеристика
Профильные инвесторы	Крупные профильные компании России с управлением за собственным брендом или привлеченным оператором (Gleden Invest (Azimut Hotels), Группа «Сафмар», «Киевская площадь» и др.). Доля данной группы инвесторов превалирует над другими
Инвесторы дальнего (ближнего) зарубежья	Инвестиционные компании стран Юго-Восточной Азии и Ближнего Востока. Доля данной группы инвесторов незначительна. Предпочитают выбор объектов в основном в Москве и реже в Санкт-Петербурге по причине доходности гостиничных активов, срока окупаемости вложений, а также уровня ликвидности
Владельцы гостиничных брендов	Инвесторы, вкладывающие средства в собственные объекты (как правило, в виде девелоперского проекта). Например, компания Lotte Group (Lotte Hotels & Resorts), International Hotel Investment Plc (Corinthia Hotels). Доля данной группы инвесторов незначительна
Непрофильные инвесторы	Крупные непрофильные инвесторы рассматривают гостиничный рынок в качестве способа сохранения и возможного приумножения инвестиций). Доля данной группы инвесторов незначительна

Источник: составлено автором на основе источников [157, 162].