

**МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ  
ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТЬЮ ГОСТИНИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

**Бондаренко** аспирант, Сочинский государственный университет  
**Георгий** (354055, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская, 94).  
**Русланович** E-mail: Hookahboss13@yandex.ru

**Аннотация**

*В статье рассмотрен алгоритм оценки эффективности управления инновационной активностью гостиничных организаций, основанный на индикативном подходе, который позволяет дать наиболее полную оценку фактического уровня инновационной активности. Определены основные группы индикаторов, иллюстрирующих характеристики осуществляемых инновационных процессов, к которым отнесены инновационный потенциал, инновационная устойчивость и интенсивность инновационной деятельности. На основе выбранных индикаторов сформирована система показателей инновационной активности организаций гостиничного бизнеса и разработан алгоритм проведения оценки. Особое место уделено оценке результирующего эффекта, рассчитанного с позиций производственно-технологического и социально-ориентированного процессов исследования инновационной активности организаций гостиничного бизнеса.*

**Ключевые слова:** инновационная активность, гостиничные организации, индикаторы, показатели, оценка, инновационный потенциал, инновационная устойчивость, инновационная интенсивность, алгоритм оценки, результирующий эффект.

Инновационная активность подразумевает ресурсные возможности гостиничных организаций, связанные с разработкой и реализацией инновационных технологий и услуг, а также организационно-управленческие способности, направленные на развитие и финансовую готовность к внедрению инновационных процессов в целях их устойчивого развития. Поскольку только инновационная активность является главной предпосылкой интенсивного развития, то оценка эффективности управления инновационной активностью по определенной системе, включающей как показатели, так и критерии оценки, приобретает к настоящему времени первостепенную значимость. Практические проблемы макроэкономического уровня зачастую тормозят инновационную активность предприятий туристско-рекреационной сферы, включая и гостиничные [1, с. 231]. Применение методического подхода обусловлено использованием конкретных и практически применимых индикаторов и показателей, дающих наиболее полную оценку фактического уровня инновационной активности гостиничных организаций.

При этом, исходя из обоснованной оценки эффективности управления на основе индикативного подхода, становится возможным преодолеть некоторые проблемы в реализации инновационной активности.

В существующем многообразии методов оценки инновационной активностью наиболее часто используются оценочные, статистические и аналитические. Данные методы концентрируются исключительно на результатах количественной либо качественной оценки при принятии управленческих решений, что в свою очередь не отражает комплексность и системность исследуемого понятия, а также не всегда дает возможность отследить его в динамике. Натуральные, стоимостные и другие показатели могут быть неравнозначны, несоизмеримы или разнонаправлены, связь между ними зачастую носит вероятностный (стохастический) характер. Сложность структуры инновационной активности актуализирует, на наш взгляд, необходимость использования инструментов индикативного управления, заключающегося в возможности соизмерения разнородных параметров, характеризующих инновационную активность.

Индикативный подход к управлению инновационной активностью обладает рядом преимуществ [2, с. 31]:

- возможность качественно-количественной оценки инновационной активности;
- группировка инновационной активности по направлениям взаимодействия индикаторов;
- совместимость и стратегическая взаимодополняемость индикаторов и показателей;
- синхронизация результатов управленческих решений с вариативными наборами индикаторов и показателей инновационной активности.

С целью проведения процедуры оценки инновационной активности гостиничных организаций автором были выделены и использованы основные группы индикаторов, иллюстрирующих характеристики осуществляемых инновационных процессов. К таким элементам, по мнению автора, можно отнести инновационный потенциал, инновационную устойчивость и интенсивность инновационной деятельности, что в наибольшей степени качественно отражает особенности инновационной активности гостиничных организаций [3, с. 115]. Основные индикаторы элементов инновационной активности гостиничных организаций, и формулы их расчета представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Система индикаторов и показателей инновационной активности организаций гостиничного бизнеса**

Индикаторы	Показатели	Характеристика
<i>Инновационный потенциал (ИП)</i>		
Коэффициент инновационной активности персонала ИАп	$ИАп = \frac{ЧПи}{ЧПо}$	ЧПи – численность персонала, занятого в инновационных процессах, чел. ЧПо – общая численность сотрудников организации гостиничного бизнеса, чел.
Удельный вес персонала с ученой степенью, в общей численности сотрудников гостиничной организации	$Дус = \frac{Кус}{ЧПо}$	Кус – количество сотрудников с ученой степенью, чел. ЧПо – общая численность сотрудников организации гостиничного бизнеса, чел.
Коэффициент аккумуляции собственного капитала ККск	$ККск = \frac{СК}{ИС}$	СК – собственный капитал гостиничной организации, руб. ИС – источники собственных средств гостиничной организации, руб.
Коэффициент оборачиваемости активов гостиницы КОа	$КОа = \frac{Выр}{А}$	Выр – выручка от реализации услуг гостиничной организации, руб.; А – средняя стоимость активов, руб.
<i>Инновационная устойчивость (ИУ)</i>		
Коэффициент автономии АUR	$AUR = \frac{ЕС}{ТВ}$	ЕС – собственный капитал, обеспечивающий инновационную деятельность, руб.; ТВ – валюта баланса, руб.
Коэффициент маневренности инновационной деятельности MANR	$MANR = \frac{ОСА}{ЕС}$	ОСА – собственные оборотные средства, обеспечивающие инновационную деятельность компании; ЕС – собственный капитал, руб.;
Рентабельность гостиничных услуг HSP	$HSP = \frac{Res}{HSTC}$	Res – прибыль (убыток) от реализации гостиничных услуг, руб.; HSTC – полная себестоимость гостиничных услуг, руб.
Коэффициент стабильности кадров PSR	$PSR = \frac{DP}{APQ}$	DP – численность работающих со стажем работы на предприятии 5 и более лет, чел.; APQ – среднесписочная численность персонала предприятия, чел.
Коэффициент инновационного роста IGR	$IGR = \frac{CIPr}{OEC}$	CIPr – стоимость инновационных процессов, руб.; OEC – общая стоимость прочих инвестиционных расходов, руб.
<i>Инновационная интенсивность (ИИ)</i>		
Доля финансирования инновационной деятельности по выручке IFS	$IFS = \frac{IFV}{HIS}$	IFV – объем финансовых ресурсов, предназначенных для финансирования инноваций, руб.; HIS – выручка от реализации гостиничных, руб.
Коэффициент изменения выручки от реализации гостиничных услуг в результате расходов на инновации CHSS	$CHSS = \frac{SVe}{SVs}$	SVe – выручка от реализации на конец года, руб. SVs – выручка от реализации на начало года, руб.

Таким образом, индикативный подход к оценке инновационной активности гостиничных организаций базируется на выявлении ключевых и значимых показателей, а также анализ их взаимосвязей. Характер взаимосвязей может быть неполным и вероятностным, а для ряда показателей присуще отсутствие полного объема количественной информации. Данные факторы обуславливают необходимость использования качественного анализа путем установления стохастических связей.

Выбор показателей инновационной активности с точки зрения их ценности и значимости (в том или ином сочетании) не может устанавливаться априори, без достаточно объективного анализа по ряду критериев, наиболее важных для достижения поставленных целей. В связи с этим целесообразно провести анализ взаимосвязей показателей инновационной активности. Наиболее приемлемым методом, с нашей точки зрения, является технология стохастического факторного анализа. В основу построения данной карты может быть заложен расчет вероятностей взаимовлияния показателей инновационного потенциала, инновационной устойчивости, интенсивности инновационной деятельности и результирующих эффектов.

Реализация предлагаемого алгоритма оценки эффективности системы управления является важной составляющей управления инновационной активностью.

Алгоритм проведения оценки эффективности системы управления предполагает расчет интегральных индикаторов [4, с. 6], которые можно определить путем определения корня из произведения соответствующих показателей по каждой из составляющих инновационной активности:

$$\Sigma(\text{ИП}) = \sqrt[4]{\text{ИАп} * \text{Дус} * \text{ККск} * \text{КОа}} \quad (1)$$

$$\Sigma(\text{ИУ}) = \sqrt[5]{\text{AUR} * \text{MANR} * \text{HSP} * \text{PSR} * \text{IGR}} \quad (2)$$

$$\Sigma(\text{ИИ}) = \sqrt[3]{\text{IFS} * \text{CHSS}} \quad (3)$$

Следующий этап алгоритма основан на формировании инструментария оценки уровня инновационной активности организации гостиничного бизнеса.

Результативность управления инновационной активностью гостиничных организаций, возможно, оценить на основе описанных ранее показателей экономической эффективности [5, с. 36].

В наиболее общем виде оценку эффективности системы управления инновационной активностью организаций гостиничного бизнеса по выбранным индикаторам и показателям возможно произвести по следующему алгоритму (рис. 1) [6, с. 102]:

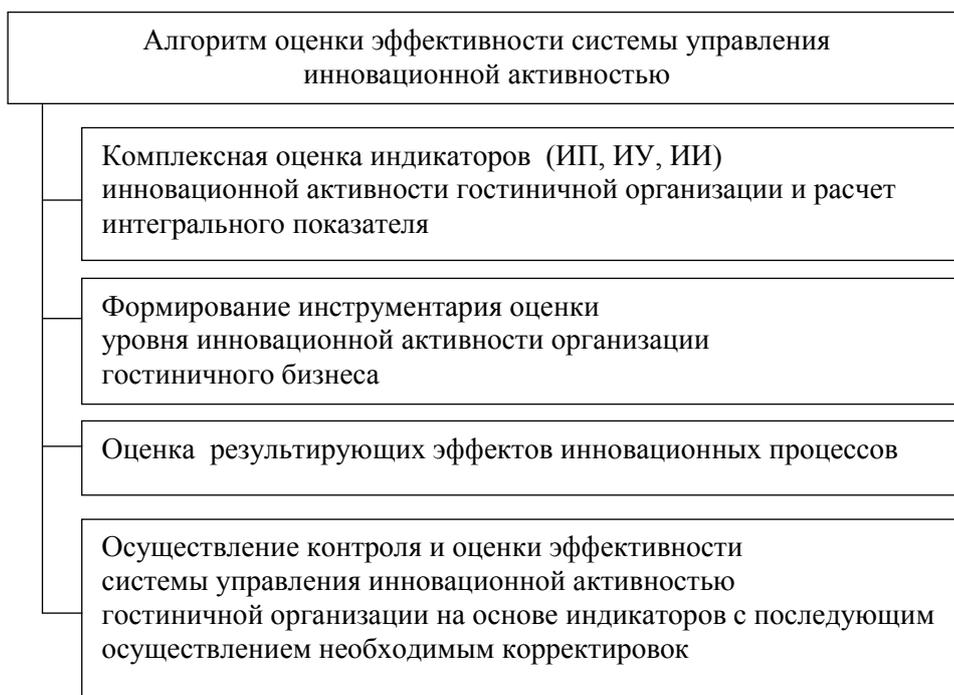


Рис. 1. Алгоритм проведения оценки эффективности системы управления инновационной активностью организаций гостиничного бизнеса

Одной из основных составляющих в представленном алгоритме является оценка результирующего эффекта. Величину данного эффекта, с нашей точки зрения, возможно интерпретировать ожидаемой эффективностью от производственно-технологического (увеличение объема продаж и повышения прибыльности процесса оказания гостиничных услуг, рост количества инновационно-технологических процессов), инновационно-экономического (стабилизация рыночного положения, обеспечение конкурентных преимуществ, укрепление делового имиджа гостиничной организации), социально-ориентированного (прирост доходов персонала, повышение экологической безопасности, оптимизация использования природных ресурсов) процессов исследования инновационной активности организаций гостиничного бизнеса.

Система показателей результирующего эффекта по каждому из направлений представлено в табл. 2.

Таблица 2

**Показатели, формирующие результирующий эффект**

<b>Показатели производственно-технологического результирующего эффекта реализации инновационных процессов (REPT)</b>
Удельный вес новых IT
Коэффициент автоматизации производства
Удельный вес инновационных технологических процессов
Поток туристов
Выручка в расчете на 1 номер-ночь
Среднегодовой коэффициент загрузки номерного фонда
Длительность пребывания на 1 номер
Прибыль в расчете на 1 номер
Рентабельность оказания гостиничных услуг
Доход на номер
Средний доход на гостя
<b>Показатели инновационно-экономического результирующего эффекта реализации инновационных процессов (REI)</b>
Капитальные вложения на реализацию инновационных процессов
Чистая текущая стоимость инновационных процессов
Окупаемость инновационных процессов
Индекса рентабельности инновационных процессов
<b>Показатели социально-ориентированного результирующего эффекта реализации инновационных процессов (RESH)</b>
Прирост доходов персонала организации
Прибыль на одного сотрудника
Рентабельность трудовых ресурсов
Экологическая безопасность и безопасность условий труда

Для исследования взаимовлияния элементов инновационной активности гостиничных организаций с результирующими эффектами от реализации инновационных процессов была выбрана технология стохастического факторного анализа [7, с. 63].

Использование факторного анализа, в частности, методов исследования размерности выбранных групп факторов и структуры матриц их ковариации и корреляции, позволяет:

- комплексно изучить и измерить, как величина результирующих показателей реализации инновационных процессов зависит от факторов воздействия;
- определить линейные статистические связи корреляции и выявить факторы, обуславливающие их наличие.

Выбор стохастического (корреляционного) факторного анализа, основанного на графическом и теоретико-множественном описании посредством структуризации факторов инновационной активности и показателей результирующего эффекта реализации инновационных процессов, в качестве методического подхода обусловлен многоаспектностью и изменчивостью данных факторов и показателей, а также их взаимосвязанностью и взаимозависимостью. Однако характер их связи является неполным и вероятностным, а для ряда показателей при этом отсутствует полный объем количественной информации, что делает необходимым использование качественного анализа в целях установления качественных (причинно-след-

ственных) связей между ними [8, с. 101]. Процесс структуризации завершается построением стохастической факторной модели.

Процедура анализа подразумевает объединение наиболее коррелирующих между собой факторов инновационной активности с показателями результирующих эффектов. При этом уровень корреляции одного фактора с разными показателями результирующего эффекта может значительно варьироваться. В результате этой процедуры определяются латентные переменные.

Результаты исследования показали, что среди элементов инновационной активности наибольшим удельным весом корреляционных связей обладают индикаторы интенсивности инновационной деятельности. Наименьший уровень корреляции демонстрируют показатели, отражающие качественный состав персонала организации, используя при этом формулы 1, 2, 3.

На завершающем этапе проводится количественная оценка инновационной активности гостиничных организаций [9, с. 116].

Использование представленного подхода позволяет определить текущую эффективность реализуемых инновационных процессов, перспективность их дальнейшей разработки и осуществления, детерминировать факторы позитивного и негативного воздействия на инновационную деятельность организации, а также провести диагностику слабых мест существующих элементов инновационной активности с целью оптимального управления ими.

Разработанный методический подход позволяет также всесторонне оценить уровень инновационной активности гостиничных организаций, провести сравнение с основными конкурентами [10, с. 38]. Полученные результаты формируют информационную базу для разработки тактических и стратегических мероприятий по достижению поставленных целей инновационного развития. Это имеет ключевое значение в рамках построения в дальнейшем модели эффективного механизма управления инновационной активностью гостиничных организаций.

#### Литература

1. Лапа Е.А., Дубровина Н.А. Анализ кластеризации и инновационной активности хозяйствующих субъектов туристско-рекреационной сферы // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». 2019. № 1. С. 226-229.
2. Устинова Л.Н., Устинов А.Э. К вопросу об индикативной оценке инновационного потенциала промышленного предприятия. // Экономика в промышленности. 2014. № 3. Июль – Сентябрь. С. 29-34.
3. Алетдинова А.А. Статистическое исследование инновационной деятельности организаций: монография. Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2011. 272 с.
4. Ключникова Е.В., Шитова Е.М. Методические подходы к расчету интегрального показателя, методы ранжирования // Электронный научно-практический журнал «ИнноЦентр». 2016. № 1 (10). С. 4-18.
5. Кондрашова Н.В., Ендовицкая Е.В. Научные основы построения системы аналитических показателей // Социально-экономические явления и процессы. 2016. № 9. Т. 11. С. 34-39.
6. Левченко Т.П., Вареников В.А. Управление инновационной активностью организаций туристско-рекреационной сферы. Монография. Казань: Изд-во «Бук», 2018. 160 с.
7. Морозова Л.Э., Бортник О.А., Кравчук И.С. Экспертные методы и технологии комплексной оценки экономического и инновационного потенциала предприятий. Учебное пособие. М.: МГУПС, 2017. 81 с.
8. Расторгуев Г.А. Факторное экономико-статистическое моделирование // Вестник Российской экономической академии имени Г.В. Плеханова. 2008. № 1 (19). С. 98-103.
9. Ильясова М.К., Ибраимова С.И. Проблемы оценки эффективности деятельности предприятий гостиничного бизнеса // Инновационная наука. 2015. Т. 1. № 5(5). С. 115-118.
10. Левченко Т.П. Трансформационная модель инновационного процесса гостиничных организаций // Профессорский журнал. Серия: рекреация и туризм. 2019. № 1 (1). С. 30-41.

**Bondarenko Georgy Ruslanovich**, Graduate Student, Sochi State University (94, Plastunskaya St., Sochi, 354055, Russian Federation). E-mail: Hookahboss13@yandex.ru

#### METHODOLOGICAL APPROACH TO EVALUATION OF EFFICIENCY OF MANAGEMENT OF INNOVATIVE ACTIVITY OF HOTEL ORGANIZATIONS

##### Abstract

The article considers the algorithm for assessing the effectiveness of management of innovative activity of hotel organizations, based on an indicative approach, which allows you to give the most complete assessment of the actual level of innovative activity. The main groups of indicators are identified, illustrating the characteristics

of the ongoing innovative processes, which include innovative potential, innovative sustainability and intensity of innovation activity. Based on the selected indicators, a system of indicators of innovative activity of hotel business organizations was formed and an evaluation algorithm was developed. A special place is devoted to the evaluation of the resulting effect, calculated from the points of view of production, technological and socio-oriented processes of research into the innovative activity of hotel business organizations.

**Keywords:** innovative activity, the hotel organizations, indicators, indicators, assessment, innovative potential, innovative stability, innovative intensity, assessment algorithm, resulting effect.

#### References

1. Lapa E.A., Dubrovina N.A. Analiz klasterizacii i innovacionnoj aktivnosti hozyajstvuyushchih sub"ektov turistsko-rekreacionnoj sfery // Mezhdunarodnyj zhurnal prikladnyh nauk i tekhnologij «Integral». 2019. № 1. P. 226-229.
2. Ustinova L.N., Ustinov A.E. K voprosu ob indikativnoj ocenke innovacionnogo potentsiala promyshlennogo predpriyatiya. // Ekonomika v promyshlennosti. 2014. № 3. Iyul' – Sentyabr'. P. 29-34.
3. Aletdinova A.A. Statisticheskoe issledovanie innovacionnoj deyatel'nosti organizacij: monografiya. Novosibirsk: Izd-vo NGTU, 2011. 272 p.
4. Klyushnikova E.V., SHitova E.M. Metodicheskie podhody k raschetu integral'nogo pokazatelya, metody ranzhirovaniya // Elektronnyj nauchno-prakticheskij zhurnal «InnoCentr». 2016. № 1(10). P. 4-18.
5. Kondrashova N.V., Endovickaya E.V. Nauchnye osnovy postroeniya sistemy analiticheskikh pokazatelej // Social'no-ekonomicheskie yavleniya i processy. 2016. № 9. T. 11. P. 34-39.
6. Levchenko T.P., Varenikov V.A. Upravlenie innovacionnoj aktivnost'yu organizacij turistsko-rekreacionnoj sfery. Monografiya. Kazan': Izd-vo «Buk», 2018. 160 p.
7. Morozova L.E., Bortnik O.A., Kravchuk I.S. Ekspertnye metody i tekhnologii kompleksnoj ocenki ekonomicheskogo i innovacionnogo potentsiala predpriyatij. Uchebnoe posobie. M.: MGUPS, 2017. 81 p.
8. Rastorguev G.A. Faktornoe ekonomiko-statisticheskoe modelirovanie // Vestnik Rossijskoj ekonomicheskoy akademii imeni G.V. Plekhanova. 2008. № 1 (19). P. 98-103.
9. Il'yasova M.K., Ibraimova S.I. Problemy ocenki effektivnosti deyatel'nosti predpriyatij gostinichnogo biznesa // Innovacionnaya nauka. 2015. T. 1. № 5(5). P. 115-118.
10. Levchenko T.P. Transformacionnaya model' innovacionnogo processa gostinichnyh organizacij // Professorskiy zhurnal. Seriya: rekreaciya i turizm. 2019. № 1 (1). P. 30-41.

УДК 338.487

DOI: 10.22394/2079-1690-2021-1-2-157-161

### ОСОБЕННОСТИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

**Будаев Павел Евгеньевич** кандидат социологических наук, доцент Высшей школы бизнеса, Южный федеральный университет (344006, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 105/42). E-mail: pavelbudaev@list.ru

#### Аннотация

В статье рассматриваются основные характеристики туристского продукта, оказывающие влияние на процедуру его позиционирования. Автор отмечает, что научные работы по теме исследования разделены на узкоспециализированные направления и опираются на данные конкретных регионов, в то время как специфика туристского продукта, определяющая эффективные стратегии позиционирования туристских продуктов и дестинаций недостаточно исследована. Сформулированы специфические особенности туристского продукта и определены рекомендуемые векторы работы регионального брендинга. Сделан вывод о том, что наибольшим приоритетом обладает продвижение туристских дестинаций, а не конкретных аттракторов. Разработаны рекомендации по оптимизации процесса разработки позиции того или иного региона. Отмечается, что специалисты по маркетинговому продвижению часто допускают ошибки, связанные с попытками создать позицию, выгодную по всем направлениям, что приводит к размытию позиции и снижению её четкости в глазах потребителя.

**Ключевые слова:** туристские дестинации, региональный брендинг, позиционирование, туристский продукт, продвижение, внутренний туризм, маркетинг туризма, социально-экономическое развитие, туристический потенциал.

Сфера туризма и рекреации обладает важным социально-экономическим значением глобального масштаба, оказывающим позитивное влияние на экономическое и социальное благосостояние региона. Она занимает одну из лидирующих позиций в мировом хозяйстве, а ее развитие и динамика определяют социально-экономическое развитие множества стран. Развитие