

На правах рукописи

**Похомчикова
Елена Олеговна**

ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: ЭВОЛЮЦИОННЫЙ ПОДХОД

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление предприятиями, отраслями и
комплексами: сфера услуг)

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Иркутск – 2015

Работа выполнена на кафедре менеджмента, маркетинга и сервиса Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Байкальский государственный университет экономики и права»

Научный руководитель: **Бурменко Татьяна Дмитриевна**,
доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры менеджмента, маркетинга и сервиса ФГБОУ ВПО «Байкальский государственный университет экономики и права», г. Иркутск

Официальные оппоненты: **Нюренбергер Лариса Борисовна**,
доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой сервиса и организации коммерческой деятельности ФГБОУ ВПО «Новосибирский государственный университет экономики и управления», г. Новосибирск

Ковынева Лариса Валерьевна,
кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры международного бизнеса, сервиса и туризма ФГБОУ ВПО «Дальневосточный государственный университет путей сообщения», г. Хабаровск

Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса», г. Москва

Защита состоится 20 мая 2015 г. в 10.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.070.03 при ФГБОУ ВПО «Байкальский государственный университет экономики и права» по адресу: 664003, г. Иркутск, ул. Карла Маркса, 24, корпус 9, зал заседаний ученого совета.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВПО «Байкальский государственный университет экономики и права» по адресу: 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, корпус 2, ауд. 101 и на сайте: <http://www.isea.ru>.

Объявление о защите и автореферат диссертации размещены 19 марта 2015 г. на сайте ВАК Минобрнауки РФ (<http://vak.ed.gov.ru>) и на официальном сайте ФГБОУ ВПО «Байкальский государственный университет экономики и права» (<http://www.isea.ru>).

Отзывы на автореферат направлять по адресу: 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, БГУЭП, ученому секретарю диссертационного совета Д 212.070.03.

Автореферат разослан 15 апреля 2015 г.

Ученый секретарь диссертационного совета
доктор экономических наук, профессор

Н.Г. Новикова

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Индустрия гостеприимства считается одной из крупнейших и быстро развивающихся отраслей современной экономики. Согласно данным Всемирной Туристской Организации, на долю индустрии гостеприимства приходится 10 % от мирового производственно-сервисного рынка, 5 % всех налогов, 7 % мировых инвестиций. Каждый 12-й работник в мире занят в индустрии гостеприимства (без учета косвенного влияния на создание рабочих мест). Из года в год возрастает количество международных туристских прибытий: в 2012 г. оно превзошло миллиардный рубеж, в 2013 г. возросло еще на 5 %, к 2020 г. ожидается рост до 1,6 млрд. чел.¹ Несмотря на столь значительный вклад индустрии гостеприимства, ее исследование началось относительно недавно – со второй половины XX столетия, хотя отдельные составляющие индустрии гостеприимства (туризм, гостиничный и ресторанный бизнес) достаточно изучены. Вместе с тем следует констатировать наличие целого ряда малоисследованных и дискуссионных аспектов. Так, нередко некоторые ученые отождествляют понятия «индустрия туризма», «гостиничная индустрия», «индустрия общественного питания» с понятием «индустрия гостеприимства» (например, Е.Б. Доброжанская, С.В. Кощев, О.В. Лесникова, Е.В. Лунева, О.Ю. Нощенко, Н.А. Панфенов). Не проводится с достаточной глубиной изучение эволюции индустрии гостеприимства. В частности, открытым остается вопрос выявления периода преобразования сферы гостеприимства в индустрию, а также определения ключевых факторов, способствующих этой трансформации. Исследование указанных и других проблем является особенно актуальным для России: по многим показателям отечественная сфера гостеприимства, к сожалению, уступает зарубежным. Например, по обеспеченности населения номерным фондом РФ в целом почти в пять раз отстает от развитых стран (4,5 единиц на 1 тыс. жителей против 13-35)². Столь неблагоприятное положение дел явно не соответствует потенциалу развития российской сферы гостеприимства: по количеству природных, а также культурных объектов мирового значения, в 2013 г. Россия занимала 4-ю и 16-ю позицию соответственно среди 140-а представленных стран³.

Для выявления сущности и перспектив развития индустрии гостеприимства целесообразно использовать эволюционный подход, позволяющий выявить генезис данного феномена.

Большинство исследователей сходятся во мнении, что в современных условиях основным источником развития как экономики в целом, так и отдельных компаний, в частности, являются инновации. Несмотря на признаваемую важность инноваций, проблема осуществления инновационной деятельности в индустрии гостеприимства до сих пор остается мало исследованной. Открытыми остаются вопросы определения специфики инноваций в индустрии госте-

¹ Всемирная туристская организация (UNWTO). - URL : <http://www2.unwto.org/>.

² Сто восемьдесят проектов строительства гостиничных объектов России в 2013-2016 гг. – URL: www.marketing.rbc.ru.

³ Рейтинг стран мира по уровню конкурентоспособности сектора путешествий и туризма 2013 года. – URL: <http://gtmarket.ru/news/2013/03/07/5520>.

приимства, составления их классификации, выявления способов осуществления инновационной деятельности, а также оценки и повышения интенсивности инновационной деятельности предприятий индустрии гостеприимства. В связи с этим исследование инновационных аспектов развития индустрии гостеприимства приобретает особое значение как для практического применения результатов и рекомендации диссертационной работы в практике ведения бизнеса, так и для дальнейшего изучения данных вопросов. Таким образом, тема настоящего исследования представляется актуальной и значимой.

Степень научной разработанности проблемы. Исследование индустрии гостеприимства в России, в отличие от зарубежных стран, началось значительно позже – в конце XX в. Среди зарубежных авторов необходимо отметить: Р. Браймера, Л. Вагена, Дж. Уокера; среди российских – А.Ю. Баранову, Д.И. Елканову, И.В. Зорина, В.А. Квартального, М.Ю. Лайко, Е.А. Луневу, Б.Л. Немковского, В.В. Романова, С.С. Скобкина, Е.В. Сорокину и др. Эволюция индустрии гостеприимства представлена в работах Дж. Уокера, Д.И. Елкановой, В.В. Романова.

Среди ученых, внесших определенный вклад в изучение инноваций, следует отметить: Й.А. Шумпетера, Л. Я. Аврашкова, Ф.Ф. Бездудного, А.И. Гаврилова, А.Г. Городного, П. Друкера, Д.И. Кокурина, А.С. Кулагина, В.Г. Медынского, Ю.П. Морозова, Б. Санто, А.В. Сурина, Р.А. Фатхутдинова, О. В. Чистякову. Принимая во внимание тот факт, что инновации в индустрии гостеприимства обладают сервисным характером, необходимо выделить ряд зарубежных исследователей, занимающихся изучением проблематики инноваций в сфере услуг, среди которых: Р. Баррас, Ф. Галлуж, О. Вейнштайн, Й. Майлс, М. Савона, К. Хипп, Дж. Хоувелс. В России теме сервисных инноваций посвящено значительно меньше публикаций, чем за рубежом. В частности, стоит отметить работы А.Н. Барыкина и Т.П. Солдатовой.

Отдельные аспекты осуществления инноваций в российских предприятиях гостеприимства отражены в работах А.Л. Лесник, О.В. Лесниковой, Г.А. Гомилевской, М.В. Кобяка, С.В. Кошечева, А.Д. Чудновского. В то же время следует констатировать имеющуюся нехватку публикаций, посвященных именно комплексному изучению инноваций в индустрии гостеприимства, выступающих важным фактором ее развития, что и предопределило необходимость проведения данного исследования.

Цели и задачи исследования. Целью исследования является развитие и обоснование теоретических и методических положений, раскрывающих феномен «индустрия гостеприимства» и роль инноваций в его развитии с позиций эволюционного подхода.

Для достижения данной цели требуется реализация следующих **задач**:

1) уточнить определение понятия «индустрия гостеприимства», а также структуру индустрии гостеприимства, ее особенности и взаимосвязь с туристской индустрией.

2) изучить и конкретизировать основные этапы эволюции индустрии гостеприимства, выявить основные тенденции и факторы развития индустрии гостеприимства, охарактеризовать состояние российской сферы гостеприимства;

3) определить специфический характер инноваций в индустрии гостеприимства, уточнить понятие «инновации в индустрии гостеприимства» и разработать способ их классификации;

4) раскрыть содержание инновационной деятельности в индустрии гостеприимства в части уточнения и интерпретации ее особенностей и способов осуществления;

5) разработать методические рекомендации по оценке интенсивности инновационной деятельности предприятий индустрии гостеприимства, осуществить их апробацию;

б) предложить методические рекомендации по повышению интенсивности инновационной деятельности предприятий индустрии гостеприимства.

Объектом исследования является индустрия гостеприимства и ее структурные составляющие.

Предметом исследования является эволюция индустрии гостеприимства и выявление специфики сервисных инноваций, выступающих важным фактором ее развития.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Работа выполнена в соответствии с Паспортом научных специальностей Высшей Аттестационной Комиссии при Министерстве образования и науки Российской Федерации, шифр 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями и комплексами: сфера услуг)»: п. 1.6.121. Организационно-экономические механизмы обеспечения инновационного развития отраслей сферы услуг.

Теоретическая и методологическая основа исследования. Теоретической и методологической базой исследования послужили труды и методические рекомендации российских и зарубежных ученых, посвященные изучению и исследованию индустрии гостеприимства с точки зрения подходов к ее пониманию, выделению структуры, выявлению взаимоотношений с туристской индустрией, выделению основных этапов развития, а также инновационных аспектов деятельности предприятий индустрии гостеприимства. В работе также были использованы данные исследований, изложенных в Стратегии инновационного развития РФ до 2020 года, Стратегии развития туризма в РФ на период до 2020 года, в сборнике аналитических материалов «Эксперт»- инновации, а также в национальном докладе «Инновационное развитие – основа модернизации экономики», составленном Государственным университетом Высшая школа экономики.

При решении поставленных автором задач применялись общенаучные методы познания: анализ, синтез, индукция, дедукция, аналогия, обобщение, абстрагирование, системный и исторические методы, формализация, описание, счет, сравнение. Для обработки данных использованы графический, статистический методы. В исследовании также применялись методы анкетирования и экспертных оценок.

Информационная и эмпирическая база исследования. Эмпирический материал сформирован по данным статистических материалов Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, Федерального

агентства по туризму, Национального исследовательского университета Высшая Школа Экономики, Всемирной Туристской Организации, а также исследований медиагруппы РосБизнесКонсалтинг и других консалтинговых компаний в области гостиничной недвижимости, официальных сайтов российских и зарубежных предприятий индустрии гостеприимства.

Научная новизна диссертационной работы заключается в расширении положений о развитии индустрии гостеприимства с позиций инноваций, а также в разработке методических рекомендаций по оценке и повышению интенсивности инновационной деятельности в индустрии гостеприимства. К числу **наиболее существенных результатов, обладающих научной новизной** и полученных лично автором, относятся следующие:

1. Исследованы и расширены теоретические положения о сущности индустрии гостеприимства, вносимые в разное время Р. Браймером, Л. Вагеном, Дж. Уокером; А.Ю. Барановой, Д.И. Елкановой, И.В. Зориным, В.А. Квартальновым, М.Ю. Лайко, Е.А. Луневой, Б.Л. Немковским, В.В. Романовым, С.С. Скобкиным, Е.В. Сорокиной, за счет конкретизации ее структуры, взаимосвязи с туристской индустрией и особенностей, уточнения понятия «индустрия гостеприимства». В результате изучения подходов к выявлению соотношения индустрии гостеприимства с туристской индустрией определено, что последняя входит в состав индустрии гостеприимства, однако рассматривать их нужно в тесной взаимосвязи по причине общности целей и задач. На основе анализа различных подходов к выделению структуры индустрии гостеприимства установлено, что индустрию гостеприимства можно рассматривать как межотраслевой комплекс, состоящий из основных предприятий, в качестве которых автор выделяет гостиничные, ресторанные, туристские и предприятия сферы развлечения, а также вспомогательных предприятий, обслуживающих основные. Уточнены особенности индустрии гостеприимства, главной из которых, является максимальная ориентированность на удовлетворение и предвосхищение запросов потребителей путем представления клиентоориентированного сервиса. Предложено определение понятия «индустрия гостеприимства» в узком и широком смыслах. Определение в узком смысле дает представление об основных видах деятельности, входящих в состав индустрии гостеприимства. В широком смысле – раскрывает сущность, а именно: специфику деятельности, наличие неразрывной связи с туристской индустрией, широкий и разнообразный структурный состав (глава 1, параграф 1.1, с. 14-30).

2. Уточнены и расширены этапы эволюции индустрии гостеприимства, представленные Д.И. Елкановой, Д. А. Осиповой, В. В. Романовым, Е. В. Сорокиной, Дж. Уокером и рядом других ученых, в части конкретизации периода «предыстория индустрии гостеприимства», состоящего в свою очередь из этапов «Древний мир», «Средневековье», «Новое время». Выделен дополнительный этап развития «период трансформации сферы гостеприимства в индустрию» (конец XIX – начало XX вв.). На основе проведенного анализа особенностей индустрии гостеприимства на разных периодах ее эволюции, выявлена роль инноваций в развитии. Охарактеризовано состояние российской сферы гостеприимства. Сделан вывод о том, что российская сфера гостеприимства, со-

гласно уточненным периодам развития индустрии гостеприимства, находится на этапе трансформации в индустрию. В целях преобразования отечественной сферы гостеприимства в индустрию предложен ее инновационный путь развития (глава 1, параграф 1.2, с. 30-44).

3. Расширены теоретические положения об инновациях в индустрии гостеприимства, выступающие важным фактором ее развития, в части уточнения их понятия, специфики, разработки способа их классификации. В результате изучения подходов к определению понятия «инновации» (представленных в разное время Й.А. Шумпетером, Л. Я. Аврашковым, Ф.Ф. Бездудным, А.И. Гавриловым, А.Г. Городновым, П. Друкером, Д.И. Кокуриным, А.С. Кулагиным, В.Г. Медынским, Ю.П. Морозовым, Б. Санто, А.В. Суриным, Р.А. Фатхутдиновым, О. В. Чистяковой), а также особенностей индустрии гостеприимства уточнено и развито понятие инноваций в индустрии гостеприимства. Выявлено, что их можно рассматривать как сервисные, отличающиеся от производственных, направленные на создание новых источников удовлетворения покупателей и неразрывно связанные с предоставлением клиентоориентированного сервиса. Предложено авторское определение понятия «инновации в индустрии гостеприимства». Для учета и систематизации сервисных инноваций в индустрии гостеприимства разработан способ их классификации по выделенным автором типам: «инновации в сервисном предложении», «концептуальные инновации», «техничко-технологические инновации», «инновации бизнес-процессов» и признакам «степень новизны для предприятия», «степень новизны для рынка», «характер удовлетворяемых потребностей», «степень материализации», «источник возникновения», «вид деятельности предприятия индустрии гостеприимства» (глава 1, параграф 1.3, с. 44-65).

4. Раскрыто содержание инновационной деятельности в индустрии гостеприимства в части уточнения ее понятия, особенностей и способов осуществления. Выделены факторы, оказывающие влияние на интенсивность инновационной деятельности в индустрии гостеприимства. Уточнены и расширены особенности инновационной деятельности в индустрии гостеприимства, а именно: ее сервисный характер, важная роль персонала в процессе осуществления инноваций, специфичность реализации НИОКР, вовлеченность потребителя в процесс инновационной деятельности, значимость материальной обстановки (дизайн, месторасположение заведения), ограниченная возможность защиты инноваций патентами, относительный характер новизны инноваций. На основе проведенного анализа инноваций в индустрии гостеприимства выявлено, что большинство из них являются заимствованными и адаптированными, в результате чего сделан вывод о том, что заимствование инноваций (имитацию инноваций) можно рассматривать как способ осуществления инновационной деятельности. Исследованы виды имитации инноваций, а именно: чистая имитация, суть которой состоит в полном заимствовании идей новатора, и творческая имитация (имовация=*имитация*+*инновация*), заключающаяся в частичном заимствовании инновационных идей и разработке на их основе собственных инноваций. Предложены способы осуществления имитации инноваций для предприятий индустрии гостеприимства, выявленные в ходе проведенного исследо-

вания практики имитационной деятельности девятнадцати российских предприятиях сферы услуг. По результатам исследования определено, что имитацию инноваций можно рассматривать в качестве инструмента развития бизнеса, определены способы наиболее успешного осуществления имитации инноваций российскими предприятиями сферы гостеприимства. В их числе: осуществление чистой имитации в случае, если предприятие является первым реципиентом на российском рынке и осуществление творческой имитации в условиях занятости рыночной ниши (глава 2, параграф 2.1-2.2, с. 67-100).

5. На основе изучения и анализа существующих подходов к оценке интенсивности инновационной деятельности организаций (ресурсный, затратный, статистический подходы) в аспекте их применимости в индустрии гостеприимства, а также учета выявленных и уточненных особенностей инновационной деятельности в индустрии гостеприимства разработаны методические рекомендации по оценке интенсивности инновационной деятельности предприятий индустрии гостеприимства по четырем представленным согласно логике системного анализа компонентам: «инновационная восприимчивость» («вход»), «обеспеченность ресурсами» («ресурсы»), «управление инновациями» («управление»), «результативность инновационной деятельности» («выход»). Предложены показатели для оценки каждого из компонентов. Представлена формула расчета интегрального показателя интенсивности инновационной деятельности, а также графический способ его интерпретации, согласно которому величины показателей интенсивности инновационной деятельности предприятия индустрии гостеприимства образуют вершины четырехугольника. По форме и площади треугольников, из которых состоит данный четырехугольник, можно судить о сбалансированности компонентов и их развитости, а также об уровне интенсивности инновационной деятельности предприятия индустрии гостеприимства. Осуществлена апробация предложенных методических рекомендаций в гостиничном и ресторанных предприятиях (глава 3, параграф 3.1, с. 113-137).

6. Предложены рекомендации по повышению интенсивности инновационной деятельности в части разработки модели инновационной деятельности на основе бенчмаркинга и создания центра бенчмаркинга. Принципы представленной модели основаны на положениях, выявленных в ходе проведенного анализа представленных в литературе моделей инновационной деятельности в аспекте их применимости в индустрии гостеприимства. Предложенная модель учитывает специфику предприятий индустрии гостеприимства и отображает возможные варианты осуществления инновационной деятельности (разработка инноваций, имитация инноваций), а также связи предприятия с внешней средой. Положения, изложенные в разделе о создании центра бенчмаркинга, представляют собой рекомендации по организации и проведению процесса бенчмаркинга на предприятиях индустрии гостеприимства (глава 2, параграф 2.3, с. 100-111, глава 3, параграф 3.2, с. 138-152).

Теоретическая и практическая значимость работы. Основные положения и выводы диссертационной работы развивают и дополняют теоретические исследования отечественных и зарубежных ученых, посвященные индустрии гостеприимства, а также инновационным аспектам ее развития. Теорети-

ческие и методические положения диссертации могут быть использованы в учебном процессе, а также послужить основой для дальнейшего исследования проблематики индустрии гостеприимства.

Практическая значимость работы заключается в разработанных методических рекомендациях по оценке и повышению интенсивности инновационной деятельности предприятий индустрии гостеприимства, реализация которых может способствовать развитию российской сферы гостеприимства. Разработанная классификация сервисных инноваций будет способствовать совершенствованию учета инноваций в индустрии гостеприимства. Предложенные способы осуществления инновационной деятельности предприятий индустрии гостеприимства, в частности, имитация инноваций позволит отечественным предприятиям приблизиться к уровню развития зарубежных.

Апробация и внедрение результатов исследования. Результаты диссертации обсуждались на 24-й ежегодной научной конференции аспирантов и их научных руководителей «От реформы высшей школы к модернизации социально-экономической системы России» (г. Иркутск, 2013 г.), заочной международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы современной экономики» (г. Иркутск, 2013 г.), второй Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Рекреационная география и инновации в туризме» (г. Иркутск, 2014 г.).

Результаты исследования нашли применение: а) в учебном процессе на кафедре туристского и гостиничного бизнеса Байкальского государственного университета экономики и права в рамках включения отдельных положений диссертации в дисциплины «Основы индустрии гостеприимства», «Инновации в индустрии туризма и гостеприимства»; на кафедре менеджмента, маркетинга и сервиса Байкальского государственного университета экономики и права в рамках включения отдельных положений диссертации в дисциплины «Экономика сферы услуг» б) в научной деятельности – при выполнении фундаментальной НИР ФБ-30 «Институциональные изменения в сфере социально значимых услуг и их влияние на устойчивое развитие Прибайкальского региона», выполняемую по государственному заданию Минобрнауки РФ (номер государственной регистрации в ЦИТиС 01201256018) в) в практической деятельности – гостиничном и ресторанных предприятиях - в части использования разработанных методических рекомендаций. Подтверждением являются соответствующие справки о внедрении.

Публикации. По теме диссертации опубликовано 8 научных статей, общим объемом 3,6 п.л. (авторские – 3,4 п.л.), в том числе 4 статьи, объемом 2,2 п.л. (авторские 2 п.л.), в рецензируемых научных журналах, определенных ВАК Министерства образования и науки РФ.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, трех приложений и библиографического списка, включающего 274 наименования. Объем работы – 192 страницы, она содержит 21 таблицу и 23 рисунка.

Во введении обоснована актуальность исследования; отражена степень изученности проблемы; сформулирована основная цель и ключевые задачи ис-

следования; определены предмет и объект исследования; обозначены шифр и пункт научной специальности, в соответствии с которыми была выполнена диссертационная работа; раскрыты наиболее существенные результаты, а также аспекты научной новизны исследования; указаны основные методы, применяемые при исследовании; описаны основные теоретические и эмпирические источники информации, используемые при написании диссертационной работы; показано значение полученных результатов для теории и практики; описаны отдельные аспекты апробации и внедрения результатов исследования; перечислены научные работы, подготовленные и опубликованные по результатам исследования.

В первой главе «Генезис индустрии гостеприимства» раскрыта сущность индустрии гостеприимства с точки зрения выделения подходов к ее пониманию, выявлению структуры, особенностей, взаимосвязи с туристской индустрией. Изучена и проанализирована эволюция индустрии гостеприимства, выделены основные тенденции и факторы ее развития, в числе которых - инновации. Выявлен сервисный характер инноваций в индустрии гостеприимства. При помощи синтеза ключевых характеристик инноваций и особенностей индустрии гостеприимства предложено авторское определение понятию инноваций в индустрии гостеприимства. Предложена классификация сервисных инноваций в индустрии гостеприимства.

Во второй главе «Развитие индустрии гостеприимства с позиций инновационной деятельности» выявлена взаимосвязь понятий «инновации», «инновационный процесс», «инновационная деятельность» в индустрии гостеприимства. Представлены соответствующие определения. Выделены факторы, оказывающие влияние на интенсивность инновационной деятельности в индустрии гостеприимства. Выявлены особенности инновационной деятельности в индустрии гостеприимства. Сформулированы способы осуществления инновационной деятельности в индустрии гостеприимства, среди которых инновации и имитации. Рассмотрены виды имитации инноваций (чистая имитация, творческая имитация). Осуществлен сравнительный анализ инноваций и имитаций. На основе проведенного исследования практики осуществления имитационной деятельности в российских условиях определены способы осуществления имитации в российских предприятиях индустрии гостеприимства. Изучены представленные в литературе модели инновационной деятельности в аспекте их применимости на предприятиях индустрии гостеприимства, в результате чего выделены характеристики данных моделей, соответствующие специфике осуществления инновационной деятельности в индустрии гостеприимства.

В третьей главе «Методические рекомендации по оценке и повышению интенсивности инновационной деятельности в индустрии гостеприимства» представлены разработанные автором методические рекомендации по оценке интенсивности инновационной деятельности предприятий индустрии гостеприимства. Приведены рекомендации по использованию полученных интегральных оценок. Осуществлена апробация предложенных методических рекомендаций в рамках гостиничного и ресторанных предприятий. Предложены методические рекомендации по повышению интенсивности инновационной дея-

тельности предприятий индустрии гостеприимства в части использования предложенной модели инновационной деятельности на основе бенчмаркинга, а также рекомендаций по созданию центра бенчмаркинга при Российской Гостиничной Ассоциации.

В заключении представлены выводы о результатах проведенного исследования.

В приложениях содержатся вспомогательные материалы, иллюстрирующие отдельные положения диссертационной работы.

II. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Понятие, структура, особенности индустрии гостеприимства и ее взаимосвязь с туристской индустрией.

Анализ литературы показал, что к настоящему времени остаются дискуссионными многие вопросы, связанные с проблематикой индустрии гостеприимства. В частности, несмотря на довольно широкую распространенность термина «индустрия гостеприимства», до сих пор не сложилось его однозначной трактовки. На наш взгляд, причинами этому могут быть, во-первых, многообразие структурного состава этой индустрии, вследствие чего часто происходит смешение понятий «индустрия туризма», «гостиничная индустрия», «индустрия туризма»; во-вторых, специфика самого термина, состоящего из двух обширных понятий «индустрия» и «гостеприимство», требующих отдельной конкретизации.

К настоящему времени в научной литературе представлено два подхода к выявлению соотношения индустрии гостеприимства и туристской индустрии⁴. Сторонники первого подхода (Л.В.Д. Ваген, И.В. Зорин, В.А. Квартальнов, Е.В. Лунева) считают, что индустрия гостеприимства является частью туризма и отвечает за размещение и питание туристов, а также включает в себя отрасли, деятельность которых связана с развлекательными мероприятиями. Представители второго подхода (Р.А. Браймер, Е.Н. Валединская, С.С. Скобкин, Г.А. Аванесова, Дж.Р. Уокер) полагают, что индустрия гостеприимства объединяет туризм, ресторанный и гостиничный бизнес, отдых и развлечения, общественное питание. По мнению автора, индустрия туризма входит в состав межотраслевого комплекса сферы услуг «индустрия гостеприимства», однако рассматривать их необходимо как единое целое по причине неразрывной общности целей и задач. Услуги гостеприимства помимо туристов предоставляются и другим категориям путешественников, которые, согласно статистике Всемирной Туристской Организации (ЮНВТО), объединены в понятие «посетителей» (visitors), а также местным жителям. Вероятно, ввиду взаимопроникновения родственных отраслей, остается во многом неопределенной структура индустрии гостеприимства. По-нашему мнению, индустрия гостеприимства состоит из основных предприятий (гостиницы, рестораны, туристские предприятия,

⁴ Баранова А. Ю. Проблемы инфраструктурного обеспечения индустрии гостеприимства в муниципальных образованиях туристско-рекреационной специализации / Вопросы государственного и муниципального управления. - 2011. - № 3. - С. 168 – 179.

развлекательные заведения), а также обслуживающих, поддерживающие основные. Среди наиболее характерных особенностей индустрии гостеприимства особо следует выделить максимальную ориентированность на удовлетворение потребностей и предвосхищение запросов потребителей путем представления клиентоориентированного сервиса.

В результате изучения и конкретизации подходов к пониманию индустрии гостеприимства, определению ее структуры и особенностей предложено уточненное определение понятия «индустрия гостеприимства». В узком смысле – это совокупность гостиниц и предприятий общественного питания. В широком смысле – активно развивающийся межотраслевой сектор сферы услуг, тесно взаимосвязанный с индустрией туризма, состоящий из многочисленных предприятий и организаций, нацеленных на максимально полное удовлетворение запросов и предпочтений туристов, путешественников, а также местного населения в организации их отдыха и досуга.

2. Становление и развитие индустрии гостеприимства: содержание основных этапов.

На основе систематизации обозначенных в литературе этапов развития индустрии гостеприимства и соотнесения исторических фактов изучена эволюция индустрии гостеприимства. В результате выделен дополнительный *этап в развитии* - «*период трансформации сферы гостеприимства в индустрию*» (конец XIX – начало XX в.в.). Благодаря изучению и анализу содержания этапов эволюции индустрии гостеприимства сделан вывод о том, что одним факторов, способствующих развитию, являются инновации. Проанализированы содержание инноваций на каждом этапе развития индустрии гостеприимства (табл. 1).

Таблица 1

Эволюция индустрии гостеприимства⁵

Этап развития индустрии гостеприимства	Период	Особенности периода	Инновационное содержание периода
Возникновение и формирование сферы гостеприимства	Древний мир (2,5 тыс. лет до н.э. – 476 г.)	Низкий уровень комфортности заведений, антисанитария. Гостеприимство ввели в ранг божественных обязанностей. Сомнительная репутация таверн и постоянных дворов.	Превалировали так называемые концептуальные инновации, состоящие в создании новых форматов заведений (таверны, постоянные дворы). Данные инновации носили радикальный характер, то есть были новыми в мировом масштабе и существенно изменили привычный уклад жизни людей.

⁵ Составлено автором

Этап развития индустрии гостеприимства	Период	Особенности периода	Иновационное содержание периода
Возникновение и формирование сферы гостеприимства	Средневековые (конец 476 г. – XVI в.)	Средства размещения при церквях, бесплатные услуги. Институционализация гостиничного и ресторанного бизнеса (правовые акты, гильдия владельцев бизнеса). Извлечение существенного дохода от гостиничного бизнеса; кооперация как основа укрепления гостиничного бизнеса.	Пошаговое (инкрементальное) совершенствование освоенных на этапе Др. Мира концептуальных инноваций при помощи бизнес-инноваций (гостиничные цепи, ассоциации).
	Новое время (середина XVII – начало XX в.)	Особая важность, придаваемая гостиничному бизнесу. Совершенствование обслуживания, разработка новых видов дополнительных услуг. Кулинарное искусство становится «модой». Яркий контраст между классами заведений (в одних - антисанитария, в других – шеф повара и изыск. блюда).	Интенсивное внедрение техническо-технологических новшеств (водоснабжение, отопление, электричество, лифты) для развития бизнеса.
<i>Трансформация сферы гостеприимства в индустрию</i>	<i>Конец XIX – начало XX вв.</i>	Комплексное развитие гостиничного, ресторанного и туристского бизнесов. Развитие инфраструктуры индустрии гостеприимства. Появление большого количества новшеств: в приготовлении блюд; новые форматы заведений (кафе-мороженое, закусовые, заведения быстрого питания и придорожного обслуживания).	Концептуальные инновации, проявляющиеся в создании и развитии инфраструктурного обеспечения для сферы гостеприимства (тур. бюро, рекламные агентства по продвижению гостиничных услуг).
Широкое развитие индустрии гостеприимства	С середины XX в.	Растущая глобализация бизнеса, предполагающая: - создание международных гостиничных, туристских и ресторанных цепей; - создание межотраслевых корпораций, включающих организации индустрии гостеприимства разной специализации; - повсеместное распространение цепей предприятий индустрии гостеприимства; Международная кооперация предприятий индустрии гостеприимства, заключающаяся в создании ассоциаций; Функционирование специальных организаций (как на международном, так и государственном и региональных уровнях), занимающихся развитием индустрии гостеприимства.	Индустрия гостеприимства становится активным заказчиком и создателем новшеств.

Отечественная сфера гостеприимства во многом уступает зарубежной, причем не только по количественным показателям (например, количество предприятий индустрии гостеприимства, обеспеченность населения номерным фондом, туристский поток, годовой оборот гостиниц и ресторанов), но и по качественным: по такому важному показателю, как «уровень ориентации на потребности клиентов», Россия, согласно рейтингу конкурентоспособности сектора туризма и путешествий 2013 г., находится на 130 позиции из 148 представленных стран, а по показателю «отношение местных жителей к иностранцам» на 138⁶. За последнее время в сфере гостеприимства произошли и некоторые положительные изменения. Во многом они связаны с проведением Всемирной летней Универсиады в Казани 2013 г., Зимней Олимпиады и Паралимпиады в Сочи 2014 г.

В целом, по мнению автора, российская сфера гостеприимства находится на этапе трансформации в индустрию. При этом одним из важнейших факторов, способствующих переходу российской сферы гостеприимства на следующий этап развития, согласно выделенным этапам эволюции индустрии гостеприимства, являются инновации.

3. Сервисные инновации в индустрии гостеприимства.

На основе изучения инноваций в индустрии гостеприимства выявлен их сервисный характер. Сделан вывод о том, что в качестве инноваций в индустрии гостеприимства могут выступать новые услуги и технологии обслуживания, способствующие развитию предприятий. Предложена авторская трактовка понятию инноваций в индустрии гостеприимства: конечный результат инновационной деятельности, состоящей в применении предприятиями сферы гостеприимства различных новшеств, направленных на совершенствование собственной деятельности и предоставляемого сервиса, с целью достижение удовлетворения постоянно возрастающих индивидуальных потребностей клиентов (туристов, путешественников, местных жителей) в услугах отдыха и досуга.

Для учета и систематизации сервисных инноваций в индустрии гостеприимства разработан способ их классификации. Создание данной классификации стало возможным в результате изучения подходов к пониманию сервисных, отличных от производственных, инноваций (рис. 1). Разделяя точку зрения некоторых авторитетных ученых в том, что в настоящее время материальное производство становится все более услугооказывающим, а услуги - техноемкими, и их производство приобретает «индустриальный» характер, автор приходит к выводу, что для изучения сервисных инноваций можно использовать существующую методологию инноваций в сфере материального производства, адаптируя ее с учетом особенностей характера той или иной сервисной деятельности.

⁶ Рейтинг конкурентоспособности сектора туризма и путешествий. – URL: www.weforum.org/issues/travel-and-tourism-competitiveness.



Рис.1. Подходы к пониманию сервисных инноваций⁷

Выделено 4 типа сервисных инноваций в индустрии гостеприимства: *инновации в сервисном предложении*, включающие новые услуги, а также способы их оказания; *концептуальные инновации* (новые форматы заведений; необычный стиль и дизайн помещений и зданий); *техничко-технологические инновации*, заключающиеся в применении нового оборудования, робототехники, технологий; *инновации бизнес-процессов* предприятия. Представленные типы сервисных инноваций в индустрии гостеприимства предложено *классифицировать* по следующим признакам: степень новизны для предприятия (радикальные, инкрементальные), степень новизны для рынка (новые в мировом масштабе, новые для отрасли, новые для предприятия), характер удовлетворяемых потребностей (ориентированные на существующие потребности, ориентированные на формирование новых потребностей), степень материализации (материализованные, нематериализованные), источник возникновения (инициированные производителем, инициированные потребителем), вид деятельности предприятия индустрии гостеприимства.

4. Содержание инновационной деятельности в индустрии гостеприимства: особенности и способы осуществления.

На основе изучения подходов к соотношению понятий «инновация», «инновационный процесс», «инновационная деятельность» выявлена взаимосвязь между ними. Под инновационной деятельностью в индустрии гостеприимства предложено понимать регулируемый процесс, состоящий из последовательности этапов по нахождению необходимых или желаемых для применения новшеств и их внедрению, а также комплекса маркетинговых, управленческих и организационно-экономических мероприятий, способствующих осуществлению данных этапов. Целью инновационной деятельности является достижения наиболее полного удовлетворения постоянно возрастающих индивидуальных потребностей клиентов (туристов, путешественников, местных жителей) в предоставлении услуг отдыха и досуга и получение максимальной прибыли.

Выделены особенности инновационной деятельности в индустрии гостеприимства, которые можно представить в виде следующих положений:

⁷ Составлено автором на основе Майлс Й. Сервисные инновации в XXI веке / Форсайт. - 2011. - № 2. - С. 6-7.

- Запросы и предпочтения потребителей в индустрии гостеприимства являются одним из важнейших источников инноваций.

- Ввиду того, что целью инноваций в индустрии гостеприимства является максимально полное удовлетворение потребителей, качество работы обслуживающего персонала является важным фактором в осуществлении успешной инновационной деятельности.

- Специфичность реализации НИОКР: научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки с учетом специфики сервисной деятельности трансформируются в менее радикальные по характеру составляющие (например, исследование потребительских предпочтений).

- Вовлеченность потребителя в процесс инновационной деятельности.

- Материальная обстановка как компонент инновационной деятельности (дизайн, месторасположение заведения).

- Ограниченная возможность защиты инноваций патентами.

- Большинство инноваций в индустрии гостеприимства легко копируются, что обусловлено спецификой сервисной деятельности.

- В индустрии гостеприимства признак новизны в мировом масштабе, так называемой радикальной новизны, не является ключевым в определении инноваций. Применительно к сервисным предприятиям (предприятиям индустрии гостеприимства) аспект новизны может выражаться в следующих параметрах:

а) достижение нового уровня качества оказываемой услуги, заключающееся в существенном улучшении потребительских свойств услуг;

б) значительное отличие в потребительских свойствах услуг относительно представленных на рынке аналогов;

в) новые приемы взаимодействия с потребителем, включая создание дополнительных услуг.

На основе проведенного анализа инноваций в индустрии гостеприимства на предмет их заимствования из других областей деятельности, сделан вывод о том, что большинство из них является адаптированными, при этом их новизна определяется в рамках конкретного применяющего их предприятия. Сформулированы способы осуществления инновационной деятельности в индустрии гостеприимства (рис. 2).



Рис. 2. Способы осуществления инновационной деятельности в индустрии гостеприимства

Рассмотрены виды имитации инноваций: *чистая имитация*, заключающаяся в полном копировании инновационных идей, и *творческая имитация*, состоящая в разработке на базе заимствований собственных инноваций. Для выявления преимуществ и «узких» мест инноваций и имитации, осуществлен

их сравнительный анализ по таким параметрам, «как степень новизны», «степень риска», «издержки, связанные с созданием», при этом автором расширено их количество в части включения такой характеристики, как «уровень конкуренции на этапе выхода на рынок». В результате изучения сущности имитации было выявлено, что заимствование (имитацию) можно рассматривать в качестве одного из вариантов осуществления инновационной деятельности, являющимся альтернативным разработке инноваций.

Несмотря на широкую распространенность практики заимствования инноваций, вопросы имитации инноваций до сих пор остаются малоизученными, тогда как для индустрии гостеприимства они являются особо актуальными, ведь большинство используемых в ней инноваций являются адаптированными. С целью выявления способов осуществления имитаций в индустрии гостеприимства было проведено исследование практики имитационной деятельности в российских предприятиях сферы услуг с использованием методологии кейс-стади. Всего было исследовано девятнадцать предприятий. В результате автор получил следующие выводы:

- В случае, когда предприятие индустрии гостеприимства при осуществлении имитаций инноваций является первым реципиентом на российском рынке, наиболее успешной будет стратегия чистой имитации зарубежных инноваций при условии имеющегося у российского рынка потенциала для их развития. Несмотря на то, что данный подход не предполагает достижение конкурентных преимуществ перед зарубежными предприятиями, он позволяет отечественным компаниям приблизиться к уровню зарубежных.

- В условиях относительной занятости рыночной ниши наиболее успешными будут адаптированные к российскому рынку усовершенствованные имитации зарубежных инноваций. Именно благодаря реализации творческой имитации возможно достижение конкурентных преимуществ отечественных предприятий в борьбе с иностранными.

5. Методические рекомендации по оценке интенсивности инновационной деятельности предприятий индустрии гостеприимства и их апробация.

На основе изучения и анализа существующих подходов к оценке интенсивности инновационной деятельности организаций (ресурсный, затратный, статистический подходы) в аспекте их применимости в индустрии гостеприимства, а также учета выявленных и уточненных особенностей инновационной деятельности в индустрии гостеприимства разработаны методические рекомендации по оценке интенсивности инновационной деятельности предприятий индустрии гостеприимства по четырем представленным согласно логике системного анализа компонентам: «инновационная восприимчивость» («вход»), «обеспеченность ресурсами» («ресурсы»), «управление инновациями» («управление»), «результативность инновационной деятельности» («выход»). Каждый из компонентов в свою очередь подлежит оценке при помощи выделенных показателей (табл. 2). Ввиду того, что данные показатели по большому счету являются качественными и количественно трудноизмеримыми, предложен к использованию метод экспертного опроса, для реализации которого была разра-

ботана специальная анкета. Методические рекомендации предполагают проведение оценки экспертами 16-ти показателей инновационной деятельности предприятий индустрии гостеприимства по пятибалльной шкале (от 0 до 4 баллов).

Таблица 2

Система экспертной оценки интенсивности инновационной деятельности предприятий индустрии гостеприимства

№ п/п	Наименование компонента и показателей	Характеристика компонента инновационной активности, балл.				
		0	1	2	3	4
1. ИННОВАЦИОННАЯ ВОСПРИИМЧИВОСТЬ - I_1						
1.1.	Восприимчивость к информации о новшествах - I_{11}					
1.2.	Восприимчивость к передовому опыту - I_{12}					
1.3.	Уровень самоактуализации сотрудников, наличие у них потребностей к участию в творческих проектах, готовность к решению проблем и включению новшеств в свою деятельность - I_{13}					
1.4.	Способность распознавать клиентские предпочтения, а также предвидеть будущие тенденции на потребительском рынке - I_{14}					
2. ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ РЕСУРСАМИ - I_2						
2.1.	Клиентоориентированность и лояльность персонала - I_{21}					
2.2.	Обеспеченность инвестициями для осуществления инновационной деятельности - I_{22}					
2.3.	Технико-технологическая оснащенность - I_{23}					
2.4.	Наличие отличительного особенности предприятия, выгодно отличающей его от других подобных - I_{24}					
3. УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ - I_3						
3.1.	Отношение руководителей к новшествам - I_{31}					
3.2.	Система управления инновационной деятельностью: организация, координация, контроль, развитость и разнообразие стимулирования авторов инноваций - I_{32}					
3.3.	Качество работы маркетинговой службы - I_{33}					
3.4.	Развитость корпоративной культуры - I_{34}					
4. РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ - I_4						
4.1.	Клиентская удовлетворенность - I_{41}					
4.2.	Клиентская лояльность - I_{42}					
4.3.	Посещаемость, узнаваемость заведения - I_{43}					
4.4.	Экономический эффект (дополнительная прибыль) - I_{44}					
СУММА БАЛЛОВ		0 - 64				
УРОВЕНЬ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ		0 - 100 %				

Вследствие обширности понятия инноваций, в разрабатываемых методических рекомендациях автор ограничился лишь теми из них, которые влияют на удовлетворенность клиента (инновации в сервисном предложении, концепту-

альные и технико-технологические инновации согласно предложенной классификации). В качестве объектов для применения разработанных методических рекомендаций выделены гостиницы и рестораны среднего и высокого сегментов, поскольку именно в них уделяется повышенное внимание качеству процесса обслуживания. Следует отметить, что различные показатели инновационной деятельности предприятий индустрии гостеприимства требуют самостоятельной специальной системы оценивания (в том числе проведения дополнительных исследований), однако ее разработка, во-первых, выходит за рамки данного исследования, а, во-вторых, существенно усложнит возможность практического применения методических рекомендаций.

Интегральный показатель интенсивности инновационной деятельности предприятия индустрии гостеприимства, таким образом, представляет собой средневзвешенную сумму показателей, выраженных в баллах, и рассчитывается по формуле.

$$ИА = \sum_{i=1}^4 K_i \cdot \sum_{j=1}^4 k_j \cdot a_{ij} \quad (1),$$

где K_i - удельный вес i -ой компоненты в общей структуре показателей;

k_j - удельный вес j -ого показателя в структуре i -ой компоненты;

a_{ij} - отношение фактического количества баллов к максимально возможному, то есть к 4.

При этом имеют место тождества: $\sum K_i = 1$; $\sum k_j = 1$.

Для представления результатов предложен к использованию графический метод, в рамках которого интегральное значение интенсивности инновационной деятельности определяется как площадь прямоугольника, координаты вершин которого соответствуют значениям компонентов «инновационная восприимчивость», «обеспеченность ресурсами», «управление инновациями», «результативность инновационной деятельности» (рис. 3). Фактическое значение компонентов интенсивности инновационной деятельности в рамках конкретного предприятия индустрии гостеприимства будет находиться в пределах четырехугольника.

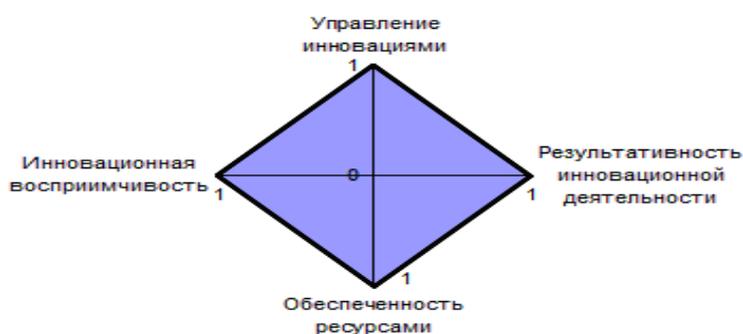


Рис. 3. Графическое представление показателя интенсивности инновационной деятельности

Форма и площадь треугольников, из которых состоит четырехугольник, позволяют информативно охарактеризовать интенсивность инновационной дея-

тельность предприятия, а также выявить степень сбалансированности ее компонентов. Графическое представление интегральной оценки способствует осуществлению наглядного восприятия значений компонентов, характеризующих интенсивность инновационной деятельности предприятия индустрии гостеприимства. Кроме того, при помощи данного метода можно проводить анализ и сопоставление интегральных оценок в динамике (например, за несколько лет), что позволит выявить положительные/ негативные изменения, произошедшие в инновационной деятельности предприятия. Предложенные методические рекомендации по оценке интенсивности инновационной деятельности предприятий индустрии гостеприимства, по мнению автора, являются достаточно понятными в использовании, а получаемые результаты – наглядны. В дальнейшем их можно использовать при разработке методов интенсификации инновационной деятельности.

6. Рекомендации по повышению интенсивности инновационной деятельности предприятий индустрии гостеприимства в части разработки модели инновационной деятельности на основе бенчмаркинга и создание центра бенчмаркинга.

Принципы представленной модели основаны на положениях, выявленных в ходе проведенного анализа представленных в литературе моделей инновационной деятельности (в частности, модели «технологический толчок», «вызов спроса», «совмещенная модель», «цепная модель Клайна-Розенберга», «модель интегрированных сетей и цепей», «модель Чесбро на основе открытых инноваций») в аспекте их применимости в индустрии гостеприимства. Приведено определение бенчмаркинга применительно к инновационной деятельности, сущность которого заключается в постоянном поиске инновационных идей, сопоставление с конкурентами и лидерами с целью интенсификации и совершенствования собственной инновационной деятельности. В качестве основы разработанной модели инновационной деятельности предприятий индустрии гостеприимства использована интерактивная совмещенная модель. Компоненты, разработанные лично автором, отмечены пунктиром (рис. 4).

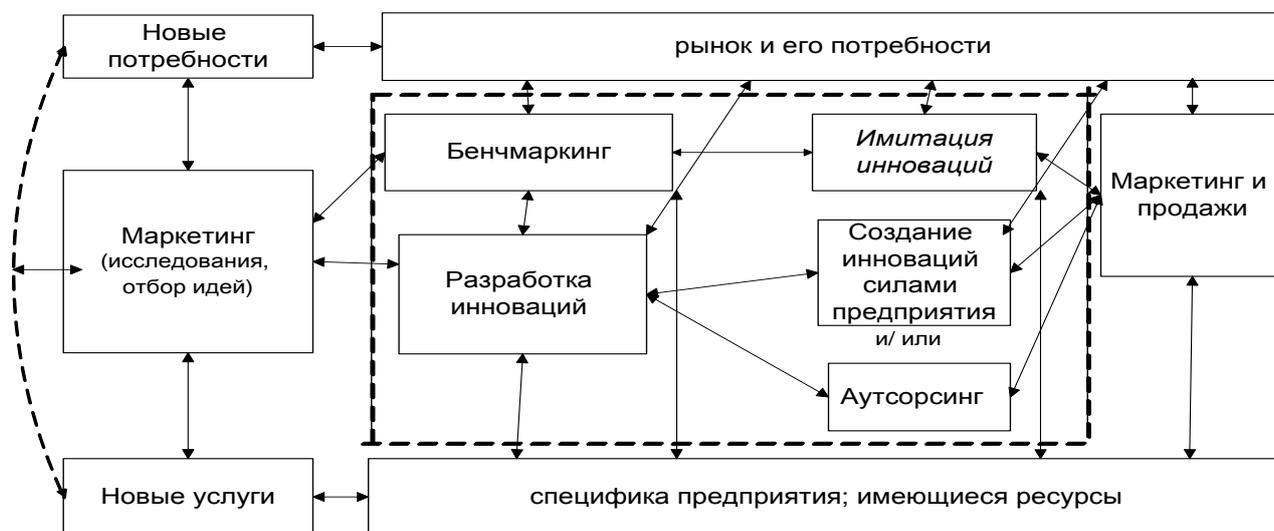


Рис. 4. Модель инновационной деятельности на предприятиях индустрии гостеприимства

Концепция модели основана на следующих положениях.

- Все компоненты инновационной деятельности являются взаимосвязанными.

- Проверка новшества на предмет соответствия рыночным потребностям на каждом этапе инновационной деятельности. На предприятиях индустрии гостеприимства необходимо постоянно осуществлять мониторинг сервисного предложения для выявления степени соответствия изменяющимся потребностям и предпочтениям клиентов. При обнаружении отклонений в сервисное предложение должны вноситься корректировки.

- Проверка новшества на предмет соответствия возможностям предприятия на каждом этапе инновационной деятельности. При осуществлении инновационной деятельности, помимо осуществления корректировки новшеств в соответствии с изменяющимися предпочтениями потребителей, необходимо также учитывать некоторые ограничения: финансовые средства, необходимые для инвестирования в инновации; территориальные возможности изменения внутреннего пространства помещений и т. д. К тому же необходимо принимать во внимание специфику предприятия индустрии гостеприимства, выраженную в общей концепции заведения, внесение изменений в которую может привести к потере его уникальности.

- Маркетинг как неотъемлемая часть инновационной деятельности. Различные инструменты маркетинга (как правило, маркетинговые исследования) используются на начальных этапах инновационной деятельности с целью поиска инновационных идей, оценки целесообразности проведения инноваций. Маркетинг также играет существенную роль в формировании новых рыночных потребностей (в том числе и на инновации). Проведение исследований о потребительских предпочтениях и их динамике также является одной из задач маркетинга. Стадия «маркетинг» присутствует в конце модели инновационной деятельности с целью организации продвижения инновационных услуг.

- Взаимосвязь компонентов модели «Новые потребности» - «Новые услуги». С одной стороны, при появлении новых потребностей необходимой становится разработка и внедрение новых услуг, соответствующих заявленным потребностям. С другой стороны, внедрение новых услуг, являющихся инновациями в сервисном предложении, формирует новые потребности у потребителей.

- Способы осуществления инновационной деятельности: разработка инноваций (силами предприятия или путем передачи на аутсорсинг) и/ или осуществление имитации инноваций (чистой или творческой) на основе бенчмаркинга.

Положения, изложенные в разделе о создании центра бенчмаркинга, представляют собой методические рекомендации по организации и проведению процесса бенчмаркинга на предприятиях индустрии гостеприимства. Инициатором создания центра бенчмаркинга, по мнению автора, должна выступить Российская Гостиничная Ассоциация (РГА), так как деятельность центра бенчмаркинга соответствует целям РГА в части содействия развитию отечественной индустрии гостеприимства. Стоит также отметить, что к настоящему времени осуществление процессов бенчмаркинга не входит в задачи Россий-

ской Гостиничной Ассоциации, в то время как за рубежом является мощным инструментом развития и совершенствования деятельности предприятий. Полагаем, что создание центра бенчмаркинга сможет существенно обогатить деятельность РГА. Основной целью деятельности центра бенчмаркинга является предоставление помощи предприятиям индустрии гостеприимства в заимствовании и адаптации новшеств на основе изучения опыта инновационной деятельности зарубежных и российских компаний.

III. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Исследованы и расширены положения о сущности индустрии гостеприимства, а именно: уточнены особенности, структура и понятие индустрии гостеприимства. На основе анализа различных подходов к выделению структуры индустрии гостеприимства установлено, что индустрию гостеприимства можно рассматривать как межотраслевой комплекс, тесно взаимосвязанный с индустрией туризма, состоящий из основных предприятий, в качестве которых автор выделяет гостиничные, ресторанные, туристские и предприятия сферы развлечения, а также вспомогательных, обслуживающих основные. В качестве главной особенности индустрии гостеприимства определена максимальная ориентированность на удовлетворение и предвосхищение запросов потребителей путем представления клиентоориентированного сервиса. Предложено определение понятия «индустрия гостеприимства» в узком, дающим представление об основных видах деятельности, входящих в ее состав, и широком, раскрывающим специфику деятельности, наличие неразрывной связи с туристской индустрией, широкий и разнообразный структурный состав, смыслах.

2. Конкретизированы и расширены этапы эволюции индустрии гостеприимства, предложенные рядом ученых. Выделен новый этап - «трансформация сферы гостеприимства в индустрию» (конец XIX – начало XX вв.). В качестве одного из ключевых факторов развития индустрии гостеприимства определены инновации, проанализировано содержание инновации на каждом этапе развития индустрии гостеприимства. Охарактеризовано состояние российской сферы гостеприимства, в результате чего выявлено, что она, согласно уточненным периодам развития индустрии гостеприимства, находится на этапе трансформации в индустрию. В целях преобразования отечественной сферы гостеприимства в индустрию предложен ее инновационный путь развития.

3. Раскрыта специфическая особенность инноваций в индустрии гостеприимства, а именно их сервисный характер. Определено, что инновации в индустрии гостеприимства можно рассматривать как сервисные, отличающиеся от производственных, направленные на создание новых источников удовлетворения покупателей и неразрывно связанные с предоставлением клиентоориентированного сервиса. Предложена авторская трактовка инноваций в индустрии гостеприимства. Разработан способ классификации сервисных инноваций в индустрии гостеприимства по выделенным типам: «инновации в сервисном предложении», включающие новые услуги, а также способы их оказания, «концептуальные инновации» (новые форматы заведений, стиль и дизайн помещений и зданий), «технико-технологические инновации», заключающиеся в применении

нового оборудования, техники, технологий, и «инновации бизнес-процессов». Представленные типы инноваций в индустрии гостеприимства предложено также классифицировать по признакам «степень новизны для предприятия», «степень новизны для рынка», «характер удовлетворяемых потребностей», «степень материализации», «источник возникновения», «вид деятельности предприятия индустрии гостеприимства».

4. Уточнены и расширены особенности инновационной деятельности в индустрии гостеприимства, в качестве которых автор выделяет: ее сервисный характер, важная роль персонала в процессе осуществления инноваций, специфичность реализации НИОКР, вовлеченность потребителя в процесс инновационной деятельности, значимость материальной обстановки (дизайн, месторасположение заведения), ограниченная возможность защиты инноваций патентами, относительный характер новизны инноваций. Сформулированы способы осуществления инновационной деятельности в индустрии гостеприимства, среди них: создание инноваций (собственными силами предприятия и / или путем передачи на аутсорсинг) и заимствование инноваций (чистая и творческая имитация инноваций). Выявлено, что заимствование инноваций (имитацию инноваций) можно рассматривать как способ осуществления инновационной деятельности, альтернативный разработке инноваций. Предложены рекомендации по имитации инноваций российскими предприятиями индустрии гостеприимства.

5. Разработаны методические рекомендации по оценке интенсивности инновационной деятельности предприятий индустрии гостеприимства по четырем компонентам: «инновационная восприимчивость», «обеспеченность ресурсами», «управление инновациями», «результативность инновационной деятельности», включающим конкретизирующие их показатели. Представлена формула расчета интегрального показателя интенсивности инновационной деятельности, а также графической способ его интерпретации, наглядно позволяющий оценить состояние инновационной деятельности предприятия. Осуществлена апробация предложенных методических рекомендаций в гостиничном и ресторанных предприятиях.

6. Предложены рекомендации по повышению интенсивности инновационной деятельности в части разработки модели инновационной деятельности на основе бенчмаркинга, учитывающей особенности инновационной деятельности в индустрии гостеприимства и возможные способы ее осуществления; и создания центра бенчмаркинга, включающие положения по организации и проведению процесса бенчмаркинга на предприятиях индустрии гостеприимства.

IV. СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах, определенных ВАК Министерства образования и науки РФ:

1. Похомчикова Е. О. К вопросу о специфике индустрии гостеприимства / Е. О. Похомчикова // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права)

(электронный журнал). — 2014. — № 1. — Режим доступа : <http://eizvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=18742> - 0,3 п.л.

2. Похомчикова Е. О. Особенности инноваций в сфере услуг (на примере индустрии гостеприимства) / Е. О. Похомчикова // Сервис plus. – 2014. - № 4/8. - С. 45-52. - 0,6 п.л.

3. Похомчикова Е. О. Понятие и структура индустрии гостеприимства / Е. О. Похомчикова // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2014. - № 4/3 (60). - С. 266-275. - 0,7 п.л.

4. Похомчикова Е. О. Проектирование модели инновационного процесса на предприятиях индустрии гостеприимства / Т. Д. Бурменко, Е. О. Похомчикова // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). – 2014. - № 4. - С. 85-93- 0,6 п.л. (лично автором 0,4 п.л.)

Другие работы, опубликованные автором по теме диссертации:

5. Похомчикова Е. О. Индустрия гостеприимства: современное состояние и необходимость инновационного пути развития / Е. О. Похомчикова // От реформы высшей школы к модернизации социально-экономической системы России : сб. научн. тр. под ред. А.П. Киреенко. - Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2013. – С. 333-339. - 0,4 п.л.

6. Похомчикова Е. О. Инновации как фактор повышения конкурентоспособности предприятий индустрии гостеприимства / Е. О. Похомчикова // Актуальные проблемы современной экономики и менеджмента : материалы заоч. международ. науч. конф., Иркутск, 19 апр. 2013 г. / под науч. ред. Т. Д. Бурменко. – Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2013. – С. 155-162. - 0,5 п.л.

7. Похомчикова Е. О. Инновации в туризме: проблемы исследования и внедрения / Е. О. Похомчикова // Рекреационная география и инновации в туризме : материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (г. Иркутск, 22-25 сентября 2014 г.). – Иркутск : Изд-во Института географии им. В. Б. Сочавы СО РАН, 2014. – С. 62-63. - 0,2 п.л.

8. Похомчикова Е.О. Современное состояние мировой и отечественной индустрии гостеприимства: сравнительный аспект / Е. О. Похомчикова // Экономика. Право. Менеджмент: сборник трудов молодых исследователей БГУЭП (электронный журнал). — 2014. — № 1. — Режим доступа : <http://izdatelstvo.isea.ru/epm/archive.aspx?id=1> - 0,3 п.л.

Научное издание

ПОХОМЧИКОВА ЕЛЕНА ОЛЕГОВНА

ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: ЭВОЛЮЦИОННЫЙ ПОДХОД

АВТОРЕФЕРАТ

подписано в печать 19 марта 2015 г. Формат 60*90 1/16 Бумага офсетная.

Печать трафаретная. Усл. печ. л. 1,5. Заказ № 5227. Тираж 100 экз.

Отпечатано в ИПО БГУЭП

Издательство Байкальский государственный университет экономики и права

664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11