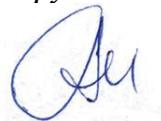


ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВЯТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

На правах рукописи



СМЕТАНИНА АЛЁНА ИГОРЕВНА

**РАЗРАБОТКА ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ
ОРГАНИЗАЦИИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ
ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

Специальность 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством
(управление инновациями)

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель:
кандидат экономических наук, доцент
Савельева Надежда Константиновна

г. Киров - 2022

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИЙ	13
1.1 Экономическое содержание понятий «инновация» и «инновационное развитие».....	13
1.2. Общая характеристика и основные особенности инноваций в нематериальной сфере	20
1.3. Методические подходы и основные принципы построения инновационной стратегии организации нематериальной сферы.....	28
ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ	61
2.1. Характеристика инновационного развития организаций нематериальной сферы	61
2.2. Определение приоритетных направлений инновационного развития организаций санаторно-курортной сферы.....	88
2.3. Оценка влияния инновационного развития организации на обеспечение устойчивой конкурентной позиции на рынке	98
ГЛАВА 3. ФОРМИРОВАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ СФЕРЫ	121
3.1. Разработка механизма формирования инновационной стратегии организации нематериальной сферы производства	121
3.2. Выбор альтернативных инновационных стратегий организаций нематериальной сферы	134
3.3. Методика оценки эффективности инновационной стратегии развития организации и оценки влияния на уровень ее конкурентоспособности	141
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	166
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	183

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В условиях динамичных изменений внешней среды, вызванных проведением социально-ориентированных трансформаций в отечественной экономике, одним из решающих факторов формирования конкурентоспособности современной организации становится грамотно выбранная стратегия развития, обеспечивающая возможность гибкого реагирования на постоянно меняющиеся условия современной действительности и ее устойчивое функционирование в долгосрочной перспективе. В свою очередь, именно инновационное развитие организации является драйвером роста отраслей и комплексов национальной экономики, которое подразумевает под собой процесс, направленный на реализацию инновационной стратегии организации, способствующей формированию устойчивого конкурентного преимущества в рамках осуществления рыночной деятельности.

Анализ инновационного развития хозяйствующих субъектов основан на исследованиях экзогенных и эндогенных факторов, формирующих инновационный потенциал, а также ресурсов, обеспечивающих инновационное развитие организации. В этой связи в современных условиях особое внимание должно быть уделено распределению ресурсов в силу их ограниченности и доступности для инновационного процесса, способности формировать и удерживать конкурентное преимущество, а также учитывать тенденции развития отрасли и смежных отраслей с быстро меняющимся уровнем инновационного присутствия. Всё это обуславливает потребность в формировании эффективных организационных стратегий, позволяющих принимать обоснованные управленческие решения по инновационным продуктам и иным нововведениям.

Для разработки и внедрения инновационной стратегии организации необходимо понимать сущность, роль и значение инноваций применительно к исследуемому сектору экономики.

Объективность обозначенных приоритетов развития организаций предопределяет необходимость использования соответствующих механизмов и инструментов, направленных на разработку инновационных стратегий, обеспечивающих их преимущества и устойчивость функционирования в долгосрочной перспективе.

Таким образом, все вышеперечисленное подчеркивает актуальность темы научно-квалификационной работы и обуславливает необходимость анализа современных проблем инновационного развития организаций, разработки методического инструментария и практических рекомендаций по формированию их инновационной активности и конкурентоспособности на основе разработки стратегии осуществления инновационной деятельности.

Степень научной разработанности проблемы. Теоретические и практические вопросы разработки инновационной стратегии организации рассматриваются множеством российских и зарубежных авторов. Однако в силу динамичности рынка и влияния экзогенных факторов на развитие организаций, стремительного роста цифровой трансформации бизнес-процессов, а также воздействия ограничительных мероприятий, связанных с пандемией коронавируса и санкционным давлением на национальную экономику, фундаментальных исследований, связанных с формированием методического инструментария, обеспечивающего инновационное развитие организаций на основе разработки стратегий их инновационного развития, в настоящее время недостаточно.

Теоретические и методологические вопросы инновационной деятельности и ее оценки освещены в работах многих российских и зарубежных ученых, среди которых: Г.Менш, Е.А.Герман, В.С.Винников, П.Н.Захаров, Т.П.Левченко, Е.В.Онищенко, Б.Твисс, Г.М.Романова, И.В.Рыжов, Б.Санто, Н.А.Сердюкова, Р.А.Фатхутдинов, П.Ф.Друкер, Ф.Никсон, В.А.Бондаренко, Ю.И.Трещевский, В.Н.Шарафутдинов, Р.Дж.Шиллер, Й.Шумпетер и др.

Особенности инновационного развития субъектов хозяйственной деятельности, формирования инновационной стратегии и инновационной активности исследованы в научных трудах И.В.Аленковой, Ю.В.Бабановой, И.В.Барановой, В.П. Баранчеева, Е.И.Бабенко, В.И.Беспярых, Т.А.Бурцева, М.П.Галимовой, Т.А.Гилевой, О.Н.Горбуновой, В.П.Горшенина, А.М.Губернаторова, В.Г.Закшевского, П.Н.Захарова, Е.В.Каранина, Н.П.Масленниковой, О.Н.Мельникова, С.Н.Митякова, О.И.Митяковой, В.М.Мишина, А.Н.Николаевой, А.Е.Плахина, В.В.Прохоровой, В.Н.Рябых, А.А.Созинова, А.П.Соколова, А.А.Триффиловой, Д.Ю.Фраймовича, В.А.Хайтбаева, М.В.Черепановой, А.Р.Эмексузян, Ю.В.Яковца и др.

Проблемы обновления подходов к инновационному управлению в целях обеспечения устойчивого развития экономических систем исследованы в трудах российских и зарубежных ученых: Н.Ю.Бухвалова, Г.М.Гриценко, Е.И.Кендюх, С.В.Комарова, А.В.Молодчик, К.С.Пустовойт, И.В.Рыжова, Г.Минцберга и др.

Вопросами управления инновационной деятельностью в различных сферах экономики и формирования устойчивых конкурентных преимуществ организации на различных рынках товаров и услуг, занимались такие учёные, как: И.Ансофф, И.Т.Балабанов, В.А.Бондаренко, Т.А.Бурцева, А.М.Ветитнев, Т.П.Левченко, М.С.Оборин, А.В.Кузнецова, Ю.П.Морозов, Г.М.Романова, Н.К.Савельева, И.Б.Тесленко, А.Д.Чудновский и другие.

Несмотря на значительный вклад в стратегические аспекты управления инновационным развитием организаций как в рамках теоретического анализа процессов и форм инновационной деятельности, так и в плане разработки методического инструментария формирования инновационной стратегии организации, с целью обеспечения ее конкурентоспособности, рассмотрен не в полной мере. Значимость, степень разработанности и актуальность инновационной деятельности для обеспечения устойчивости функционирования и долгосрочных конкурентных преимуществ организаций определили выбор темы исследования, его цель и задачи.

Научной гипотезой диссертационной работы выступает предположение о том, что разработка инновационной стратегии организации для повышения ее конкурентоспособности будет способствовать обеспечению устойчивости функционирования хозяйствующего субъекта в долгосрочной перспективе и достижению организационных целей.

Цель диссертационной работы заключается в обосновании научно-методических и практических разработок, направленных на формирование инновационной стратегии организации для обеспечения ее конкурентоспособности в условиях общего ухудшения конъюнктурных процессов.

Для достижения указанной цели диссертации были поставлены следующие **задачи**:

1. Уточнить понятийный аппарат, характеризующий стратегические аспекты инновационной деятельности современной организации.

2. Предложить механизм разработки инновационной стратегии современных хозяйствующих субъектов на основе оценки инновационного потенциала и инновационных факторов развития организаций с учетом их отраслевой специфики.

3. Обосновать методический подход к диагностике текущего состояния инновационной деятельности в организациях на основе разработки алгоритма расчета индекса инновационной активности, с учетом динамики конкурентной позиции организации на региональном рынке.

4. Разработать методику оценки эффективности реализации инновационной стратегии организации для обеспечения ее конкурентоспособности и инновационной активности с учетом существующего инфраструктурного обеспечения, обосновать перспективы инновационного развития организаций на региональном уровне с учетом приоритетных направлений внедрения инноваций в процесс их деятельности.

Объектом диссертационного исследования является инновационная деятельность организаций и ее влияние на динамику конкурентной позиции хозяйствующих субъектов.

Предметом диссертационной работы выступают организационно-управленческие отношения, возникающие в процессе разработки инновационной стратегии организации в целях обеспечения ее конкурентоспособности в долгосрочной перспективе.

Область исследования. Исследование проведено в соответствии с пп.: 2.12 «Исследование форм и способов организации и стимулирования инновационной деятельности, современных подходов к формированию инновационных стратегий»; 2.13 «Разработка и совершенствование институциональных форм, структур и систем управления инновационной деятельностью. Оценка эффективности инновационной деятельности» паспорта специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями)».

Теоретико-методологическую базу исследования составляют труды российских и зарубежных ученых, включающие анализ прикладных и фундаментальных вопросов разработки инновационной стратегии развития организаций. Для решения поставленной задачи по формированию понятийного аппарата в работе использовались методы индукции, дедукции, анализа и синтеза используемых дефиниций. При исследовании методик оценки альтернативных инновационных стратегий организаций применялся метод компаративного анализа. При изучении факторов и условий, влияющих на инновационную деятельность организаций, применялся метод статистического анализа и причинно-следственных связей, метод экспертных оценок. При разработке рекомендаций по оценке динамики изменения конкурентной позиции организации, вследствие внедрения инноваций, использовались методы оптимизации и формализации. Совокупность методов, применяемых в ходе исследования, позволила в полном объеме проанализировать вопросы рассматриваемой проблематики.

Информационная база диссертации включает официальные статистические отчеты Министерства здравоохранения, базы данных «Статистика», базы данных ЕМИСС, рейтинги и обзоры национального и зарубежного рынка, данные бухгалтерских отчетов и аудиторские заключения организаций; материалы сети «Интернет»; аналитические отчеты ведущих экспертных агентств, а также собственные расчеты и аналитические материалы диссертанта.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в *решении научной задачи* по обоснованию научно-методических и практических разработок, направленных на формирование инновационной стратегии организации для обеспечения ее конкурентоспособности в условиях общего ухудшения конъюнктурных процессов.

Положения диссертации, содержащие элементы научного знания и выносимые на защиту, состоят в том, что автором:

1. *Уточнен понятийный аппарат современной инновационной деятельности организаций с учётом их отраслевой специфики*, что обусловило введение авторских определений отраслевых инноваций и инновационной стратегии, *отличающихся* от традиционных комплексным анализом факторов, определяющих качественные изменения, возникшие в результате преобразований инновационного характера с учетом отличительных особенностей сферы нематериального производства. Уточнение понятийного аппарата *позволило* расширить классификацию типов инноваций в нематериальном секторе производства и дополнить модель инновационной деятельности, основанную на ценностном подходе.

2. На основе оценки инновационного потенциала и инновационных факторов развития организаций *предложен механизм разработки инновационной стратегии организации, отличительной особенностью которого* является направленность на формирование положительной динамики изменения конкурентной позиции организации вследствие внедрения инноваций. Предложенный подход *позволяет* организациям,

функционирующим в сфере нематериального производства, принимать обоснованные управленческие решения по формированию стратегии развития, основанной на активизации инновационной деятельности, и, на данной основе, сокращать временной период достижения организационных целей.

3. *Обоснован методический подход к диагностике текущего состояния инновационной деятельности в организациях, существенным отличием которого* выступает разработка алгоритма расчета индекса инновационной активности в процессе осуществления организацией инновационной деятельности. Предложенный подход *позволяет* осуществить комплексный анализ факторов, влияющих на формирование инновационной стратегии развития организации, направленной на обеспечение ее инновационной активности с учетом динамики конкурентной позиции организации на региональном рынке.

4. *Разработана методика оценки эффективности реализации инновационной стратегии организации для обеспечения ее конкурентоспособности и повышения инновационной активности.* Предлагаемая методика *отличается от традиционных* учётом максимально полной совокупности критериев для комплексной оценки эффективности внедрения инноваций и выбора оптимальной инновационной стратегии для достижения организационных целей. Разработанная методика *позволяет* определить совокупный коэффициент конкурентоспособности, обеспечивающий возможность ранжирования организаций, выявления сильных и слабых сторон в процессе их функционирования, связанных с осуществлением инновационной деятельности, с учетом внедрения различного типа инноваций.

Научно-теоретическая и практическая значимость диссертации. Теоретическая значимость результатов исследования заключается в том, что представленные методические разработки по оценке эффективности реализации инновационной стратегии организации с целью обеспечения ее

конкурентоспособности дополняют и развивают существующее методическое обеспечение оценки инновационной деятельности организаций. В процессе исследования сформулированы уточненные определения ранее используемых понятий с учетом отраслевой специфики. Научная ценность диссертационного исследования подтверждается тем, что предложенная автором методика расчета индикаторов инновационной активности и эффективности реализации инновационной стратегии организаций может быть использована на региональных рынках с учетом современных тенденций глобализации, цифровизации, использования интернет-технологий.

Практическая значимость результатов исследования обусловлена применением методического подхода к оценке инновационных инструментов для оперативного мониторинга эффективности конкурентной борьбы между субъектами хозяйствования на региональном уровне, своевременного анализа тенденций развития конкурентных преимуществ, который позволяет оценить не только работу компании с учетом уровня и качества внедряемых инноваций, но и работу лидеров рынка. Анализ данных обстоятельств позволяет увеличить качество применения инновационных инструментов и продуктов по исследуемому сектору экономики, что обеспечивает устойчивость функционирования организаций в долгосрочной перспективе.

Результаты исследования могут быть использованы в учебном процессе в рамках таких дисциплин, как: «Управление инновациями», «Экономика инноваций», «Инновационный менеджмент».

Достоверность и обоснованность основных результатов и выводов исследования обеспечивается методологическими и теоретическими предпосылками исследования теорий и методов оценки эффективности инновационной деятельности организаций; опорой на достижения современной экономической науки, использованием методов и методик, адекватных предмету и задачам исследования; корректным применением

методов и механизмов использования инновационных инструментов и продуктов в процессе функционирования организаций.

Апробация и внедрение результатов работы. Разработанный в диссертации методический инструментарий, практические результаты исследования были использованы в деятельности организаций санаторно-курортной сферы Кировской области, при подготовке научно-исследовательских работ в ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет»: «Разработка концепций инвестиционных проектов в интересах АО «Корпорация развития Кировской области» по договору № 633/19 от 17.05.2019. Благодарственное письмо № 405/08 от 05.08.2019; Маркетинговое исследование в интересах 5(пяти) резидентов технопарков Самарской области», оценки состояния конкуренции и расследований в инициативном порядке» по договору №817/20 от 27.05.2020; «Социологическое исследование перспектив развития предпринимательства в Кировской области», выполняемой в рамках договора с АО «Негосударственный пенсионный фонд «Будущее» от 20.05.2021 №837/21.

Основные выводы диссертации используются в учебном процессе ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет» при проведении занятий по дисциплинам, связанным с анализом инновационной деятельности хозяйствующих субъектов на региональном рынке, о чем имеются подтверждающие документы.

Теоретико-методические аспекты диссертационного исследования были представлены и одобрены на научно-практических конференциях в 2019-2022 гг., в числе которых: Международная научная конференция «Global Challenges of Digital Transformation of Markets-2021 (GDTM-2021)» (Санкт-Петербург, 2021), 3rd International Scientific Conference on Innovations in Digital Economy: SPBPU IDE-2021 (Санкт-Петербург, 2021), XXI Всероссийская научно-практическая конференция: «Общество. Наука. Инновации» (НПК-2021) (Киров, 2021), IV Международная научно-практическая конференция «Актуальные вопросы экономики» (Пенза, 2020),

XIII Международная научно-практическая конференция «Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы» (Москва, 2020), IV Международная научно-практическая конференция «Новая парадигма устойчивого развития территориально-отраслевых систем в условиях цифровизации» (г. Тамбов, 2022).

Публикации. По теме исследования опубликовано 15 научных статей, из них 4 статьи (3,9 п.л. – авторских) размещены в рецензируемых научных журналах из перечня ВАК, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата и доктора наук. Общий объем публикаций по теме диссертации составил 10,5 п.л., из них 7,3 п.л. – авторских.

Структура и содержание диссертации. Структура диссертации отражает цель и задачи исследования. Работа состоит из введения, трех глав (9 параграфов), заключения, списка литературы (145 источников) и приложений, включает 50 рисунков и 35 таблиц. Объем работы – 165 страниц.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИЙ

1.1 Экономическое содержание понятий «инновация» и «инновационное развитие»

Прежде чем рассматривать инновационную деятельность применительно к организациям нематериальной сферы следует определиться с ключевыми понятиями — «инновация», «инновационное развитие».

В научной литературе понятие «инновация» впервые появилось в исследованиях культурологов XIX века. Оно трактовалось как проникновение отдельных элементов одной культуры в другую.

В переводе с английского языка «инновация» (innovation) означает нововведение. Другими словами, речь идет о «введении новаций» или «введении новшеств»¹. Содержание инновационной деятельности, ее характерные черты и особенности находят отражение в таком фундаментальном понятии, как понятие инновации. Необходимо отметить, что это понятие и в российской, и в зарубежной литературе часто определяется по-разному.²

Вопросами систематизации определения «инновация» занимались отечественные и зарубежные учёные, такие как Р.А.Фатхутдинов³, Й.Шумпетер⁴, И.Т.Балабанов⁵, Е.А.Герман⁶, П. Ф. Друкер⁷ И.В.Афонин⁸,

¹ Романченко, С. В. Новшества, нововведения, инновации: определения и сущность / С. В. Романченко. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2012. — № 4 (39). — С. 166-168. — URL: <https://moluch.ru/archive/39/4578/> (дата обращения: 12.02.2022).

² Левченко, Татьяна Павловна. Система управления инновационным развитием санаторно-курортных комплексов: учебное пособие / Т. П. Левченко. — Казань : Бук, 2018. — 140 с.

³ Фатхутдинов Р. А., Инновационный менеджмент. Учебник, 2-е изд. - М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. - 624 с.

⁴ Schumpeter J.A. Business Cycles. A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process. N.Y.: McGraw-Hill Book Company, Inc., 1939

⁵ Балабанов И.Т. Электронная коммерция. - СПб: Питер, 2001. 336 с.

⁶ Герман Е.А. Теоретическая инноватика: учеб. пособие / Е.А. Герман. – СПб., 2018 – 148 с

⁷ Р. Друкер. Бизнес и инновации. - М.: ИД «Вильямс», 2007.

⁸ Афонин И.В. Инновационный менеджмент: учеб. пособие. - М.: Гардарика, 2005. 224 с.

Ю.П.Морозов⁹, В.Г.Медынский и С.В.Ильдеменов¹⁰, Н.И.Лапин¹¹, Л.Дж.Волдачек¹², В.И.Винокуров¹³, С.Д.Бешелев и Ф.Г.Гурвич¹⁴, Э.А.Уткин¹⁵, А.Левинсон¹⁶, Ю.В.Яковец¹⁷, И. Н.Молчанов¹⁸, Б.Санто¹⁹, В.Л.Макаров²⁰, Ф.Никсон²¹, Б.Твисс²², Г.Менш²³ и другие.

Исходя из вышесказанного, логично сделать вывод, что систематизация определений «инновация» для эффективного управления организацией, представленная в таблице 1.1., является весьма актуальной.

Таблица 1.1. - Систематизация определений «инновация»

№	Автор/источник	Понятие «инновация»
1	2	3
1	Словарь экономических терминов	«нововведение, комплексный процесс создания, распространения и использования нового практического средства (новшества) для удовлетворения человеческих потребностей, меняющихся под воздействием развития общества, а также сопряженные с этим новшеством изменения» ²⁴
2	С.В. Романченко	«процесс прохождения новшества – в рамках, какой-либо системы – от этапа зарождения идеи до получения результатов реализации этой идеи в виде существенных изменений состояния рассматриваемой системы» ²⁵

⁹ Морозов Ю.П. Инновационный менеджмент: учеб. пособие для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. 446 с

¹⁰ Медынский В.Г., Ильдеменов С.В. Реинжиниринг инновационного предпринимательства: учеб. пособие для вузов / под ред. проф. В.А. Ирикова. - М.: ЮНИТИ, 1999. 414 с.

¹¹ Лапин В. Н. Социальные аспекты управления нововведениями. – Таллин, 1981

¹² Волдачек Л. Стратегия управления инновациями на предприятии. — М.: Экономика, 1989

¹³ Винокуров Владимир Ильич Основные термины и определения в сфере инноваций // Инновации. 2005. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnyye-terminy-i-opredeleniya-v-sfere-innovatsiy> (дата обращения: 20.09.2021).

¹⁴ Бешелев С. Нововведения и мы / С. Бешелев, Ф. Гурвич. М.: Наука, 1990.

¹⁵ Уткин Э.А. Инновационный менеджмент. М.: Акапис, 1996.

¹⁶ Левинсон А. Экономические проблемы управления научно-техническим прогрессом: опыт системного анализа. М.: Экономика, 1973.

¹⁷ Яковец Ю.В. Ускорение научно-технического прогресса: теория и экономический анализ. М.: Экономика, 1988.

¹⁸ Молчанов И.Н. Инновационный процесс. Спб., 1995.

¹⁹ Санто Б. Инновация как средство экономического развития. – М. : Прогресс, 1990

²⁰ Макаров В.Л. Внедрение нетехнических нововведений // Экономика и организация промышленного производства. 1983. № 10. Новосибирск: Наука.

²¹ Никсон Ф. Роль руководства предприятия в обеспечении качества и надежности: пер. с англ. М.: Издательство стандартов, 1990. 230 с

²² Твисс, Брайан. Управление научно-техническими нововведениями: Сокр. пер. с англ. / Брайан Твисс; [Предисл. К. Ф. Пузыни]. - М.: Экономика, 1989. - 271 с.

²³ G. Mensch. Stalemate in Technology — Innovations Overcame the Depression. New York: Ballinger Publishing Company, 1979

²⁴ Словарь-справочник: экономика, внешняя торговля, выставки. Под общей редакцией д.э.н. В.Л. Малькевича. – М.: Общество сохранения литературного наследия, 2012.

²⁵ Романченко, С. В. Новшества, нововведения, инновации: определения и сущность / С. В. Романченко. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2012. — № 4 (39). — С. 166-168. — URL: <https://moluch.ru/archive/39/4578/> (дата обращения: 12.02.2022).

1	2	3
3	Федеральный закон от 21.07.2011 N 254-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике»	«введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях» ²⁶
4	А. М. Вилинов	«конечный результат научно-технического или иного творчества, приводящего к существенному изменению жизнедеятельности человека, общества, природы» ²⁷
5	Ю.И. Трещевский	«...новая либо усовершенствованная продукция или технология, обеспечивающая удовлетворение потребностей социально-экономической системы или ее элементов» ²⁸
6	Л.В. Канторович	«...научные открытия или изобретения, имеющие практическое применение и удовлетворяющие социальным, экономическим и политическим требованиям, дающие эффект в соответствующих областях» ²⁹
7	А.Б. Титов	«...приложение научных и технических знаний, приводящее к успеху на рынке; как итоговый результат освоения принципиально нового или модифицированного средства, удовлетворяющего конкретные общественные потребности и дающего ряд эффектов (экономический, научно-технический, социальный, экологический)» ³⁰
8	В. Н. Лапин	«...комплексный процесс создания, распространения и использования нового практического средства для лучшего удовлетворения известной потребности людей» ³¹
9	И.П. Пиннинго	«...новые способы и методы работы; распределение ресурсов и фондов в организациях; процесс внедрения новых продуктов, услуг и производственных процессов» ³²

²⁶ Федеральный закон от 21.07.2011 N 254-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_117193/

²⁷ Большая Российская энциклопедия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://bigenc.ru/economics/text/2012242>

²⁸ Трещевский, Ю. И. Управление инновационным развитием социально-экономических систем: методологические аспекты / Ю. И. Трещевский, В. Н. Эйтингон, Д. Ю. Трещевский // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2012. – № 2. – С. 149-154. – EDN PJQIDN

²⁹ Канторович Л.В. Системный анализ и некоторые проблемы научно-технического прогресса / Диалектика и системный анализ. - М.: Наука, 1986

³⁰ Титов А.Б. Характеристика и принципы классификации инноваций/С.-Петербург. гос. ун-т экономики и финансов. – СПб, 1998. – 25 с.

³¹ См.: Лапин В.Н. Социальные аспекты управления нововведениями. - Таллин, 1981.

³² См.: Пиннинго И.П. Новая технология и организационные структуры. - М.: Экономика, 1990.

1	2	3
10	А.С. Буймов	«...конечный результат инновационного процесса, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам, носящий рациональный характер для потребителя (увеличение полезности, либо повышение соотношения полезности и стоимости), новый по отношению ко всем продуктам, технологиям или процессам предыдущего поколения продукта на уровне предприятия, отрасли, рынка» ³³

Составлено автором

Анализ различных трактовок позволил нам выделить четыре подхода к определению понятия «инновация»:

1. Определения инновации как результата творческого процесса. Эти определения концентрируют внимание на совокупности элементов, составляющих креативность и творческий подход при создании новшеств различного характера (определение 4).

2. Определения инновации как процесса создания и/или внедрения новшеств. Они концентрируют внимание на том, что инновации являются конечным результатом процесса создания, распространения и использования новшеств (определения 1, 2, 9, 10).

3. Определения инновации как инструмента изменений текущего состояния объекта. Эти определения концентрируют внимание на взаимоотношениях инноваций и результата их воздействия на деятельность организаций/предприятий (определение 3).

4. Определения инновации как носителя эффекта. Эти определения концентрируют внимание именно на наличии у инновации эффекта влияния на экономические, управленческие и иные результаты деятельности (определения 5, 6, 7).

Ценность инновации для организации формируется сочетанием уникальных свойств улучшений, создаваемых нововведениями и реализованными инновациями и отношения к инновационному развитию со

³³ Буймов А. С.. Управление рисками инновационного проекта промышленного предприятия: автореферат дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / А.С. Буймов. - Челябинск, 2011. - 24 с.

стороны участников процесса, и определяется как соотношение выгод и благ от внедрения инновации, то есть эффектов инновационной деятельности и всех затрат, которые необходимо осуществить в связи с разработкой и внедрением инноваций (рисунок 1.1.).



Составлено автором

Рисунок 1.1. - Формирование ценностной модели инноваций

В современной экономике выделяют несколько принципиальных особенностей и тенденций развития инновационных процессов:

1. Исследования и разработки не являются единственным источником знания для инноваций. Изучение рынка, опыт и т.п. составляют не менее часто используемые источники инновационной информации.

2. Инновации реализуются сегодня во всех отраслях промышленности, сферы услуг и государственного сектора экономики, включая органы государственного управления.

3. Современное понимание инноваций исходит из интерактивной и системной модели инновационных процессов, в которой ключевую роль играют инновационные системы (региональные, национальные и международные), в рамках которых создается, распространяется и используется новое знание.

4. Опираясь на широкий спектр технологий, предприятия все чаще вынуждены получать новые знания извне.³⁴

Применительно к анализу понятия «инновационная стратегия» важное значение имеет понятие «инновационное развитие» применительно к деятельности современной организации. Дифференциация взглядов различных авторов на определение инновационного развития, представленная в таблице 1.2., позволяет выделить основные специфические черты в подходах:

1. Инновационное развитие как процесс.
2. Стратегическая направленность.
3. Масштабируемость применения и внедрения.

Таблица 1.2. - Систематизация определений «инновационное развитие»

Автор	Определение/Источник
1	2
В.С. Винников	«Инновационное развитие — это цепь реализованных новшеств в организации, затрагивающих одну узкую сторону» ³⁵
В.Н. Суязов	«Инновационное развитие — это процесс целенаправленного, постоянного совершенствования инновационной сферы предприятия с целью улучшения деятельности организации» ³⁶
А.В. Сухоруков	«Инновационное развитие — это целенаправленный непрерывный процесс реализации инноваций во всех сферах деятельности предприятия» ³⁷

³⁴ Тлехурай-Берзегова Лариса Талибовна Особенности инновационных процессов в современной сфере услуг// Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика, 2011 <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-innovatsionnyh-protsessov-v-sovremennoy-sfere-uslug> (дата обращения: 20.09.2021).

³⁵ Винников, В. С. Оценка и эффективное использование возможностей инновационного развития предприятия: автореферат диссертации кандидата экономических наук. – М., 2005. 22 с.

³⁶ Плотников, А. П. Оценка эффективности инновационного развития производственных организаций: монография / А. П. Плотников, В. Н. Суязов. – Москва: Восход-А, 2011. – 125 с.

³⁷ Сухоруков, А. В. Стратегии инновационного развития предприятия мебельной промышленности: теоретический аспект: монография / А. В. Сухоруков. – Саратов: Издательский Дом «Райт Экспо», 2013. – 174 с.

1	2
А. А. Трифилова	«Инновационное развитие — это экономическая категория, отражающая обобщенное теоретическое представление о направлении стратегического развития предприятия, потенциальной возможности роста эффективности производства и повышении долгосрочной конкурентоспособности за счет использования инноваций» ³⁸
А.А. Заболотько	«Инновационное развитие — это системный подход к развитию экономики в общем объеме инновационных процессов, в основе, которой заложена инновация» ³⁹
Н.Р. Кельчевская	«Инновационное развитие промышленного предприятия – это целенаправленный процесс реализации инноваций во всех сферах деятельности предприятия направленный на получение различных видов полезного эффекта, обеспечивающий как количественный, так и качественный рост» ⁴⁰
Толковый словарь «инновационная деятельность». Термины инновационного менеджмента и смежных областей (от А до Я)	«Преобразование всех сфер экономики и социальной системы на основе научно-технических достижений. Предполагает реализацию крупных национальных, региональных, отраслевых и корпоративных инновационных программ и проектов, развитие инновационного потенциала и инновационной культуры» ⁴¹
Словарь инновационных терминов 2016. Харин А.А.	«Не только основной инновационный процесс, но и развитие системы факторов и условий, необходимых для его осуществления, т.е. инновационного потенциала» ⁴²

Составлено автором

Рассмотрев понятия «инноваций» и «инновационное развитие» применительно к деятельности современных организаций безотносительно определенного сектора или отрасли экономики, остановимся на общей характеристике и особенностях инноваций применительно к нематериальной сфере.

³⁸ Трифилова, А. А. Управление инновационным развитием предприятия / А. А. Трифилова. – М.: Финансы и статистика, 2003. 173 с.

³⁹ Инновационное развитие экономики: понятие, проблемы и пути решения / А. А. Заболотько // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки – 2013. – №18, С. 23–29.

⁴⁰ Исмагилова, Г. В. Инновационный менеджмент: учебное пособие / Г. В. Исмагилова, О. Г. Щемерова, Н. Р. Кельчевская. – Екатеринбург: УрФУ, 2012. – 175 с. – ISBN 978-5-321-02191-0.

⁴¹ Толковый словарь «Инновационная деятельность». Термины инновационного менеджмента и смежных областей (от А до Я) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vocable.ru/termin/razvitie-innovacionnoe.html>

⁴² Словарь инновационных терминов 2016. Харин А.А. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vocable.ru/termin/razvitie-innovacionnoe.html>

1.2. Общая характеристика и основные особенности инноваций в нематериальной сфере

Нематериальная сфера производства является сектором экономики и обладает специфическими чертами, которые отражаются на характере инновационного развития и типах внедряемых инновационных решений. Именно поэтому требует уточнения трактовка дефиниции «инновация» применительно к нематериальной сфере производства.

На основе анализа различных трактовок понятия «инновация» в п.1.1., нами предлагается следующее определение, которое в дальнейшем будет использовано в настоящей работе:

Инновация в нематериальной сфере – это результат интеграции управленческих воздействий и его влияния на достижение организационных целей, сопряженный с внесением модификационных и трансформационных изменений в сервисный продукт, процесс, технологию обслуживания, взаимодействие с потребителями, что обеспечивает максимизацию удовлетворения потребностей клиентов и достижение конкурентных преимуществ организации.

Конечным результатов нематериального производства является сервисный продукт, технология обслуживания, организация сервиса и т.д., основной задачей которых является максимальное сокращение разрыва между запросами и восприятием качества.

Очевидно, что эффект от инноваций будет определяться не отдельными новшествами (инновациями), примененными в отдельных звеньях комплексов, а целой гаммой инноваций и их гармоничным и эффективным использованием во всем созидательном процессе.⁴³

Для более полного анализа инноваций в сфере нематериального производства, рассмотрим типы инноваций, представленные в таблице 1.3.

⁴³ Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. Учебник, 2-е изд. - М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. - 624 с.

Таблица 1.3. – Типы инноваций в нематериальной сфере производства

Тип	Направления совершенствования	Пример
1	2	3
<i>I - по области применения</i>		
<i>Организационно-управленческие инновации</i>	Совершенствование бизнес-процессов управления	Проектирование бизнес-процессов Внедрение системы менеджмента качества Стандартизация услуг
	Инновации в рыночном поведении организации	Аутсорсинг Франчайзинг Бенчмаркинг
Цель организационно-управленческих инноваций - формирование оптимальной организационной структуры и структуры управления для управления процессом внедрения инноваций и формирования культуры инновационной активности.		
Продуктовые	Совершенствование основного продукта и его компонентов	Инновации в организации процесса питания Инновации в типах питания (вегетарианское меню, молекулярная кухня и т.д.) Инновационный подход к интерьерам гостиничного комплекса
	Совершенствование методов и процедур	Инновационные процедуры SPA-программы Инновации в назначении лечебно-восстановительных процедур
	Совершенствование комплекса дополнительных продуктов	Спортивные и досуговые программы Программы развития
Цель продуктовых инноваций - формирование продуктового результата с повышенным восприятием качества основной и дополнительной услуги.		
<i>Маркетинговые инновации</i>	Совершенствование процесса продажи нематериального продукта	Реализация через сайт-агрегатор Онлайн продажа через сайт Цифровизация пути клиента и поддержка на отдельных этапах взаимодействия. Мобильное приложение Чат-боты
	Совершенствование процесса продвижения нематериального продукта	использование инструментов интернет-маркетинга (SEO, соцсети, сайт и т.д.) Цифровизация программ лояльности и поддержки клиент
	Совершенствование обслуживания в точке контакта	Инновационная культура персонала Формирование культуры потребления Цифровизация процессов обслуживания

1	2	3
Цель маркетинговых инноваций - формирование оптимальной системы взаимодействия предприятия-персонала-клиента.		
II - По направлению воздействия		
<i>Для внутреннего применения</i>	Направленные на персонал	Автоматизация и цифровизация процессов Программы инновационного развития персонала
<i>Для внешнего применения</i>	Направленные на потребителя	Использование инновационных методов взаимодействия с клиентами Управление ожиданиями и впечатлениями клиентов Цифровизация процесса обслуживания клиента
	Направленные на партнеров и конкурентов	Имиджевые инновации Использование инновационных процессных инноваций (ЭЦП)
III - По степени новизны		
<i>Радикальные</i>	Принципиально новые и совершенные виды нематериальных продуктов	Отказ от традиционных маркетинговых инструментов замена на инструменты интернет-маркетинга
<i>Комбинаторные</i>	Обновление имеющейся базы нематериальных продуктов новыми разновидностями	Постепенное внедрение инструментов интернет-маркетинга (SEO, соцсети, сайт и т.д.)
<i>Совершенствующие</i>	Видоизменение существующих нематериальных продуктов	Применение более новых инструментов интернет-маркетинга
IV - По значимости		
<i>Стратегические</i>	Направленные на достижение стратегических целей организации	Обновление маркетинговой стратегии
	Направленные на развитие регионального отраслевого кластера	Создание единой региональной системы продвижения нематериального продукта
	Направленные на развитие национальных приоритетов в сфере обеспечения здоровья нации и имиджа страны	Создание новых систем бронирования
<i>Текущие</i>	Среднесрочные	Инновации в сбыте и продвижении нематериальных продуктов
	Краткосрочные	Инновации в планировании текущей деятельности Инновации в обслуживании

1	2	3
<i>V - по причинам возникновения</i>		
<i>Эндогенные</i>	Вызванные трансформацией во внешней среде	Повышение безопасности, качества нематериальных продуктов
<i>Экзогенные</i>	Связаны с потребностями предприятия отрасли в процессе его функционирования с сохранением (стабилизирующее воздействие) или модификацией его функций	Новые маркетинговые инструменты
<i>Рефлекторные</i>	Порожденные результатами функционирования предприятия во внешней среде и стимулирующие внутренние преобразования за счет «обратной связи».	Предоставление нематериальных продуктов в условиях нестабильной ситуации

Составлено автором

Для формирования концептуальных основ стратегического управления инновационным развитием и определения его влияния на конкурентоспособность организаций целесообразно рассмотреть существующие теоретические подходы в области интеграции стратегического управления и инновационного менеджмента и стратегического управления конкурентоспособностью.

Проблемы обновления подходов к инновационному управлению в целях обеспечения устойчивого развития экономических систем исследованы в трудах отечественных и зарубежных ученых: Н.Ю. Бухвалова, Д.А.Горячева, Г.М.Гриценко, В.Я.Дубровского, Е.И.Кендюх, С.В.Комарова, А.В.Молодчик, К.С.Пустовойт, К.Ангриса, Дж.Барша, Т.Брауна, П.Н.Захарова⁴⁴, Р.Коуза, Д.В.Марисса, Г.Минцберга⁴⁵, В.Найяра, Л.Хилла, Дж.Холлендера, Г.Хэмела, А.Эрличи и др.

Вопросами управления инновационной деятельностью в различных сферах экономики и формирования устойчивых конкурентных преимуществ

⁴⁴ Захаров, П. Н. Устойчивость предприятия - фактор развития / П. Н. Захаров // Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Экономика. – 2012. – № 2(17). – С. 68-69. – EDN PCYADF.

⁴⁵ Минцберг, Г. Школы стратегий / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпел. / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптур. – СПб.: Питер, 2000. – 336 с.

организации на различных рынках товаров и услуг, занимались такие ученые как: И.Ансофф⁴⁶, И.Т.Балабанов, В.П.Баранчеев⁴⁷, В.А.Бондаренко⁴⁸, Т.А.Бурцева, А.М.Вититнев, Т.П.Левченко⁴⁹, М.С.Оборин⁵⁰, А.В.Кузнецова, Ю.П.Морозов, Г.М.Романова, Н.К.Савельева, А.А.Созинова⁵¹, И.Б.Тесленко, М.В.Черепанова⁵², А.Д.Чудновский и др.

Современные школы стратегического управления предлагают различные инструменты для решения стратегических задач организации. Однако вопросы методического обеспечения формирования инновационной стратегии организации для обеспечения ее конкурентоспособности рассмотрены не в полной мере. Последние пять лет развития сферы нематериального производства сопряжены со значительным влиянием внешних факторов, которые существенно дестабилизировали ситуацию хозяйствования во многих областях.

На наш взгляд, цели управления инновационным развитием и конкурентоспособностью должны быть взаимосвязаны, согласованы между собой на различных уровнях управления.

Проведенное исследование типов инноваций в нематериальной сфере, представленное в таблице 1.3., позволило выявить три основных уровня управления:

⁴⁶ Ансофф И. Стратегическое управление / Сокр. пер. с англ., науч. ред. и авт. предисл. М.И. Евенко. М.: Экономика, 1989. – 519 с.

⁴⁷ Баранчеев, В. П. Управление инновациями : учебник для академического бакалавриата / В. П. Баранчеев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 747 с.

⁴⁸ Бондаренко В. А. Вопросы функционирования инновационной инфраструктуры в России / В. А. Бондаренко, Н. В. Гузенко, С. С. Кундрюков // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2019. – № 1(65). – С. 19-26.

⁴⁹ Левченко, Т. П. Система управления инновационным развитием санаторно-курортных комплексов / Т. П. Левченко. – Казань : Общество с ограниченной ответственностью "Бук", 2018. – 140 с. – ISBN 978-5-00118-097-5. – EDN XOZEMP.

⁵⁰ Инновации процессного подхода как фактор диверсификации туристско-рекреационных услуг / М. С. Оборин, Е. Е. Кузьмина, С. В. Сарайкина [и др.] // Сервис plus. – 2019. – Т. 13. – № 3. – С. 31-40. – DOI 10.24411/2413-693X-2019-10304. – EDN UPNDZX.

⁵¹ Созинова А. А. Формирование инновационной системы управления предприятием в современных условиях / А. А. Созинова, Е. С. Гурова // Журнал прикладных исследований. – 2020. – Т. 4. – № 4. – С. 83-92.

⁵² Баранова И. В. Методические подходы к оценке инновационной активности и инновационного потенциала вуза: учебное пособие / И. В. Баранова, М. В. Черепанова – СПб.: Питер, 2013. – 275 с.

Таблица 1.4. - Уровни стратегического управления в разрезе инновационного управления и управления конкурентоспособностью

Уровни управления	Инновационное развитие	Управление конкурентоспособностью
1	2	3
Макроэкономический	Определение приоритетов инновационного развития отраслей на федеральном уровне, формирование благоприятных условий для роста инновационной активности организаций	Формирование устойчивого конкурентного предложения, основанного на оптимально привлекательных для внешних и внутренних потребителей условиях, формирование национального имиджа отрасли
Мезоэкономический	Формирование приоритетов инновационного развития отрасли в регионах, эффективная кластерная политика в регионе	Формирование конкурентоспособности отрасли на уровне региона, имиджа территории на основе достижений развития кластера
Микроэкономический	Выбранные векторы инновационного развития субъекта хозяйствования в зависимости от приоритетов и условий, определенных на макро- и мезо уровнях	Формирование конкурентоспособности продуктов организации на основе разработки их УТП, обеспечение высокого уровня приверженности бренду

Составлено автором с использованием источников⁵³

С целью определения взаимосвязи между целями развития организаций осуществим декомпозицию целей⁵⁴ стратегического управления инновационным развитием для обеспечения конкурентоспособности организации⁵⁵ (рисунок 1.2).

Конкурентоспособность – сложна экономическая категория⁵⁶. Декомпозиция целей проведена в соответствии с основной целью

⁵³ Аньшин В.М. Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития/Аньшин В.М. и др: под ред.: В.М. Аньшин., А.А. Дагаев: Акад нар.хозяйства при Правительстве РФ. –М., 2006.- 584с.

⁵⁴ Романова, Г. М. Процессный подход в управлении устойчивым воспроизводством регионального туристского продукта / Г. М. Романова, В. Н. Шарафутдинов, Е. В. Онищенко // Sochi Journal of Economy. – 2021. – Т. 15. – № 3. – С. 288-301. – EDN QDIIIO.

⁵⁵ Савельева, Н. К. Декомпозиция целей инновационного развития организаций нематериальной сферы производства / Н. К. Савельева, А. В. Шпенглер, А. И. Сметанина. — Текст : непосредственный // Актуальные вопросы современной экономики. — 2022. — № 4.

⁵⁶Рыжов Игорь Викторович, Рыжова Юлия Игоревна, Рубищев Андрей Николаевич. Актуальные вопросы стратегического развития социально-экономической системы проблемных территориальных образований в современных экономических условиях // Журнал прикладных исследований. 2021. №1.

исследования, а именно – обеспечением высокой конкурентоспособности организации за счет реализации инновационной стратегии. В схеме выделено три уровня управления:

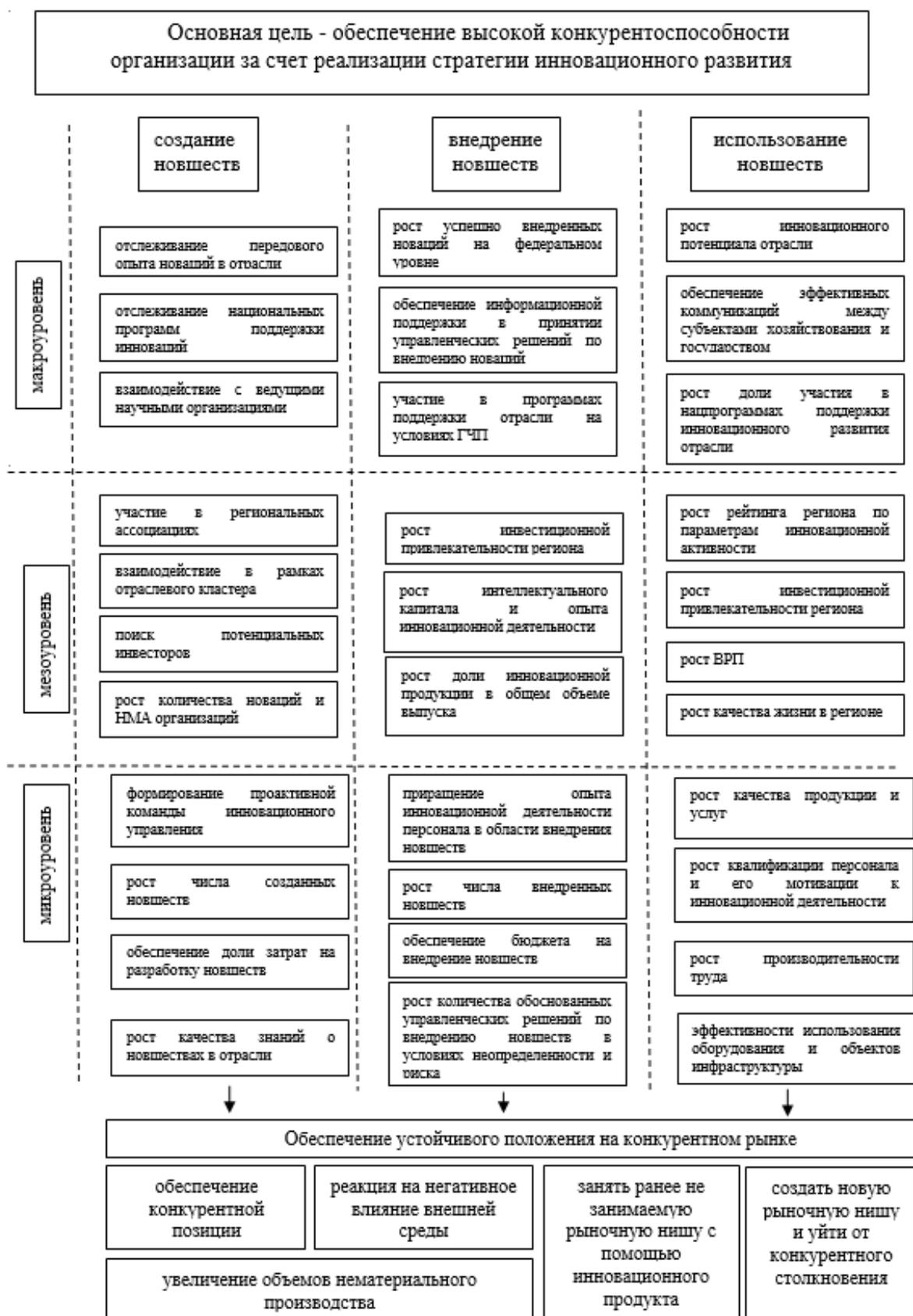
- макроуровень – национальный уровень взаимодействия и управления;
- мезоуровень - региональный уровень взаимодействия и управления;
- микроуровень – уровень отдельно взятой организации нематериального производства.

На основании анализа целеполагания организации нематериального производства на различных уровнях, были систематизированы организационные цели, достигаемые путем реализации инновационной стратегии организации, а именно:

- обеспечение конкурентной позиции фирмы;
- обеспечение реакции на негативное влияние внешней среды;
- возможности с помощью инновационного продукта занять ранее не занимаемую рыночную нишу;
- возможности уйти от конкурентного столкновения путем создания новой рыночной ниши;
- возможности увеличить объемы нематериального производства.

С позиции этапов инновационного процесса выделены несколько стадий, отличающиеся специфичностью целеполагания:

- стадия создания новшеств;
- стадия внедрения новшеств;
- стадия использования новшеств.



Составлено автором

Рисунок 1.2. - Декомпозиция целей достижения конкурентоспособности за счет реализации инновационной стратегии организации

Таким образом, для успешной реализации инновационной стратегии организациям непроизводственной сферы целесообразно проведение комплекса мероприятий, способствующих более эффективному достижению поставленных целей развития.

1.3. Методические подходы и основные принципы построения инновационной стратегии организации нематериальной сферы

Инновационные стратегии развития в нематериальной сфере, формирующие высокое качество и конкурентоспособность сектора экономики, представляют собой программные документы отраслевого уровня, содержащие:

- описание совокупности целевых ориентиров развития отрасли на долгосрочном уровне, сформированные на основе анализа и оценки условий и факторов влияния на внешнем и внутреннем уровне по отношению к организациям отрасли;

- инструменты и механизмы, с помощью грамотного использования которых предполагается достижение стратегических целей, направленных на повышение инновационного потенциала предприятий и организаций сектора.

Таким образом, анализ понятийного аппарата позволил выделить специфические особенности инновационного процесса в организациях нематериальной сферы⁵⁷:

1. Мультинаправленность внедрения инноваций в деятельность организаций отрасли.

2. Инновационное развитие организаций должно учитывать интеграционный характер развития отрасли.

3. Инновационное развитие должно носить комплексный характер, охватывая все процессы функционирования организации.

⁵⁷ Сметанина, А. И. Инновации в организациях непроизводственной сферы / А. И. Сметанина. — Текст: непосредственный // Вопросы устойчивого развития общества. — 2022 - №4.

4. Инновационное развитие должно быть управляемым процессом со стороны руководства компании.

5. Необходимо формирование инновационной культуры персонала, снижение рисков противодействия нововведениям.

В таблице 1.5. представлены основные этапы разработки и реализации инновационной стратегии организаций нематериальной сферы.

Таблица 1.5. – Основные этапы разработки и реализации инновационной стратегии организаций нематериальной сферы

№п/п	Этап	Методы исследований	Инструменты
1	Анализ текущего состояния организаций нематериальной сферы производства в разрезе конкретной отрасли на уровне региона и формирование долгосрочного прогноза развития	Форсайт исследования SWOT-анализ PEST-анализ СТЕП анализ Экстраполяция	Статистическая база
2	Определение стратегических целей инновационного развития организаций нематериальной сферы региона в разрезе отрасли	Ранжирование Дерево целей SMART	Картографические инструменты
3	Анализ драйверов развития организаций нематериальной сферы производства и смежных отраслей, угроз и вызовов, тормозящий процесс внедрения инноваций	Факторный анализ Бенчмаркинг Анализ точек роста	Статистическая база Картографические инструменты
4	Разработка базовых принципов стратегии инновационного развития организации нематериальной сферы производства	SWOT-анализ Сравнительный анализ	Статистическая база Анкеты Интервью
5	Формирование механизмов реализации стратегии инновационного развития организаций нематериальной сферы производства	SWOT-анализ	Дорожная карта
6	Реализация управляющих воздействий	Факторный анализ	Блок-схема
7	Мониторинг промежуточных результатов реализации стратегии	SWOT-анализ Сравнительный анализ	Статистическая база
8	Оценка эффективности реализации стратегии	Интегральный метод Дисконтирование Экстраполяция	Статистическая база

Составлено автором

Комплексной характеристикой инновационного развития организаций нематериальной сферы является их инновационная активность. Инновационная активность – гибкий индикатор состояния и конкурентоспособности⁵⁸.

Инновационно активной организацией, согласно методологии ОЭСР, «может считаться организация вне зависимости от ее организационно-правовой формы и вида деятельности, осуществляющая на постоянной основе разработку и внедрение новой или усовершенствованной продукции, технологических, управленческих процессов или иные виды инновационной деятельности... Организация считается инновационно активной в период наблюдения независимо от того, были ли проведены успешные инновации, находятся ли они в процессе осуществления или процесс реализации был остановлен»⁵⁹.

Инновационная активность организации нематериальной сферы может быть определена несколькими факторами, среди которых можно выделить:

1. Факторы внутренней среды организации, включающие возможности организаций нематериальной сферы к внедрению инноваций (наличие технологических, организационных, финансовых и иных ресурсов), а также структура собственности, отраслевая принадлежность.

2. Факторы внешней среды организации (монополизация рынка, доступ к эксклюзивным ресурсам, кластерная интеграция, государственная политика).

Внешние и внутренние факторы оказывают влияние на развитие инновационных процессов⁶⁰.

⁵⁸ Головачев, В. И. Инновационная сфера как определяющий фактор качества экономического развития / В. И. Головачев, В. Н. Рябых, С. А. Форофонов // Социально-экономические явления и процессы. – 2015. – Т. 10. – № 7. – С. 22-31. – EDN UMCJYH.

⁵⁹ Совместная публикация ОЭСР и Евростата «Руководство Осло— Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям» OsloManual 2018, 4th Edition. URL: https://www.ictt.by/Docs/news/2018/10/2018-1026_01/Oslo_Manual_2018_4th_Edition__EN.pdf

⁶⁰ Гарбар, Т. В. Основные направления развития инновационно-инвестиционной деятельности на предприятии / Т. В. Гарбар, А. П. Соколов // Новые технологии в учебном процессе и производстве : Материалы XIII межвузовской научно-технической конференции, Рязань, 27–30 апреля 2015 года / Под

Конкуренция – побуждающий фактор для развития инновационной деятельности организации⁶¹. Поэтому следует особое внимание уделять анализу взаимосвязи инновационной активности организаций нематериальной сферы и конкуренцией в отрасли. Однозначного взгляда на данную проблему на сегодняшний день не существует⁶². Некоторые исследователи признают наличие прямой связи между данными процессами (Г. Демсец), то есть чем больше по размеру компания, тем большим потенциалом по внедрению инноваций она обладает. Другие исследователи предполагают наличие обратной U-образной зависимости между конкуренцией и инновациями. Это означает, что первоначально рост конкуренции способствует развитию инновационной активности организаций, но после определенного насыщения рынка и ослабления силы конкурентного давления приводит к снижению стимулов к инновационному развитию.

Анализ теоретических подходов к феномену инноваций и инновационного развития позволил сделать вывод о наличии влияния инновационной активности организаций на уровень ее конкурентоспособности в долгосрочном периоде.

В Российской Федерации на сегодняшний день еще недостаточен опыт инновационной деятельности организаций нематериальной сферы производства в условиях рыночных отношений. Поэтому на данном этапе важно, изучая теоретические исследования и используя опыт стран с развитой рыночной экономикой, разрабатывать собственные теоретические и

редакцией Паршина А.Н.. – Рязань: Общество с ограниченной ответственностью "Рязанский Издательско-Полиграфический Дом "ПервопечатникЪ", 2015. – С. 222-224. – EDN UIDJDB.

⁶¹ Николаева, А. Н. Инновации - основа конкурентоспособности и экономической безопасности предприятий / А. Н. Николаева, А. Е. Яковлев // Креативная экономика. – 2013. – № 11(83). – С. 42-45. – EDN RSHVBF.

⁶² Аленкова И. В., Митякова О.И. Инновационный потенциал и инновационная активность экономических систем/ И. В. Аленкова, О. И. Митякова // Актуальные вопросы экономики, менеджмента и инноваций. Материалы Международной научно-практической конференции. Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексева. (Нижегород). - 2016. - С. 62-63; Закшевский, В. Г. Оценка инновационной активности сельхозорганизации / В. Г. Закшевский, В. М. Новиков // АПК: Экономика, управление. – 2011. – № 12. – С. 67-71. – EDN OOJZVL.

методологические рекомендации для организации инновационной деятельности в отдельной организации в частности, как в регионе, так и в масштабах национальной экономики.

Вопросам технологии формирования и реализации стратегии инновационного развития организации, посвящено множество различных отечественных и зарубежных источников литературы⁶³. Проведенный автором анализ показал, что в большинстве трудов отечественных специалистов механизм разработки стратегии инновационного развития организации рассматривается недостаточно полно, а технологии формирования инновационной активности зарубежных исследователей часто не учитывают специфичность российского рынка и особенности нематериальной сферы. Это определило необходимость разработки данного вопроса в диссертационном исследовании.

Модель инновационного развития дает возможность оценить инновационный потенциал предприятия как совокупность оценок сложившихся условий его формирования (факторов внутренней среды) и условий реализации (факторов внешней среды) (рисунок 1.3.).

⁶³Александрова А.И., Остаповец Е.А. Анализ и обоснование выбора инновационной стратегии организации // Экономика и экологический менеджмент. - 2018. - №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-i-obosnovanie-vybora-innovatsionnoy-strategii-organizatsii> (дата обращения: 17.09.2021); Яшин С.Н., Кошелев Е.В., Купцов А.В. Разработка и финансовое обеспечение инновационной стратегии предприятия: учеб. пособие / С.Н. Яшин, Е.В. Кошелев, А.В. Купцов — Н. Новгород: НГТУ им. П. Е. Алексеева, 2012. — 313 с. / URL: <http://www.iee.unn.ru/wp-content/uploads/sites/9/2014/09/RFOISP.pdf?ysclid=l20hk9mnws>; Аньшин В.М. Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития/Аньшин В.М. и др. / под ред.: В.М. Аньшина, А.А. Дагаева. – М.: АНХ при Правительстве РФ, 2006. – 584 с.; Лезина О. А., Эмексузьян А. Р. Механизм управления инновациями промышленных предприятий / О. А. Лезина, А. Р.Эмексузьян // Символ науки. - №8. – 2015. - С. 102-105; Гриценко Г. М. Система управления качеством продукции на предприятии АПК: теоретический аспект и проблемы становления / Г. М. Гриценко, Е.И. Кендюх, Н.Н. Величко // Вестник алтайского аграрного государственного университета. №8.- 2011. – С.106-111; Бухвалов Н. Ю. Методологические основы теории 2С-систем/ Н. Ю. Бухвалов, С. В. Комаров, А. В. Молодчик, К. С.Пустовойт // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2012 - № 14 (38)/ – С. 56-76; Бабанова, Ю. В. Инновационная стратегия развития бизнеса в условиях экономической нестабильности / Ю. В. Бабанова // Путеводитель предпринимателя. – 2008. – № 2. – С. 7-15. – EDN OFFHUX.



Рисунок 1.3. - Модель инновационного развития организации нематериальной сферы как основа ее конкурентоспособности

Составлено автором на основании обобщения источников⁶⁴

Важным элементом в формировании инновационной стратегии организаций играют факторы, благоприятствующие и ограничивающие данный процесс. В свою очередь, факторы являются информационной базой для проведения прогнозно-аналитических работ, являющихся предпосылкой разработки мероприятий, способствующих инновационному развитию организаций. Стратегический подход к анализу факторов предполагает их структурирование в соответствии с уровнем влияния на результат инновационного развития организации.

Для достижения целей стратегического развития вся совокупность факторов была разделена на несколько групп, перечень и характеристика которых представлены в таблице 1.6.

⁶⁴ Войтешонок Максим, Парамонова Ирина. Инновационная восприимчивость как обобщающий показатель способности к инновационной деятельности // Наука и инновации. - 2015. - №143. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnaya-vospriimchivost-kak-obobschayuschiy-pokazatel-sposobnosti-k-innovatsionnoy-deyatelnosti> (дата обращения: 02.09.2021); Текиев, М. В. Инновационная модель управления предприятием как основа повышения конкурентоспособности / М. В. Текиев, И. А. Болиева, С. В. Панкратов. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 9 (143). — С. 451-453. — URL: <https://moluch.ru/archive/143/40207/> (дата обращения: 03.09.2021).

Таблица 1.6. – Факторы среды предприятия, определяющие эффективность инновационных стратегий развития организации нематериальной сферы производства (на примере санаторно-курортной отрасли)

Факторы внешней среды организации, А_і			
1		2	
Политико-правовые факторы		Экономические факторы	
А ₁	Ориентация на рыночное регулирование экономики	А ₁₃	Уровень инфляции
А ₂	Проявление лобби в органах власти	А ₁₄	Налогообложение (наличие льгот)
А ₃	Нормативно-правовая база	А ₁₅	Денежные доходы потребителей
А ₄	Госрегулирование отрасли (госпрограммы)	А ₁₆	Процентные ставки (доступность кредитования)
Социальные факторы		Природно-географические факторы	
А ₅	Демографическая структура населения	А ₁₇	Ландшафтные особенности территории
А ₆	Продолжительность жизни населения	А ₁₈	Климатические особенности территории
А ₇	Уровень заболеваемости населения	А ₁₉	Природные ресурсы
А ₈	Экономическое поведение населения	А ₂₀	Транспортная доступность
Технологические факторы		Культурные факторы	
А ₉	Новые технологии восстановительной медицины	А ₂₁	Наличие мест туристского интереса
А ₁₀	Скорость и источники обновления товаров	А ₂₂	Культура местного населения
А ₁₁	Государственная политика в области научно-технического прогресса	А ₂₃	Возможность общения на родном языке
А ₁₂	Затраты на научные исследования	А ₂₄	Этнический колорит территории (обычай)
Факторы внутренней среды организации, В_і			
Кадры		Процесс*	
В ₁	Психологический климат в коллективе	В ₁₃	Организация продаж, бронирования
В ₂	Квалификация	В ₁₄	Размещение
В ₃	Гендерный состав	В ₁₅	Питание
В ₄	Мотивация	В ₁₆	Организация досуга
Инфраструктура		Маркетинговые факторы	
В ₅	Состояние инфраструктуры	В ₁₇	Бренд, имидж
В ₆	Благоустройство территории	В ₁₈	Рыночная доля
В ₇	Наличие банкоматов, объектов торговли	В ₁₉	Затраты на маркетинг
В ₈	Транспортная доступность	В ₂₀	Клиентский опыт
Организационно-управленческие факторы		Клиенториентированность	
В ₉	Распределение власти и ответственности	В ₂₁	Информационная поддержка клиента
В ₁₀	Участие в ассоциациях, кластерах и т.д.	В ₂₂	Программы лояльности для клиентов
В ₁₁	Участие в программах господдержки отрасли	В ₂₃	Качество обслуживания
В ₁₂	Наличие стратегии развития организации	В ₂₄	Персонализация обслуживания
Факторы конкурентоспособности организации, К_і			
Конкурентоспособность услуг		Эффективность сбыта и продвижения*	
К ₁	Качество сырья и материалов	К ₁₃	Рентабельность продаж
К ₂	Качество процессов	К ₁₄	Загрузка номерного фонда
К ₃	Качество обслуживания	К ₁₅	Эффективность ФОСТИСС
К ₄	Соотношение «цена/качество»	К ₁₆	Допродажи услуг
Эффективность основной деятельности*		Цифровизация бизнес-процессов	
К ₅	Оборачиваемость койко-места	К ₁₇	Электронный документооборот
К ₆	Производительность труда	К ₁₈	Цифровизация процесса обслуживания
К ₇	Рентабельность услуг	К ₁₉	CRM-система управления взаимоотношениями с клиентами
К ₈	Фондоотдача	К ₂₀	Цифровизация анализа данных

1		2	
Финансы		Инновации	
К ₉	Автономия организации	К ₂₁	Инновационные методы лечения и оздоровления
К ₁₀	Платежеспособность организации	К ₂₂	Технические инновации (мед оборудование)
К ₁₁	Ликвидность организации	К ₂₃	Инновации бизнес-процессов
К ₁₂	Оборачиваемость оборотных средств	К ₂₄	Инновационные маркетинговые коммуникации
Факторы риска инвестиций, И _i			
И ₁	Затраты на расширение производства	И ₄	Управленческие расходы
И ₂	Время реализации проекта	И ₅	Риск от потери
И ₃	Затраты на маркетинговые исследования	И ₆	Срок окупаемости

* - специфичные факторы для санаторно-курортной отрасли, которые подлежат модификации, при применении модели относительно другой отрасли нематериальной сферы производства.

Составлено автором

Совокупность факторов включает как общие факторы для нематериальной сферы, так и специфичные отраслевые факторы, которые будут видоизменяться в зависимости от рассматриваемой отрасли. К специфичным факторам относят: процесс, природно-географические факторы и некоторые компоненты групп факторов (новые технологии в отрасли, специфика инфраструктурного обеспечения, показатели отраслевой эффективности и т.д.).

Описание и оценку организаций непроектирующей сферы экономики следует начать с анализа текущей ситуации, имеющихся ресурсов и ограничений. Как и для любой организации, факторы следует поделить на внешние и внутренние⁶⁵.

К внешним факторам, которые влияют на эффективность инновационных стратегий организации, относят: политико-правовые, экономические, социальные, природно-географические, технологические, культурные. Внешние факторы характеризуются отсутствием возможности контроля над ними и получением обратной связи⁶⁶. Внешняя среда влияет на

⁶⁵ Горбунова, О. Н. Системный подход к управлению инновационной деятельностью / О. Н. Горбунова, Е. И. Бабенко // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2008. – № 3(59). – С. 76-81. – EDN ISDCTJ; Губернаторов А.М. Исследование процесса управления инновационным развитием в экономике: монография / А.М. Губернаторов, Л.К. Корецкая. М.: Изд-во «Русайнс», 2015. – 272 с.

⁶⁶ Левченко, Татьяна Павловна. Система управления инновационным развитием санаторно-курортных комплексов: учебное пособие / Т. П. Левченко. — Казань: Бук, 2018. — 140 с.

конкуренцию между компаниями одинаковых отраслей на насыщенном рынке⁶⁷.

Как правило, управление какой-либо отраслью нематериального производства достаточно сложно по уровням иерархии и во многом зависит от отраслевой и региональной специфики. Например, управление санаторно-курортной отраслью осуществляется на федеральном и региональном уровне. На федеральном уровне его осуществляют 6 министерств и 1 федеральное агентство⁶⁸. На региональном уровне: департаменты, отделы, региональные министерства⁶⁹. Так же для некоторых бюджетных организаций выделяется федеральный уровень управления, например для Министерства внутренних дел, которые имеют свои санатории. Помимо государственных структур, осуществляется управление со стороны системы общественных организаций⁷⁰. Совершенствование и развитие санаторно-курортной сферы невозможно без государственного управления. Одним из важнейших факторов является наличие нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность. Санаторно-курортная отрасль определяется как часть туристской индустрии и как часть системы здравоохранения. Основополагающими нормативно-правовыми документами являются: Гражданский кодекс РФ, Закон о защите прав потребителей, Федеральный закон №132 «Об основах туристской деятельности в РФ». Важным этапом развития отрасли можно считать принятие 26 ноября 2018 года Стратегии развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации. В

⁶⁷ Обороин М. С., Плотноков А. В. Основные методы изучения внешней и внутренней сред санаторно-курортных организаций региона // Вестник ТГЭУ. - 2012. - №4 (64). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnyye-metody-izucheniya-vneshney-i-vnutrenney-sred-sanatorno-kurortnyh-organizatsiy-regiona> (дата обращения: 25.11.2021).

⁶⁸ Левченко, Татьяна Павловна. Система управления инновационным развитием санаторно-курортных комплексов: учебное пособие / Т. П. Левченко. — Казань: Бук, 2018. — 140 с.

⁶⁹ Фраймович, Д. Ю. Ключевые ориентиры формирования современной системы управления инновационным воспроизводством экономики мезоуровня в условиях осуществления модернизации / Д. Ю. Фраймович // Вестник Владимирского государственного университета имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых. Серия: Экономические науки. – 2014. – № 2. – С. 51-59. – EDN THPMXD; Глухова, Л. В. Мультиагентная модель управления государственной инновационной системой / Л. В. Глухова, Н. А. Сердюкова // Научно-исследовательский финансовый институт. Финансовый журнал. – 2014. – № 2(20). – С. 81-86. – EDN SJASHH.

⁷⁰ Ветитнев А.М., Войнова Я.А. Организация санаторно-курортной деятельности: учебное пособие / А.М. Ветитнев, Я.А. Войнова. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 272 с.

документе определены цели, задачи и основные направления государственной политики РФ⁷¹. Концепция ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)»⁷², которая определяет оздоровительный туризм как одно из приоритетных направлений развития въездного и внутреннего туризма Российской Федерации.

Экономические факторы влияют на устойчивость финансового положения организации, конкурентоспособность: уровень инфляции, налогообложение (наличие льгот), денежные доходы потребителей, процентные ставки (доступность кредитования⁷³).

Социальные факторы, которые влияют на эффективность стратегии, включают: демографическую структуру населения, продолжительность жизни населения, уровень заболеваемости населения, экономическое поведение людей. Это обусловлено спецификой отрасли и определением целевой аудитории.

Природно-географические факторы – важная составляющая эффективности инновационной стратегии организации, являющиеся специфичными для отраслей нематериального производства. Так, например, из них может складываться специализация организации санаторно-курортного сектора – грязелечение, бальнеолечение, климатолечение и прочее, что определяет необходимость наличия природных ресурсов, оценку климатических особенностей территории. Территориальная близость к морю и горным хребтам может стать дополнительным фактором потребительского выбора конкретной организации, повлияв на сферу их предпочтений.

⁷¹ Стратегия развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации от 26 ноября 2018 года N 2581-р [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/551760675?marker=6560Ю>

⁷² Концепция ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)»

⁷³ Позднякова, А. А. Оценка кредитоспособности юридических лиц - клиентов коммерческих банков / А. А. Позднякова, Е. В. Каранина // Экономические аспекты развития России: микро- и макроуровни : Сборник материалов XIII всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Киров, 20 мая 2020 года. – Киров: Вятский государственный университет, 2020. – С. 920-925. – EDN TFCDNQ.

Транспортная доступность, в свою очередь, обеспечивает логистический комфорт и стабильность потока потребителей.

Одна из составляющих технологических факторов, государственная политика в научно-технической области - выражает отношение государства к научной и научно-технической деятельности⁷⁴. Новые технологии восстановительной медицины, скорость и источники обновления товаров и затраты на научные исследования – составляющие процесса инновационного развития организации.

Помимо всех вышеперечисленных факторов, важным для эффективности инновационных стратегий развития организаций нематериальной сферы являются культурные факторы, обуславливающие повышенный комфорт клиента в момент потребления услуг. Примером данной группы факторов могут быть: наличие мест туристского интереса, культура местного населения, этнический колорит территории (обычай), возможность общения на родном языке.

Вторая большая группа факторов – внутренние. В отличие от внешних, они поддаются контролю и корректировке. К ним относятся:

Кадры. Их работа напрямую влияет на эффективность деятельности организации⁷⁵. Психологический климат в коллективе отражает особенности поведения и взаимодействий в коллективе⁷⁶. Квалификация кадров характеризует уровень знаний, навыков и профессиональных умений работников. Мотивация персонала и гендерный состав сотрудников влияет на продуктивность работы.

Организационно-управленческие факторы. Стратегия развития организации – система целей и задач организации, а также способов и

⁷⁴ Федеральный закон от 23.08.1996 N 127-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О науке и государственной научно-технической политике» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2021)

⁷⁵ Мельников, О. Н. Формирование среды управления инновационной активностью организации / О. Н. Мельников, Д. А. Есипенко // Вопросы инновационной экономики. – 2019. – Т. 9. – № 3. – С. 1077-1090. – DOI 10.18334/vines.9.3.40953. – EDN QZAEWT.

⁷⁶ Ильченко Светлана Владимировна, Дозорова Ирина Олеговна. К вопросу о создании благоприятного социально-психологического климата организации // Вестник экспериментального образования. - 2019. - №4 (21). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-sozdanii-blagopriyatnogo-sotsialno-psihologicheskogo-klimata-organizatsii> (дата обращения: 06.09.2021).

действий, направленных на их достижение. Наличие и четкое следование ей определяет построение работы в организации. Распределение власти и ответственности - предоставление полномочий сотрудникам за принимаемые ими решения. Важность этого фактора обусловлена тем, что освобождает руководителя от непосредственного оперативного управления организацией, повышает уровень оперативности реагирования на изменения⁷⁷. Участие организации во всевозможных ассоциациях (Например, Ассоциация санаторно-курортных организаций, Национальная курортная организация и т.д.), кластерах, программах господдержки отрасли – может выступать весомым преимуществом в перспективе долгосрочного развития.

Инфраструктура. Наличие и текущее состояние инфраструктуры, благоустройство территории, транспортная доступность – это те факторы, которые влияют на выбор той или иной организации при планировании получения санаторно-курортных услуг, формируют представление об организации.

Процесс. Под данной группой факторов подразумеваются процессы обслуживания, с которыми сталкиваются потребители услуг. От их качества формируется лояльность потребителя и его отношение к организации.

Маркетинговые факторы. Бренд и имидж организации способствует узнаваемости среди действующих и потенциальных потребителей. Клиентский опыт – все точки соприкосновения клиента с организацией: на основании опыта у клиента формируется мнение об организации и готовность рекомендовать её другим. Рыночная доля – размер части рынка отрасли, которую занимает конкретная организация. Её анализ необходим для разработки инновационной стратегии организации и занятия конкурентоспособных позиций.

⁷⁷ Гелета И. В., Кобзев И. О. Распределение полномочий и ответственности в организации // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. - 2012. - №15. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/raspredelenie-polnomochiy-i-otvetstvennosti-v-organizatsii> (дата обращения: 05.09.2021).

Клиентоориентированность представляет собой ориентацию на клиента, с целью выявить и удовлетворить его потребности.⁷⁸

Качество обслуживания – определяющий фактор конкурентоспособности, совокупность объективно оцениваемых параметров, которые подтверждаются степенью их соответствия установленным требованиям и стандартам⁷⁹.

Информационная поддержка – важный процесс, в ходе которого клиенты получают всю необходимую актуальную информацию об организации и услугах, которые она предоставляет. Всевозможные программы лояльности действуют с целью повысить доверие к организации и мотивировать потребителей к последующим покупкам, а персонализация обслуживания, в том числе с применением технологии цифровизации⁸⁰, преследует целью формирование личного обращения к клиенту.

Конкурентоспособность – совокупность взаимосвязанных элементов, которые направлены на развитие существующих или создание новых конкурентных преимуществ⁸¹. Факторы конкурентоспособности – те составляющие, которые способны удержать или расширить положение организации на рынке. Среди них нами были выделены подгруппы: конкурентоспособность услуг – свойства и характеристики услуг, которые способны удовлетворить запросы клиентов (качество сырья и материалов,

⁷⁸ Семерникова Елена Александровна Клиентоориентированность: понятие, критерии // Концепт. - 2014. - №S17. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klientoorientirovannost-ponyatie-kriterii> (дата обращения: 07.09.2021).

⁷⁹ Тимирьянова, В. М. Качество и культура обслуживания как фактор конкурентоспособности / В. М. Тимирьянова, Е. В. Жилина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. - 2015. - №9 (89). — С. 734-738. — URL: <https://moluch.ru/archive/89/17967/> (дата обращения: 09.09.2021).

⁸⁰ Овчинникова, И. Г. Цифровые технологии в управлении развитием предприятия индустрии гостеприимства / И. Г. Овчинникова, А. Е. Плахин // Цифровая трансформация промышленности: тенденции, управление, стратегии - 2020 : МАТЕРИАЛЫ II МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ, Екатеринбург, 27 ноября 2020 года. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2020. – С. 152-166. – EDN XSBPHW.

⁸¹ Прохорова, В. В. Конкурентоспособность предприятия в современных условиях / В. В. Прохорова, Е. А. Баранов // Социально-экономическое развитие России: проблемы, тенденции, перспективы : Сборник научных статей 19-й Международной научно-практической конференции. В 5-ти томах, Курск, 25 июня 2020 года. – Курск: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 2020. – С. 154-159. – EDN OFOTSI.

качество процессов, качество обслуживания⁸², соотношение «цена-качество»). Эффективность основной деятельности, эффективность сбыта и продвижения, финансы - основные экономические показатели деятельности организации. Современные организации, чтобы развиваться, сохраняя свои конкурентные позиции должны переходить к современным моделям путем реструктуризации бизнеса, реинжиниринга бизнес-процессов для удовлетворения потребностей своих клиентов.⁸³

Цифровизация бизнес-процессов помогает организации улучшить качество обслуживания,⁸⁴ автоматизация бизнес-процессов вынуждает организации вне зависимости от отрасли и размера обрабатывать и хранить огромные объемы информации⁸⁵, распределять задачи между сотрудниками⁸⁶, что заставляет их модернизировать ИТ-инфраструктуру.⁸⁷

Инновации выделяются отдельной группой факторов. В данном случае рассматривается внедрение в деятельность организации технических инноваций, инновационных методов оказания услуг, инноваций в бизнес-процессах⁸⁸ и инноваций в маркетинговых коммуникациях^{89,90}.

⁸² Формирование механизмов управления качеством и удовлетворенностью потребителей на предприятиях сферы услуг / А. Д. Чудновский, В. С. Горин, Г. Р. Латфуллин [и др.] // Инновации и инвестиции. – 2018. – № 12. – С. 257-259. – EDN KYBLEJ.

⁸³ Тесленко, И. Б. Новые модели взаимодействия субъектов в условиях цифровизации / И. Б. Тесленко // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2019. – Т. 218. – № 4. – С. 459-466. – EDN SFYION.

⁸⁴ Агафонова Т.В., Пирогова С.В. Цифровизация бизнес-процессов // Экономика и бизнес: теория и практика. - 2020. - №12-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-biznes-protsessov> (дата обращения: 08.09.2021).

⁸⁵ Хайтбаев, В. А. Инновации как способ повышения эффективности системы товародвижения в цепях поставок / В. А. Хайтбаев, А. Б. Романов // Вестник транспорта Поволжья. – 2016. – № 3(57). – С. 61-66. – EDN WGESLX.

⁸⁶ Воронова Ольга Владимировна, Харева Виктория Анатольевна Основные тенденции в применении современных технологий на предприятиях индустрии гостеприимства в условиях цифровизации экономики // Научный вестник ЮИМ. 2019. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnyetendentsii-v-primenении-sovremennyh-tehnologiy-na-predpriyatiyah-industrii-gostepriimstva-v-usloviyah-tsifrovizatsii>

⁸⁷ Артемьев Н.В. Проблемы и перспективы развития рынка информационных технологий в России // Развитие и актуальные вопросы современной науки. - 2018. - №1(8). С. 43.

⁸⁸ G.A. Akerlof, R.J. Shiller, Phishing for Phools: The Economics of Manipulation and Deception (2015); Гилева, Т. А. Инструменты стратегического управления развитием предприятий в цифровой среде / Т. А. Гилева // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2021. – № 2. – С. 138-154. – DOI 10.15593/2224-9354/2021.2.11. – EDN FWZFAQZ.

Инвестиционная деятельность связана с риском, поэтому для разработки и реализации инновационных стратегий необходимо проводить оценку каждого из факторов: срок окупаемости, риск от потерь, управленческие расходы, затраты на маркетинговые исследования, время реализации проекта, затраты на расширение производства.

С целью систематизации факторов по уровню управляемости и характеру воздействия была составлена матрица в виде таблицы 1.7 по типу характера воздействия/управляемости.

Таблица 1.7. - Группы факторов, оказывающих влияние на инновационное развитие организации

Группа факторов	Составляющие группы факторов	Параметры факторов	
		Характер воздействия	Степень управляемости
		1 - прямое 2 - косвенное	*-приспособление к влиянию фактора **-частичное управление воздействием ***-полное управление воздействием
1	2	3	4
Факторы внешней среды организации	Политико-правовые факторы	2	*
	Социальные факторы	2	*
	Технологические факторы	1	*
	Экономические факторы	1	*
	Природно-географические факторы	2	*
	Культурные факторы	2	*
Факторы внутренней среды организации	Кадры	1	***
	Инфраструктура	1	**
	Организационно-управленческие факторы	1	***
	Процесс	1	***
	Маркетинговые факторы	1	**
	Клиенториентированность	1	**
Факторы конкурентоспособности организации	Конкурентоспособность услуг	1	***
	Эффективность основной деятельности	1	***
	Финансы	1	**
	Эффективность сбыта и продвижения	1	***
	Цифровизация бизнес-процессов	1	**
	Инновации	1	***

⁸⁹ Беспятовых, В. И. Инновационные решения в электронной торговле / В. И. Беспятовых, М. М. Мангобе // Инновационное развитие экономики. – 2021. – № 1(61). – С. 13-19. – DOI 10.51832/2223-7984_2021_1_13. – EDN DJANU.

⁹⁰ Данилова, Н. П. Инновационные технологии в рекламной деятельности: состояние и перспективы / Н. П. Данилова, М. П. Галимова // Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика : сборник научных статей 9-й Международной научно-практической конференции, Курск, 31 мая 2019 года. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2019. – С. 140-147. – EDN AZJPVJ.

1	2	3	4
Факторы риска инвестиций	Внедрение инноваций и их эффективность	1	**

Составлено автором

Проведенный анализ показал, что наиболее управляемыми и воздействующими на достижение стратегических целей организации являются факторы внутренней среды, конкурентоспособности и риска инвестиций. Последний фактор, в свою очередь, определяет эффективность выбранной стратегии организации и дальнейшую ее корректировку в соответствии с задачами деятельности.

Все рассмотренные факторы являются информационной базой для проведения прогнозно-аналитических работ, являющихся предпосылкой разработки мероприятий инновационного развития организаций.

В своих исследованиях Левченко Т.П. выделяет следующие факторы, влияющие на инновационное развитие: конкуренция, потребители, поставщики, технологии, конкурентный потенциал, государственное регулирование, факторы макросреды.⁹¹

В целом реализация инновационной стратегии во многом определяется уровнем инновационного потенциала организации. Чем выше его уровень, тем успешнее она избегает возможных кризисных ситуаций.

Анализ инновационного развития организаций нематериальной сферы основан на исследованиях факторов, формирующих инновационный потенциал и ресурсы для инновационного развития, их распределение и доступность для инновационного процесса. Степень инновационного развития также определяется способностью удерживать конкурентное преимущество и учитывать тенденции развития отрасли и смежных отраслей с быстро меняющимся уровнем инновационного присутствия, а, кроме того,

⁹¹ Левченко Т.П. Система управления инновационным развитием санаторно-курортных комплексов: учебное пособие /Т.П. Левченко. - Казань: Издательство «Бук», 2018. - 140с.

способностью принимать стратегические решения по инновационным продуктам и иным нововведениям (маркетинговым, организационным и т.д.).

Как представляется, основным признаком развития организации является раскрытие ее потенциала и усиление конкурентоспособности на рынке присутствия. При исследовании перспектив развития предприятия можно отметить, что процесс непрерывного формирования и использования ресурсов организации проходит в рамках выявления приоритетных инновационных позиций, которые должны постоянно обновляться.

Таким образом, на основе анализа работ отечественных авторов,⁹² представляется целесообразным предложить последовательность исследования совокупности факторов, влияющих на организацию и оказывающих влияние на формирование ее инновационной стратегии и построения системы управления инновационным развитием.

За последнее десятилетие произошло достаточно большое количество трансформационных и интеграционных процессов в сфере услуг, существенно повлиявших на эффективность функционирования субъектов хозяйствования. Переход на рыночные механизмы управления организациями нематериальной сферы предопределил изменение формирования и реализации стратегий их развития. Все вышеперечисленное обуславливает необходимость формирования механизма управления инновационной деятельностью организаций нематериальной сферы и разработки индикаторов оценки эффективности реализации их инновационных стратегий.

⁹² Евтушенко Евгений Викторович, Юсупова Эльмира Ришатовна Разработка механизма формирования стратегии инновационного развития предприятия // Инновации и инвестиции. - 2014. - №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-mehanizma-formirovaniya-strategii-innovatsionnogo-razvitiya-predpriyatiya> (дата обращения: 21.11.2021).; Яшин С. Н., Кошелев Е. В., Купцов А. В. Разработка и финансовое обеспечение инновационной стратегии предприятия: учеб. пособие / С. Н. Яшин, Е. В. Кошелев, А. В. Купцов; НГТУ им. П. Е. Алексеева. — Нижний Новгород, 2012. — 313 с. URL: <http://www.iee.unn.ru/wp-content/uploads/sites/9/2014/09/RFOISP.pdf?ysclid=l20hk9mnws>; Александрова Т. В., Шилова Е. В. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: учеб. пособие/ Т. В. Александрова, Е. В. Шилова; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. –Электрон. дан. – Пермь, 2019. – Ч. 2. – 2,07 Мб; 169 с. – Режим доступа: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/uchebnie-posobiya/shilova-innovacionnyj-menedzhment-ch2.pdf>

Анализ теоретических источников и научной литературы по вопросам внедрения инноваций в деятельность организаций нематериальной сферы показал, что во многих случаях авторы используют термин «механизм планирования управления инновациями», который характеризуется набором различных мер и процедур воздействия, ориентированных на достижение целей, поставленных перед управляющим объектом. В частности, С.В. Кощеев в своих исследованиях акцентирует внимание на то, что инновационная система, базирующаяся на организационно-экономическом механизме — это совокупность элементов, находящихся в отношениях друг с другом, образующих определенную целостность, объединенную единым целеполаганием осуществления инновационных процессов.⁹³

Анализ предлагаемых учеными механизмов управления инновационным развитием организаций в основном концентрируется на секторе промышленного и высокотехнологичного производства, в то время как для сферы нематериального производства данный вопрос является весьма актуальным, что обусловлено специфичностью производимого продукта. Так, в области нематериального производства продукт характеризуется свойствами и характеристиками, такими как:

- неозызаемость;
- нестабильность качества, предопределяющая его изменчивость во времени;
- неотделимость от источника;
- несохраняемость материального результата;
- ненакопляемость.

В этой связи, автором на основе анализа и обобщения взглядов различных ученых, был разработан механизм управления инновационной деятельностью организации нематериальной сферы (рисунок 1.4.).

⁹³ Кощеев С.В. Механизм управления инновационной деятельностью организации санаторно-курортного комплекса// Транспортное дело России. – 2010. - №9, С. 41-44.

Стратегический подход с позиции менеджмента предполагает использование признанных базовых стратегий в современной теории и практике.

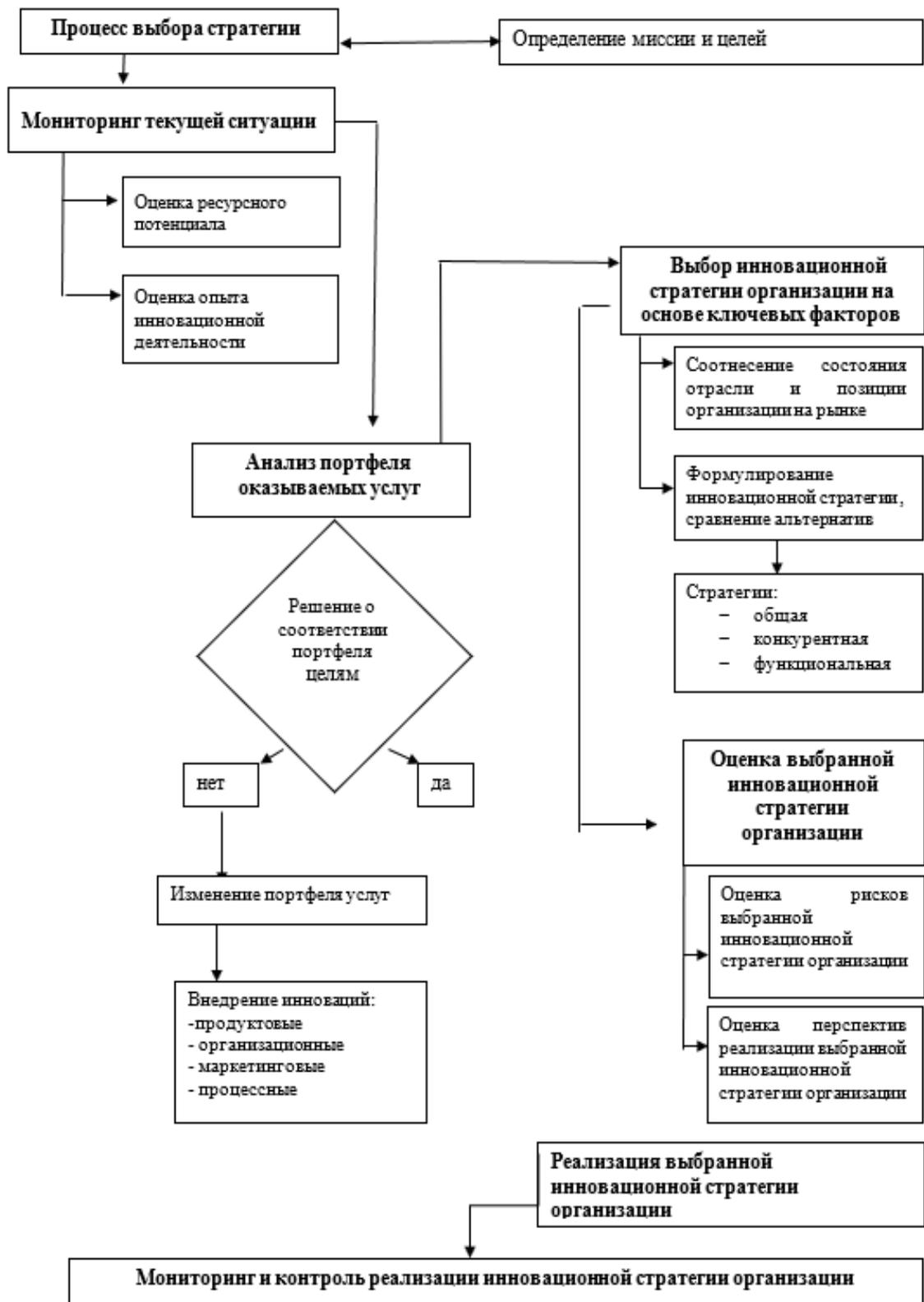


Рисунок 1.4. Механизм разработки инновационной стратегии организации

Составлено автором

Инновационная стратегия организации является функциональной стратегией и служит средством достижения ее организационных целей:

- достижение большей доли рынка за счёт усиления конкурентной позиции;
- снижение рисков воздействия внешней среды;
- выход на новую рыночную нишу с инновационным продуктом;
- создание рыночной ниши;
- рост объемов производства нематериального продукта.

Необходимость разработки инновационной стратегии организации возникает там и тогда, когда формируется комплекс изменений внешней среды, связанный с:

- появлением на рынке базовых новшеств;
- коренными изменениями техники и технологии в соответствии с коммерциализацией базовых новшеств;
- появлением на рынке новых конкурентов с высокой инновационной активностью;
- глобальными изменениями внешнеэкономической обстановки.

Базовые инновационные стратегии в зависимости от особенностей внешней и внутренней среды фирмы могут быть рассмотрены по различным направлениям.

Важным моментом является классификация подходов к типам инновационных стратегий организации, а также систематизация знаний относительно применимости той или иной стратегии в нематериальной сфере. В параграфе 2.2. представлен авторский взгляд на подход к классификации инновационных стратегий.

Для выбора оптимальной инновационной стратегии автором предлагается методика выбора альтернативных инновационных стратегий предприятия на основе экспертных оценок, состоящая из ряда этапов:

1 этап. Формирование матрицы факторов среды организации, определяющих эффективность инновационных стратегий развития

санаторно-курортной отрасли. Модель факторов, разработанная для организаций нематериальной сферы (таблица 1.6), была адаптирована для организаций санаторно-курортной сферы путем включения специфических для нее факторов влияния.

2 этап. Для оценки факторов подбирается группа квалифицированных экспертов, отвечающая определенным квалификационным характеристикам. Разрабатывается анкета для опроса экспертной группы (приложение 1).

3 этап. Выбирается метод оценки экспертных мнений. В качестве наиболее подходящего предлагается использовать метод анализа иерархий Саати с использованием шкалы отношений МАИ. Результатом анализа является построение матрицы парных сравнений, на основании которых будут определены весовые коэффициенты факторов (таблица 1.8.).

Таблица 1.8. – Шкала отношений МАИ

Степень важности	Определение	Пояснение
1	Одинаковая значимость	Два действия вносят одинаковый вклад в достижение цели
3	Некоторое преобладание значимости одного действия над другим	Опыт и суждение дают легкое предпочтение одного действия над другим
5	Существенная или сильная значимость	Опыт и суждение дают сильное предпочтение одного действия над другим
7	Очень сильная или очевидная значимость	Предпочтение одного фактора над другим очень сильное, его превосходство практически явное.
9	Абсолютная значимость	Свидетельство в пользу одного действия другому в высшей степени убедительно
2, 4, 6, 8	Промежуточные значения	Ситуация, в которой необходимо компромиссное решение

Составлено автором с использованием источника⁹⁴

Далее строятся матрицы парных сравнений для определения весовых коэффициентов факторов для определения весовых коэффициентов факторов. Их пример представлен в таблице 1.9.

⁹⁴ Бурцева Т.А. Методологические основы выбора маркетинговых стратегий развития предприятия на основе экспертных оценок / Т.А. Бурцева, Н.Н. Катаева, С.Н. Ворожцов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – № 4. – С. 32.

Таблица 1.9. – Матрица парных сравнений для определения весовых коэффициентов факторов (пример по блоку А)

	A ₁	A ₂	A ₃	A ₄	Сумма	Коэффициент
Группа факторов						
A ₁	1					
A ₂		1				
A ₃			1			
A ₄				1		
Итого	-	-	-	-		1,00

Составлено автором с использованием источника⁹⁵

На основании обобщенной оценки мнений экспертов формируются формулы модели оценки стратегических альтернатив.

4 этап. Факторы среды организации, определяющие эффективность инновационных стратегий организации, будут оценены по их важности W_{ij} методом сравнительного шкалирования с использованием шкалы с постоянной суммой баллов. Далее определятся весовые коэффициенты факторов A_i , B_i , K_i и I_i .

5 этап. Выбор на основании произведенных расчетов наиболее эффективной инновационной стратегии для организаций нематериальной сферы. В качестве вышеуказанных вариантов стратеги предлагаются для сравнения четыре варианта: C_1 – модификация существующих процессов, C_2 – модификация существующих продуктов, C_3 – внедрение цифровых технологий в процесс управления организацией, C_4 – поиск новых рынков сбыта, на основе использования разработанной методики. Для проведения сравнительного исследования выбранных направлений реализации инновационной стратегии в качестве критериев отбора примем факторы, (таблица 1.6), оценка которых производится по 10-балльной шкале.

Итоговая оценка производится по формуле:

$$C_i = W_{ij}A_i + W_{ij}B_i + W_{ij}K_i + W_{ij}I_i, \quad 1.1.$$

⁹⁵ Бурцева Т.А. Методологические основы выбора маркетинговых стратегий развития предприятия на основе экспертных оценок / Т.А. Бурцева, Н.Н. Катаева, С.Н. Ворожцов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. - № 4. – С. 32.

где: C_i – вариант инновационной стратегии организации;
 W_{ij} – нагрузка на группу факторов;
 A_i – комплексный показатель факторов внешней среды;
 B_i – комплексный показатель факторов внутренней среды;
 K_i – комплексный показатель факторов конкурентоспособности;
 I_i – комплексный показатель факторов окупаемости затрат на реализацию стратегий.

Графическая интерпретация метода представлена на рисунке 1.5.

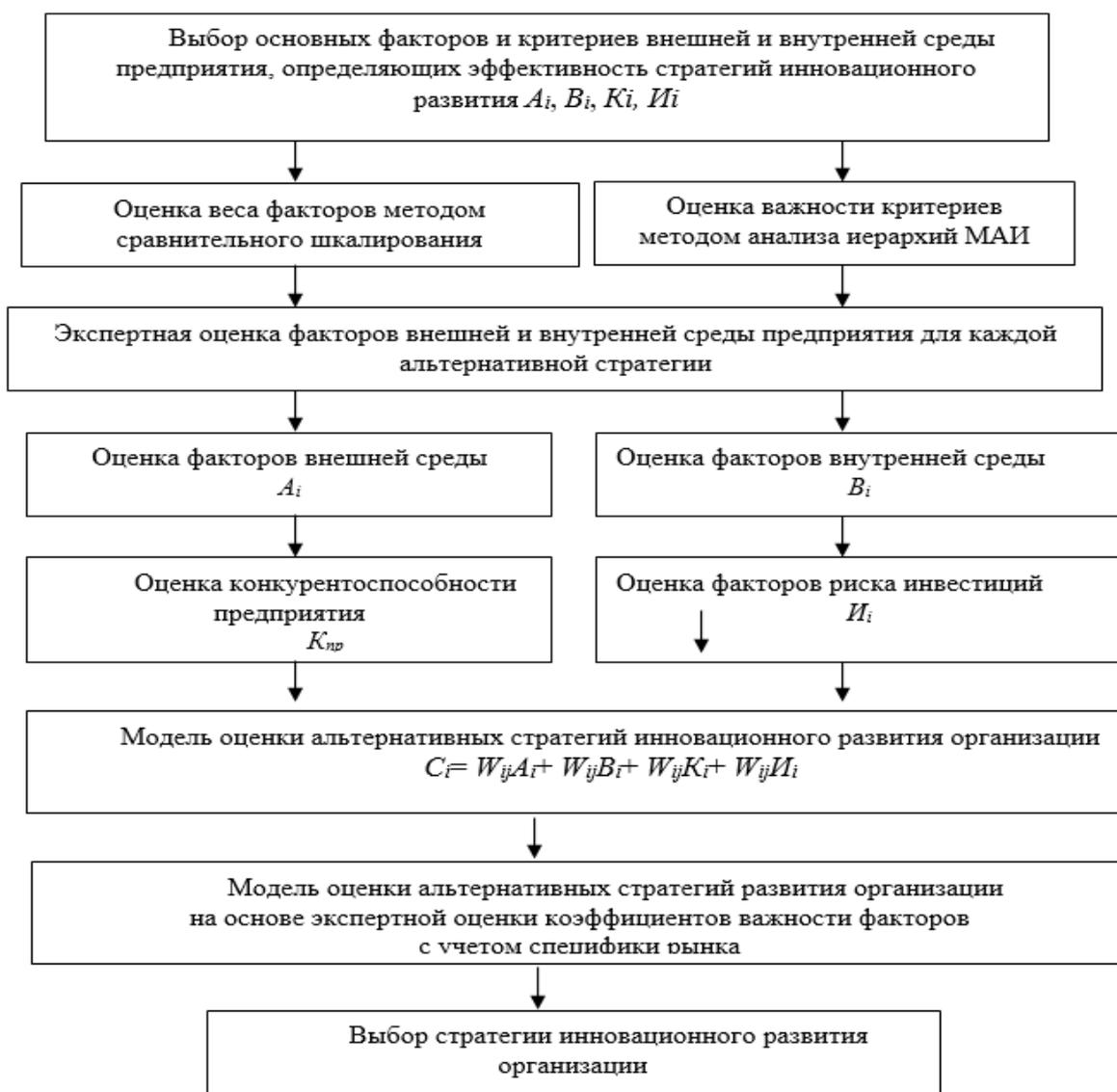


Рисунок 1.5. Блок-схема выбора стратегических альтернатив развития организации

Составлено автором

Для разработки инновационной стратегии организации целесообразно проводить оценку ее текущей инновационной деятельности, которая включает совокупность данных об инновационном потенциале организации, инновационном климате и данные, характеризующие инновационную активность. Инновационный потенциал является показателем, характеризующим состояние внутренней готовности организаций к разработке и внедрению различного рода инноваций в свою деятельность (гибкость системы управления, организация бизнес-процессов, сформированность инновационной культуры персонала, наличие бюджета на развитие в области разработки и внедрения инноваций и т.д.). Таким образом, инновационный потенциал отражает внутреннюю среду организации.

Инновационный климат, в свою очередь, определяется совокупностью факторов внешней среды, то есть совокупностью социально-экономических условий, стимулирующих, либо сдерживающих инновационную деятельность организаций. Так, к данной группе можно отнести уровень экономического развития региона, нормативно-правовую базу, образовательный и научный потенциал территории, кластерную отраслевую политику, программы софинансирования инноваций со стороны государства и региона и т.д.

В рамках определенного рынка часть компаний занимает активную инновационную позицию, разрабатывая и внедряя инновации в собственную деятельность, либо коммерциализируя их, другая часть остается относительно пассивной. Таким образом, в рамках исследования текущей деятельности организаций нематериальной сферы необходимо также оценивать уровень их инновационной активности. Инновационная активность организаций в итоге способствует достижению в долгосрочной перспективе целей устойчивого экономического развития и конкурентоспособности.

Изучение текущего состояния инновационной деятельности в целом и инновационной активности в частности формирует информационную базу для принятия грамотных управленческих решений в области стратегического управления инновационным развитием организаций нематериальной сферы.

Теоретические и методические вопросы оценки инновационной деятельности освещены в работах многих отечественных и зарубежных ученых. Тем не менее, несмотря на многочисленные исследования данного вопроса, единого взгляда на оценку текущей инновационной деятельности нет.

Автором предлагается методика, основанная на рейтинговой оценке, позволяющей определить путем сравнительного анализа место организации по оценке ее инновационного потенциала на конкурентном рынке.

Этапы проведения оценки инновационной деятельности организаций нематериальной сферы включают:

1. Формирование критериев оценки.
2. Сбор и анализ данных о текущем состоянии инновационной деятельности, предполагающий изучение статистической информации, представленной в статистических базах ЕМИСС, Росстат и отчетах отраслевых министерств и ведомств.

3. Сбор и анализ данных о количестве и качестве инноваций на анализируемой организации.

- 3.1. Разработка инструментария оценки. В качестве инструмента исследования предлагается анкета, представленная в приложении 2, и содержащая блоки вопросов относительно критериев оценки.

- 3.2. Подбор экспертной группы. Для проведения экспертного опроса необходимо подобрать группу экспертов, отвечающих характеристикам и уровню компетенций в исследуемой области. Количество и состав экспертной группы будут зависеть от количества оцениваемых событий, степени согласованности мнений.

3.3. Экспертная оценка параметров по 5-балльной шкале, которая является наиболее понятной и простой и сужает возможность искажения результата. Предполагается следующая градация оценочных суждений: от 1 балла - полностью отсутствует выраженность параметра и до 5 баллов - высокая степень выраженности параметра.

3.4. Ранжирование оценок.

4. Сравнительный анализ результатов оценки различных организаций. Основное сравнение инновационной деятельности производится с лидером отраслевого рынка. В качестве лидера рассматривается конкурент с наиболее сильной позицией и проактивный⁹⁶ относительно инновационного развития.

Параметры отнесения организаций к определенным группам:

- 1 группа предполагает отклонение инновационного индекса оцениваемой организации не более чем на 20% от лидера. Организации, входящие в данную группу, планомерно занимаются инновационной деятельностью, имеют стратегический план развития и бюджет на разработку и внедрение инноваций;

- 2 группа предполагает отклонение инновационного индекса от лидера в интервале от 20 до 40%. Организации данной группы в основном используют стратегии следования за лидером, имитации, дифференциации, периодически внедряя инновации, новые для компании, но не новые для рынка;

- 3 группа предполагает отклонение инновационного индекса от лидера в интервале от 40 до 60%. Организации, входящие в данную группу, являются пассивными и не имеют в своем арсенале спланированных мероприятий в рамках инновационной деятельности. Решения по внедрению инноваций принимаются спонтанно и не всегда обоснованно. Риск инновационной деятельности повышен, так как принятие управленческих решений не всегда бывает обоснованным;

⁹⁶ Бабанова, Ю. В. Инструментарий проактивного управления инновационным развитием компании / Ю. В. Бабанова, В. П. Горшенин // Шумпетеровские чтения. – 2014. – Т. 1. – С. 70-75. – EDN ТЛКМВ.

- 4 группа предполагает отклонение инновационного индекса от лидера более чем на 60%. Организации, входящие в данную группу, инертны в области инновационной деятельности и так же, как и 3 группа характеризуются хаотичностью и спонтанностью.

Алгоритм реализации данной методики представлен на рисунке 1.6.



Рисунок 1.6. Алгоритм оценки инновационной деятельности организаций нематериальной сферы

Составлено автором

Предполагается, что существует прямая взаимосвязь между индексом инновационной активности и способностью организаций достигать конкурентного преимущества на рынке. Чем более активна организация в своем инновационном развитии, чем более обоснованы ее стратегические решения и действия, тем больше возможностей усилить конкурентную позицию на отраслевом рынке.

Внедряя инновации различных типов, организации нематериальной сферы усовершенствуют продукт, обладающий специфическими свойствами и, в отличие от товара, не способный быть оцененным потребителем до момента приобретения. В нематериальной сфере основной продукт — это услуга, которая имеет разную степень материальности своего результата. В связи с этим, предприятие не имеет возможности произвести опытный образец и представить его потребителю для сравнения с предшествующим продуктом. Тем не менее, результат инноваций в нематериальной сфере позволяет создавать услугу, в наибольшей степени удовлетворяющую запросы и пожелания потребителей, снижать издержки за счет использования современных технологий и т.д.

Особенностью инновационной деятельности организаций нематериальной сферы является то, что многие типы инноваций имеют как экономический, так и социальный эффект, что затрудняет предварительную оценку их эффективности. Следует отметить, что для получения необходимого запланированного уровня эффекта от внедрения инноваций требуется грамотный и системный подход в области стратегического планирования инновационного развития и, в итоге, правильный выбор инновационной стратегии.

Организации, которые выбирают инновационные варианты развития, получают возможность повышения эффективности деятельности организации в целом, быстрых темпов развития организации, добиваются конкурентоспособного стабильного положения на рынке.

Различные виды инноваций имеют разные эффекты как социального, так и экономического характера, которые воздействуют на достижение целей и задач организации в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

Взаимосвязь инноваций и конкурентоспособности организации на рынке представлена на рисунке 1.7.

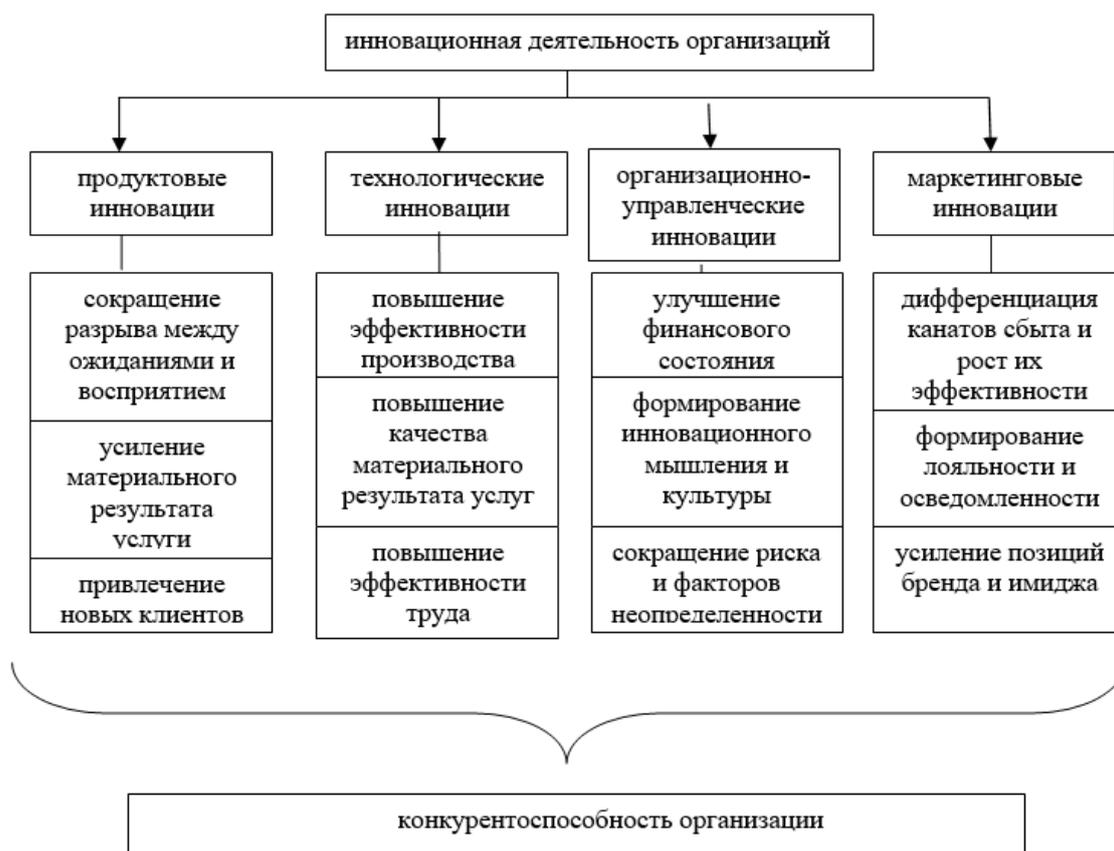


Рисунок 1.7. - Взаимосвязь результатов инновационной деятельности и конкурентоспособности организаций нематериальной сферы

Составлено автором с использованием источника⁹⁷

Таким образом, можно сделать вывод, что одним из факторов конкурентоспособности организации является инновационная деятельность. Они связаны и дополняют друг друга (рисунок 1.8.).

Е.Д. Вайсман выделяет семь основных принципов управления конкурентоспособностью⁹⁸:

⁹⁷ Мякотин, М. П. Взаимосвязь инновационной деятельности и конкурентоспособности предприятия / М. П. Мякотин. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 23 (209). — С. 332-334. — URL: <https://moluch.ru/archive/209/51178/> (дата обращения: 01.11.2021)

- 1) целенаправленности и единства целей;
- 2) многофакторности и множественности связей;
- 3) системности;
- 4) дуального управления или принцип адаптивности;
- 5) двойственной инновационности;
- 6) динамичности;
- 7) базирования на экономике знаний.

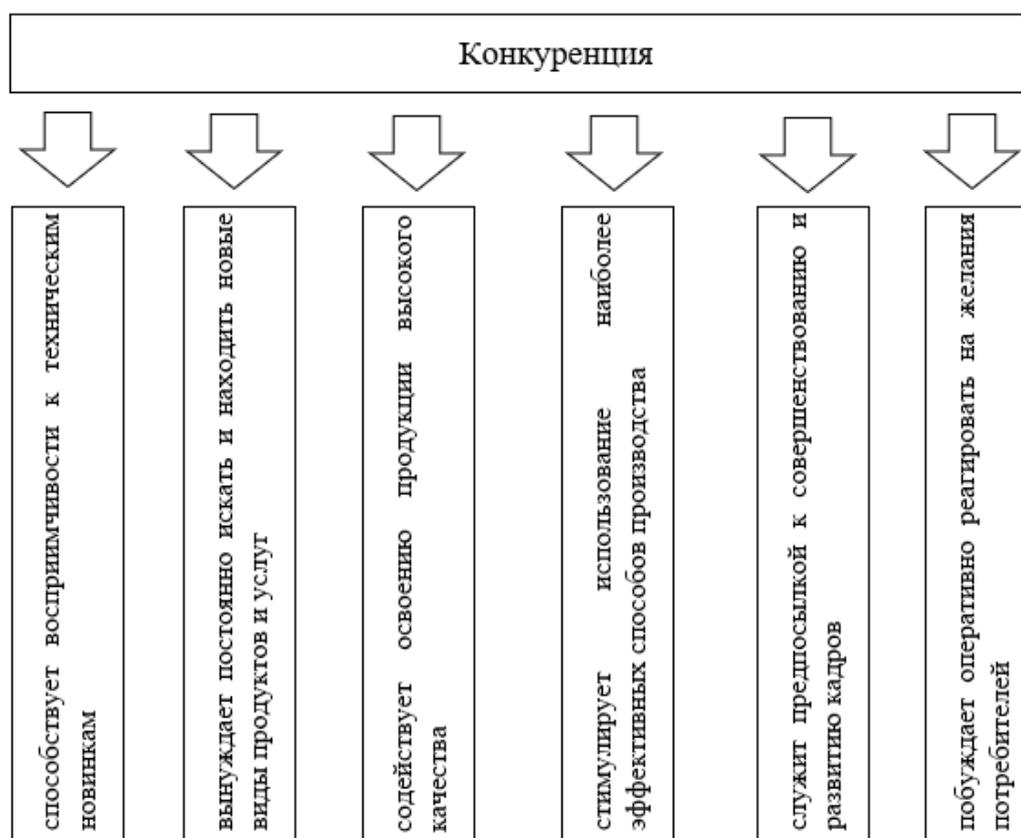


Рисунок 1.8. - Взаимосвязь конкуренции и инноваций

Составлено автором на основании источника⁹⁹

Таким образом, разработанная методика оценки стратегических альтернатив развития предприятия во многом облегчает работу менеджеров,

⁹⁸ Вайсман Елена Давидовна Управление конкурентоспособностью на основе инновационного развития предприятия // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. 2010. №26 (202). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-konkurentosposobnostyu-na-osnove-innovatsionnogo-razvitiya-predpriyatiya> (дата обращения: 02.11.2021).

⁹⁹ Мякотин, М. П. Взаимосвязь инновационной деятельности и конкурентоспособности предприятия / М. П. Мякотин. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — №23 (209). — С. 332-334. — URL: Мод (дата обращения: 01.11.2021).

ускоряет процесс принятия решения, снижает риск за счет коллективной работы специалистов, экспертов и независимых консультантов.

Выбор наиболее целесообразного для использования метода оценки эффективности инновационной деятельности зависит от множества факторов. Поэтому для большей объективности рекомендуется использовать несколько различных методов.

Анализ различных подходов и методов оценки эффективности инноваций позволил сделать вывод, что на сегодняшний день унифицированного подхода нет. Существующие методы оценки основаны на двух основных подходах: 1) с позиции затрат на создание и внедрение инноваций (бухгалтерский) и 2) с позиции доходов, полученных организацией посредством реализации инновационного проекта (финансовый).

На основании вышеперечисленных допущений автором предлагается матрица методов классификации оценки стоимости инноваций, представленная в таблице 1.10.

Таблица 1.10 - Матрица монокритериальных методов классификации оценки эффективности инновационной деятельности

Подход	Методы
Затратный (бухгалтерский)	Метод суммирования всех затрат
	Метод замещения
	Метод восстановительной стоимости
Доходный (финансовый)	Оценка по дисконтированной стоимости будущих доходов
	Метод дисконтированного денежного потока
	Метод избыточных накоплений
Сравнительный	Метод сделок
	Метод удельных технико-экономических показателей
	Методов оценки влияния на конкурентную позицию

Составлено автором с использованием источников¹⁰⁰

¹⁰⁰ Формирование и развитие регионального бренда на рынке томатных соусов Кировской области Кузнецова А.В. диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Санкт-

Таким образом, анализ рассмотренных методов оценки эффективности инновационной деятельности позволяет сделать вывод, что на сегодняшний день отсутствует единый подход к данному вопросу, что обуславливает потребность в дальнейшем их совершенствовании.

Выводы по главе 1

1. Анализ теоретических аспектов инновационной деятельности организаций нематериальной сферы позволил уточнить такие дефиниции, как «инновация» и «инновационное развитие», что позволило сформулировать авторское определение понятия «инновация в нематериальной сфере» с учетом отраслевой специфики, а также уточнить классификацию основных типов инноваций в исследуемой сфере деятельности и направления инновационных решений. Сделан вывод, что для организаций нематериальной сферы возможно внедрение не всех типов инноваций, что обусловлено спецификой отраслей в нее входящих.

2. Проведенное исследование подходов к инновационному стратегическому управлению позволило разграничить три основных уровня управления инновациями и охарактеризовать особенности инновационного развития и управления конкурентоспособностью на каждом из них. На данной основе осуществлена декомпозиция целей достижения конкурентоспособности за счет реализации инновационной стратегии организации.

3. Анализ теоретических подходов к феномену инноваций позволил сделать вывод о наличии влияния инновационной активности организаций на уровень ее конкурентоспособности в долгосрочной перспективе. Это, в свою очередь, позволило сформировать модель инновационного развития

Петербургский государственный аграрный университет. Киров, 2009; Бричка Е.И. Методы доходного подхода к оценке рыночной стоимости технологических инноваций на разных стадиях жизненного цикла // Финансовые исследования. - 2017. - №3(56). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-dohodnogo-podhoda-k-otsenke-rynochnoy-stoimosti-tehnologicheskikh-innovatsiy-na-raznyh-stadiyah-zhiznennogo-tsikla> (дата обращения: 10.11.2021); Рожкова Надежда Константиновна, Курьлева Мария Николаевна Основные подходы к оценке стоимости инновационного продукта // Вестник ГУУ. - 2014. - №15. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-podhody-k-otsenke-stoimosti-innovatsionnogo-produkta> (дата обращения: 10.11.2021).

организации нематериальной сферы основу формирования ее конкурентоспособности.

4. Было определено, что на конкурентную позицию предприятия и успешность осуществления деятельности организаций нематериальной сферы оказывает комплексное влияние ряд факторов, часть из которых являются унифицированными для всех отраслей нематериального производства, часть выступают специфическими для каждой конкретной отрасли. Группы факторов включают комплекс параметров внешней и внутренней среды организации, конкурентоспособности и риска инвестиционной деятельности. Анализ приоритетности и силы влияния факторов способствует выбору оптимальной для организаций инновационной стратегии развития. На данной основе была обоснована методика выбора альтернативной инновационной стратегии организаций нематериальной сферы, основанная на оценке влияния комплекса факторов и определения их приоритета для организаций.

ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

2.1. Характеристика инновационного развития организаций нематериальной сферы

Сфера нематериального производства играет огромную роль в экономическом развитии территорий и включает большое количество различных отраслей, обеспечивающих нормальное функционирование всей экономической системы и людей в целом.

Опираясь на данные статистики за 2020 год, «Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг» составляет 3795,5 млрд. руб. или 4% в структуре ВВП¹⁰¹ (рисунок 2.1.).

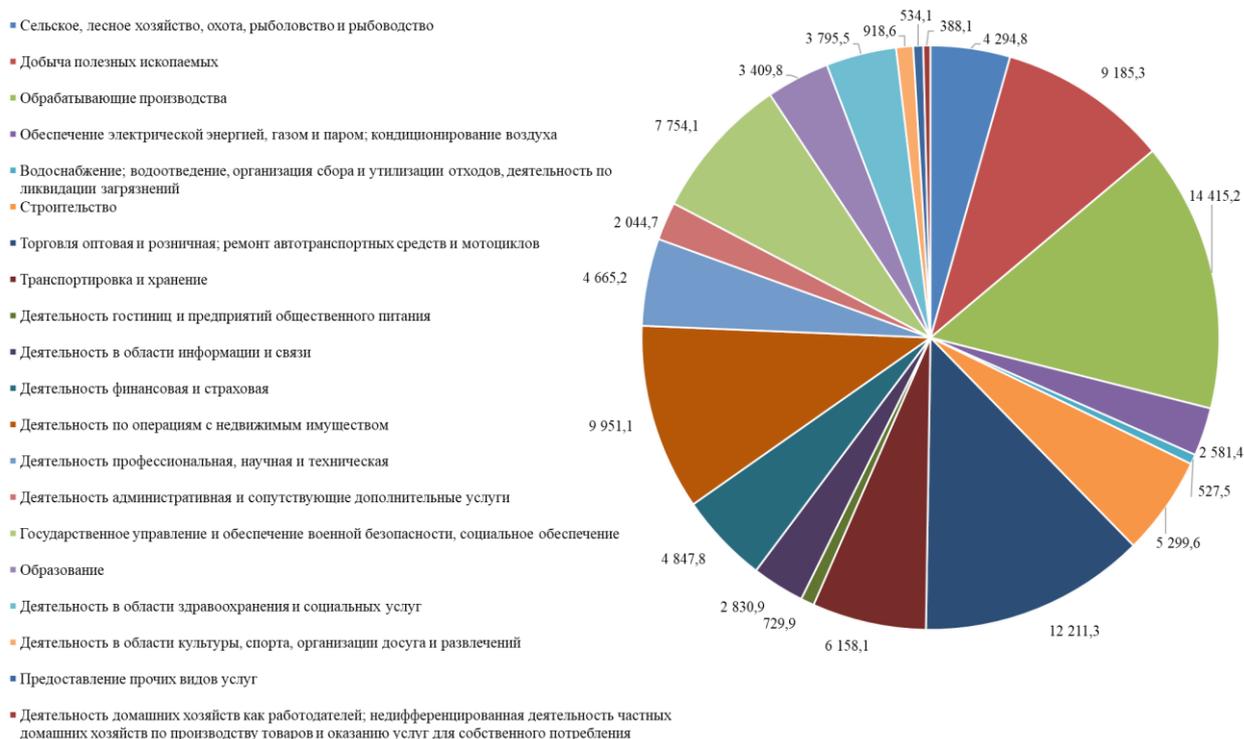


Рисунок 2.1. - Структура валовой добавленной стоимости по отраслям экономики (в текущих ценах; в млрд. руб.) 2020 год

Составлено автором на основании источника¹⁰²

¹⁰¹ Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения 02.02.2021)

¹⁰² Статистический сборник «Индикаторы инновационной деятельности». [Электронный ресурс] URL: <https://issek.hse.ru/news/464964322.html>

Нематериальная сфера включает в себя такие отрасли как: образование, здравоохранение, культуру, искусство, торговлю, сферу услуг, сферу санаторно-курортной деятельности, туризм и т.д. Деятельность организаций сферы нематериального производства направлена на удовлетворение потребностей населения в соответствии со структурой их запросов.

В 2019 г. 9,1% организаций России осуществляли инновации¹⁰³, при этом наибольшее число организаций, которые осуществляют инновации 15,1% относятся к сфере промышленного производства, к сфере услуг – 7,6%, соответственно (рисунок 2.2.).

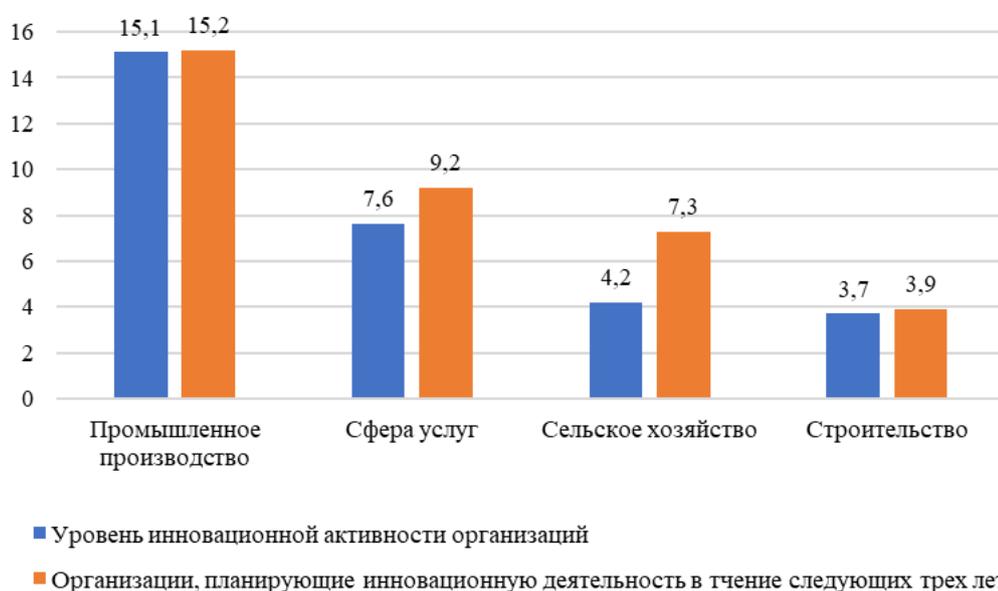


Рисунок 2.2. - Распределение организаций, имевших продуктовые и процессные инновации в 2017-2019 гг. по секторам экономики

Составлено автором на основании источников¹⁰⁴

В сфере нематериального производства по данным за 2020 г. в среднем 7,6% организаций внедряют инновации различного типа.¹⁰⁵

На современном этапе развития экономики инновационный вектор является необходимой реальностью для всех организаций, в том числе функционирующих в сфере нематериального производства. Принятые

¹⁰³ Статистический сборник «Индикаторы инновационной деятельности». [Электронный ресурс] URL: <https://issek.hse.ru/news/464964322.html>

¹⁰⁴ Там же

¹⁰⁵ Там же

нормативно-правовые акты в Российской Федерации подчёркивают важность формирования в стране инновационного типа экономики, таким образом инновационный процесс становится своего рода движущей силой прогрессивного развития и внедрения количественных и качественных изменений, структурных преобразований в экономике.

Уровень инновационной активности в области здравоохранения и социальных услуг составляет 5,3% (рисунок 2.3.). Опираясь на данные отчёта¹⁰⁶ невозможно осуществить анализ за предыдущие годы, в связи с отсутствием данных в разрезе сектора нематериального производства.



Рисунок 2.3. - Уровень инновационной активности организаций в %, 2019 год
Составлено автором на основании источника¹⁰⁷

К видам инновационной деятельности относятся:

- исследования и разработки новых продуктов, услуг и методов их производства (передачи), новых производственных процессов;
- приобретение машин, оборудования, прочих основных средств, связанных инновационной деятельностью;

¹⁰⁶ Статистический сборник «Индикаторы инновационной деятельности». [Электронный ресурс] URL: <https://issek.hse.ru/news/464964322.html>

¹⁰⁷ Там же

- маркетинг и создание бренда;
- обучение и подготовка персонала, связанные с инновационной деятельностью;
- дизайн;
- инжиниринг;
- разработка и приобретение программ для ЭВМ и баз данных, связанных с инновационной деятельностью;
- приобретение прав на патенты (отчуждение), лицензий на использование изобретений, промышленных образцов, полезных моделей, селекционных достижений, топологий интегральных микросхем и т.п.;
- патентование (регистрация) результатов интеллектуальной деятельности;
- планирование, разработка и внедрение новых методов ведения бизнеса, организации рабочих мест и организации внешних связей.¹⁰⁸

В деятельности в области здравоохранения и социальных услуг в 2019 году на инновационную деятельность было затрачено 17,8 млрд. руб., из них чуть более 10 млрд. руб. на продуктовые инновации и 7,3 млрд. руб. на процессные инновации.¹⁰⁹

В организациях, осуществляющих деятельность в области здравоохранения и социальных услуг, на 2019 год насчитывалось 281 научно-исследовательское, проектно-конструкторское подразделение, 1581 работник выполнял научные исследования и разработки.¹¹⁰

Опираясь на данные, представленные на рисунке 2.4, можно сделать вывод, что наибольшее количество затрат осуществлено на приобретение машин и оборудования, прочих основных средств – 66,1% или 11,7 млрд. руб., на исследования и разработки – 15,6% или 2,7 млрд. руб., маркетинг и создание бренда, приобретение прав на результаты интеллектуальной

¹⁰⁸ Статистический сборник «Индикаторы инновационной деятельности». [Электронный ресурс] URL: <https://issek.hse.ru/news/464964322.html>

¹⁰⁹ Там же.

¹¹⁰ Там же.

собственности, планирование, разработка и внедрение новых методов ведения бизнеса – по 0,2%, обучение и подготовка персонала – 0,3% или 56,5 млн. руб.¹¹¹

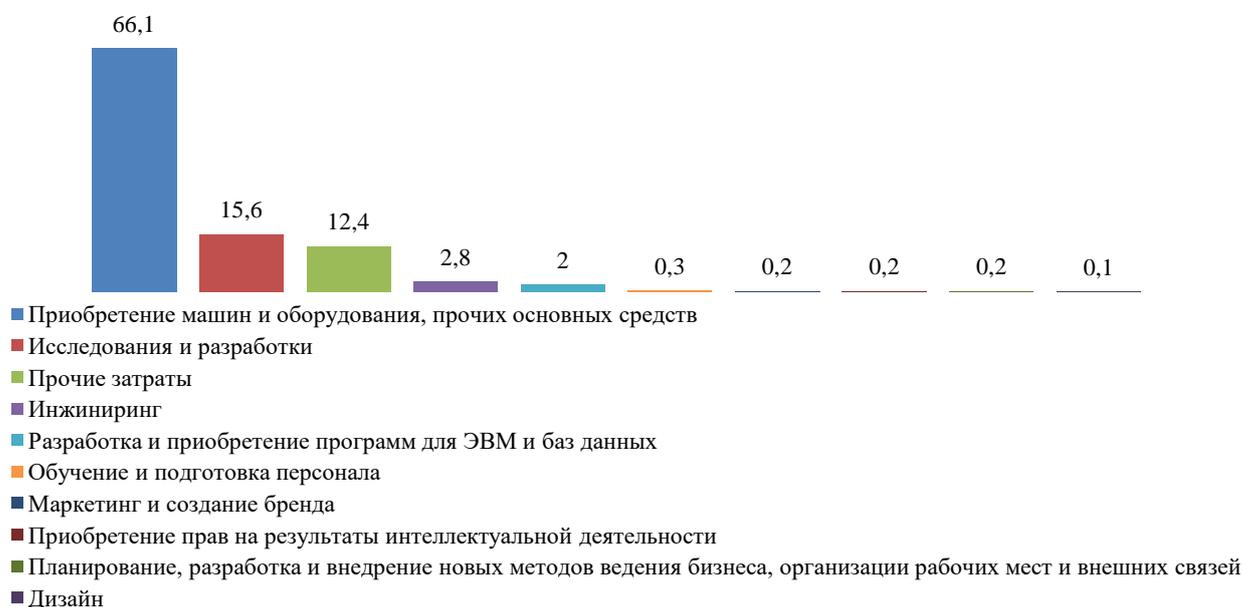


Рисунок 2.4. - Распределение организаций по видам инновационной и экономической деятельности в 2019 году (в процентах от числа организаций, имевших затраты на инновационную деятельность), деятельность в области здравоохранения и социальных услуг

Составлено автором на основании источника¹¹²

Реализация инновационных преобразований сопряжена с расходами на их осуществление, при этом организации пользуются различными источниками финансирования, что обусловлено поддержкой инновационного развития на различных уровнях. Анализ открытых статистических данных показал, что по источникам финансирования в структуре затрат на инновационную деятельность (рисунок 2.5.), лидируют бюджеты субъектов РФ и местные бюджеты – 42% от всех затрат или 7460,3 млн. руб., из федерального бюджета – 27,3% или 4848,3 млн. руб., собственные средства организаций – 21,9% или 3893,4 млн. руб.

¹¹¹ Статистический сборник «Индикаторы инновационной деятельности». [Электронный ресурс] URL: <https://issek.hse.ru/news/464964322.html>

¹¹² Там же



Рисунок 2.5. - Структура затрат на инновационную деятельность по источникам финансирования по виду экономической деятельности «Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг», в %, 2019 г. Составлено автором на основании источника¹¹³

В отраслевой структуре валовой добавленной стоимости Кировской области деятельность в области здравоохранения и социальных услуг занимает 7,2 % или 28506,6 млн. руб. (рисунок 2.6.).

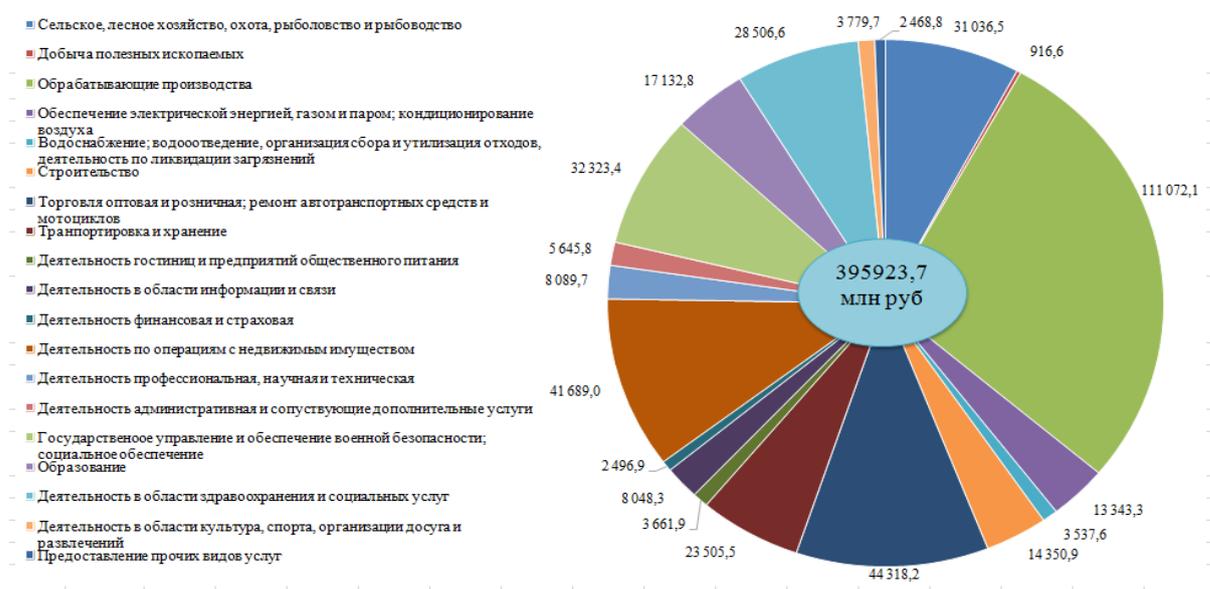


Рисунок 2.6. - Валовая добавленная стоимость по отраслям экономики по Кировской области 2020 г (в текущих основных ценах, млн. руб.) Составлено автором на основании источника¹¹⁴

¹¹³ Статистический сборник «Индикаторы инновационной деятельности». [Электронный ресурс] URL: <https://issek.hse.ru/news/464964322.html>

¹¹⁴ Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения 18.04.2022)

По мнению некоторых авторов, Кировская область относится к регионам с недостаточным уровнем инновационного развития¹¹⁵.

Затраты на инновационную деятельность в Кировской области в 2020 году составили 6914,0 млн. руб. При этом стоит отметить, что с 2011 года показатель затрат увеличился в 3 раза, а в период с 2016 по 2017 год - в 2 раза (рисунок 2.7.).

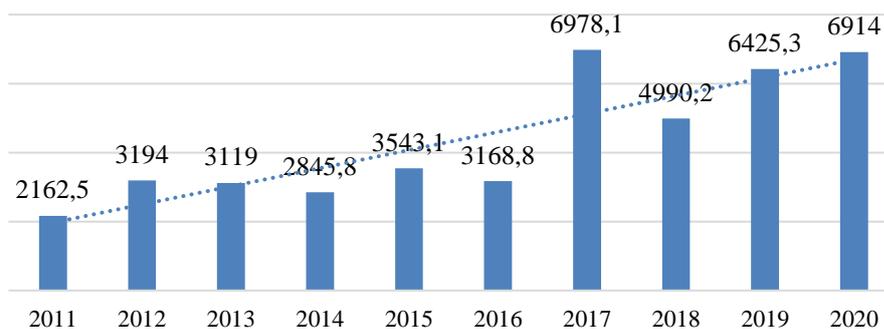


Рисунок 2.7. - Затраты на инновации в Кировской области в период 2011-2020 гг., млн. руб.

Составлено автором на основании источника¹¹⁶

Число организаций, осуществляющих инновационную деятельность в регионе составляет 117 единиц. Этот показатель вырос почти в 3 раза за последние 10 лет, о чём свидетельствуют данные, представленные на рисунке 2.8¹¹⁷.

Анализ количественных показателей вовлеченности организаций в инновационную деятельность позволяет сделать вывод о ее активизации в период 2019-2020 гг. Причиной данной динамики стало влияние на деятельность организаций нематериальной сферы последствий пандемии коронавируса, которые сопровождались массовыми ограничениями в деятельности хозяйствующих субъектов. Все это привело к появлению новых форм обслуживания, использования новых методов продвижения и продаж

¹¹⁵ Митяков С.Н., Митякова О.И., Мурашова Н.А. Инновационное развитие регионов России: ранжирование регионов // Инновации. 2018. №1 (231). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnoe-razvitie-regionov-rossii-ranzhirovanie-regionov>.

¹¹⁶ Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Кировской области [Электронный ресурс] URL: <https://kirovstat.gks.ru/>

¹¹⁷ Там же

продукции и услуг, обновлению продуктового портфеля организаций нематериальной сферы.

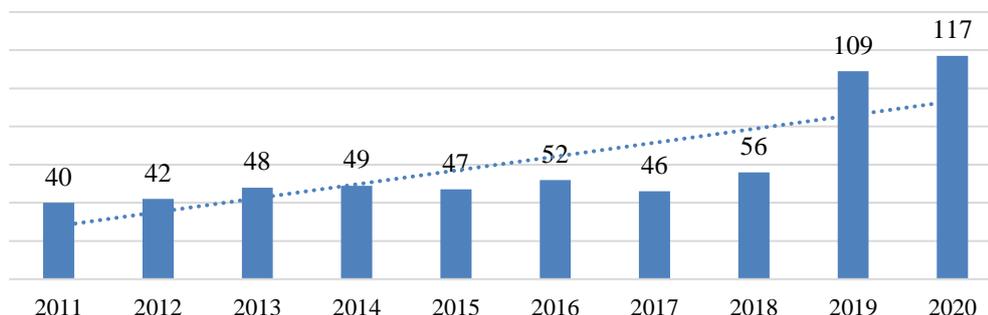


Рисунок 2.8. - Число организаций, осуществлявших инновации в Кировской области в период 2011-2020 годов, единиц

Составлено автором на основании источника ¹¹⁸

Количественное выражение масштабов инновационной деятельности организаций нематериальной сферы можно исследовать по показателю объема инновационных товаров, работ и услуг. Динамика показателя за анализируемый 10-летний период показывает его увеличение в 2,8 раза. Однако можно отметить нестабильность изменений; так, например в 2020 году по отношению к 2019 году наблюдается незначительное уменьшение исследуемого показателя¹¹⁹ (рисунок 2.9.).

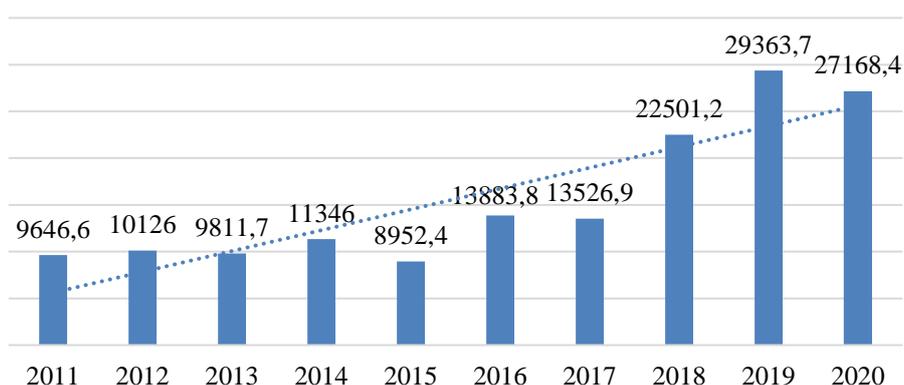


Рисунок 2.9. - Объем инновационных товаров, работ, услуг, в Кировской области в период 2011-2020 годов, млн. руб.

Составлено автором на основании источников ¹²⁰

¹¹⁸ Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Кировской области [Электронный ресурс] URL: <https://kirovstat.gks.ru/>

¹¹⁹ Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения 02.02.2021)

¹²⁰ Там же

Анализ структуры затрат на инновационную деятельность показал, что наибольшую долю занимают исследования и разработки, далее следуют приобретение машин и оборудования, прочих основных средств (рис. 2.10.).



Рисунок 2.10. - Структура затрат на инновационную деятельность по видам инновационной деятельности по виду деятельности в Кировской области, 2019 г., %

Составлено автором с использованием источником ¹²¹

Международная конкуренция на рынке товаров, услуг, технологий способствует усилению инновационных процессов внутри стран. Для оценки уровня инновационной активности субъектов экономики разработана система показателей определения рейтинга путем расчета глобального инновационного индекса. Согласно «Глобальному инновационному индексу» (ГИИ, Global Innovation Index) опубликованному 2021 году, Российская Федерация располагается на 45-ом месте в международном рейтинге (рисунок 2.11.). ¹²²

¹²¹ Статистический сборник «Индикаторы инновационной деятельности». URL: <https://issek.hse.ru/news/464964322.html>

¹²² WIPO (2021). Global Innovation Index 2021: Tracking Innovation through the COVID-19 Crisis. Geneva: World Intellectual Property Organization [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2021/

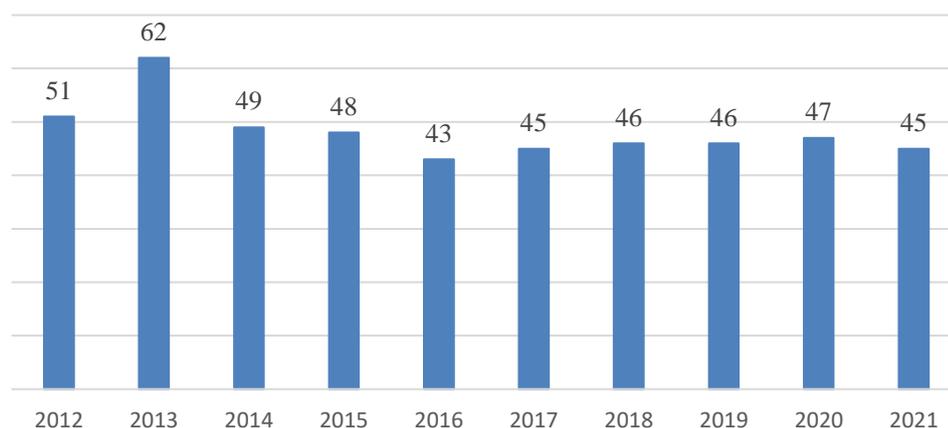


Рисунок 2.11. - Динамика позиций РФ в ГИИ с 2012 по 2021 г.

Составлено автором на основании источника¹²³

Анализ данных международного рейтинга показал, что в тройке лидеров, как и годом ранее: Швейцария (1), Швеция (2) и США (3). ГИИ содержит результаты сопоставительного анализа инновационных систем 132 стран. Оценка проходит по 81 критерию, которые объединены в 7 групп: уровень развития рынка (кредитование, инвестиции, торговля, диверсификация и масштаб рынка); уровень развития бизнеса (научные работники, инновационные связи, усвоение связей); результаты творческой деятельности (нематериальные активы, создание товаров и услуг, онлайн сфера); развитие технологий и знаний (создание знаний, влияние знаний, распределение знаний); инфраструктура (информационно-коммуникационные технологии, общая инфраструктура, экологическая устойчивость); человеческий капитал и наука (образование, высшее образование, исследования и разработки); институты (политическая обстановка, деловая среда, нормативно-правовая база). Позиции РФ за 2020 и 2021 г. по каждой группе показаны на рисунке 2.12.

Таким образом, на современном этапе развития необходимо особое внимание уделять построению экономики инновационного типа.

¹²³ WIPO (2021). Global Innovation Index 2021: Tracking Innovation through the COVID-19 Crisis. Geneva: World Intellectual Property Organization [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2021/

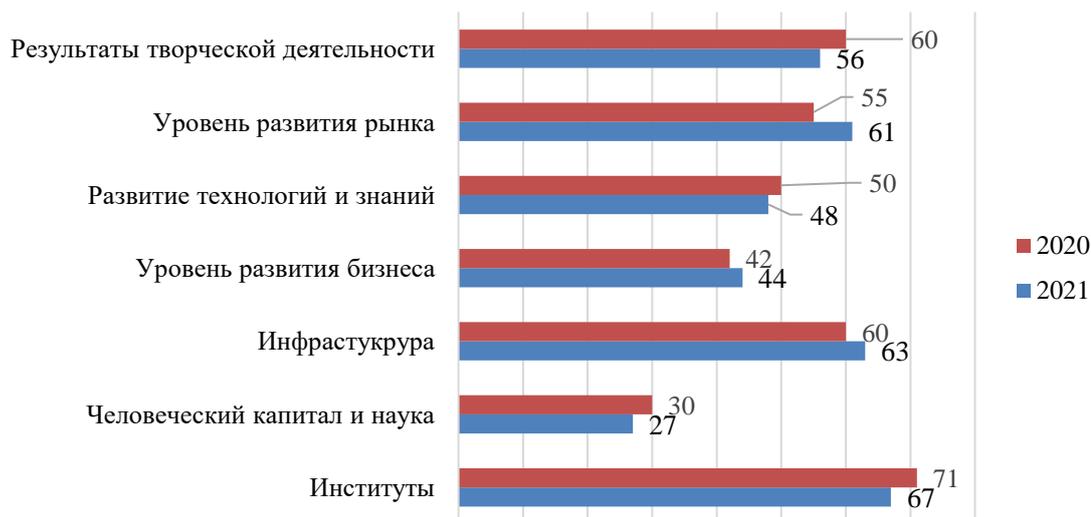


Рисунок 2.12. - Позиции России по элементам инновационного индекса 2020 и 2021 гг.

Составлено автором на основании источника¹²⁴

Основными характеристиками экономики инновационного типа являются:

во-первых, инновационный процесс становится центральным элементом всех преобразований экономического субъекта хозяйствования и экономики отрасли;

во-вторых, скорость инноваций в отдельных секторах экономики вызывает необходимость усиления управленческих воздействий, направленных на регулирование деятельности организации;

в-третьих, постоянство влияния фактора и высокая взаимосвязь с факторами внешней и внутренней среды;

в-четвертых, сопряженность с повышенным действием риск-факторов.

Современный этап развития экономики определяет ее как отрасль, основанную на знаниях. Данный подход весьма актуален в теории и практике, так как дает расширенное толкование сущности данного этапа. При

¹²⁴ WIPO (2021). Global Innovation Index 2021: Tracking Innovation through the COVID-19 Crisis. Geneva: World Intellectual Property Organization [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2021/

этом стоит отметить, что одной из основных его характеристик стала именно инновационность.

Концепция долгосрочного развития территорий предполагает переход к инновационно-ориентированному типу во всех отраслях и сферах деятельности, при этом проводимая государством политика поддержки инновационного развития предусматривает:

- развитие компетенций в области инновационного управления;
- создание благоприятной экономико-правовой среды в отношении инновационной деятельности;
- стимулирование инновационной деятельности организаций;
- формирование инфраструктуры инновационной системы;
- усиление взаимодействия между субъектами экономики и государством в области внедрения инноваций.

Нематериальная сфера производства не относится к числу приоритетных отраслей в концепции экономического развития страны, однако ее всеобъемлющий характер и значимость, подчеркивают необходимость инновационного развития.

Продукт нематериальной сферы производства обладает рядом специфических характеристик, а организации, работающие в данной сфере очень разнообразны по размеру, типам собственности и т.д.

Применение известных на сегодняшний день систем и моделей управления инновационным развитием, разработанных для предприятий производственной сферы, невозможно для организаций нематериального производства по ряду объективных особенностей присущих продукции, производимой ими, представленных в таблице 2.1. В полной мере это касается и санаторно-курортных комплексов, на примере которых в исследовании анализируются инновационные стратегии, обеспечивающие формирование конкурентных преимуществ современных организаций, относящихся к нематериальной сфере деятельности.

Таблица 2.1. - Особенности продукта организаций нематериальной сферы

Специфика	Характеристика	Степень выраженности, градация	Риски
<i>Неосвязаемость (нематериальность)</i>	Невозможность оценки услуги до момента ее приобретения	Несколько уровней градации (абсолютно неосвязаемые, частично осязаемые)	Потребительский риск несовпадения ожиданий и действительности
<i>Неотделимость от источника предоставления услуг</i>	Единство процесса производства и потребления услуг (принятия оздоровительных процедур); неотделимость покупателя от процесса предоставления и потребления услуг (осмотр врача); совместное потребления ряда услуг (экскурсия).	Услуга сначала продается, а затем производится и потребляется	Потребительский риск оценки качества
<i>Непостоянство качества</i>	Невозможность 100% стандартизации качества услуг	Градация параметра по ГОСТ Р	Высокие потребительские риски Высокие риски для организаций
<i>Недолговечность</i>	Услугу нельзя хранить с целью получения дальнейшей прибыли или использования	Накопительный эффект для потребителя	Риск для организации
<i>Отсутствие владения</i>	Услуги не являются собственностью кого-либо, потребитель имеет доступ к услуге, только на протяжении ограниченного промежутка времени	Абсолютный уровень выраженности фактора	Высокие потребительские риски

Составлено автором с использованием источника¹²⁵

Санаторно-курортные комплексы (СКК) обладают мощным инновационным, рекреационным и кадровым потенциалом, а также уникальными климатическими ресурсами, что является основополагающим фактором для развития СКК на инновационной основе. При комплексном управлении данными ресурсами создаются предпосылки реализации всех преимуществ в их взаимном единстве, что, по сравнению с другими

¹²⁵ ГОСТ Р 50691-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги населению. Модель системы обеспечения качества услуг [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/1200104957>

санаторно-курортными организациями, которые такими ресурсами не обладают, создают для СКК перспективные возможности значительного усиления конкурентных преимуществ и развития на инновационной основе.

Для практического решения проблемы эффективного управления имеющимися ресурсами СКК проведен анализ существующих методик, систем, моделей управления инновационным развитием предприятий различных форм собственности и специализации. Анализ выявил, что на сегодняшний день в практике и теории инновационного (проектного) менеджмента не разработано систем управления инновационным развитием именно СКК, учитывающих особенности их функционирования и предоставляемых ими санаторно-курортных услуг. Основное большинство существующих систем и моделей управления инновационным развитием, ориентированы на предприятия производственной сферы.

Для повышения эффективности функционирования организаций нематериальной сферы производства инновационная составляющая деятельности должна обеспечивать:

- формирование более высокого уровня удовлетворённости от потребления услуг, что обеспечивается сокращением разрыва между ожиданиями клиента и реальным обслуживанием;
- обеспечение более высокого уровня конкурентоспособности на целевом рынке, обеспеченное оптимальным соотношением традиционных и инновационных продуктов в портфеле организации;
- высокую вовлеченность сотрудников в процесс инновационного развития, что обеспечивается формированием инновационной культуры и климата в организациях;
- высокую неопределенность последствий;
- необходимость комплексного подхода.

В организациях нематериальной сферы наиболее часто используются организационно-управленческие инновации, характеристика которых представлена в таблице 2.2.

Таблица 2.2. - Характеристика типов инноваций в организациях нематериальной сферы

Тип инноваций	Характеристика	Пример
Организационно-управленческие		
Реинжиниринг бизнес-процессов	Кардинальная модификация бизнес-процессов	Цифровизация: CRM-системы, электронный документооборот и т.д.
Процессно-ориентированное управление	Создание систем управления	Распределение власти и ответственности
Бенчмаркинг	Анализ опыта конкурентов организации	Использование лучших практик конкурентов в работе организации
Управление знаниями	Использование нематериальных активов компании	Создание методических рекомендаций, выработка алгоритмов, сбор данных
Ключевые компетенции	Развитие особо ценных навыков и компетенций сотрудников	Повышение квалификация и профессиональная переподготовка персонала
Сервисные	Использование современных технологий в процессе сервисного обслуживания	Чат-боты, автоматизация получения обратной связи от клиентов (онлайн опросы) и т.д.
Маркетинговые:		
Управление отношениями с клиентами	Формирование и управление базой данных о клиентах и их покупках	Ведение электронных баз данных
Цифровизация каналов продаж	Использование новых цифровых платформ для осуществления сделок купли-продажи	Мобильное приложение, онлайн бронирование
Визуализация	Наглядное отображение информации	Видеоролики, фотоизображения и т.д.
Продуктовые		
Диверсификация существующих продуктов	Совершенствование основного продукта: размещение и питание, совершенствование лечебно-восстановительного комплекса, совершенствование комплекса дополнительных услуг	Инновации в организации процесса питания, типов питания (вегетарианское меню), инновационные Spa-программы и т.д.
Введение новых услуг и программ	Совершенно новые услуги для данной сферы, совершенно новые услуги для организации	Новые виды программ, упаковка

Составлено автором

Как следует из таблицы 2.2, внедрение инноваций в деятельность сервисной организации может происходить по всем направлениям. Можно выделить три основные группы изменений, происходящих на предприятиях нематериальной сферы под воздействием инновационной деятельности:

- 1) экзогенные – вызванные трансформациями во внешней среде;

2) эндогенные – связанные с потребностями самого предприятия в процессе его функционирования с сохранением (стабилизирующие изменения) или модификацией его функций (модифицирующие изменения) в нематериальной сфере;

3) рефлекторные – порожденные результатами функционирования предприятия во внешней среде и стимулирующие внутренние преобразования за счет «обратной связи».¹²⁶

Современный подход к инновациям в сфере нематериального производства все в большей степени основывается на процессном подходе к управлению. В центр внимания становится процесс обновления и постоянного улучшения. Клиент платит не за абстрактную услугу, а за конкретный процесс её оказания. Эти процессы производны от знаний исполнителя о мотивах клиента, должны укладываться во время, которое он готов отдать на оказание услуги. Выживание сервисной организации и ее процветание тесно связаны с результатом процесса создания ценности. Чтобы достичь этого, у организации должна быть выработана инновационная стратегия.

В основе инновационной стратегии организаций нематериальной сферы должны стоять принципы, систематизация которых представлена на рисунке 2.13.

Принципы скомпонованы в четыре основные группы, согласно циклу инновационного процесса:

- принципы разработки инноваций;
- принципы внедрения инноваций;
- принципы управления инновациями;
- принципы оценки эффективности инноваций.

¹²⁶ Власюк Юлия Александровна. Особенности инновационной деятельности сервисных организаций // https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_1_98_102_0.pdf

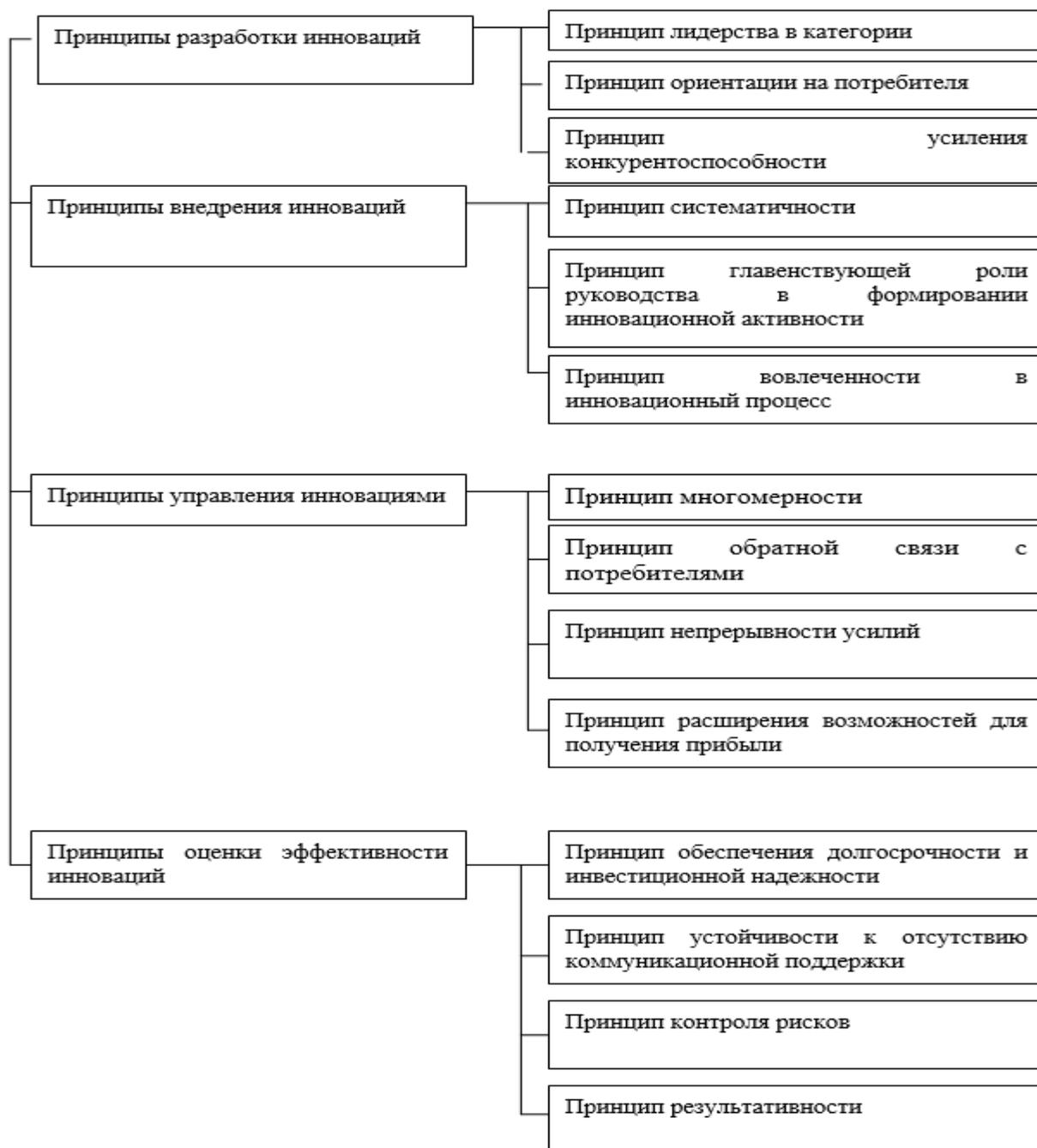


Рисунок 2.13. - Принципы, лежащие в основе инновационной стратегии организаций нематериальной сферы

Составлено автором

С точки зрения системного анализа, инновационная активность организаций нематериальной сферы определяется 4 параметрами:

- инновационной восприимчивостью организации (вход системы);
- ресурсной обеспеченностью (ресурсная база);
- нормативно-правыми и законодательными актами (управление инновационной активностью);

– результативностью инновационной деятельности (выход системы).

В российской экономической литературе проводятся исследования по вопросу идентификации организаций инновационного типа, а также анализируются различные количественные параметры отнесения организации к группе инновационных. К настоящему времени экономисты выработали несколько групп таких показателей, которые представлены на рисунке 2.14.

Комплекс показателей, характеризующих инновационную деятельность организаций включает четыре основные группы:

1. Затратные показатели, характеризующие уровень расходов организации на разработку и внедрение инноваций.

2. Показатели обновляемости, характеризующие степень новизны инновационных продуктов и организационных решений, внедряемых в организации.

3. Структурные показатели, описывающие структуру и состав ресурсов, технологий и иных факторов, задействованных в инновационном процессе.

4. Показатели динамики инновационного процесса, показывающие степень динамических изменений, произошедших в организации посредством реализации инновационной деятельности.

Система рассмотренных показателей может дополняться также специфическими показателями инновационной деятельности, характерными для определенной отрасли экономики. В целом, только использование комплексного подхода к оценке инновационной деятельности сможет показать истинное состояние инновационных процессов в организации.

Исследование инновационного потенциала непромышленной сферы будет осуществлено на примере санаторно-курортного комплекса.

Для более точного определения специфики отрасли необходимо провести анализ ее состояния развития в регионе на текущий момент времени.

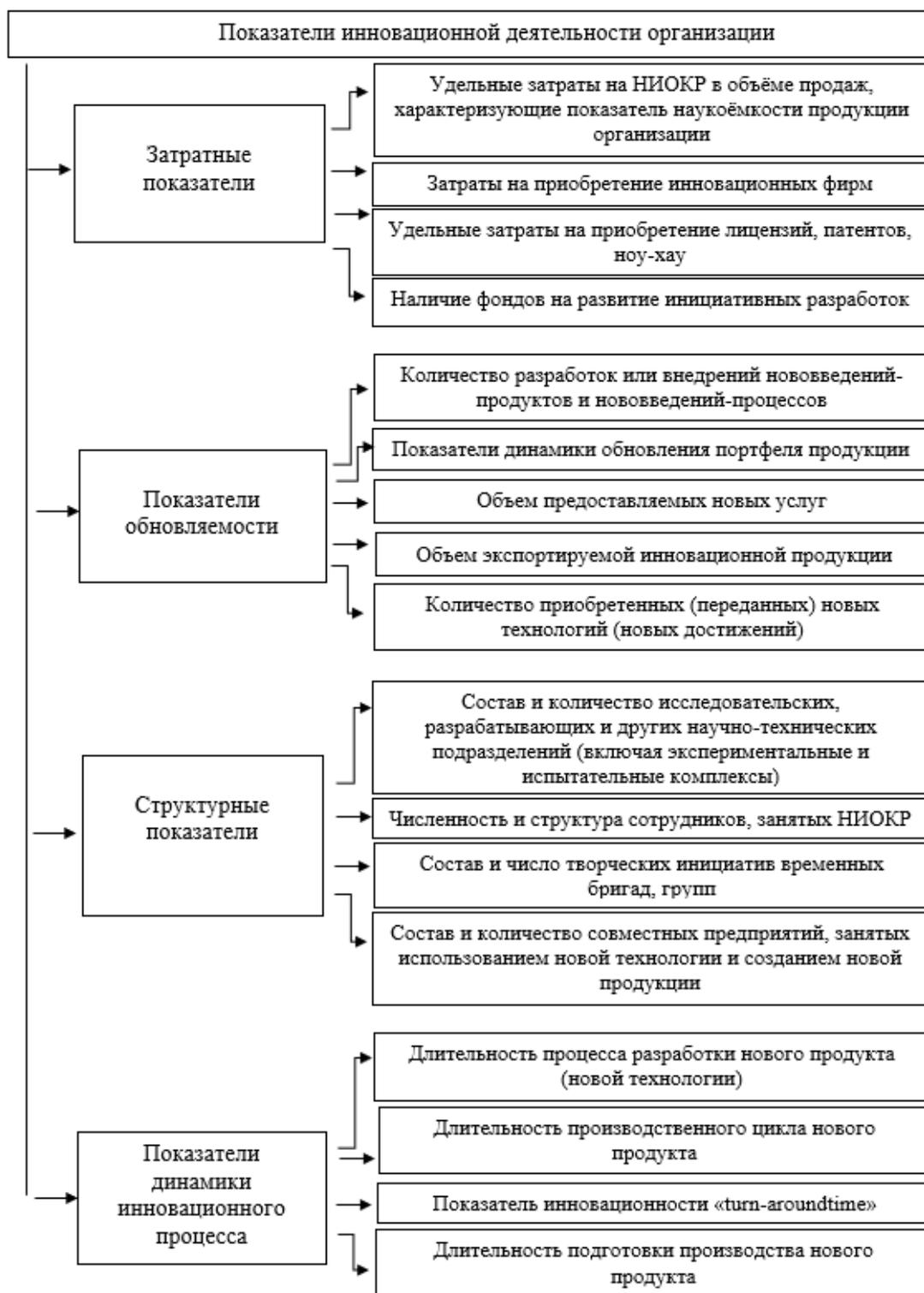


Рисунок 2.14. - Показатели инновационной деятельности организаций

Составлено автором с использованием источника ¹²⁷

¹²⁷Аксянова, Анна Владимировна. Статистика инноваций: проблематика, методология и перспективы исследований [Текст]: монография / А. В. Аксянова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования "Казанский нац. исслед. технологический ун-т". - Казань: Изд-во КНИТУ, 2015. - 87 с.

На 2020 год в Российской Федерации насчитывается 1752 санаторно-курортные организации (СКО). За последние 10 лет (с 2011 года) произошло сокращение числа организаций на 11%.

Приволжский федеральный округ является лидером по количеству санаторно-курортных организаций в РФ (рисунок 2.15).

Санаторно-курортные и оздоровительные учреждения располагаются на территории всей страны неравномерно, что обусловлено использованием в лечении и оздоровлении разнообразных природных лечебных ресурсов¹²⁸.

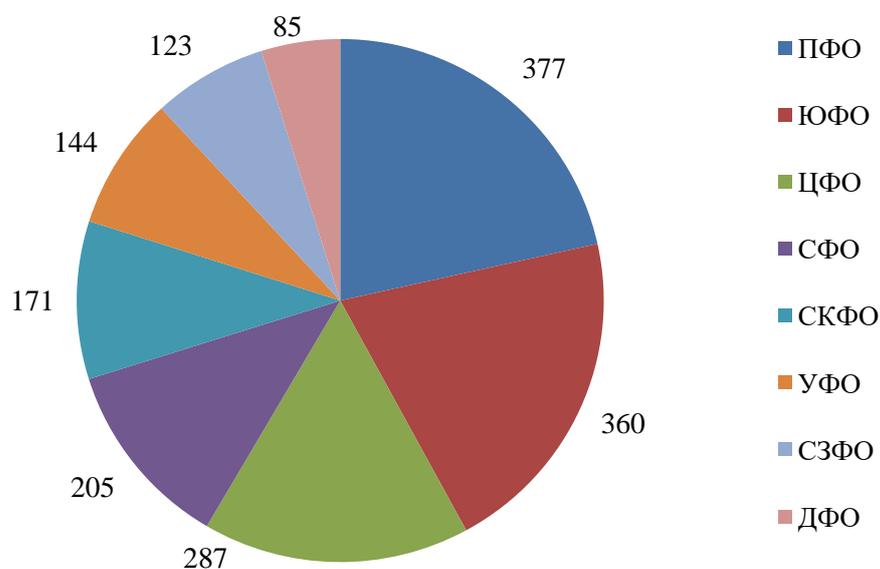


Рисунок 2.15. - Число санаторно-курортных организаций в федеральных округах РФ на 2020 год

Составлено автором на основании данных¹²⁹

По состоянию на конец 2020 года в Приволжском федеральном округе находится 377 СКО. Регионом-лидером по их количеству в округе является Башкортостан, а Кировская область занимает лишь 10 место, где на 2020 год имеется 16 санаторно-курортных организаций (рисунок 2.16). За 10 лет этот показатель изменился лишь на 1 единицу (с 17 в 2011 году).

¹²⁸ Технология и организация услуг санаторно-курортного комплекса / Г. А. Карпова, Г. М. Романова, Т. Е. Гварлиани [и др.]. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2017. – 115 с. – ISBN 978-5-7310-4124-9. – EDN YRCCGV.

¹²⁹ Единая межведомственная информационно-статистическая система: официальный сайт. URL: <https://www.fedstat.ru> (дата обращения: 20.11.2021).

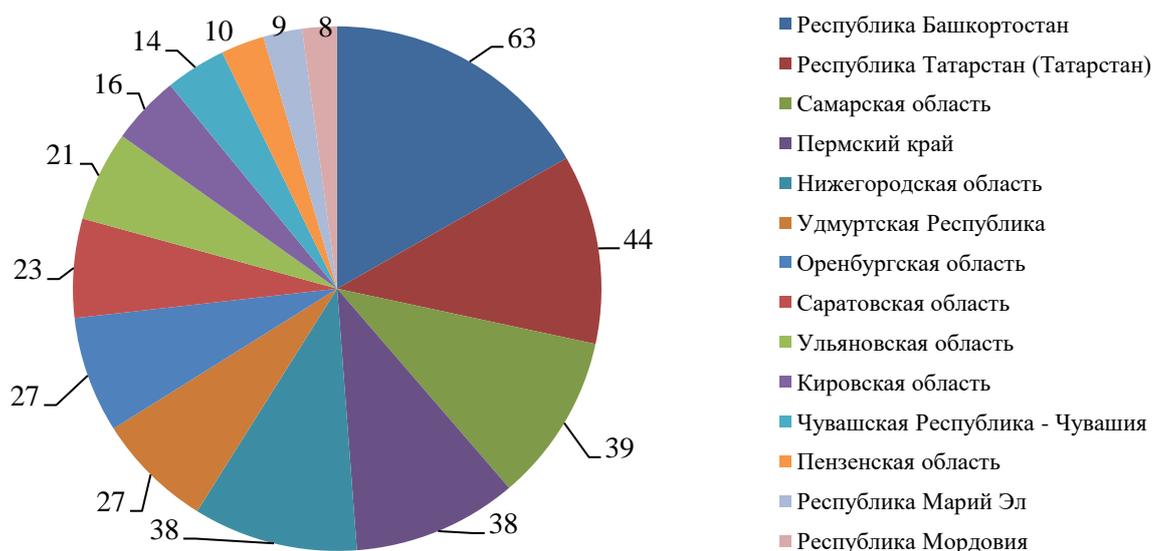


Рисунок 2.16. - Число санаторно-курортных организаций в регионах ПФО в 2020 году

Составлено автором на основании данных¹³⁰

Анализ данных о количестве и динамике изменения числа СКО позволяет сделать вывод, что их количество в ПФО за 10 лет (с 2011 года) сократилось на 16%, что больше общероссийского показателя. При этом часть регионов, а именно, Саратовская и Ульяновская области, увеличили количество СКО, а в остальных оно сократилось. Самое минимальное сокращение наблюдается у Кировской области (6%), максимальное - у Республики Марий Эл и Архангельской области (47%) (рисунок 2.17.).

Для наиболее полного анализа показателей деятельности санаторно-курортных организаций, необходимо произвести расчёты коэффициента загрузки номерного фонда и вычислить среднюю продолжительность пребывания. Показатели представлены в таблице 2.3.

Стоит отметить, что средняя продолжительность пребывания в СКО Кировской области – 11 дней, в целом соответствует показателям по РФ и ПФО. Самое длительное пребывание в СКО, зафиксировано в республике Коми и Пензенской области.

¹³⁰ Единая межведомственная информационно-статистическая система: официальный сайт. URL: <https://www.fedstat.ru> (дата обращения: 20.11.2021).

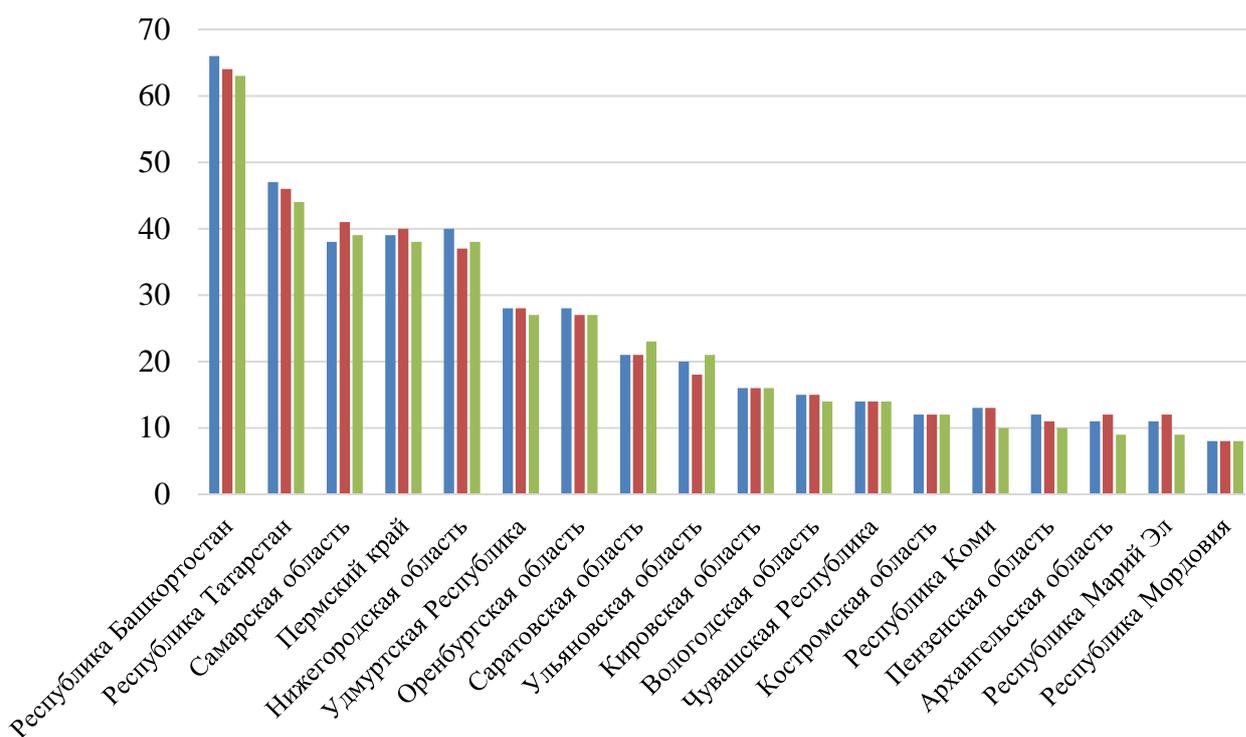


Рисунок 2.17. - Количество санаторно-курортных организаций регионов ПФО и регионов-соседей Кировской области в период 2018 – 2020 годов

Составлено автором на основании данных¹³¹

По показателям загрузки номерного фонда регион опережает показатели по РФ и округу. В ПФО наибольшая загрузка номерного фонда у республики Башкортостан, далее расположились Самарская область и республика Татарстан.

Таблица 2.3. – Сводные данные деятельности санаторно-курортных организаций регионов ПФО и регионов-соседей Кировской области в 2020 г.

Наименование	Число мест в СКО	Численность размещенных лиц в СКО	Число ночёвок в СКО	Средняя продолжительность пребывания, дней	Коэффициент загрузки номерного фонда %
1	2	3	4	5	6
Российская Федерация	438 929	4 044 485	47 229 763	11,68	29,48
Приволжский федеральный округ	71 917	694 086	8 268 654	11,91	31,50
Республика Башкортостан	11 345	150 944	1 762 116	11,67	42,55
Республика Татарстан	9 197	96 965	1 201 230	12,39	35,78
Самарская область	9 647	92 076	1 293 311	14,05	36,73
Пермский край	7 111	87 638	884 599	10,09	34,08

¹³¹ Единая межведомственная информационно-статистическая система: официальный сайт. URL: <https://www.fedstat.ru> (дата обращения: 20.11.2021).

1	2	3	4	5	6
Нижегородская область	5 863	44 031	630 934	14,33	29,48
Удмуртская Республика	4 785	47 874	540 378	11,29	30,94
Оренбургская область	4 295	25 048	246 504	9,84	15,72
Саратовская область	4 840	23 335	299 749	12,85	16,97
Ульяновская область	3 231	21 442	252 381	11,77	21,40
Кировская область	3 626	36 296	433 202	11,94	32,73
Вологодская область	2 328	19 815	233 012	11,76	27,42
Чувашская Республика	3 027	28 499	261 688	9,18	23,69
Костромская область	1 889	26 559	184 369	6,94	26,74
Республика Коми	989	7 135	101 973	14,29	22,42
Пензенская область	2 049	17 280	244 384	14,14	32,68
Архангельская область	1 591	7 918	120 872	15,27	20,81
Республика Марий Эл	1 655	15 056	125 079	8,31	20,71
Республика Мордовия	1 246	7 602	93 099	12,25	25,79

Составлено автором на основании данных¹³²

Для оценки количества хозяйствующих субъектов в регионе было проведено уточнение их количества. Так, по состоянию на 30 марта 2022 года в Кировской области зарегистрировано 15 организаций, основной ОКВЭД которых 86.90.4 – Деятельность санаторно-курортных организаций (табл. 2.4).

Таблица 2.4. - Список юридических лиц Кировской области, зарегистрированных в территориальном разделе Статистического регистра хозяйствующих субъектов, заявившие при государственной регистрации основной вид деятельности «Деятельность санаторно-курортных организаций» (код 86.90.4) по состоянию на 30.03.2022 года¹³³

Полное наименование объекта	Местонахождение
1	2
ООО «Санаторий «Колос»	Оричевский район, п. Колос
ЗАО «Санаторий Нижне-Ивкино»	Куменский район, пгт. Нижнеивкино
ООО «Кировкурорт»	г. Киров
ООО «Санаторий-профилакторий «Радуга»	Кирово-Чепецкий района, д. Катаевцы
ООО «Санаторий «Авитек»	г. Киров
ООО «Санаторий «Лесная Новь» имени Ю.Ф. Янтарева»	Куменский район, пгт. Нижнеивкино
АО «Санаторий «Митино»	Слободской район, д. Митино
ООО «Детский оздоровительный центр «Дружба»	г. Киров

¹³² Официальный сайт Единой межведомственной информационно-статистической системы. URL: <https://www.fedstat.ru/> (дата обращения: 20.11.2021).

¹³³ Там же

1	2
ООО «Санаторий-профилакторий «Вятская здравница»	Вятскополянский район, г. Вятские Поляны
КОГБУЗ «Санаторий для детей с родителями «Лесная сказка»	Омутнинский район, г. Омутнинск
ФБУ Центр реабилитации ФСС РФ «Вятские Увалы»	Кирово-Чепецкий район, с. Бурмакино
Филиал АО «РЖД-ЗДОРОВЬЕ» «Санаторий «Сосновый бор»	Оричевский район, п. Сосновый Бор
АОО «Санаторий-профилакторий "Перекоп"»	Кирово-Чепецкий район, п. Перекоп
КОГБУЗ «Санаторий для детей с родителями «Солнечный»	Кирово-Чепецкий район, п. Перекоп
ООО «Русская усадьба»	Кирово-Чепецкий район, п. Боровица

Составлено автором с использованием источника¹³⁴

Пространственный анализ расположения санаторно-курортных организаций подчеркивает их распределение по различным районам Кировской области. При этом, наибольшая концентрация хозяйствующих субъектов отмечена в Кирово-Чепецком районе – 4 организации или 26,7% от их общего количества. На втором месте региональный центр (г. Киров), в котором сосредоточено 20% организаций. На третьем месте Оричевский, Куменский и Слободской районы – по 13,4 % соответственно (рисунок 2.18).

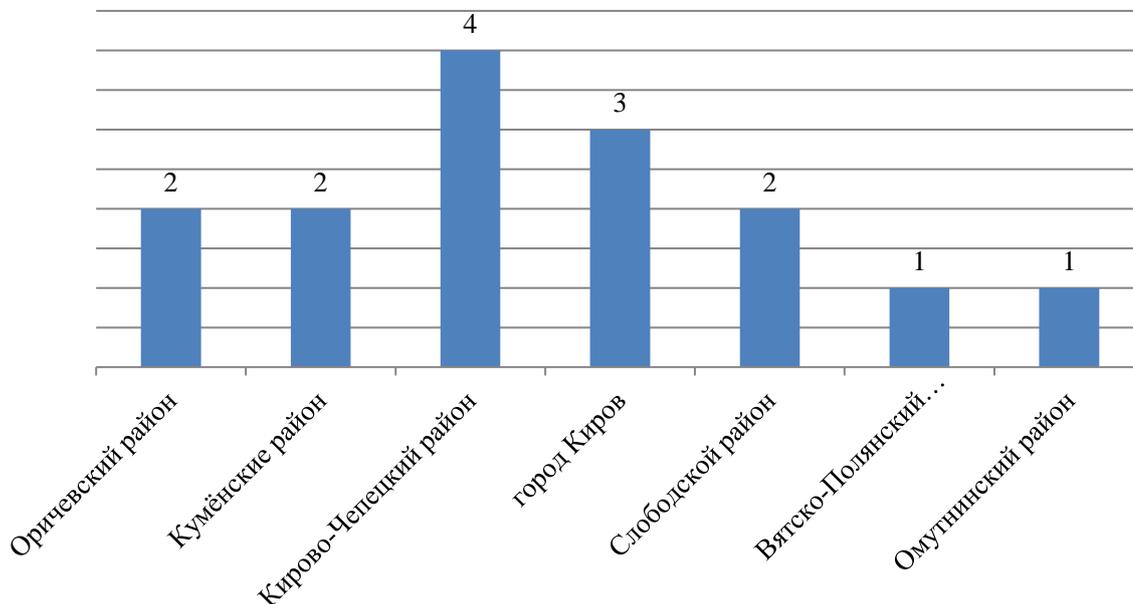


Рисунок 2.18. - Расположение санаторно-курортных организаций Кировской области, основной ОКВЭД которых 86.90.4

Составлено автором на основании источника¹³⁵

¹³⁴ Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Кировской области [Электронный ресурс] URL:<https://kirovstat.gks.ru/>

¹³⁵ Там же

При изучении динамики оказания платных услуг СКО Кировской области, можно сделать вывод, что пандемия COVID-19 отрицательно повлияла на деятельность отрасли. Объём услуг, потребляемых населением в 2020 году, сократился почти в 2 раза по отношению к 2019 году (рисунок 2.19).

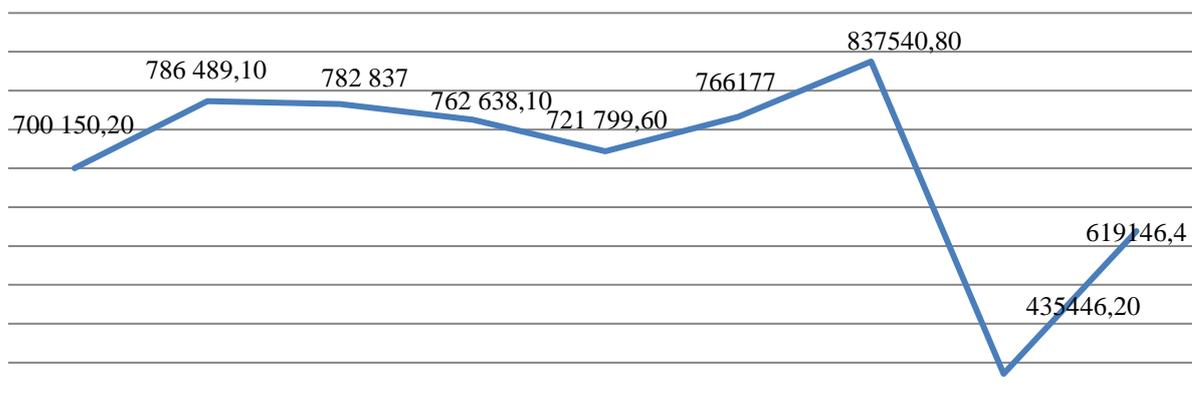


Рисунок 2.19. - Динамика оказания платных услуг санаторно-курортных организаций Кировской области в период 2013-2021 годов, тыс. руб.

Составлено автором на основании данных¹³⁶

Следует так же обратить внимание, что некоторые анализируемые нами регионы, например республика Башкортостан, смогли улучшить свои позиции в 2020 году по сравнению с 2019 годом. В ряде регионов: Самарская, Оренбургская, Архангельская и Саратовская области, республики Марий Эл и Коми произошло сокращение выручки в 2-4 раза (рисунок 2.20).

На протяжении последних 10 лет (с 2010 года) количество ночёвок в СКО Кировской области падает. С 2010 года по конец 2020 года произошло сокращение в 2 раза, а с 2019 года на 46% (рисунок 2.21).

Негативная динамика последних лет обусловлена последствиями пандемии коронавируса и снижением реальных располагаемых доходов населения региона. В период ограничительных мероприятий часть санаториев была закрыта и не могла принимать клиентов, а часть,

¹³⁶ Официальный сайт Единой межведомственной информационно-статистической системы. URL: <https://www.fedstat.ru/> (дата обращения: 20.11.2021).

подведомственная Министерству здравоохранения, переведена в режим работы стационара для больных коронавирусной инфекцией.

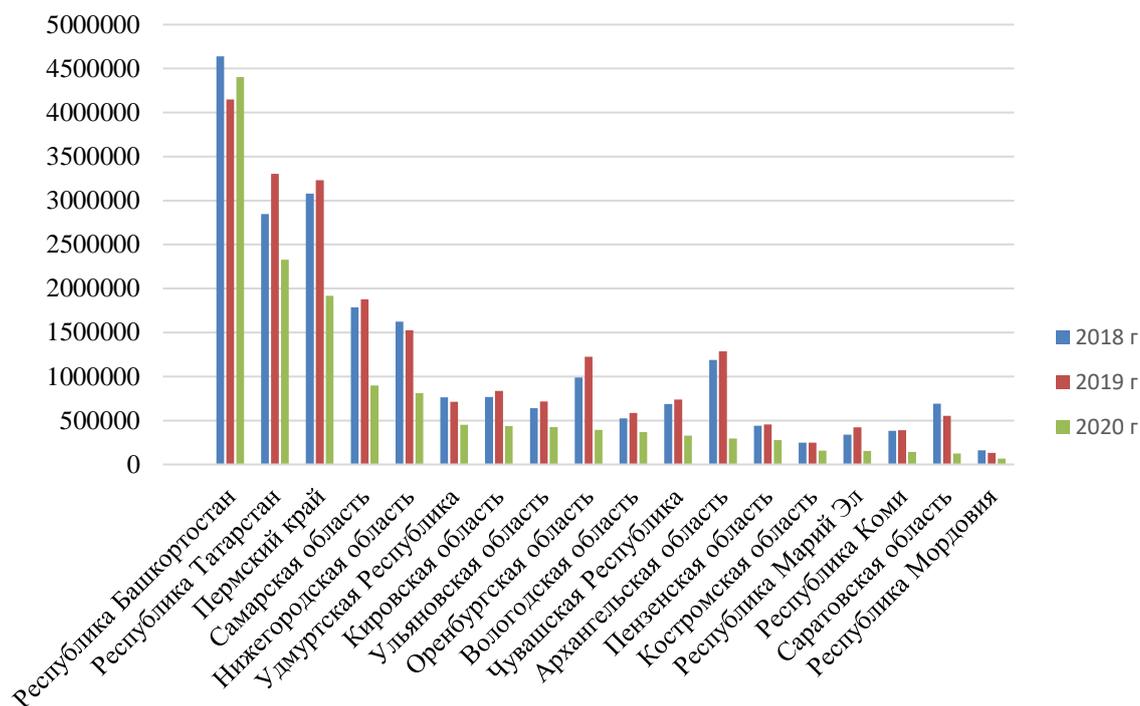


Рисунок 2.20. - Объем платных услуг населению (санаторно-курортные услуги) в период с 2018-2020 год регионов ПФО и регионов-соседей Кировской области, тысяч рублей

Составлено автором с использованием источника¹³⁷

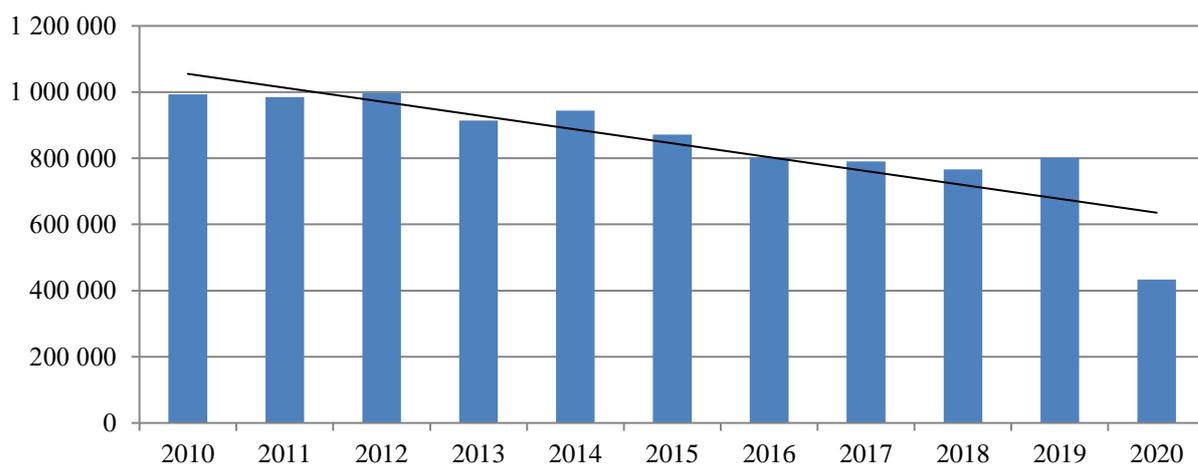


Рисунок 2.21. - Число ночевков в санаторно-курортных организациях Кировской области в период с 2010 по 2020 годов, единиц

Составлено автором на основании данных¹³⁸

¹³⁷ Официальный сайт Единой межведомственной информационно-статистической системы. URL: <https://www.fedstat.ru/> (дата обращения: 20.11.2021).

Динамика изменений спроса на услуги, выраженная в числе ночевков, показывает скачкообразные изменения показателей (рисунок 2.22). Рынок санаторно-курортных услуг пока не вернулся на допандемийные значения.

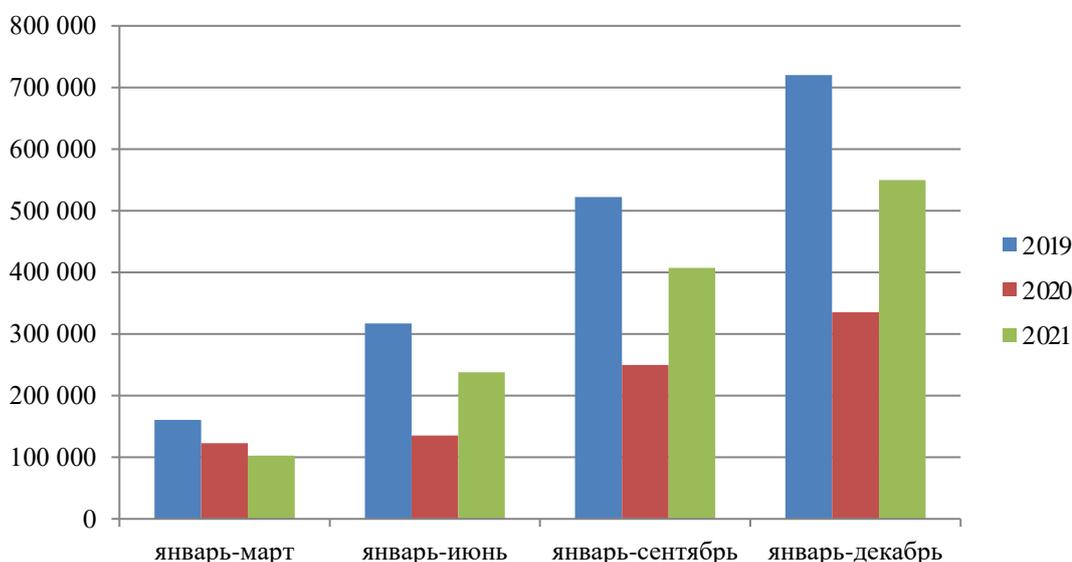


Рисунок 2.22. - Число ночевков в санаторно-курортных организациях Кировской области в разрезе квартальной статистики в период 2019-2021 гг.

Составлено автором на основании данных¹³⁹

Таким образом, проведенный анализ позволяет сделать вывод, что конкурентоспособность рынка санаторно-курортных услуг Кировской области оценивается как невысокая, с тенденцией к ухудшению ситуации¹⁴⁰. Регион относится к четвертому типу – регионы с низким уровнем развития СКК.¹⁴¹

Результаты проведенного анализа позволяют сделать вывод о необходимости внедрения в деятельность организаций нематериальной сферы инновационных решений организационного, маркетингового, технологического и иного характера.

¹³⁸ Там же

¹³⁹ Официальный сайт Единой межведомственной информационно-статистической системы. URL: <https://www.fedstat.ru/> (дата обращения: 20.03.2022).

¹⁴⁰ Анализ влияния COVID-19 на развитие санаторно-оздоровительного туризма в Кировской области. Коньшев Е.В., Кузнецова А.И.. В сборнике: Общество. Наука. Инновации (НПК-2021). Сборник статей XXI Всероссийской научно-практической конференции. В 2 т. - Киров, 2021. С. 938-943.

¹⁴¹ Анализ развития санаторно-курортного комплекса в регионах России на основе типологического подхода. Коньшев Е.В., Кузнецова А.И. Вестник Самарского государственного экономического университета. 2020. № 3 (185). с. 17-25.

2.2. Определение приоритетных направлений инновационного развития организаций санаторно-курортной сферы

Как уже было отмечено, инновации – это не только использование технологических разработок, но и инновации в сфере управления.

По мнению Т.П. Левченко: «В вопросе построения системы инновационного развития СКК, следует исходить из того, что наиболее перспективным представляется создание системы на основе дифференцированного подхода, т. е. формируемая система будет состоять из множества элементов, входящих в систему управления инновационным развитием санаторно-курортного комплекса, каждый из которых будет отражать процесс управления инновационным развитием на различных производственных уровнях»¹⁴².

Система инновационного развития организации – комплекс элементов, составляющих управление организацией, которые имеют отношение к формированию и реализации инновационной стратегии развития организации.

Построение системы инновационного развития организации, как и любой процесс, начинается с постановки цели и определения задач развития организации. Цель должна быть конкретной, измеримой, достижимой, уместной и ограниченной по времени.

В организациях нематериальной сферы одним из вариантов для формирования системы инновационного развития считается системный подход. Он основан на управлении системой взаимосвязанных процессов, и воздействует на повышение эффективности и результативности функционирования процессов.

Управление инновационным развитием осуществляет управляющая подсистема, которая несет ответственность за обоснованность и результаты

¹⁴² Левченко ТП Система управления инновационным развитием санаторно-курортных комплексов: учебное пособие /Т.П. Левченко. - Казань: Бук, 2018, С. 140

принятых управленческих решений, проводит анализ внешней и внутренней среды, и, исходя из ситуации, создаёт инновационную стратегию организации. От управленческих решений, в том числе от своевременности и быстроты их принятия, четкости, зависит эффективность данной стратегии.

Для функционирования инновационных стратегий развития СКО необходимо стимулирование инновационного развития. Принципы инновационного стимулирования СКК представлены на рисунке 2.23.

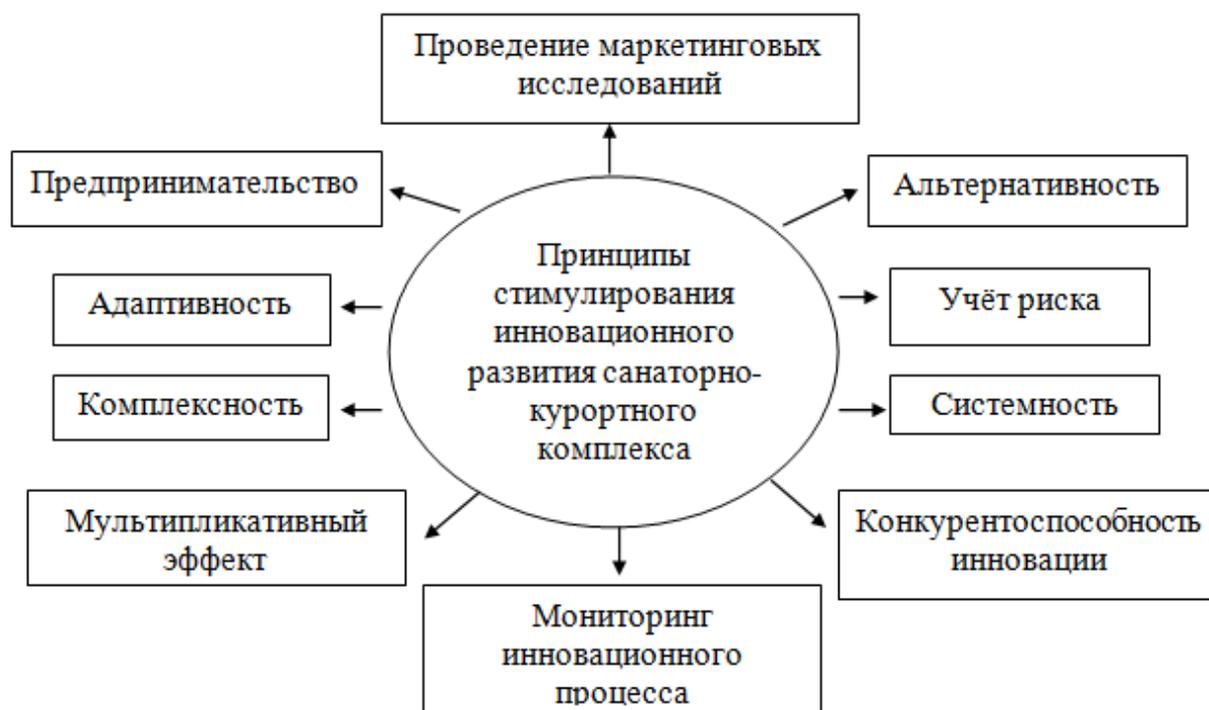


Рисунок 2.23. - Принципы стимулирования инновационного развития санаторно-курортного комплекса

Составлено автором с использованием источника¹⁴³

С целью определения приоритетных направлений развития СКО Кировской области было проведено исследование их инновационной активности.

Инновационная активность СКО характеризуется эффективностью и регулярностью инноваций, динамикой действий по созданию и практической реализации новшеств. Оценив уровень инновационной активности организации, можно судить об уровне её конкурентоспособности.

¹⁴³ Левченко Т.П Система управления инновационным развитием санаторно-курортных комплексов: учебное пособие/Т.П. Левченко. - Казань: Бук, 2018. С. 140

Инновационная активность - деятельность СКО по эффективности реализации и внедрения инноваций: маркетинговых, организационно-управленческих, продуктовых в условиях конкурентоспособности.

Чем выше инновационная активность организации, тем интенсивнее ее инновационная деятельность.

Инновационная активность СКО — это комплексная характеристика их инновационной деятельности, которая должна включать: оценку восприимчивости к инновациям (свойство потребителя инновационного продукта); оценку степени интенсивности осуществляемых действий по трансформации инновации; оценку своевременности инноваций, основанную на способности мобилизовать потенциал необходимого количества и качества, рациональность технологии инновационного процесса по составу и последовательности операций.

Инновационно-активными следует считать те санаторно-курортные организации, которые осуществляют внедрение инноваций в виде новых продуктов и технологий (продуктовые и процессные инновации). Как было отмечено в п.2.1., инновационно-активными можно считать организации, которые занимаются не только выведением на рынок новых услуг, но и те, которые занимаются совершенствованием бизнес-процессов, введением инновационных каналов взаимодействия с потребителями, электронных систем документооборота и т.д.

Под инновационным потенциалом понимается совокупность различных характеристик, которые определяют возможность формирования, внедрения и развития инноваций, в том числе материально-производственные, финансовые, интеллектуальные, научно-технические ресурсы.

Был проведен анализ различных подходов к оценке инновационной активности организаций (таблица 2.5.),¹⁴⁴ посредством учета действий,

¹⁴⁴ Левченко Т.П. Система управления инновационным развитием санаторно-курортных комплексов: учебное пособие / Т.П. Левченко. - Казань: Бук, 2018.

носящих инновационную направленность. На основании этого обобщения сформирован комплекс показателей оценки инновационной активности СКО. Необходимость модифицированной оценки объясняется тем, что большинство методик ориентирована исключительно на технологический тип инноваций, который в свою очередь не часто встречается в санаторно-курортной сфере.

Таблица 2.5. - Показатели, анализируемые при исследованиях интенсивности инновационных действий санаторно-курортных комплексов (опыт российских ученых)¹⁴⁵

Показатели, используемые в методиках	Методика Госкомстата РФ	Исследования Г.И. Гумерова и Р.Р. Нуретдинова	Конъюнктурные обследования ЦЭК при правительстве РФ	Исследования Московского института Карнеги	Методика Трифиловой А.А.	Методика Полякова С.	Методика С.М. Бухоновой и Ю.А. Дорошенко
1	2	3	4	5	6	7	8
наличие завершенных инноваций	+			+	+	+	+
степень участия организации в разработке осуществленных инноваций (исследование структуры затрат на R&D деятельность, задействованный в инновационных процессах персонал)	+	+			+	+	
удельный вес СКК, осуществляющих те или иные виды инноваций		+	+				
причины роста/спада инновационной активности (анализ факторов, ограничивающих инновационную)	+		+	+			
видовая и целевая структура инновационной деятельности		+	+	+	+		
степень внимания, уделяемого на СКК правовой защите результатов НИОКР (исследование интеллектуальных ресурсов СКК)			+		+		
удельный вес объема продаж инновационной продукции на внутреннем и внешнем рынке в общем объеме продаж			+			+	
оценка уровня конкурентоспособности СКК			+			+	
эффективность инвестиций в R&D						+	
рентабельность инноваций						+	

¹⁴⁵ Левченко Т.П Система управления инновационным развитием санаторно-курортных комплексов: учебное пособие/Т.П. Левченко.-Казань:Бук, 2018.

1	2	3	4	5	6	7	8
затраты на производство и реализацию инновационной продукции (технологические инновации)					+		+
затраты на социально-экономические новшества							+
исследование налогового законодательства (льгота по налогу на прибыль)							+
исследование системы мотивации в СКК (социальные выплаты)							+
изменение НМА на балансе компаний							+
Goodwill СКК							+

Проведенный анализ позволил разработать комплекс показателей для построения рейтинга инновационной активности СКО (таблица 2.6.).

Таблица 2.6. – Показатели комплексной оценки индекса текущей инновационной деятельности санаторно-курортных организаций

Группы показателей	Параметры оценки	Метод оценки
Социально-экономические условия инновационной деятельности	Экономическое развитие региона/территории	На основании данных рейтинга инновационной активности регионов, статданных
	Образовательный и научный потенциал территории	
	Готовность власти поддерживать внедрение инноваций	
	Наличие положений об инновационном развитии санаторно-курортной отрасли в стратегиях и программах развития региона	
	Участие в кластере	
Научно-технический потенциал	Научные исследования	Экспертная оценка
	Наличие бюджета на реализацию инновационных проектов	
	Наличие научных публикаций по инновациям в санаторно-курортной сфере, участие в профильных конференциях	
	Наличие патентов	
Уровень инновационной активности	Продуктовые инновации	Фактические данные санаторно-курортных организаций
	Маркетинговые инновации	
	Организационные инновации	
	Процессные инновации	
Уровень готовности к внедрению инноваций	Сформированность инновационной культуры в санаторно-курортных организациях	Экспертная оценка
	Наличие мотивации для внедрения инноваций, стремление к изменениям	
	Наличие и проработанность стратегического плана развития санаторно-курортных организаций	
	Наличие бюджета на развитие	

Составлено автором

Параметры рейтинговой оценки представлены в таблице 2.7

Таблица 2.7. – Параметры отнесения СКО к группам в зависимости от их инновационной активности

Группа	Границы отклонения инновационного индекса от лидера	Характеристика
1	не более чем на 20%	СКО использует наступательные инновационные стратегии развития, планирует и внедряет различные типы инноваций, реализация инновационных действий осуществляется планомерно
2	20-40%	СКО использует стратегию следования за лидером либо стратегию дифференциации, имитации, периодически планирует и внедряет различные типы инноваций, реализация инновационных действий осуществляется планомерно
3	40-60%	СКО использует диверсификации или имитации, планирование инновационной деятельности выражено слабо, реализация инновационных действий осуществляется спонтанно
4	Более 60%	Внедрение инноваций происходит спонтанно, рынок инновационных решений не анализируется

Составлено автором

Экспертная оценка предполагает, что производится оценка параметров по пятибалльной шкале от 1 - отсутствует выраженность параметра до 5 - высокая выраженность параметра, далее находятся средние арифметические суммарных оценок экспертов и производится ранжирование данных до 1.

Нами были проанализированы различные инновационные стратегии развития и их возможность использования в нематериальной сфере (на примере санаторно-курортного комплекса) (таблица 2.8.)

Систематизация инновационных стратегий и оценка возможности использования в отраслевой практике облегчает анализ стратегических альтернатив развития СКО. При этом необходимо учитывать, что организация стратегического планирования инновационного развития основана на анализе возможностей и угроз развития, а также на исследовании современных рыночных тенденций в отрасли.

Таблица 2.8. – Анализ инновационных стратегий развития организаций

Группа стратегий	Наименование инновационной стратегии развития организации	Описание стратегии	Отличительные особенности и конкурентные преимущества	Инновационные расходы	Состояние рынка	Сфера применения	Возможность применения для организаций нематериальной сферы
1	2	3	4	5	6	7	8
Базовые стратегии							
1.1.	Стратегия технологического лидера (наступательная, пионерная)	характеризуется постоянной разработкой технологических (продукт- и процесс-) инноваций. Основным мотивом является признание продукта или технологии в качестве образца с продолжением лидерства путем модификаций и других инноваций, направленных на более полный охват рынка и снижение издержек	универсальна (размер, организационно-правовая форма, форма собственности, ОКВЭД)	высокие	новый, освоенный	высотехнологичные отрасли	нет
1.2.	Стратегия следования за лидером (оборонительная)	предполагает инновационное развитие реакционного характера — реакция на изменения во внешней среде, в частности на инновации конкурентов. Она базируется на максимально быстрой абсорбции инноваций и расширении рыночной базы. Выгода стратегии в том, что предприятие может концентрироваться на продуктах (работах, услугах), уже получивших признание рынка	универсальна	средние	новый, освоенный	любая сфера	да
1.3.	Стратегия имитации	базируется на использовании известных технологий и их необходимом развитии в соответствии с требованиями специфического рынка. Она предусматривает только опытноконструкторские работы для освоения приобретаемых лицензий и ноу-хау	универсальна	средние	новый, освоенный	любая сфера	да

1	2	3	4	5	6	7	8
1.4.	Стратегия диверсификации	предполагает развитие комплексных инноваций в различных сферах — усовершенствование старой продукции, расширение модификационного ряда, технологии, маркетинг, финансы, сбыт, организационные структуры, переработка информации, социальная, экологическая области, использование новых принципов и методов формирования ценовой политики, изменение имиджа предприятия, создание новых целевых сегментов	универсальна	средние	новый, освоенный	любая сфера	да
По типу инновационного стратегического конкурентного поведения							
2.1.	Виолентная стратегия	стратегия, ориентирующаяся на снижение издержек производства за счет массового выпуска сравнительно недорогих, но вполне доброкачественных товаров	крупный бизнес, наличие филиалов массового или крупносерийного производства, высокий уровень стандартизации продукции	высокие	новый, освоенный	машиностроение, пищевая, легкая промышленность и т.д.	нет
2.2.	Пативентная стратегия	стратегия, ориентирующаяся на выпуск ограниченного количества дорогой высококачественной продукции, реализуемой по очень высокой цене ограниченному кругу потребителей	малый, средний крупный бизнес, нишевая продукция, индивидуализация запросов клиентов максимальная адаптация к конкретному рынку	низкие	освоенный	производство эксклюзивных товаров	да
2.3.	Коммутантная стратегия	стратегия, реализуемая малыми предприятиями, предполагающая приспособление к удовлетворению небольших по объему потребностей рынка	малый бизнес, псевдоинновации, индивидуализация услуг, работа на ограниченном рынке гибкое реагирование на потребности рынка	низкие	освоенный	производство продукции и оказание услуг на местных рынках с учетом национальных, культурных, религиозных традиций конкретного региона	да

1	2	3	4	5	6	7	8
2.4.	Эксплерентная стратегия	стратегия, ориентированная на радикальные нововведения, а фирмы, ее реализующие, являются пионерами на рынке	инновационные компании, прорывной характер инноваций, персонал высокой квалификации, большие затраты на НИОКР	высокие	новый	IT сфера, медицина и т.д.	нет
По этапу жизненного цикла создания инноваций (по Л.Г. Кудинову)							
3.1.	Стратегии проведения НИОКР	<i>определяются особенностями осуществления фирмой исследований и разработок, характеризуют способ появления идей, форму инвестирования НИОКР, связь заимствования и собственных разработок.</i>					
3.1.1.	Лицензионная стратегия	используется, когда фирма предпочитает приобретать лицензии на результаты исследований и разработок инновационных, научно-исследовательских или опытно-конструкторских организаций	быстрое получение результата за счет приобретения завершенных или незавершенных разработок, невысокие затраты	средние	Новый, освоенный		нет
3.1.2.	Стратегия исследовательского лидерства	предполагает постоянную разработку продукт- и процесс-инноваций, что обеспечивает нахождение большинства видов продукции в производственном портфеле на начальных стадиях роста	устойчивое финсостояние	высокие	новый	строительство, высокотехнологичные отрасли	нет
3.1.3.	Стратегия следования жизненному циклу	постоянное осуществление НИОКР на соответствующих этапах жизненного цикла инноваций, выпускаемых продуктов, применяемых технологических процессов	большой инновационный портфель, быстрое обновление продуктов	высокие	новый, освоенный	фармацевтика, промышленность	нет
3.1.4.	Стратегия параллельной разработки	ставится цель форсированного опытного освоения новой продукции, технологии или услуги на основе приобретения лицензии на продукт или процесс с учетом собственных разработок	позволяет опередить конкурентов, снизить затраты, повысить эффективность	средняя	освоенный	пищевая промышленность, легкая промышленность, фармацевтика	да

1	2	3	4	5	6	7	8
3.2.	<i>Стратегии внедрения и адаптации нововведений</i>	<i>относятся к фазе вывода продукции на рынки, использования технологических преимуществ</i>					
3.2.1.	Стратегия поддержки продуктового ряда	характеризуется стремлением фирмы как можно дольше не допускать морального старения продукции, улучшая ее потребительские свойства	универсальна	Низкие, средние	освоенный	Любая сфера	да
3.2.2.	Стратегия ретро-нововведений	применяется к морально устаревшей, но пользующейся спросом и находящейся в эксплуатации продукции	направлена на создание процесс-инноваций	средние	освоенный	производство запчастей для сложной техники с длительным сроком службы	нет
3.2.3.	Стратегия сохранения технологических позиций	используется фирмами с прочными конкурентными позициями, но сильным давлением конкурентов	высокая доля рынка компании, устойчивое фин положение	низкие, средние	освоенный	любая сфера	да
3.2.4.	Стратегия продуктовой и процессной имитации	фирма приобретает разработки продукт- и процесс-инноваций со стороны	освоение новой сферы бизнеса	высокие, средние	новый	любая сфера	да
3.2.5.	Стратегия стадийного преодоления	предполагает переход к высшим стадиям технологического развития, минуя низшие, тесно связана с имитационными стратегиями, а также со стратегией опережающей наукоемкости, которые используются как способы реализации	сокращение стадий внедрения инноваций	высокие	освоенный	промышленность, медицина	нет
3.2.6.	Стратегия технологического трансферта	используется, как правило, в вертикально интегрированных структурах, которые передают уже отработанные технологии малым предприятиям, входящим в структуру	низкие затраты на внедрение, стандартизация процессов	средние низкие	освоенный, новый	торговля	да

1	2	3	4	5	6	7	8
3.2.7.	Стратегия технологической связанности	применяется, если фирма выпускает технологически связанную продукцию в рамках технологической специализации	технологически связанные инновации	средние, высокие	освоенный	промышленность	нет
3.2.8.	Стратегия следования за рынком	направляет фирму в сторону производства и реализации наиболее рентабельной и пользующейся рыночным спросом в данный момент времени продукции, не всегда отличающейся новизной на рынке	используется на стадии формирования фирмы	низкие средние	новый	любая сфера	да
3.2.9.	Стратегия радикального опережения	применяется, как правило, крупными фирмами, у которых есть возможность вложения значительных средств в инновационное развитие с тем, чтобы выйти первым на рынок с радикально новой продукцией	крупный бизнес, высокий уровень риска	высокие	новый	высокотехнологичные производства	нет
3.2.10.	Стратегия выжидания лидера	приемлема для крупных фирм в целях определения спроса на новую продукцию, работы или услуги	крупный бизнес, неизученный спрос	высокие	новый	любая сфера	да

Составлено автором

2.3. Оценка влияния инновационного развития организации на обеспечение устойчивой конкурентной позиции на рынке

Современный рынок санаторно-курортных услуг как сегмент индустрии лечебно-оздоровительного туризма в Российской Федерации всё ещё находится в стадии формирования и адаптации к рыночным условиям.¹⁴⁶

¹⁴⁶ Анализ текущего состояния мирового общественного здоровья в целях актуализации прогнозирования развития рынка лечебно-оздоровительного туризма / Г. Д. Брюханова, Г. М. Романова, В. Н. Городин, Е. В. Даутова // Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм. – 2021. – № 3(11). – С. 4-13. – DOI 10.18572/2686-858X-2021-11-3-4-13. – EDN AKUQBL.

Санаторно-курортная сфера Кировской области представляет собой совокупность СКО, специализированных и индивидуальных средств размещения, туроператоров и турагентов, участвующих в процессе продаж услуг санаториев, организаций экскурсионного и анимационного обслуживания, объектов инфраструктуры (культурной, спортивной и т.д.), объектов туристского показа, а также органов и подведомственных учреждений управления сферой санаторно-курортного комплекса.

На территории Кировской области расположены только объекты регионального значения, по состоянию на конец 2020 г. их насчитывалось 16.

Нормативно-правовую основу организации санаторно-курортной деятельности определяет Федеральный закон от 21.11.2011 N 323-ФЗ (ред. от 08.03.2022) «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации»,¹⁴⁷ согласно которому санаторно-курортное лечение включает в себя медицинскую помощь, осуществляемую медицинскими организациями (санаторно-курортными организациями) в профилактических, лечебных и реабилитационных целях на основе использования природных лечебных ресурсов, в том числе в условиях пребывания в лечебно-оздоровительных местностях и на курортах (статья 40).

Санаторно-курортное лечение направлено на:

- 1) активацию защитно-приспособительных реакций организма в целях профилактики заболеваний, оздоровления;
- 2) восстановление и (или) компенсацию функций организма, нарушенных вследствие травм, операций и хронических заболеваний, уменьшение количества обострений, удлинение периода ремиссии, замедление развития заболеваний и предупреждение инвалидности в качестве одного из этапов медицинской реабилитации.

¹⁴⁷ Федеральный закон от 21.11.2011 N 323-ФЗ (ред. от 08.03.2022) «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» [Электронный ресурс]: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_121895/a5ae8d85e8c73bf39949a4b6e9708369fd6c0671/

Таким образом, анализ данной нормы закона позволяет сделать вывод о принадлежности СКО к медицинской сфере¹⁴⁸.

Ст. 15 Федерального закона от 23 февраля 1995 г. № 26 ФЗ «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах»¹⁴⁹ определяет статус санаторно-курортных организаций. СКО, осуществляющие лечебный процесс, имеют статус лечебно-профилактических организаций и функционируют на основании предоставленной в соответствии с законодательством Российской Федерации лицензии на осуществление медицинской деятельности (в ред. Федерального закона от 08.11.2007 N 258-ФЗ). Реорганизация СКО осуществляется с сохранением ими своей лечебно-оздоровительной специализации.

Классификация СКО закреплена в Приказе Министерства здравоохранения Российской Федерации (Минздрав России) от 6 августа 2013 г. N 529н «Об утверждении номенклатуры медицинских организаций», согласно которому выделены следующие виды¹⁵⁰:

- бальнеологическая лечебница;
- грязелечебница;
- курортная поликлиника;
- санаторий;
- санатории для детей, в том числе для детей с родителями;
- санаторий-профилакторий;
- санаторный оздоровительный лагерь круглогодичного действия.

Таким образом, можно сделать вывод о широком перечне включенных в отрасль санаторно-курортного типа организаций.

¹⁴⁸ Савельева, Н. К. Анализ правовых аспектов регулирования инновационного развития организаций санаторно-курортной сферы / Н. К. Савельева, А. И. Сметанина. — Текст : непосредственный // Финансово-экономический журнал. — 2022. — № 2.

¹⁴⁹Федеральный закон от 23 февраля 1995 г. № 26-ФЗ «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах». [Электронный ресурс]: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6001/2debad7ae7fcdce10165549f142ee7cd0e51515f

¹⁵⁰Приказ Министерства здравоохранения Российской Федерации (Минздрав России) от 6 августа 2013 г. N 529н г. Москва «Об утверждении номенклатуры медицинских организаций» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rg.ru/2013/10/07/nomenklatura-dok.html>

Проанализируем правовое положение санаториев в Российской Федерации. Согласно положениям Стратегии развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации¹⁵¹, под СКК Российской Федерации понимается совокупность следующих объектов и видов деятельности, обеспечивающих лечение, оздоровление и реабилитацию граждан, профилактику заболеваний на основе использования природных лечебных ресурсов:

- курорты и лечебно-оздоровительные местности с расположенными на их территории природными лечебными ресурсами и инфраструктурой для осуществления деятельности по санаторно-курортному лечению и организации отдыха населения, туристской и рекреационной деятельности;
- организации, оказывающие услуги по санаторно-курортному лечению, и связанные с этим объекты размещения;
- научные и образовательные организации в сфере курортного дела.

Под курортным фондом Российской Федерации в соответствии с Федеральным законом «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» понимается совокупность всех выявленных и учтенных природных лечебных ресурсов, лечебно-оздоровительных местностей, а также курортов и курортных регионов (районов)¹⁵².

Согласно данным государственного реестра курортного фонда Российской Федерации 44% СКО отнесены к государственной форме собственности, 3% - к муниципальной, 53% - к частной форме собственности.

¹⁵¹Стратегия развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/551760675>

¹⁵² Федеральный закон от 23 февраля 1995 г. № 26-ФЗ «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6001/2debad7ae7fdce10165549f142ee7cd0e51515f

Для более полного понимания места Кировской области на рынке санаторно-курортных услуг рассмотрим объем рынка данной сферы по Российской Федерации.

По данным BusinesStat¹⁵³, за 2016-2019 гг. объем рынка санаторно-курортных услуг незначительно сократился и в 2019 г составил 61,7 млн. человеко-дней пребывания. В 2020 г в России число человеко-дней пребывания в санаториях снизилось на 44,2%.

В 2020 году потребители чаще обращались по неврологическим и кардиологическим профилям лечения (рисунок 2.24).



Рисунок 2.24. - Объем рынка санаторно-курортных услуг по профилям лечения в России в 2020г. (млн. человеко-дней пребывания) ¹⁵⁴

Ожидается, что в 2022-2025 гг. показатель будет ежегодно повышаться и в 2025 г достигнет 51,7 млн. человеко-дней пребывания, что будет ниже уровня 2019 г. на 16,1%. Это означает, что за 5 лет рынок санаторно-курортных услуг не восстановится после карантинных ограничений 2020 г. Однако увеличению объема рынка будут способствовать дальнейшая реализация отложенного спроса, продолжение программы субсидирования

¹⁵³ «Анализ рынка санаторно-курортных услуг в России», 2021г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://businesstat.ru>

¹⁵⁴ «Анализ рынка санаторно-курортных услуг в России», 2021г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://businesstat.ru>

санаторно-курортных услуг, рост популярности программ реабилитации после перенесенной коронавирусной инфекции.

На сегодняшний день на рынке Кировской области функционирует 16 СКО разного размера и подведомственности. За период пандемии часть организаций были переведены в статус стационаров для лечения пациентов с выявленной коронавирусной инфекцией. В связи с этим обстоятельством данные организации были исключены из анализа конкурентного статуса.

Кировская область относится к регионам, не обладающим богатым рекреационным потенциалом, однако на ее территории имеются ресурсы, представляющие интерес и способствующие возможности реализации различных видов рекреационной деятельности.

В настоящее время в основном сформирована санаторно-курортная туристско-рекреационная зона (ТРЗ), включающая территории Кумёнского и Оричевского районов. Сформированы предпосылки создания санаторно-курортной ТРЗ в центре Кировской области на территории Кирово-Чепецкого и Слободского районов.¹⁵⁵

Несмотря на собственные уникальные бальнеологические ресурсы Кировской области, номерной фонд санаториев практически не изменился на протяжении длительного времени. По числу мест Кировская область существенно уступает лидерам рынка даже в границах ПФО.

Изучение тенденций, складывающихся в настоящее время в санаторно-курортной сфере, показывает, что деятельность организаций санаторно-курортного сектора претерпевает ряд изменений.

Для оценки динамики рынка и потребительского спроса на санаторно-курортные продукты было проведено исследование ядра потребителей данного вида услуг. Результаты показали востребованность и значимость СКО для региона. Анкета исследования представлена в приложении 3.

¹⁵⁵ Концепция создания туристско-рекреационных зон на территории Кировской области от 12 апреля 2011 г. № 62 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/561785716>

92,4% опрошенных рассматривают пребывание в СКО в качестве отдыха. Большая часть предпочитает отдыхать раз в три года (36,7%) и раз в год (32,9%). Наиболее востребованной продолжительностью пребывания в санаториях являются курсовки от 4 до 10 дней (53,2%), более 14 дней (31,6%), выходные - (10,1%).

53,2% опрошенных приобретают санаторно-курортные услуги с целью оздоровления и профилактики, 21,5% с целью отдыха (рисунок 2.25).

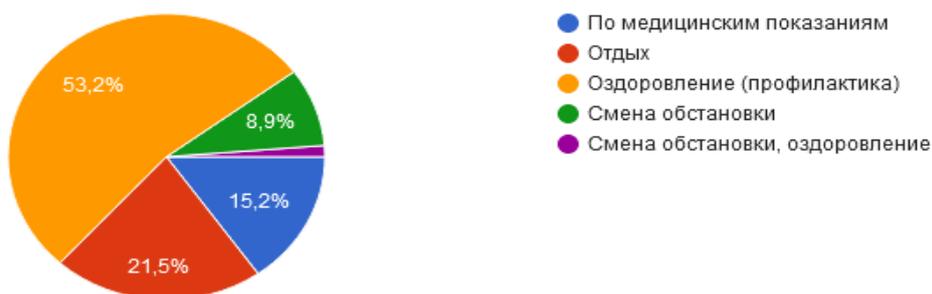


Рисунок 2.25. - Цели потребления санаторно-курортных услуг

Составлено автором

Структура потребительского опыта санаторно-курортных услуг в выборке исследования представлена на рисунке 2.26.

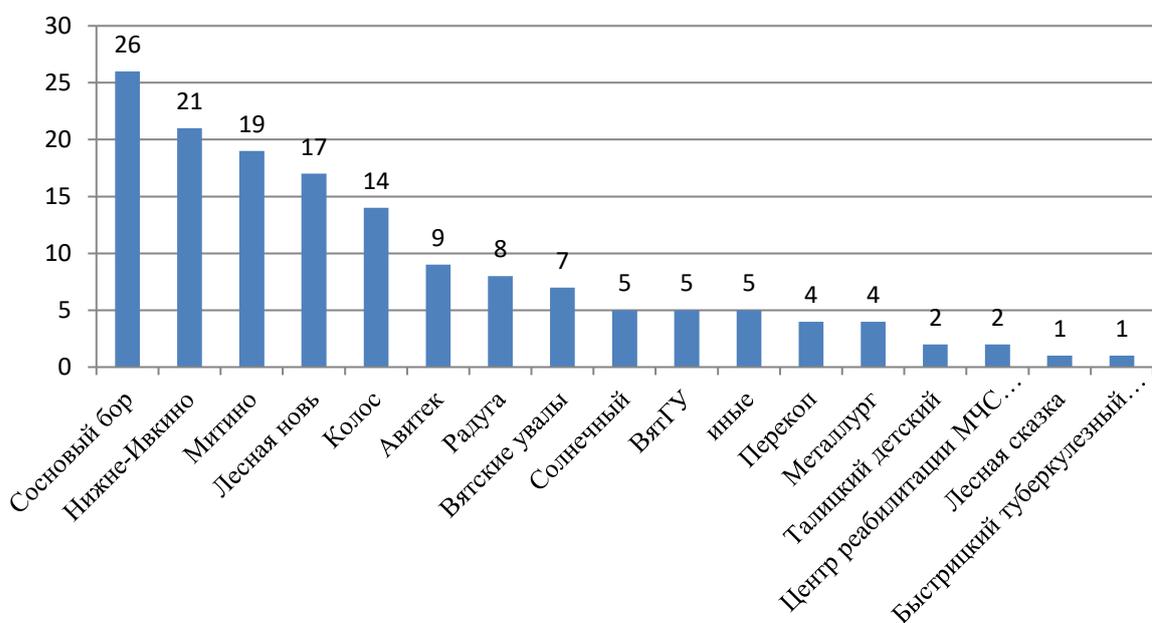


Рисунок 2.26. - Структура потребительского опыта санаторно-курортных услуг в выборке исследования

Составлено автором

Анализ каналов реализации услуг СКО показал, что 45,6% покупателей приобретали путевку через сайт организации, 15,2% - через профсоюзную организацию по месту работы, 7,6% через ФСС или Минздрав, 6,3% через сайт-агрегатор партнера, 5,1% через туроператора/турагента. При этом, большинство опрошенных отметило высокую степень значимости современных способов контакта с организациями санаторно-курортной сферы: через сайт, чат-бот, социальные сети и т.д.

Для определения наиболее важных факторов, обуславливающих выбор покупателя, был проведен факторный анализ важности параметров, представляющих значимость для целевой группы потребителей. В предварительный этап исследования было включено 22 параметра, описывающих в основном ресурсное состояние, сервисное и маркетинговое сопровождение услуги. Анкета исследования представлена в приложении 4. Результаты анализа данных в программе MINITAB 21 представлены в приложении 5.

В качестве основного метода исследования выбран метод главных компонентов, позволяющий выявить минимальное число факторов в совокупности, имеющих максимальную дисперсию.

Первым этапом анализа является формирование корреляционной матрицы, подтверждающей исследователю целесообразность проведения процедуры анализа факторов. Из данных корреляционной матрицы видно, что выявлены относительно высокие значения взаимосвязи между параметрами, следовательно, использование процедуры факторного анализа целесообразно.

Вторым этапом является определение числа факторов для анализа. Воспользуемся «графиком каменистой осыпи» и по точке перелома графика определим искомое количество (рисунок 2.27).

Визуальный анализ показал, что оптимальным и достаточным количеством является 5 факторов. Для проверки визуального метода воспользуемся правилом, что собственное значение фактора должно быть

более 1,0, либо анализом процента объясненной дисперсии, который должен объяснять по каждому фактору не менее 4,54% информации (100%/22). Таким образом, проверка доказала обоснованность выбора 5 факторов для последующего изучения. На третьем этапе проводим факторный анализ 5 компонентов и определяем нагрузки переменных, входящих в фактор. Анализ результатов показал, что наибольшее влияние при выборе организаций санаторно-курортного профиля играют:

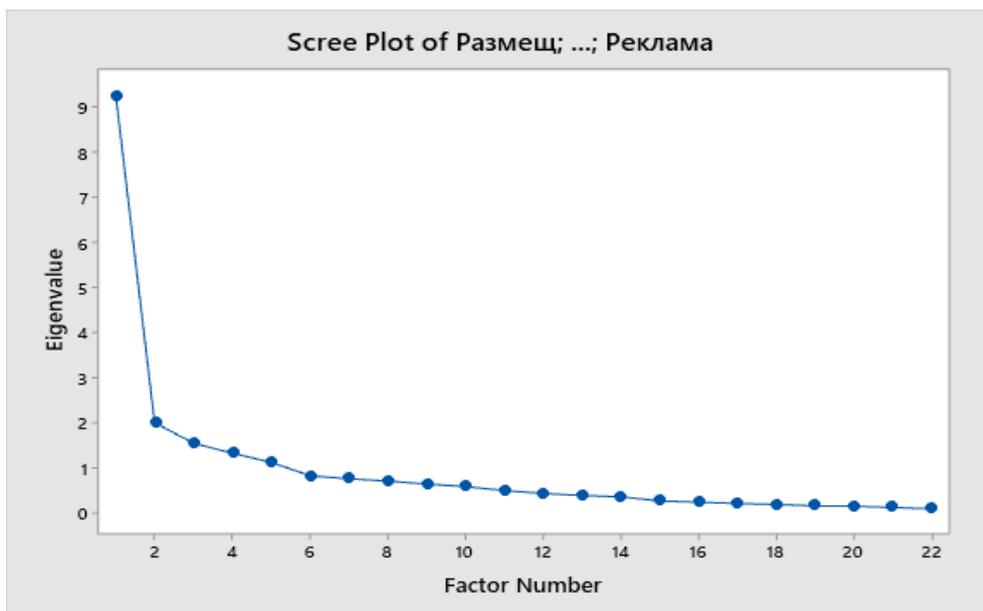


Рисунок 2.27. - Диаграмма «График каменной осыпи» для определения количества факторов

Составлено автором

Фактор 1 – «Компоненты и качество основной услуги», включающий переменные x1 – размещение, x3-питание, x4 - лечебные процедуры, x15 – квалифицированные медицинские кадры, x18 – наличие лечебных факторов (минеральных вод, грязей и т.д.), является системообразующим в выборе потребителя и формирует 21,4% причин выбора;

Фактор 2 – «Дополнительный досуг», включающий переменные x5 – услуги развлечений, x6 – наличие СПА, x7 – экскурсионные программы, x11- услуги инструкторов и тренеров, x12 – прокат инвентаря и спортивных принадлежностей, формирует 14,8% причин выбора;

Фактор 3 - «Эффективная логистика и маркетинг», включающий переменные: x9 – возможность добраться общественным транспортом, x16 – близость к месту постоянного проживания, x21 – рекомендации знакомых, x22 – реклама, формирует 12,9% причин выбора;

Фактор 4 - «Ключевые запросы клиентов», включающий переменные x2- адаптация инфраструктуры для лиц с ограниченными возможностями, x17 -наличие бассейна, x19 – цена, x20 – личный опыт, формирует 10,4% причин выбора;

Фактор 5 - «Дополнительная сервисная поддержка», включающий переменные x8 – услуги для детей, x10 – парковка, x13 – наличие Wi-Fi, формирующий 9,9% причин выбора.

Таким образом, анализ результатов позволяет сделать вывод об основных направлениях инновационной деятельности, которые будут наиболее важны для основной целевой группы клиентов и в итоге будет влиять на их выбор и конкурентоспособность организации в целом.

Для уточнения восприятия потребителями услуг региональных санаториев была построена карта восприятия 8 санаториев Кировской области. Основными критериями отбора санаториев являлись осуществление деятельности в период 2019-2020 гг. и наличие в структуре товарного предложения коммерческих путевок.

Таким образом, из совокупности исследуемой выборки были исключены санатории, подведомственные Минздраву России, переведенные в период распространения коронавирусной инфекции Covid-19 в статус стационаров, либо закрытые на неопределенный период. Фактор наличия коммерческих путевок обусловлен необходимостью санаториев бороться за конкурентоспособность своих услуг и предпринимать усилия для привлечения коммерческих клиентов.

На этапе получения исходных данных использовался метод непрямого сбора информации о восприятии параметров, обуславливающих потребительский выбор. Анкета исследования и полученные результаты

представлены в приложении 6 и 7, соответственно. Респонденты оценивали санатории по определенным характеристикам с использованием семантической дифференциальной шкалы или шкалы Лайкерта.

При построении карты восприятия на основании результатов проведенного факторного анализа в программе обработки статистических данных Minitab 21, было принято решение о проецировании результатов на две оси пространства восприятия. Для определения названия осей проведен анализ факторных нагрузок переменных, вошедших в каждую группу. Результаты представлены в таблице 2.9.

Таблица 2.9. – Наименование осей карты восприятия санаториев

Компоненты продукта	Ось 1: «Маркетинговая поддержка услуг»	Ось 2: «Качество и ассортимент основных и дополнительных услуг»
1. Основные услуги размещения и питания	0.112	<u>0.166</u>
2. Оптимальное соотношение цены и качества услуг	<u>0.345</u>	-0.110
3. Достаточность дополнительных услуг в санатории	-0.058	<u>0.320</u>
4. Высокое качество обслуживания	-0.006	<u>0.287</u>
5. Каналы продвижения (сайт, социальные сети, чат боты и т.д.)	<u>0.300</u>	-0.083
6. Цифровизация процессов в санатории (бронирование, назначение лечебных процедур и т.д.)	<u>0.111</u>	0.089
7. Разнообразие лечебных процедур и их инновационность.	<u>0.356</u>	-0.168
8. Надежность санатория	-0.249	<u>0.426</u>

Составлено автором

Графическое изображение карты восприятия представлено на рис. 2.28.

Интерпретация карты восприятия сводится к анализу расположения организаций относительно осей координат. Каждый санаторий имеет координаты, обозначающие значение фактора 1 и фактора 2. Наиболее близко расположенные санатории являются близкими друг к другу конкурентами, воспринимаемыми потребителями максимально одинаково.

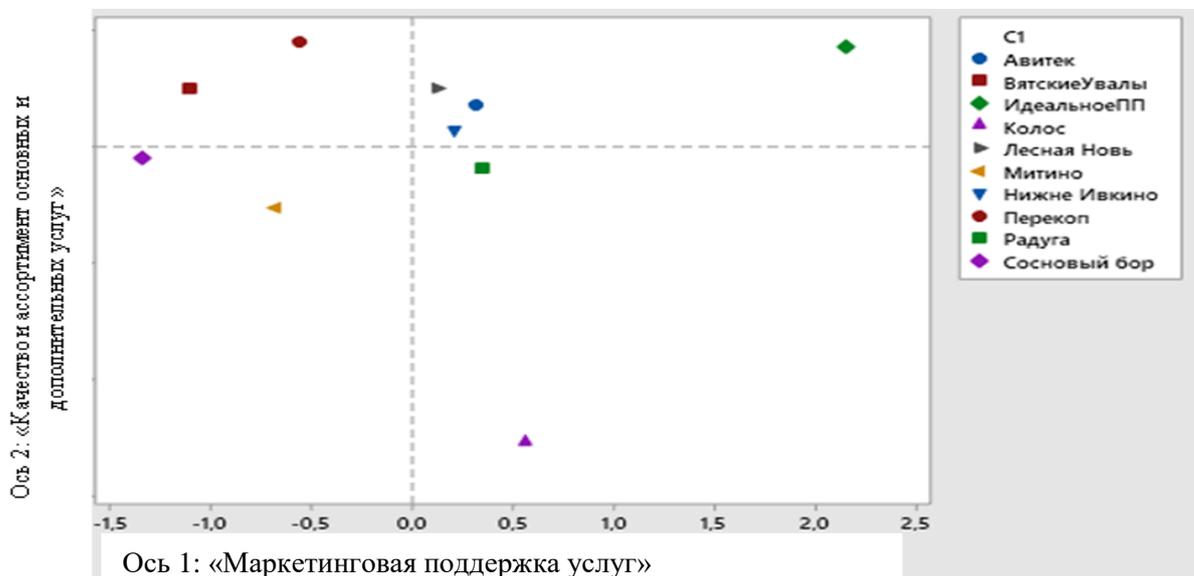


Рисунок 2.28. - Карта восприятия услуг санаториев Кировской области

По оси 1 («Маркетинговая поддержка услуг») наилучшее положение занимают санатории «Авитек», «Нижне-Ивкино», «Радуга», «Лесная новь». При проецировании на ось 2 («Качество и ассортимент основных и дополнительных услуг»), среди исследуемых организаций лидирующее положение занимают «Перекоп», «Авитек», «Лесная Новь», «Нижне-Ивкино», «Вятские Увалы». Обособлено на карте расположен санаторий «Колос», значительно уступающий по позициям восприятия продуктового портфеля своим конкурентам, но внедрившим в 2022 г. новации в системе сбыта, что позволило сместить его позицию в сектор с более высоким маркетинговым потенциалом. Пробелы на карте – показывают потенциальные возможности для позиционирования организаций по исследуемым позициям. Визуальный анализ показывает сегментированность восприятия санаториев. Потребителями как минимум выделяется две группы и один обособленно стоящий объект. Все это подчеркивает необходимость использования новаций в работе санаторно-курортного сектора и необходимость выбора инновационной стратегии развития для укрепления конкурентных позиций на рынке.

Для построения стратегии развития организации необходимо оценивать удовлетворенность услугами, которые они предоставляют. Анализ показал, что уровень удовлетворенности достаточно высокий - 86,1%,

однако, большинство высказалось о необходимости улучшений в сервисной и организационной составляющих услуги. Таким образом, инновационное развитие для санаторно-курортной сферы региона, несомненно, является важной составляющей успеха.

С целью анализа конкурентного положения основных игроков рынка санаторно-курортных услуг Кировской области была построена конкурентная карта рынка. Вся совокупность предприятий разделена на два сектора (больше и меньше средней рыночной доли), в рамках которых проведены статистические вычисления. Оценка степени изменения конкурентной позиции представлена сегментированием предприятий на 4 типовых группы, исходя из величины их рыночной доли.

Исходные данные и результаты предварительных вычислений представлены в таблице 2.10.

Таблица 2.10. – Исходные данные для построения конкурентной карты рынка

Организация	Рыночная доля в период t, %	Сектор		Темп прироста, %
		1	2	
Санаторий «Нижне-Ивкино»	37,81	37,81		-0,09
Санаторий «Колос»	9,87		9,87	0,30
Санаторий «Митино»	14,72	14,72		0,13
Санаторий-профилакторий «Радуга»	5,77		5,77	-0,01
Санаторий «Авитек»	11,08		11,08	0,04
Санаторий-профилакторий «Перекоп»	4,40		4,40	-0,03
Санаторий «Лесная Новь»	16,36	16,36		0,02
Итого	100,00	68,89	31,11	

Составлено автором

На региональном рынке сложилась достаточно сильная конкуренция, при этом часть хозяйствующих субъектов занимают достаточно большую долю.

Доминирующее положение на рынке санаторно-курортных услуг Кировской области занимает санаторий «Нижне-Ивкино», занимающий более трети рынка регионального санаторно-курортного сектора. Позиция выше средней рыночной доли также принадлежит санаторию «Лесная Новь» и санаторию «Митино» 16,36% и 14,72%, соответственно.

Несмотря на изменение общей динамики объема услуг на рынке санаторно-курортного сектора региона, в разрезе ключевых игроков рынка ситуация за последние 2 года достаточно стабильна, о чем свидетельствуют статистически незначимые колебания темпов прироста рыночных долей. Критерии отнесения организаций к группам по долям рынка представлены на рисунке 2.29.

Граница рынков, %	Расчетные значения	Классификационная группа	Организация
$D_{ср} + 3 \cdot \sigma_2$; D_{max}	22,58.....37,81	лидер рынка	«Санаторий Нижне-Ивкино», «Санаторий «Лесная Новь»
$D_{ср}$; $D_{ср} + 3 \cdot \sigma_2$	14,3.....22,58	организация с сильной конкурентной позицией	Санаторий «Митино»
$D_{ср} - \frac{3\sigma_1}{\sqrt{n}}$; $D_{ср}$	6,66.....14,3	организация со слабой конкурентной позицией	Санаторий «Колос», Санаторий-профилакторий «Радуга», Санаторий «Авитек»
D_{min} ; $D_{ср} - \frac{3\sigma_1}{\sqrt{n}}$	4,4.....6,66	аутсайдер	Санаторий-профилакторий «Перекоп»

Рисунок 2.29. - Матрица отнесения организаций к группам

В рамках настоящего исследования проведена классификация СКО по степени изменения конкурентной позиции. Рассчитанное среднеквадратичное отклонение показывает, что вариация единиц в изучаемой совокупности средняя, следовательно, группа однородна по данному признаку. Поэтому был использован закон средних величин. На основании проведенных расчётов построена матрица формирования конкурентной карты рынка, позволяющая сегментировать СКО региона на 16 типовых положений, отличающихся степенью использования конкурентных преимуществ и потенциальных возможностей противостоять давлению конкурентов (рисунок 2.30).

Проведенное исследование рынка конкурентоспособности СКО на рынке Кировской области показали достаточно различное положение компаний. Наиболее устойчивой конкурентной позицией обладают предприятия первой группы, наиболее низкой – предприятия 16 группы. Положение предприятия внутри каждой группы определяется величиной его рыночной доли. Таким образом, в отчетном году лидеры рынка санаторий

«Нижне-Ивкино» и санаторий «Лесная Новь» ухудшили свои позиции. Рост рыночной доли отмечен у сильного конкурента Санатория «Митино» в отчетном году составил 10,1% к уровню базисного года. Группу слабых конкурентных позиций возглавляет санаторий «Колос», который за счёт самых низких цен в регионе смог несколько улучшить свое положение на рынке. Улучшилось конкурентное положение и у санатория «Авитек», который выигрывает в сравнении с иными санаторно-курортными организациями выгодным расположением в городской черте областного центра региона. Наиболее худшая позиция у санатория-профилактория «Перекоп».

Рыночная доля	Лидеры рынка	Предприятия с сильной конкурентной позицией	Предприятия со слабой конкурентной позицией	Аутсайдеры рынка
Темп прироста	22, 58.....37,81	14,3.....22,58	6,66.....14,3	4,4.....6,66
Предприятия с быстро растущей конкурентной позицией 8,81.....18,81	1	5 Санаторий «Митино»	9 Санаторий «Колос»	13
Предприятия с улучшающейся конкурентной позицией 3,31.....8,81	2	6	10 Санаторий «Авитек»	14
Предприятия с ухудшающейся конкурентной позицией -6,7.....3,31	3 Санаторий «Лесная Новь»	7	11 Санаторий-профилакторий «Радуга»	15 Санаторий-профилакторий «Перекоп»
Предприятия с быстро ухудшающейся конкурентной позицией -10,41.....-6,7	4 Санаторий «Нижне-Ивкино»	8	12	16

Рисунок 2.30. - Матрица формирования конкурентной карты рынка
Составлено автором

Анализ текущих конкурентных позиций показал, что на рынке у большинства сильных его игроков ухудшается конкурентная позиция, что

обуславливает необходимость выбора инновационного вектора развития организаций.

Важной задачей при разработке инновационных стратегий организаций непроизводственной сферы является оценка текущего состояния инновационной деятельности. В соответствии с методикой оценки расчета индекса инновационного развития (п. 1.3) проведем мониторинг показателей четырех групп комплексной оценки индекса текущей инновационной деятельности санаторно-курортных организаций Кировской области.

Для оценки уровня выраженности фактора 1 группы были использованы фактические данные рейтинга инновационной активности регионов Российской Федерации, которые в дальнейшем были конвертированы в баллы, согласно пятибалльной шкале.

Для оценки уровня выраженности факторов 2,3,4 группы показателей была привлечена группа экспертов, состоящая из специалистов оцениваемых предприятий, включая руководящий состав, являющийся непосредственно лицами, принимающими решение по вопросам инновационного развития организаций. Результат оценки в виде средних баллов в разрезе показателей представлен в приложении 8.

Средние балльные оценки параметров каждой группы были нормированы до 1 с учетом важности и рассчитаны итоговые коэффициенты в соответствии с формулой:

$$I_{ir} = W_{ij}S_i + W_{ij}N_i + W_{ij}A_i + W_{ij}V_i, \quad 2.1.$$

где:

I_{ir} - комплексный индекс текущей инновационной деятельности организаций;

W_{ij} - вес группы параметров;

S_i - комплексный показатель социально-экономических условий инновационной деятельности;

N_i - комплексный показатель научно-технического потенциала организации;

A_i - комплексный показатель уровня инновационной активности;

V_i - комплексный показатель уровня готовности к внедрению инноваций.

Результаты расчетов представлены в приложении 9, итоговые баллы в разрезе групп показателей в таблице 2.11.

Таблица 2.11. - Показатели комплексного индекса текущей инновационной деятельности организаций санаторно-курортной сферы

Группы параметров	Колос	Нижне-Ивкино	Митино	Сосновый бор	Перекоп	Вятские Увалы	Радуга	Авитек	Лесная Новь
Социально-экономические условия инновационной деятельности	3,07	3,07	3,07	3,07	3,07	3,07	3,07	3,07	3,07
Научно-технический потенциал	1,62	3,72	2,32	3,93	1,77	2,83	1,31	3,25	1,58
Уровень инновационной активности	2,69	3,74	4,46	2,64	3,06	3,00	2,92	4,19	2,73
Уровень готовности к внедрению инноваций	2,42	4,18	3,68	4,28	3,44	4,23	3,32	4,36	3,79

Составлено автором

Для повышения наглядности результатов проведенных расчетов был использован графический метод представления данных, для чего была построена пространственная карта полученных значений показателей в разрезе предприятий (рисунок 2.31).

Комплексные показатели индекса инновационной деятельности организаций санаторно-курортной сферы Кировской области представлены на рисунке 2.32.

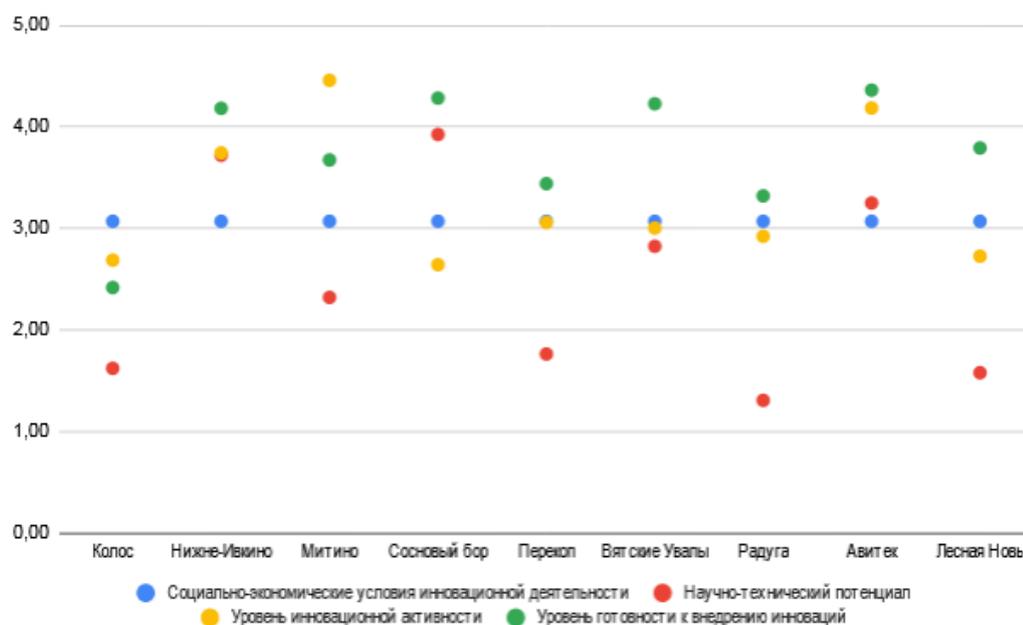


Рисунок 2.31. - Показатели интегральной оценки инновационной деятельности организаций в разрезе групп параметров

Составлено автором

Результаты исследования показали, что организации находятся в относительно равных социально-экономических условиях применительно к инновационной деятельности¹⁵⁶, а именно:

- относительно неблагоприятный социально-экономический климат Кировской области накладывает серьезные ограничения на деятельность компаний. Регион является дотационным и находится на 74 месте в национальном рейтинге по позиции экономического климата и 45 месте по научно-образовательному потенциалу. В то же время заинтересованности министерств и ведомств в активном развитии санаторно-курортной отрасли нет, о чем свидетельствует отсутствие на территории региона профильных объединений, ассоциаций и отсутствие организаций сферы в сформированном туристском кластере Кировской области;

- научно-технический потенциал организаций находится на уровне ниже среднего, что свидетельствует о недостаточной активности научного и научно-технического развития. Наиболее высокий показатель по данной

¹⁵⁶ Сметанина, А. И. Инновационное развитие организаций нематериальной сферы производства на примере санаторно-курортного сектора Кировской области / А. И. Сметанина. — Текст : непосредственный // Наука: общество, экономика и право. — 2022. — № 4

группе отмечен у санатория «Сосновый бор», имеющего устойчивые позиции благодаря поддержке на федеральном уровне, так как он относится к филиальной сети санаториев РЖД-Здоровье. Наиболее низкие показатели у санатория «Радуга» и санатория «Колос»;

- уровень инновационной активности был оценен по фактическим данным организации о внедрении новшеств в деятельность в разрезе типов инноваций: продуктовых, маркетинговых, организационных, процессных. Технологические инновации исключены из списка, так как за анализируемый период ни в одном из объектов исследования они не внедрялись, и данный тип инноваций не характерен для сферы санаторно-курортной деятельности.

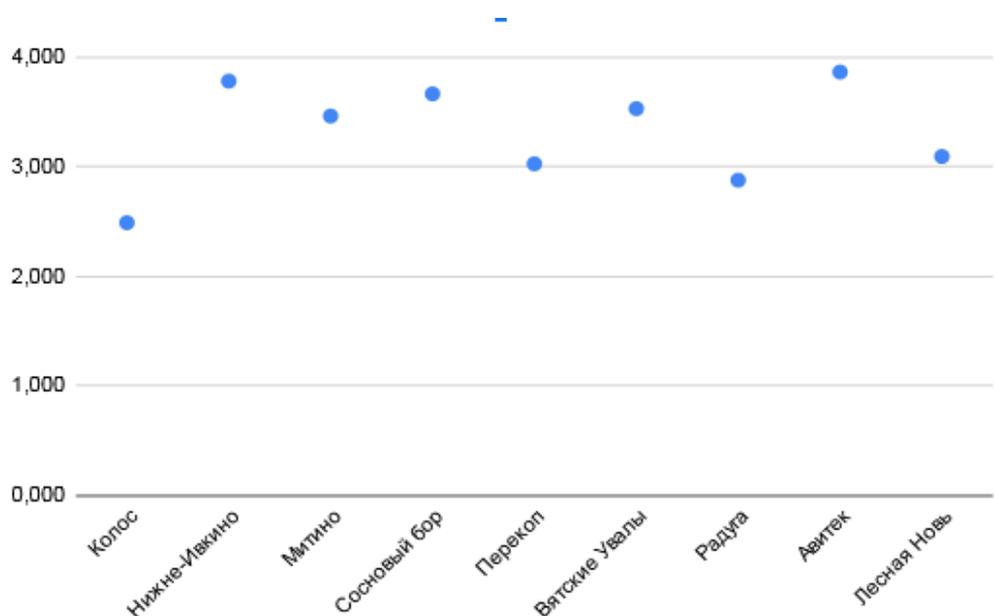


Рисунок 2.32. - Комплексные показатели индекса инновационной деятельности организаций санаторно-курортной сферы Кировской области
Составлено автором

Наиболее инновационно-активными являются санатории «Митино», «Нижне-Ивкино», «Авитек». Наихудшие показатели у «Соснового бора» и «Лесной Нови».

Готовность к внедрению инноваций в наибольшей степени зависит от вовлеченности коллектива в инновационный процесс. Анализ показал, что многие организации готовы внедрять инновации в деятельность. Наиболее неготовым показал себя санаторий «Колос», что обусловлено его

принадлежностью по праву собственности к другому субъекту федерации (республике Коми) и незаинтересованностью собственника вкладывать финансовые средства в развитие организации.

Комплексные показатели индекса инновационной деятельности организаций санаторно-курортной сферы Кировской области позволяют определить лидера отрасли в области инновационной деятельности. В качестве лидера рассматривается условное предприятие с максимально достижимыми показателями при тех же баллах социально-экономических условий (максимально достижимое значение показателя 4,56 балла) (таблица 2.12).

Таблица 2.12. - Распределение организаций по группам в зависимости от отклонения комплексного показателя инновационной деятельности от лидера

Группа	Границы отклонения инновационного индекса от лидера	Организации (отклонение от лидера, %)	Характеристика
1	2	3	4
1	не более чем на 20%	«Авитек» (-15,17%) «Нижне-Ивкино» (-16,97%) «Сосновый бор» (-19,53%)	организация использует наступательные инновационные стратегии развития, планирует и внедряет различные типы инноваций, реализация инновационных действий осуществляется планомерно
2	20-40%	«Вятские Увалы» (-22,5%) «Митино» (-23,99%) «Лесная Новь» (-32,10%)	организация использует стратегию следования за лидером либо стратегию дифференциации, имитации, периодически планирует и внедряет различные типы инноваций, реализация инновационных действий осуществляется планомерно
3	40-60%	«Колос» (36,84%) «Радуга» (45,37%)	организация использует диверсификации или имитации, планирование инновационной деятельности выражено слабо, реализация инновационных действий осуществляется спонтанно
4	Более 60%		Внедрение инноваций происходит спонтанно, рынок инновационных решений не анализируется

Составлено автором

Результаты проведенных исследований показывают, что наиболее инновационно активными организациями санаторно-курортной сферы региона, являются «Авитек», «Нижне-Ивкино» и «Сосновый бор». Данные организации по финансовому состоянию и наличию свободных средств обладают наибольшей устойчивостью, что позволяет им внедрять различного рода улучшения в свою деятельность.

Самыми неактивными в инновационном отношении организациями являются санатории «Колос» и «Радуга». Анализ данных, характеризующих их финансовое положение, показал, что в настоящее время они испытывают серьезные затруднения в создании и внедрении инноваций, что ставит их в разряд отстающих в плане инновационной активности.

Выводы по главе 2.

1. Условия пандемии COVID 19 спровоцировали усиление инновационной активности организаций нематериальной сферы. Сложившаяся в стране обстановка в нематериальном секторе усугублялась тем, что услуга - это достаточно специфический товар, который нельзя накопить и создать запасы. Таким образом, многие предприятия были вынуждены искать новые методы осуществления своей деятельности, продаж и продвижения услуг. Проведенный анализ статистических данных показывает недостаточный уровень инновационной активности организаций нематериальной сферы, уровень инновационной активности в национальном масштабе находится на уровне всего 5,3%.

2. На современном этапе важно особое внимание уделять построению экономики инновационного типа. Для повышения эффективности функционирования организаций нематериальной сферы инновационная составляющая их деятельности должна обеспечивать: формирование более высокого уровня удовлетворенности от потребления услуг; обеспечение высокой конкурентоспособности на целевом рынке за счет оптимизации

баланса между инновационными и традиционными продуктами; высокую вовлеченность сотрудников в инновационный процесс.

3. Управление инновационным развитием основывается на соблюдении принципов, систематизация которых легла в основу обобщенной системы показателей инновационной деятельности организаций нематериальной сферы, систематизированных по их роли в инновационном процессе.

4. Сравнительный анализ развития организаций нематериальной сферы производства (на примере санаторно-курортной отрасли) показал высокий уровень конкуренции на рынке Кировской области и позволил выделить лидеров рынка с сильной и слабой конкурентными позициями, а также аутсайдеров как с точки зрения доли рынка и стабильности положения, так и с точки зрения их инновационной активности. Анализ текущих конкурентных позиций показал, что на региональном рынке у большинства игроков ухудшается конкурентная позиция, что обуславливает выбор инновационного вектора развития для данных организаций.

5. Успешная реализация инновационной стратегии возможна только в инновационно-активных компаниях с высоким уровнем мотивации на результативность внедрения новшеств. В связи с этим, был проведен мониторинг четырех групп показателей комплексной оценки индекса текущей инновационной деятельности СКО Кировской области, включающих оценку социально-экономических условий инновационной деятельности, научно-технический потенциал, уровень инновационной активности и уровень готовности к внедрению инноваций.

6. Достижение сильной конкурентной позиции на рынке вследствие реализации инновационной стратегии возможно при правильном позиционировании организаций нематериальной сферы относительно основных факторов потребительского восприятия. Взаимосвязь направлений инновационной деятельности и конкурентоспособности выражается в анализе пространственного расположения организаций на карте восприятия относительно основных групп показателей потребительского выбора и

инновационных направлений деятельности. В качестве осей карты восприятия выступили маркетинговая поддержка услуг и качество, и ассортимент основных и дополнительных услуг. Построенная карта восприятия для 8 региональных СКО показала отдаленность практически всех объектов выборочного исследования от условного лидера рынка. Анализ пространственного расположения позиций дает возможность выявить приоритетные направления инновационного развития организаций.

ГЛАВА 3. ФОРМИРОВАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ СФЕРЫ

3.1. Разработка механизма формирования инновационной стратегии организации нематериальной сферы производства

Устойчивое развитие организации, обеспечивающие высокие показатели эффективности ее деятельности, связано, прежде всего, с использованием грамотно построенного механизма формирования и реализации инновационной стратегии, под которым нами понимается последовательная совокупность взаимодействий организации нематериального производства с внешними и внутренними потребителями, с помощью которых обеспечивается основная цель деятельности организации в области инновационного развития.

В соответствии со Стратегией развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, отрасль является важным сектором экономики, требующим интенсивного развития, в том числе в направлении внедрения инноваций в данную сферу.

Повышение уровня социально-экономического развития любого региона во многом зависит от использования потенциала для оказания туристских услуг. Кроме того, усовершенствование или создание новых материалов, оборудования, технологических процессов, продуктов, услуг и методов, коренным образом изменяет и существенно улучшает эффективность не только сферы туризма, но и экономики в целом.¹⁵⁷

Санаторно-курортная сфера является частью туристской отрасли, которая выполняет одновременно экономическую и социальную роль. Социальная роль санаторно-курортной сферы заключается в удовлетворении

¹⁵⁷ Тайгибова, Т. Т. Инновации в туризме – как один из важнейших факторов повышения уровня социально-экономического развития Республики Дагестан / Т. Т. Тайгибова. // Проблемы современной экономики: материалы I Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2011 г.). — Челябинск: Два комсомольца, 2011. — С. 153-156. — URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/12/1380/> (дата обращения: 22.01.2021).

потребности в отдыхе и оздоровлении, впечатлениях и личностном развитии, и в целом влияет на формирование и укрепление здоровья населения. Важным социальным следствием развития отрасли для населения являются оздоровление, рост продолжительности жизни, развитие и воспитание и т.д. Экономическая роль санаторно-курортной сферы проявляется в ускорении экономического роста, обеспечении занятости населения и наличии мультипликативного эффекта для экономики.

Инвестиции в санаторно-курортную сферу формируют добавленную стоимость в различных секторах экономики (торговля, строительство, сфера услуг, медицина, транспорт, туристско-экскурсионное обслуживание и т.д.).

Основу достижения стратегических целей развития туризма в регионе составляют формирование конкурентоспособного туристского продукта (санаторно-курортной услуги) и эффективное управление инновационным развитием комплекса. Таким образом, для организаций отрасли разработка инновационной стратегии способствует формированию устойчивого конкурентного преимущества и достижению долгосрочной конкурентоспособности на рынке.

Проведенные исследования сферы нематериального производства Кировской области в секторе санаторно-курортных услуг не выявили организаций с высоким инновационным потенциалом, занимающих сильную конкурентную позицию на региональном рынке.

Санаторно-курортный комплекс обладает значительным инновационным, рекреационным и кадровым потенциалом, что является важной совокупностью факторов для успешного инновационного развития. Для практического решения проблем инновационного развития СКО были проведены теоретические исследования систем и методик, предложенных различными авторами в области управления инновационным развитием именно санаторно-курортных организаций, учитывающих особенности сферы, и специфику услуги санаторно-курортного лечения. Анализ показал недостаточную изученность данного вопроса, в связи с чем автором был

предложен механизм формирования инновационной стратегии организаций нематериальной сферы, представленный в главе 1 диссертации. Таким образом, в предлагаемой модели инновационного развития необходимо выполнение условий системного развития с целью обеспечения непрерывной связи между управляющей и управляемой системами.

Основываясь на проведенных исследованиях и систематизации опыта развития предприятий санаторно-курортной сферы, а также на основе изученных методик, систем и моделей управления инновационным развитием организаций, было выявлено, что механизм формирования и реализации инновационной стратегии организации можно представить в виде алгоритмической структуры, состоящей из определенного количества элементов, отражающих функциональные особенности, цели и задачи системы (рисунок 3.1.). Предложенная авторская модель механизма формирования и реализации инновационной стратегии организации санаторно-курортной сферы, сформирована на декомпозиции целей и задач на различных этапах и мероприятиях, необходимых для реализации поставленных целей.

Общую последовательность мероприятий, осуществляемых в процессе разработки и реализации инновационной стратегии организации, можно представить пятью этапами:

I - подготовительный этап - осознание необходимости изменений, уточнение параметров;

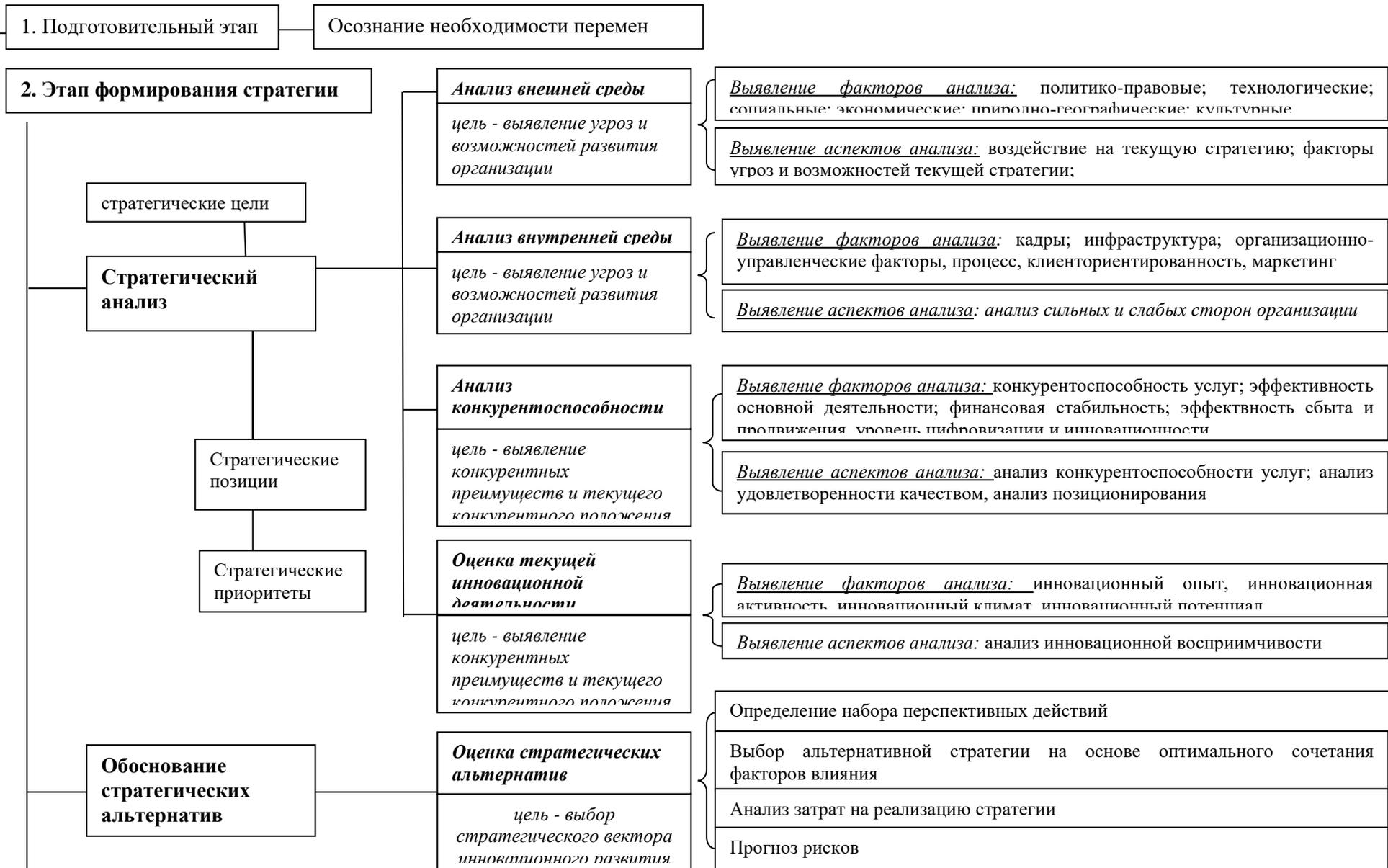
II- этап формирование стратегии;

III - этап разработки стратегии инновационного развития;

IV - этап реализации стратегии инновационного развития;

V- этап оценки эффективности изменений и координации действий.

Предложенный алгоритм разработки инновационной стратегии развития организаций нематериальной сферы производства, отличается от существующих учетом более широкого количества факторов влияния на деятельность организаций и специфичность санаторно-курортной сферы.



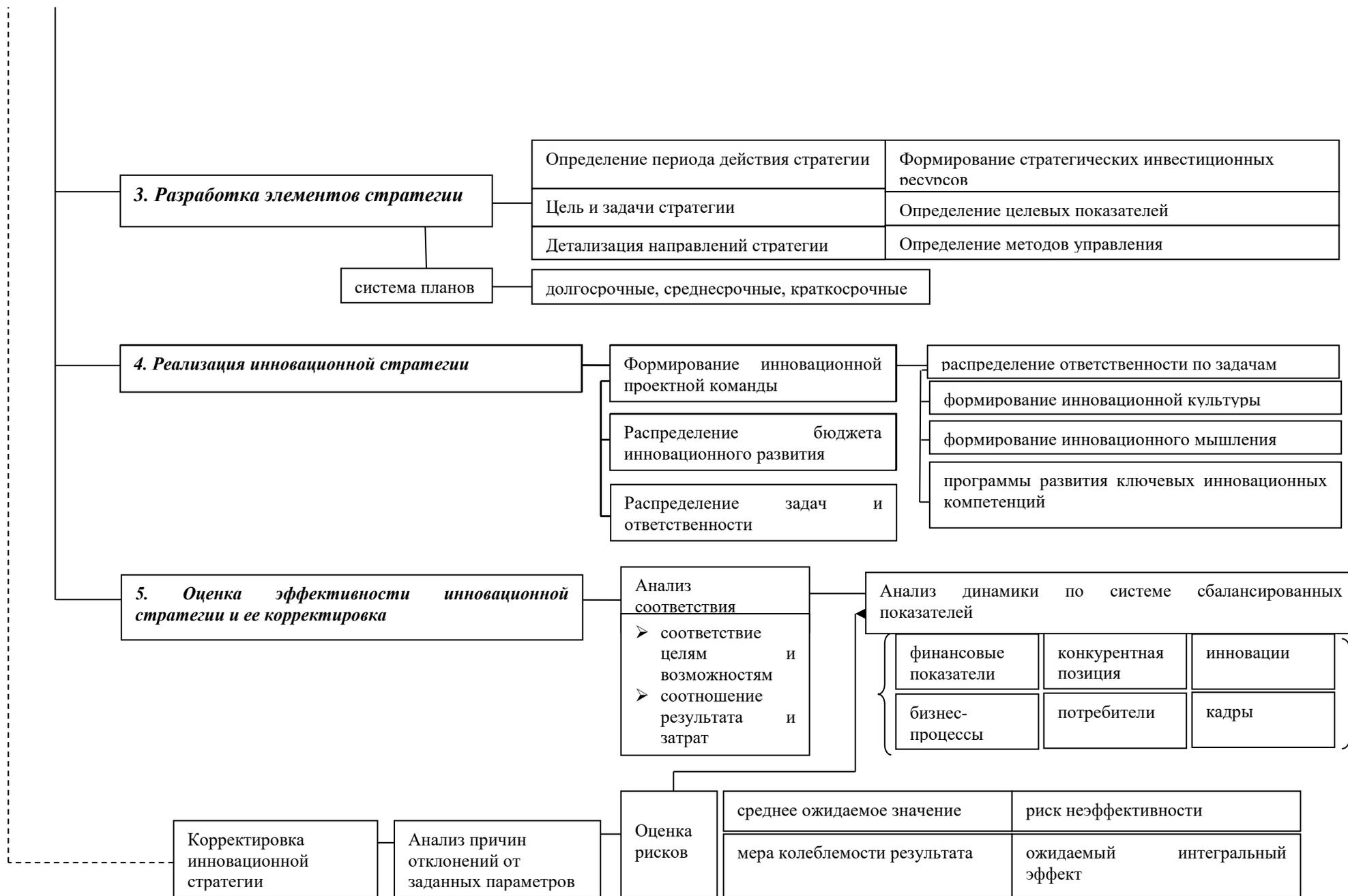


Рисунок 3.1. - Механизм формирования и реализации инновационной стратегии организации
Составлено автором

Формирование инновационной стратегии организации во многом зависит от осознания субъектом хозяйствования изменений во внешней и внутренней среде, обуславливающих смену текущего вектора ее развития.

Рациональное функционирование системы управления инновационным развитием возможно только при условии взаимосогласованности всех элементов стратегии инновационного развития и ее модели управления.

Для проведения оценки, разработанной автором методики, были выбраны субъекты рынка санаторно-курортных услуг Кировской области, занимающие различные позиции по итогам конкурентного анализа, проведенного в п.2.3 настоящего исследования. В исследуемую совокупность организаций вошли: ООО «Санаторий «Колос», ООО «Санаторий «Авитек» и ЗАО «Санаторий Нижне-Ивкино».

На первом подготовительном этапе для выявления проблем текущей деятельности был проведен экспертный опрос по проблемам текущего развития отрасли и выявлены проблемы, систематизация которых позволила сделать следующие выводы:

- на сегодняшний день организации санаторно-курортного сектора Кировской области не занимают активную позицию в развитии, как самой организации, так и территории, на которой расположен санаторно-курортный комплекс, все это ведет к неизбежному дисбалансу интересов субъектов хозяйствования;

- СКО региона имеют разную подведомственность и, таким образом, в регионе отсутствует единая координация и управление санаторно-курортной сферой каким-либо управлением или министерством;

- доля клиентов, приезжающих на оздоровление в санатории Кировской области по путевкам, финансируемым различными фондами и предприятиями, а, следовательно, бесплатным для конечного потребителя услуги, составляет около 60-70%, что практически сводит к нулю усилия предприятий по борьбе за коммерческого клиента;

- руководство более 50% организаций не имеет стратегии развития и плана внедрения инноваций в свою работу, 60% не проводят регулярные маркетинговые исследования рынка в части конкурентов и изменения запросов потребителей;

- результаты опроса потребителей санаторно-курортных услуг региона выявили недоверие к результативности санаторно-курортного лечения и более низкий приоритет по сравнению с иными видами отдыха.

Все вышеперечисленное является основанием для утверждения о необходимости изменения управленческих подходов к развитию как санаторно-курортной отрасли в целом, так и к стратегии отдельно взятых организаций, в частности.

Для анализа текущей ситуации был проведен SWOT-анализ развития санаторно-курортных организаций региона (таблица 3.1.). Результаты SWOT-анализа позволяют сделать следующие выводы.

1. Санаторно-курортный сектор Кировской области обладает недостаточным уровнем конкурентоспособности, сформированным в основном невысоким уровнем качества и сервисного сопровождения санаторно-курортных услуг. Это приводит к моноориентированности спроса и его ориентации на региональные потребности. Относительно невысокий уровень инновационности регионального предложения лечебно-оздоровительного компонента услуг не позволяет претендовать на привлечение большого турпотока со стороны других регионов Российской Федерации.

2. Структура расходов рекреантов региональных санаторно-курортных услуг не оптимальна в сравнении с западными аналогами и федеральными санаториями, что обусловлено крайне низкой долей сервисной составляющей в тратах клиента. Итогом становится низкая привлекательность услуг для высокообеспеченных клиентов, имеющих повышенные запросы к комфорту.

3. В процессе продвижения санаторно-курортного продукта недостаточно активно используются современные интернет-технологии продвижения и анализ больших данных. В целом цифровизация процессов СКО весьма слабая, что не позволяет им оптимизировать ресурсы на достаточном уровне эффективности. Достаточно не проработаны и механизмы позиционирования санаторно-курортных услуг на целевом рынке.

4. Важной задачей позиционирования санаторно-курортного турпродукта является акцент на инновационных аспектах данного типа отдыха. С этой целью необходимо изучение ведущего международного опыта брендинга продуктов санаторно-курортной сферы и самих субъектов хозяйствования.¹⁵⁸

5. Для организаций санаторно-курортного комплекса региона наиболее перспективным направлением инновационной деятельности должно стать маркетинговое продвижение услуг. На сегодняшний день инструменты продвижения используются в рамках стандартного пакета инструментов, но без интенсификации инновационного подхода. При этом, с точки зрения новшеств в маркетинге, они могут быть новыми для организации, но не новыми для рынка, при этом компания может внедрить инновационное решение с оглядкой на опыт конкурентов-лидеров отрасли, оптимизировав таким образом риски.¹⁵⁹

Анализ маркетинговой деятельности санаторно-курортных организаций позволяет сделать вывод о типичности инновационных решений, среди которых преобладающими являются:

- использование новых интернет-каналов продвижения услуг;
- внедрение в практику нового подхода к управлению организацией путём интеграции работы основных подразделений на единой платформе (отдел продаж, отдел маркетинга, отдел сервисного обслуживания и т.д.);

¹⁵⁸ Состояние экспорта туристических услуг санаторно-курортного комплекса / Export of the Tourism Services in the Sanatorium Segment in Belarus//[Электронный ресурс]. Режим доступа: www.researchgate.net/publication/277076651

¹⁵⁹Veugelers, Cassiman, 1999; Becker, Dietz, 2004; Fritsch, Lukas, 2001

Таблица 3.1 - SWOT-анализ развития санаторно-курортного комплекса Кировской области

S (Strength — сильные стороны)	W (Weakness — слабые стороны)
<ul style="list-style-type: none"> - лечебный ресурсный потенциал: наличие леченых грязей, минеральных вод; - традиции организации лечебно-оздоровительного туризма; - транспортная доступность; - наличие у ряда санаторно-курортных организаций устойчивых контактов с российскими туроператорами; - диверсификация деятельности: туры выходного дня, программы для беременных, реабилитация после COVID и т.д.; - использование современных Интернет-технологий для продвижения турпродукта; - концентрация санаторно-курортных учреждений по месторасположению. 	<ul style="list-style-type: none"> -недостаточно высокий уровень сервисного обслуживания и клиенториентированности; - слабое развитие маркетинговых стратегий на потенциальных рынках сбыта, недостаточно эффективная рекламно-информационная деятельность в регионе и за его пределами, низкое качество рекламно-информационных материалов; - низкая диверсификация турпродукта, недостаточно активное внедрение анимационных программ; - двойственный статус санаторно-курортного комплекса: традиционный элемент социальной сферы, подведомственность Минздраву и субъект туристского рынка (нет возможности осуществлять четкую сегментацию и создавать турпродукт для целевых рынков); - наличие ведомственных ограничений в распоряжении коечным фондом, принятии и реализации маркетинговых стратегий, формировании пакета услуг, ценовой политике; - недостаточная активность санаторно-курортных организаций в направлении перехода к использованию современных подходов к формированию и продвижению турпродукта (повышение уровня инфраструктуры и сервиса, высокое качество медицинских услуг, появление в структуре предложения прототипов спа- и веллнес-программ, использование инновационных методов лечения в сочетании с народной медициной, - отсутствие эффективного взаимодействия основных игроков в отрасли; - отсутствие четкой политики региона в развитии санаторно-курортного комплекса. - Кировская область не вошла в число перспективных областей для развития туризма и не участвовала в ФЦП "Развитие внутреннего и въездного туризма"

О (Opportunities — возможности)	Т (Threats — угрозы)
<ul style="list-style-type: none"> - удовлетворение спроса на услуги, повышающие качество жизни и соответствующие запросам целевой аудитории принципам здорового образа жизни и идеям рекреационных занятий по достижению «улучшенного здоровья»; - более полное и комплексное использование лечебного рекреационно-ресурсного потенциала; - диверсификация предложения, освоение новых сегментов национального рынка лечебно-оздоровительного туризма; - успешная инновационная деятельность, начиная с реализации концептуальных инноваций; - формирование регионального кластера санаторно-курортных услуг. 	<ul style="list-style-type: none"> - снижение платежеспособности потребителей вследствие финансового кризиса в мировой экономике; - усиление конкуренции со стороны ведущих дестинаций лечебно-оздоровительного туризма: снижение цены на их турпродукт, внедрение новых технологий создания и продвижения турпродукта, недоступных Кировским санаториям; - ухудшение социально-экономического и инвестиционного потенциала региона, дотационность; - неблагоприятный имидж Кировской области как депрессивного региона; - отсутствие интереса к региональному санаторно-курортному турпродукту у федеральных туроператоров; - сильная зависимость санаторно-курортного турпродукта от конъюнктуры целевого российского рынка в связи с географической моноспециализацией санаторно-курортных услуг; - ограничение возможностей привлечения частного капитала в отрасль; - снижение качества услуг и мотивов к инновационной деятельности в связи с ослаблением стимулирующей роли конкуренции в ситуации существования нереализованного спроса на рынке. - непредсказуемые ограничения, связанные с пандемией.

- формирование программного продукта, объединяющего процессы бронирования и продаж разных субъектов хозяйствования на единой платформе;

- активизация маркетинговых действий по развитию продаж курсовок с помощью интернет-технологий.

Инновационное развитие организаций нематериального производства зависит от большого количества факторов, рассмотренных в параграфе 1.3 диссертационного исследования. Наиболее сложным в практике управления является выбор адекватной текущим условиям инновационной стратегии и применимости ее использования в сфере нематериального производства. Многообразие стратегий создает сложность для лиц, принимающих решение, и как показывает анализ практики организации достаточно редко

останавливают свой выбор на одном типе стратегий. Чаще всего используется комбинация во времени разных типов, обеспечивающих в рамках преимущества достижение максимального эффекта от их реализации.

На втором этапе необходимо провести диагностику факторов, влияющих на деятельность организаций санаторно-курортной сферы, к которым относятся факторы внешней и внутренней среды, анализ конкурентоспособности и текущая инновационная деятельность организаций. Для проведения анализа предлагаем воспользоваться моделью факторов, предложенной в параграфе 1.3 диссертационного исследования. Основным методом исследования факторов является экспертный опрос. Для проведения оценки факторов была привлечена группа экспертов, в которую вошли руководители и специалисты организаций санаторно-курортной сферы региона, научные сотрудники, представители КОГАУ «Центр развития туризма Кировской области» и профильного министерства, курирующего сферу туризма и гостеприимства в регионе.

Всего к оценке привлечено 26 экспертов, при этом, для обеспечения достоверности исследований рассчитан коэффициент согласованности мнений экспертов (коэффициент конкордации), который показал, что большое расхождение в мнениях экспертов не наблюдается, следовательно, результаты опроса всех можно использовать в полном объеме. Экспертной группой проводится оценка важности каждого фактора W_{ij} методом сравнительного шкалирования с использованием шкалы с постоянной суммой баллов. С учетом текущей маркетинговой ситуации, факторов окружения внешней и внутренней среды предприятия, эксперты определили весовые коэффициенты факторов A_i , B_i , K_i , и I_i . Итоговые формулы для оценки стратегических альтернатив выбора стратегии инновационного развития СКО Кировской области представлены в таблице 3.7 диссертационного исследования.

Для апробации методики выбора альтернативной стратегии развития СКО Кировской области были выбраны четыре стратегии для оценки (рисунок

3.2.). Выбор основан на рейтинге направлений развития, составленном экспертами на основании опроса.

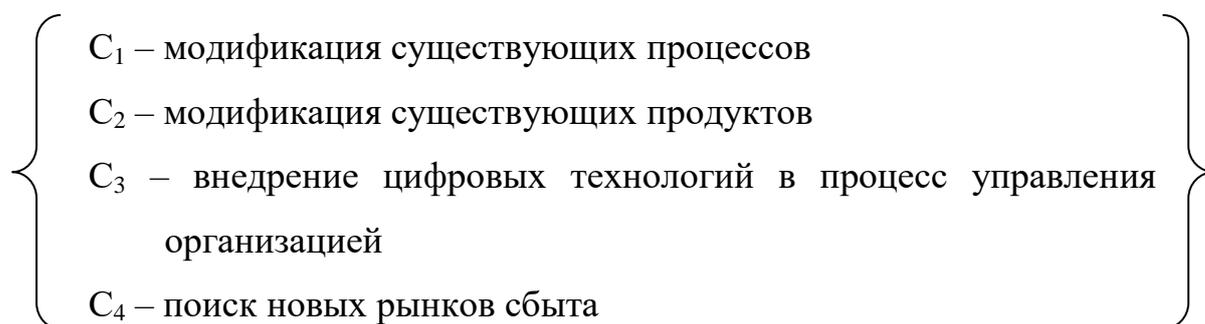


Рисунок 3.2. - Совокупность альтернативных инновационных стратегий развития санаторно-курортных организаций

Составлено автором

Для оценки стратегических альтернатив в качестве критериев отбора использованы факторы, представленные в таблице 3.4, которые необходимо было оценить специалистам предприятия и экспертам по 10 – балльной шкале.

Третий этап разработки инновационной стратегии предполагает разработку элементов стратегии, определение сроков и целей ее реализации, формирование команды, отвечающей за инновационное развитие организации. Важным элементом в формировании новой стратегии играет персонал, так как именно сотрудники предприятия зачастую являются главным барьером нововведений. Учитывая важность данного фактора предлагается формирование инновационного комплекса маркетинга персонала СКО и повышение их инновационной готовности к изменениям. Предлагаемые элементы инновационного комплекса маркетинга представлены в таблице 3.2.

Для оценки готовности к реализации новаций в работе организаций санаторно-курортной сферы, анализируемые предприятия были исследованы на предмет согласованности действий отдельных подразделений предприятия и лиц, принимающих решения, наличия распределения зон ответственности и готовности принимать ответственность за решения в условиях неопределенности внешней среды. Результаты исследования представлены в приложении 12.

Таблица 3.2. - Формирование инновационного комплекса маркетинга персонала санаторно-курортных организаций

Элементы комплекса маркетинга	Сущность инновационной маркетинговой политики	Формат реализации, инструменты
Продукт	Предоставление конкурентоспособного на рынке труда пакета предложений для соискателей	Формирование имиджа организации Формирование лояльного внутреннего потребителя
Цена	Формирование комплекса мер стимулирующего характера за реализацию инноваций, поиск новых методов решения	Конкурентоспособный уровень оплаты труда Дополнительное материальное и нематериальное стимулирование за вовлеченность в инновационный процесс
Продажа	Создание комфортных технологических условий труда	Возможность удаленной работы Гибкий график Создание рабочей среды, ориентированной на результат
Продвижение	Создание возможностей роста и развития, получения ключевых инновационных компетенций	Формирование инновационного мышления Программы развития кадров Форсайт-исследования
Процесс	Создание условий работы с элементами бережливого офиса	Использование современных инструментов и методов временной и пространственной организации рабочего места
Персонал	Формирование коллектива оптимальными пропорциями по признакам	Психодиагностика на входе, выявление типов сотрудников новаторов, последователей, консерваторов
Материальная среда	Комфортная среда, современное оборудование, зонирование функциональных помещений	Обустройство материальной среды на принципах соучастности к процессу новаций.

Составлено автором с использованием источника¹⁶⁰

Четвертый этап механизма разработки и реализации инновационной стратегии организации предполагает реализацию комплекса мероприятий, обеспечивающих достижение поставленных перед организацией целей и задач, включая решение вопросов по ресурсному обеспечению инновационного развития, распределению бюджетных средств, формированию проектной управленческой команды.

¹⁶⁰ Тимохина Г.С. Маркетинговое управление инновационной готовностью внутреннего потребителя//Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. - 2018. - №4, С.105-111

На пятом этапе необходимо провести оценку эффективности реализации инновационной стратегии организации и оценку влияния результатов новаций на конкурентоспособность организаций рассматриваемой сферы. Подробно алгоритм оценки динамики изменения конкурентной позиции организации на региональном рынке представлен в параграфе 3.2 исследования.

3.2. Выбор альтернативных инновационных стратегий организаций нематериальной сферы

Инновационная деятельность организаций в условиях нестабильной, динамично меняющейся внешней среды является важным драйвером развития любой организации. Именно поэтому для укрепления конкурентных позиций и повышения эффективности функционирования многие организации выбирают инновационный путь развития. Не исключением являются и организации санаторно-курортной сферы, сталкивающиеся с большим количеством факторов, негативно воздействующих на результативность их деятельности. В современных экономических условиях особое внимание при формировании конкурентоспособности организаций следует уделять прогнозированию влияния инноваций на различные процессы ее деятельности. Более устойчивая конкурентная позиция на рынке позволит достигать больших результатов с наименьшими затратами ресурсов.

Современная теория и практика экономического анализа предлагает большое количество методик и инструментов оценки эффективности инновационных стратегий. Наиболее распространенной является система сбалансированных показателей, позволяющая провести анализ соответствия целей и задач развития организации. В параграфе 1.3 диссертационного исследования проведено сравнение различных подходов к оценке эффективности инновационных стратегий и сделан вывод об отсутствии универсальной системы сбалансированных показателей для всех сфер экономической деятельности.

Сфера услуг, к которой относится санаторно-курортная деятельность, достаточно специфична по производимому продукту и его производству. В связи с этим использовать стандартный набор показателей сбалансированной оценки не представляется возможным. Предложенная в п. 1.3 система оценки эффективности инновационной стратегии организаций апробирована на организациях санаторно-курортной сферы Кировской области¹⁶¹.

1 этап. Формирование матрицы факторов среды организации, определяющих эффективность инновационных стратегий санаторно-курортной отрасли. Модель факторов, разработанная для организаций нематериальной сферы производства (п. 1.3), была адаптирована для организаций санаторно-курортной сферы путем включения специфических для нее факторов влияния (таблица 3.3.).

2 этап. Для оценки факторов подбирается группа квалифицированных экспертов, отвечающая определенным квалификационным характеристикам. Экспертный опрос проводится по структурированной анкете (приложение 1). Состав экспертной группы представлен в приложении 10.

3 этап. Выбирается метод оценки экспертных мнений. В качестве наиболее подходящего предлагается использовать метод анализа иерархий Саати (МАИ) с использованием шкалы отношений МАИ. Результатом анализа будет построение матрицы парных сравнений, на основании которых будут определены весовые коэффициенты факторов.

4 этап. Факторы среды организации, определяющие эффективность инновационных стратегий СКО, были оценены по их важности W_{ij} методом сравнительного шкалирования с использованием шкалы с постоянной суммой баллов (приложение 11). Далее эксперты определили весовые коэффициенты факторов A_i , B_i , K_i и I_i .

¹⁶¹ Сметанина А.И. Разработка методики оценки эффективности реализации инновационной стратегии санаторно-курортной сферы // Креативная экономика. – 2022. – Том 16. – № 5. – doi: 10.18334/ce.16.5.114630

Таблица 3.3. – Факторы среды организации, определяющие эффективность инновационных стратегий санаторно-курортной организации

Факторы внешней среды предприятия, А_i			
Политико-правовые факторы		Экономические факторы	
1	2	3	4
A ₁	Ориентация на рыночное регулирование экономики	A ₁₃	Уровень инфляции
A ₂	Проявление лобби в органах власти	A ₁₄	Налогообложение (наличие льгот)
A ₃	Нормативно-правовая база	A ₁₅	Денежные доходы потребителей
A ₄	Госрегулирование отрасли (госпрограммы)	A ₁₆	Процентные ставки (доступность кредитования)
Социальные факторы		Природно-географические факторы	
A ₅	Демографическая структура населения	A ₁₇	Ландшафтные особенности территории (горы, моря)
A ₆	Продолжительность жизни	A ₁₈	Климатические особенности территории (среднегодовая температура, осадки)
A ₇	Уровень заболеваемости	A ₁₉	Природные ресурсы (минеральные воды, грязи)
A ₈	Экономическое поведение людей	A ₂₀	Транспортная доступность
Технологические факторы		Культурные факторы	
A ₉	Новые технологии восстановительной медицины	A ₂₁	Наличие мест туристского интереса
A ₁₀	Скорость и источники обновления товаров	A ₂₂	Культура местного населения
A ₁₁	Государственная политика в области НТП	A ₂₃	Возможность общения на родном языке
A ₁₂	Затраты на научные исследования	A ₂₄	Этнический колорит территории (обычай)
Факторы внутренней среды предприятия, В_i			
Кадры		Процесс	
B ₁	Психологический климат в коллективе	B ₁₃	Организация продаж, бронирования
B ₂	Квалификация	B ₁₄	Размещение
B ₃	Гендерный состав	B ₁₅	Питание
B ₄	Мотивация	B ₁₆	Организация досуга
Инфраструктура		Маркетинговые факторы	
B ₅	Состояние инфраструктуры (номерной фонд, медкорпус, блог питания и т.д.)	B ₁₇	Бренд, имидж
B ₆	Благоустройство территории	B ₁₈	Рыночная доля
B ₇	Наличие банкоматов, объектов торговли	B ₁₉	Затраты на маркетинг
B ₈	Транспортная доступность	B ₂₀	Клиентский опыт
Организационно-управленческие факторы		Клиенториентированность	
B ₉	Распределение власти и ответственности	B ₂₁	Информационная поддержка клиента
B ₁₀	Участие в ассоциациях, кластерах и т.д.	B ₂₂	Программы лояльности для клиентов
B ₁₁	Участие в программах гос поддержки отрасли	B ₂₃	Качество обслуживания
B ₁₂	Наличие стратегии развития организации	B ₂₄	Персонализация обслуживания

1	2	3	4
Факторы конкурентоспособности предприятия, K_i			
Конкурентоспособность услуг		Эффективность сбыта и продвижения	
K_1	Качество сырья и материалов	K_{13}	Рентабельность продаж
K_2	Качество процессов	K_{14}	Загрузка номерного фонда
K_3	Качество обслуживания	K_{15}	Эффективность ФОСТИСС
K_4	Соотношение «цена/качество»	K_{16}	Допродажи услуг (дополнительно к курсовке)
Эффективность основной деятельности		Цифровизация бизнес-процессов	
K_5	Оборачиваемость койко-места	K_{17}	Электронный документооборот
K_6	Производительность труда	K_{18}	Цифровизация процесса обслуживания
K_7	Рентабельность услуг	K_{19}	CRM-система управления взаимоотношениями с клиентами
K_8	Фондоотдача	K_{20}	Цифровизация анализа данных
Финансы		Инновации	
K_9	Автономия предприятия	K_{21}	Инновационные методы лечения и оздоровления
K_{10}	Платежеспособность предприятия	K_{22}	Технические инновации (мед оборудование)
K_{11}	Ликвидность предприятия	K_{23}	Инновации бизнес-процессов
K_{12}	Оборачиваемость оборотных средств	K_{24}	Инновационные маркетинговые коммуникации
Факторы риска инвестиций, I_i			
I_1	Затраты на расширение производства	I_4	Управленческие расходы
I_2	Время реализации проекта	I_5	Риск от потери
I_3	Затраты на маркетинговые исследования	I_6	Срок окупаемости

5 этап. Выбор на основании произведенных расчетов наиболее эффективной инновационной стратегии для организаций нематериальной сферы производства. В качестве вышеуказанных вариантов стратегии предлагаются для сравнения четыре варианта: C_1 – модификация существующих процессов, C_2 – модификация существующих продуктов, C_3 – внедрение цифровых технологий в процесс управления организацией, C_4 – поиск новых рынков сбыта, используем разработанную нами методику. Для проведения сравнительного исследования выбранных направлений реализации инновационной стратегии в качестве критериев отбора примем факторы, (таблица 3.4), оценка которых произведена по 10 – балльной шкале.

Таблица 3.4. – Факторы конкурентоспособности предприятия

Конкурентоспособность услуг, K_y			Эффективность сбыта и продвижения, K_{cn}		
Показатель		Коэффициент	Показатель		Коэффициент
K_1	Качество сырья и материалов	0,168	K_{13}	Рентабельность продаж	0,326
K_2	Качество процессов	0,351	K_{14}	Загрузка номерного фонда	0,212
K_3	Качество обслуживания	0,364	K_{15}	Эффективность ФОСТИСС	0,236
K_4	Соотношение «цена/качество»	0,117	K_{16}	Допродажи услуг (дополнительно к курсовке)	0,226
Эффективность основной деятельности, $K_{\text{од}}$			Цифровизация бизнес-процессов K_u		
K_5	Оборачиваемость койко-места	0,310	K_{17}	Электронный документооборот	0,109
K_6	Производительность труда	0,100	K_{18}	Цифровизация процесса обслуживания	0,217
K_7	Рентабельность услуг	0,400	K_{19}	CRM-система управления взаимоотношениями с клиентами	0,326
K_8	Фондоотдача	0,190	K_{20}	Цифровизация анализа данных	0,348
Финансы, K_{ϕ}			Инновации, K_u		
K_9	Автономия предприятия	0,290	K_{21}	Инновационные методы лечения и оздоровления	0,356
K_{10}	Платежеспособность предприятия	0,200	K_{22}	Технические инновации (мед оборудование)	0,198
K_{11}	Ликвидность предприятия	0,360	K_{23}	Инновации бизнес-процессов	0,297
K_{12}	Оборачиваемость оборотных средств	0,150	K_{24}	Инновационные маркетинговые коммуникации	0,265
Конкурентоспособность организации, K_i					
$K_i = 0,119 K_y + 0,181 K_{\text{од}} + 0,105 K_{\phi n} + 0,138 K_{cn} + 0,181 K_{u+} + 0,277 K_u$					

6 этап. В разрезе каждой группы параметров анализа производится ранжирование важности каждого фактора W_{ij} . В качестве основного используется метод сравнительного шкалирования с использованием шкалы с постоянной суммой баллов. Результатом расчетов станет определение итоговых коэффициентов для формул в разрезе каждого оцениваемого направления (A_i , B_i , K_i и I_i). Окончательные формулы модели для оценки стратегических альтернатив представлены в таблице 3.5.

Численный пример выбора стратегических альтернатив на примере санатория «Колос» представлен в приложении 12. Аналогично проведены расчёты по остальным организациям.

Алгоритм выбора альтернативной инновационной стратегии с формулами расчётов представлен на рисунке 3.3.

Таблица 3.5. – Формулы модели для оценки стратегических альтернатив

Название фактора	Весовой коэффициент
1. Факторы внешней среды предприятия, A_i	$A_i = 0,191 A_{nn} + 0,211 A_{cy} + 0,168 A_{tex} + 0,140 A_{эк} + 0,146 A_{нз} + 0,135 A_k$
1.1 Политико-правовые факторы, A_{nn}	$A_{nn} = 0,389 A_1 + 0,281 A_2 + 0,175 A_3 + 0,155 A_4$
1.2 Социальные факторы, A_{cy}	$A_{cy} = 0,383 A_5 + 0,160 A_6 + 0,235 A_7 + 0,222 A_8$
1.3 Технологические факторы, A_{tex}	$A_{tex} = 0,388 A_9 + 0,121 A_{10} + 0,320 A_{11} + 0,171 A_{12}$
1.4 Экономические факторы, $A_{эк}$	$A_{эк} = 0,366 A_{13} + 0,140 A_{14} + 0,430 A_{15} + 0,064 A_{16}$
1.5 Природно-географические факторы, $A_{нз}$	$A_{нз} = 0,128 A_{17} + 0,211 A_{18} + 0,399 A_{19} + 0,262 A_{20}$
1.6 Культурные факторы, A_k	$A_k = 0,354 A_{21} + 0,146 A_{22} + 0,234 A_{23} + 0,265 A_{24}$
2. Факторы внутренней среды предприятия, B_i	$B_i = 0,168 B_k + 0,140 B_u + 0,185 B_{oy} + 0,173 B_n + 0,159 B_m + 0,175 B_{кл}$;
2.1 Кадры, B_k	$B_k = 0,356 B_1 + 0,284 B_2 + 0,038 B_3 + 0,322 B_4$;
2.2 Инфраструктура, B_u	$B_u = 0,332 B_5 + 0,324 B_6 + 0,186 B_7 + 0,159 B_8$;
2.3 Организационно-управленческие факторы, B_{oy}	$B_{oy} = 0,127 B_9 + 0,103 B_{10} + 0,299 B_{11} + 0,472 B_{12}$;
2.4 Процесс, B_n	$B_n = 0,261 B_{13} + 0,337 B_{14} + 0,286 B_{15} + 0,116 B_{16}$;
2.5 Маркетинг, B_m	$B_m = 0,225 B_{17} + 0,139 B_{18} + 0,134 B_{19} + 0,503 B_{20}$;
2.6 Клиенториентированность, $B_{кл}$	$B_{кл} = 0,084 B_{21} + 0,142 B_{22} + 0,529 B_{23} + 0,245 B_{24}$
3. Факторы конкурентоспособности предприятия, K_i	$K_i = 0,119 K_y + 0,181 K_{эд} + 0,105 K_{ф} + 0,138 K_{сб} + 0,181 K_u + 0,277 K_u$;
a. Конкурентоспособность услуг, K_y	$K_y = 0,168 K_1 + 0,351 K_2 + 0,364 K_3 + 0,117 K_4$;
b. Эффективность основной деятельности, $K_{эд}$	$K_{эд} = 0,031 K_5 + 0,01 K_6 + 0,400 K_7 + 0,19 K_8$;
c. Финансы, $K_{ф}$	$K_{ф} = 0,29 K_9 + 0,20 K_{10} + 0,36 K_{11} + 0,15 K_{12}$;
d. Сбыт и продвижение, $K_{сб}$	$K_{сб} = 0,326 K_{13} + 0,212 K_{14} + 0,236 K_{15} + 0,226 K_{16}$;
e. Цифровизация бизнес-процессов, K_u	$K_u = 0,109 K_{17} + 0,217 K_{18} + 0,326 K_{19} + 0,348 K_{20}$;
f. Инновации, K_u	$K_u = 0,356 K_{21} + 0,198 K_{22} + 0,297 K_{23} + 0,265 K_{24}$
4. Факторы окупаемости затрат на реализацию стратегий, I_i	$I_i = 0,163 I_1 + 0,176 I_2 + 0,094 I_3 + 0,065 I_4 + 0,279 I_5 + 0,224 I_6$
5. Формула оценки стратегических альтернатив, C_i	$C_i = W_{ij} A_i + W_{ij} B_i + W_{ij} K_i + W_{ij} I_i$
6. Формула для оценки балла стратегических альтернатив с учетом конкретной ситуации на рынке санаторно-курортных услуг, C_i	$C_i = 0,358 A_i + 0,335 B_i + 0,133 K_i + 0,174 I_i$

Проведенные исследования и расчеты показали, что с учетом текущей ситуации на рынке санаторно-курортных услуг Кировской области анализируемые организации в качестве приоритетных стратегий развития выбрали стратегии, рейтинг которых представлен в таблице 3.6.

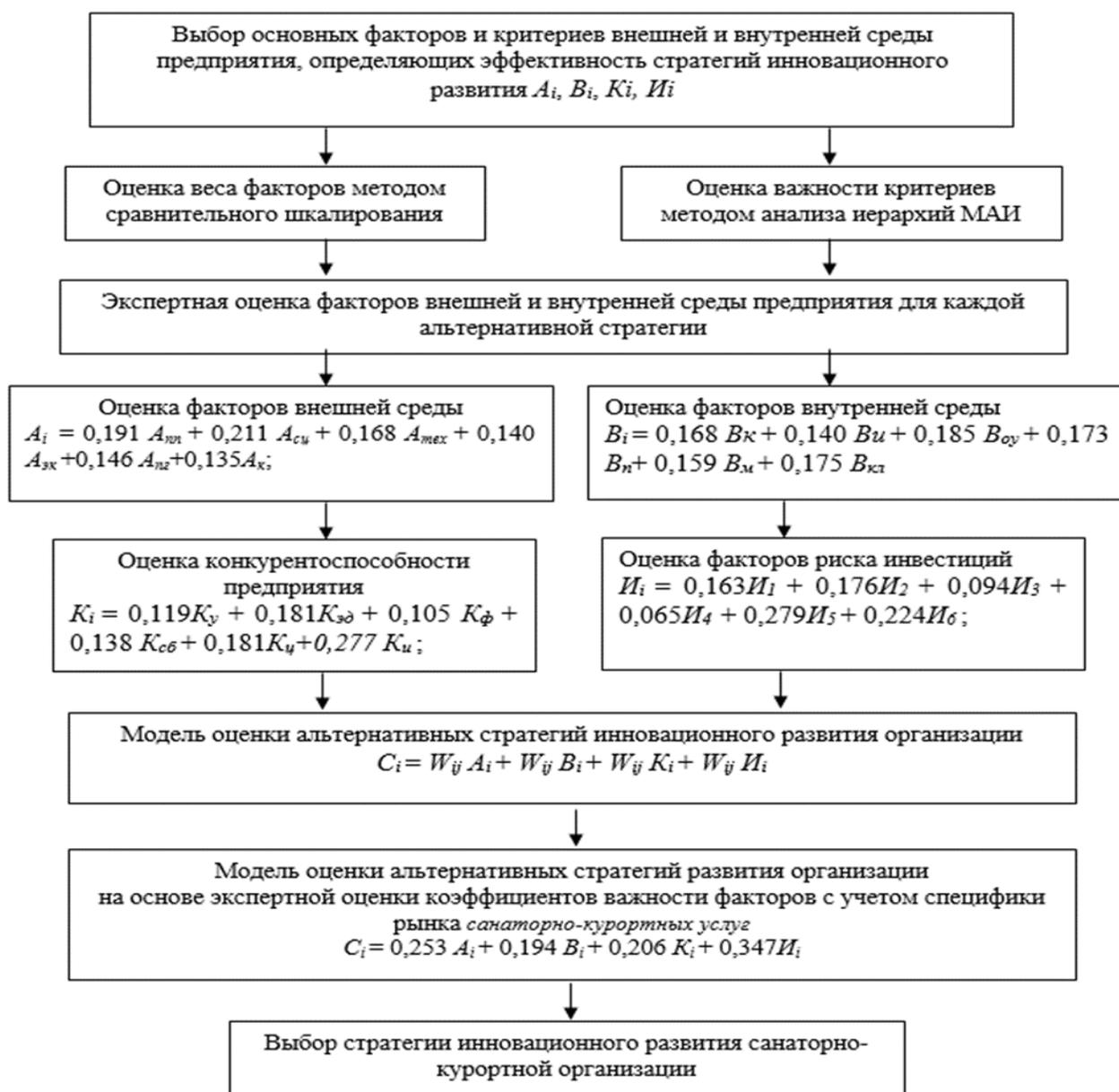


Рисунок 3.3. - Алгоритм выбора альтернативной инновационной стратегии санаторно-курортной организации

Таблица 3.6. - Рейтинг альтернативных стратегий развития по результатам оценки

Альтернативные стратегии развития организаций	ООО «Санаторий «Колос»	ЗАО «Санаторий «Нижне - Ивкино»	ООО «Санаторий «Авитек»
C_1 – модификация существующих процессов	3	4	1
C_2 – модификация существующих продуктов	2	2	2
C_3 – внедрение цифровых технологий в процесс управления организацией	1	1	3
C_4 – поиск новых рынков сбыта	4	3	4

Таким образом, разработанная модель для оценки стратегических альтернатив развития предприятия во многом облегчит работу менеджеров, ускорит процесс принятия решения, снизит риск за счет коллективной работы специалистов предприятия, экспертов и независимых консультантов.

3.3. Методика оценки эффективности инновационной стратегии развития организации и оценки влияния на уровень ее конкурентоспособности

Вопросы здоровьесбережения, оздоровления и отдыха определены в качестве одной из национальных целей развития Российской Федерации на период до 2030 года. Перспективы развития санаторно-курортного сектора напрямую связаны с целями и задачами стратегического развития. На федеральном уровне они определены в рамках утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 26.11.2018г. №2581-р Стратегии развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации, на региональном уровне – Концепции создания туристско-рекреационных зон на территории Кировской области, утвержденной Правительством Кировской области от 12 апреля 2011 года №62, на уровне организаций – в стратегии развития организации.

Инновационное развитие организаций формирует предпосылки для улучшения эффективности деятельности санаториев, определяемых, в том числе, укреплением конкурентных позиций на рынке присутствия, повышение удовлетворенности клиентов и эффективности управления и, как следствие, усиление позиций бренда и его капитализации.

Проведенные исследования позволили систематизировать основные проблемы сдерживания инновационной деятельности санаториев Кировской области, на основе чего автором предложены стратегии для инновационного развития организаций. Особенно важен выбор инновационных стратегий для организаций, попавших в группу предприятий со слабой конкурентной

позицией (Санаторий «Колос», Санаторий-профилакторий «Радуга», Санаторий «Перекоп») и предприятий аутсайдеров.

Среди основных предпосылок, сдерживающих эффективное развитие санаторно-курортного комплекса региона, являются:

1. Низкий уровень условий, благоприятствующих развитию конкуренции и предпринимательства. Кировская область является депрессивным регионом, для жителей которого особенно важна доступная для большинства жителей региона поддержка здоровья и реабилитации.

2. Отсутствие на уровне региона четкой стратегии развития отрасли, что, в свою очередь, обусловлено разной подведомственностью учреждений и курирующих министерств и ведомств.

3. Неактивная позиция хозяйствующих субъектов по вопросам формирования совместно с иными участниками рынка санаторно-курортного кластера и включения субъектов хозяйствования в финансируемые в рамках государственно-частного партнерства программы развития туристских территорий.

4. Высокая изношенность материальной базы СКО и несоответствие ее по качественным запросам и ожиданиям целевого рынка.

5. Неэффективный уровень взаимодействия между медицинскими учреждениями, туристским центром, министерствами и ведомствами и организациями санаторно-курортной сферы.

6. Дефицит управленческих навыков у руководителей и лиц, принимающих стратегические решения, особенно в области формирования и развития инновационных направлений развития.

Для решения проблем регионального развития санаторно-курортной отрасли необходимо реализовать комплекс мероприятий, включающий:

1. Обеспечение комфортных условий ведения бизнеса и формирование мер государственной поддержки для развития курортных территорий.

2. Совершенствование системы управления, взаимодействия и координации между государством, отраслью, представителями профильных

ассоциаций, средств массовой информации, туристско-информационных центров и других заинтересованных участников.

3. Формирование спроса на услуги санаторно-курортной отрасли, использование современных средств комплекса маркетинга в области продаж, бронирования и продвижения услуг, формирование и управление лояльностью потребителей.

4. Совершенствование процессов управления организацией, развитие системы менеджмента качества и процессного управления.

5. Усиление специализации санаториев по продукту и цене, по объему и качеству предоставляемого сервиса.

Все предложенные мероприятия могут быть реализованы только с применением инновационных подходов к решению вопросов, связанных с развитием не только отдельных организаций, но и курортных зон, территорий, обеспечивая наряду с ростом эффективности деятельности хозяйствующих субъектов повышение эффективности использования рекреационных и природных лечебных ресурсов и повышения уровня здоровья населения в целом.

В рамках текущих условий хозяйствования в параграфе 3.2 на основе модели рейтингования были рекомендованы альтернативные стратегии развития для трех организаций санаторно-курортного комплекса Кировской области. Таким образом, для ООО «Санаторий «Колос» и НАО «Санаторий «Нижне-Ивкино» наиболее необходима для повышения эффективности деятельности стратегия внедрения цифровых технологий в процесс управления организацией. На сегодняшний день организации ведут спонтанную работу по попыткам цифровизации основных направлений деятельности.

При этом комплекс цифровизации должен включать:

- переход на электронный документооборот, в т.ч. при назначении санаторно-курортного лечения, это позволит оптимизировать затраты времени на координацию действий персонала;

- переход на многоуровневый канал сбыта с элементами цифровой аналитики и интеграцией в текущую деятельность. Это позволит управлять большим количеством данных о клиентах, продажах и т.д.;

- развитие современных коммуникационных каналов инновационных и интегрированных маркетинговых коммуникаций, включая SMM, SMO, контекстную рекламу, чат-боты и т.д.

- внедрение в работу элементов анализа больших данных и т.д.

Как отметил д.м.н., академик РАН А.Н. Разумов, для успешного выполнения Стратегии развития СКК в России система медицинской реабилитации и профилактики должна с одной стороны, базироваться на уникальном опыте отрасли, накопленном в 60-90-х годах XX века, а с другой стороны максимально использовать управленческие инновации и «прорывные» технологии цифровой экономики, к числу которых можно отнести искусственный интеллект.¹⁶²

В соответствии с гипотезой, поставленной в рамках исследования, реализация инновационной стратегии организации приводит к росту ее конкурентоспособности. В связи с этим необходимо провести оценку эффективности предложенных инновационных стратегий и определить эффект влияния на конкурентную позицию.

Рост конкурентоспособности организаций санаторно-курортной сферы формируется через комплекс показателей, таких как увеличение доли рынка, динамика уровня рентабельности, сила бренда. Учитывая влияние инновационной активности организаций, возможно сформировать модель конкурентоспособности организации, реализующей эффективную инновационную стратегию (рисунок 3.4.).

¹⁶² Цифровая трансформация: Санаторий XXI. [Электронный ресурс] URL://<https://welcometimes.ru/opinions/cifrovaya-transformaciya-sanatoriy-xxi>

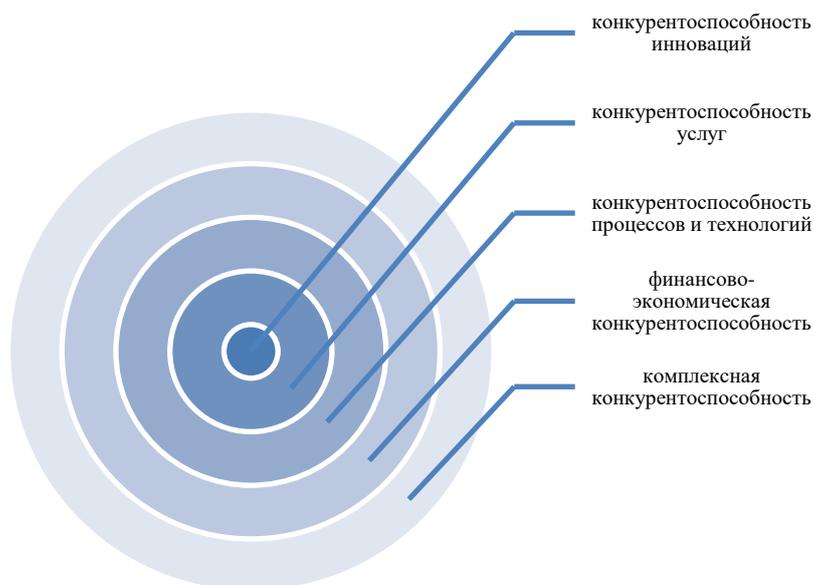


Рисунок 3.4. - Модель конкурентоспособности организаций, реализующих инновационную стратегию

Составлено автором с использованием источника¹⁶³

Рассмотрим показатели, характеризующие конкурентоспособность организаций санаторно-курортного типа в соответствии с методикой оценки, представленной в параграфе 1.3 (таблица 3.7).

Для проведения последующего анализа указанные формулы будут использованы для расчета показателя конкурентоспособности с учетом инновационного развития организаций.

Для прогнозирования влияния стратегии инновационного развития на конкурентоспособность организаций санаторно-курортного сектора спрогнозируем изменение позиций организаций на конкурентной карте рынка, рассчитав комплексные интегрированные показатели конкурентоспособности по предприятиям выборки: ОАО «Санаторий «Нижне-Ивкино», ООО «Колос», ООО «Санаторий «Авитек» (таблица 3.8).

¹⁶³ Динамическая оценка конкурентоспособности предприятия с учетом реализации стратегии его инновационного развития / В. В. Криворотов, А. В. Калина, С. Е. Ерыпалов, Д. И. Кобекина // Journal of Applied Economic Research. – 2020. – Т. 19. – № 4. – С. 512-542. – DOI 10.15826/vestnik.2020.19.4.024. – EDN NQSIUR.

Таблица 3.7 - Показатели конкурентоспособности организаций санаторно-курортного типа и подход к их расчёту

Показатель уровня конкурентоспособности организации	Группа факторов оценки по модели	Формула расчетов
Конкурентоспособность инноваций	Инновации (Ки) K21, K22, K23, K24	$K_i = 0,356K_{21} + 0,198 K_{22} + 0,297 K_{23} + 0,265 K_{24}$
Конкурентоспособность услуг	Конкурентоспособность услуг (Ку) K1, K2, K3, K4	$K_{ку} = 0,168 K_1 + 0,351 K_2 + 0,364 K_3 + 0,117 K_4$;
Конкурентоспособность процессов и технологий	Эффективность сбыта и продвижения (Ксб) K13, K14, K15, K16 Цифровизация бизнес-процессов (Кц) K17, K18, K19, K20	$K_{сб} = 0,326 K_{13} + 0,212 K_{14} + 0,236 K_{15} + 0,226 K_{сб}$ $K_{ц} = 0,109 K_{17} + 0,217 K_{18} + 0,326 K_{19} + 0,348 K_{20}$
Финансово-экономическая конкурентоспособность	Финансы (Кф) K9, K10, K11, K12 Эффективность основной деятельности (Кэд) K5, K6, K7, K8	$K_{эд} = 0,031 K_5 + 0,01K_6 + 0,400 K_7 + 0,19 K_8$; $K_{ф} = 0,29 K_9 + 0,20 K_{10} + 0,36 K_{11} + 0,15 K_{12}$;
Комплексная конкурентоспособность	$K_i = 0,119K_{ку} + 0,181K_{эд} + 0,105K_{ф} + 0,138K_{сб} + 0,277K_{ц} + 0,27K_i$	

Таблица 3.8. – Расчет текущих показателей конкурентоспособности организаций санаторно-курортной сферы за 2020 г.

Факторы			Стратегии развития организации					
Обозначение	К	К	Колос		Н-Ивкино		Авитек	
			балл	значение	балл	значение	балл	значение
1	2	3	4	5	6	7	8	9
K1	Качество сырья и материалов	0,168	4,6	0,7728	4,7	0,7896	4,8	0,8064
K2	Качество процессов	0,351	3,4	1,1934	4,1	1,4391	3,2	1,1232
K3	Качество обслуживания	0,364	4,4	1,6016	4,8	1,7472	3,9	1,4196
K4	Соотношение «цена/качество»	0,117	4,6	0,5382	4,3	0,5031	4,2	0,4914
K_у	Конкурентоспособность услуг	0,119	0,489	4,106	0,533	4,479	0,457	3,841
K5	Оборачиваемость койко-места	0,031	3	0,093	4,3	0,1333	3,6	0,1116
K6	Производительность труда	0,01	3,4	0,034	4,2	0,042	4,1	0,041
K7	Рентабельность услуг	0,4	1	0,4	2,5	1	4,8	1,92
K8	Фондоотдача	0,19	2	0,38	3	0,57	4	0,76
K_{эд}	Эффективность основной деятельности	0,181	0,164	0,907	0,316	1,745	0,513	2,833
K9	Автономия предприятия	0,29	1	0,29	5	1,45	5	1,45
K10	Платежеспособность предприятия	0,2	1	0,2	4	0,8	4	0,8
K11	Ликвидность предприятия	0,36	1	0,36	1	0,36	5	1,8

1	2	3	4	5	6	7	8	9
K ₁₂	Оборачиваемость оборотных средств	0,15	1	0,15	5	0,75	3	0,45
K_ф	Финансы	0,105	0,105	1,000	0,353	3,360	0,473	4,500
K ₁₃	Рентабельность продаж	0,326	1	0,326	2	0,652	4,6	1,4996
K ₁₄	Загрузка номерного фонда	0,212	2,6	0,5512	3,8	0,8056	3,8	0,8056
K ₁₅	Эффективность ФОСТИСС	0,236	2,8	0,6608	4,1	0,9676	2,3	0,5428
K ₁₆	Допродажи услуг	0,226	3,6	0,8136	3,6	0,8136	3,5	0,791
K _{сб}	Эффективность сбыта и продвижения	0,138	0,325	2,352	0,447	3,239	0,502	3,639
K ₁₇	Электронный документооборот	0,109	3,2	0,3488	3,1	0,3379	3,6	0,3924
K ₁₈	Цифровизация процесса обслуживания	0,217	2,1	0,4557	3,1	0,6727	2,2	0,4774
K ₁₉	CRM-система управления взаимоотношениями с клиентами	0,326	1	0,326	2,7	0,8802	1,8	0,5868
K ₂₀	Цифровизация анализа данных	0,347	1,5	0,5205	2,9	1,0063	2,1	0,7287
K_ц	Цифровизация бизнес-процессов	0,181	0,299	1,651	0,524	2,897	0,396	2,185
K ₂₁	Инновационные методы лечения и оздоровления	0,356	1,8	0,6408	3,6	1,2816	3,5	1,246
K ₂₂	Технические инновации (медоборудование)	0,198	3,2	0,6336	3,2	0,6336	2,8	0,5544
K ₂₃	Инновации бизнес-процессов	0,297	2,3	0,6831	3,7	1,0989	2,9	0,8613
K ₂₄	Инновационные маркетинговые коммуникации	0,265	2,3	0,6095	3,9	1,0335	2,9	0,7685
K_и	Инновации	0,277	0,711	2,567	1,121	4,048	0,950	3,430
K_к	Конкурентоспособность организации	-	2,092		3,294		3,290	

Графическая интерпретация результатов анализа представлена на рисунке 3.5.

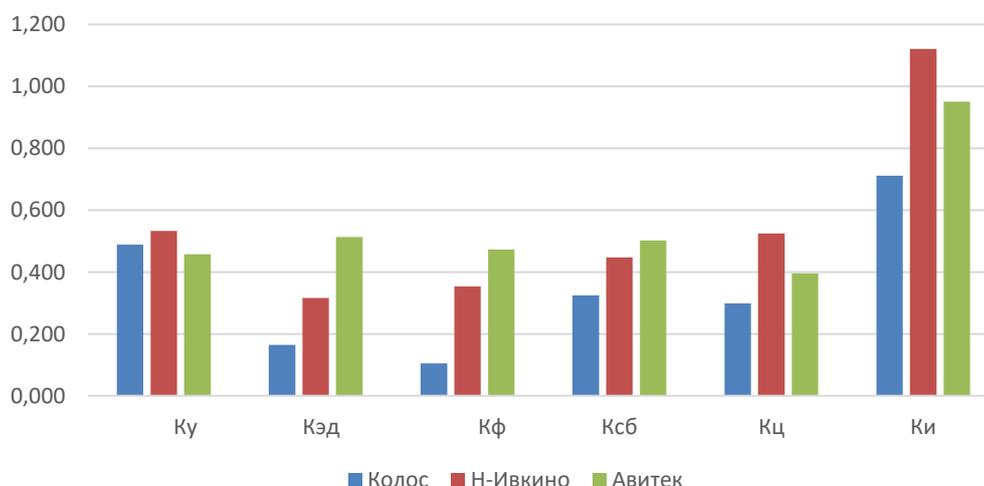


Рисунок 3.5. - Сравнение показателей конкурентоспособности в разрезе групп по выборке организаций за 2020 г.

Проведенный анализ конкурентоспособности в разрезе факторов ее формирования показал недостаточную выраженность многих показателей, что подчеркивает необходимость выбора инновационного пути развития организаций. Ситуация, сложившаяся в 2020-2021 годах в отрасли санаторно-курортных услуг, заставила организации внедрять новации в свою деятельность. Особенно большие изменения были в маркетинговых инновациях. Оценка количества улучшений, сделанных в течение 2020г. представлена в таблице 3.9.

Таблица 3.9. – Количество улучшений в разрезе типов инноваций, внедренных в 2021г. (единиц)

	№п/п	Переменные, характеризующие инновационную активность	Колос	Нижне-Ивкино	Авитек
1	2	3	4	5	6
продуктовые	1	Организация регулярно обновляет пакет основных услуг	3	3	5
	2	Организация регулярно обновляет пакет дополнительных услуг лечебно-профилактического направления (СПА, косметология и т.д.)	2	4	5
	3	Организация совершенствует услуги развлечения и досуга	3	4	4
	4	Организация модернизирует инфраструктуру размещения	3	5	5
маркетинговые	5	Организация использует рекламу на традиционных носителях (газеты, журналы)	4	5	4
	6	Организация использует интернет-технологии продвижения (SMM, SEO, контекстная реклама)	2	4	4
	7	Организация анализирует эффективность каналов рекламы	2	5	4
	8	Организация имеет бюджет на маркетинговые эксперименты по продвижению (новые каналы)	3	3	5
	9	Организация имеет мобильное приложение и постоянно его совершенствует	1	2	2
	10	Организация имеет чат-бот	2	2	2
	11	Организация развивает свой сайт и анализирует его эффективность	3	5	5
организационные	12	Организация совершенствует стандарты качества обслуживания, внедряя новые практики	3	4	5
	13	Организация использует при разработке стратегий современные методы, например форсайт и т.д.	2	2	4
	14	В организации совершенствуются процессы логистики	2	4	4
	15	Организация совершенствует процесс обслуживания клиентов	4	4	5
	16	Организация внедряет цифровые сервисы для оптимизации процесса обслуживания	2	4	4

1	2	3	4	5	6
управленческие	17	Организация использует и постоянно совершенствует процесс управления отношениями с клиентами, использует CRM	2	3	4
	18	Организация использует цифровой документооборот	2	4	5
	19	Организация использует цифровые сервисы планирования рабочих целей и задач	3	3	4
	20	В организации сформирована цифровая среда, позволяющая осуществлять обмен данными между различными сервисами (программа бух. учета, CRM, сервис бронирования и т.д.)	3	4	5
	21	В организации существует программа лояльности	4	4	5
	22	В организации используется информационная поддержка клиента	4	4	5

Анализ готовности к внедрению инноваций в СКО во многом определяет успешность их будущей эффективности (приложение 13).

Конкурентоспособность организации является многоаспектным понятием и отражает способность функционировать на рынке эффективнее своих конкурентов. В целом выделяют два наиболее емких источника конкурентоспособности операционную эффективность и стратегическое позиционирование:

- операционная эффективность отражает рациональность использования факторов нематериального производства и характеризует рентабельность деятельности организации;

- стратегическое позиционирование, в свою очередь, заключается в формировании выгодной позиции относительно своих конкурентов.

Помимо двух вышеперечисленных факторов можно выделить третий фактор - финансовую устойчивость, обеспечивающую успешность функционирования санаторно-курортной организации на региональном рынке.

Таким образом, операционная эффективность позволяет получать прибыль в процессе реализации прибавочной стоимости, стратегическое позиционирование обеспечивает предприятию устойчивую позицию на рынке,

а финансовая устойчивость является необходимым источником финансирования хозяйственной деятельности.¹⁶⁴.

Используя данный подход к оценке конкурентоспособности, был проведен анализ динамики показателей конкурентоспособности организаций санаторно-курортного рынка Кировской области за период 2017-2020 гг.

$$K=K_r * K_i * K_f \quad 3.1.$$

где

K - уровень конкурентоспособности организации;

K_r - коэффициент операционной эффективности деятельности организации;

K_i - коэффициент стратегического позиционирования;

K_f - коэффициент финансового состояния.

Исходные данные и промежуточные расчеты представлены в приложении 14. Источником анализа послужили данные финансовой отчетности организаций санаторно-курортной сферы, находящиеся в открытом доступе.

В качестве выборки исследования были выбраны санаторно-курортные организации, по которым имеются аналитические данные. Таким образом, в выборку не вошли подведомственный санаторий «Вятские увалы» и «Сосновый бор», являющийся филиалом АО «РЖД-Здоровье». Расчетные коэффициенты конкурентоспособности в динамике представлены в таблице 3.10 и на рисунке 3.6.

Активная инновационная политика, несомненно, является одним из факторов повышения конкурентоспособности для организаций санаторно-курортного сектора, таким образом, формируя потенциал инновационного роста. Инновационная активность организации оказывает прямое влияние на

¹⁶⁴ Динамическая оценка конкурентоспособности предприятия с учетом реализации стратегии его инновационного развития / В. В. Криворотов, А. В. Калина, С. Е. Ерыпалов, Д. И. Кобекина // Journal of Applied Economic Research. – 2020. – Т. 19. – № 4. – С. 512-542. – DOI 10.15826/ vestnik.2020.19.4.024. – EDN NQSIUR.

позиционирование услуг организаций и их востребованность на целевом рынке.

Таблица 3.10. - Коэффициенты конкурентоспособности санаторно-курортных организаций Кировской области в динамике за 2017-2020 гг.

Год	Нижне-Ивкино	Колос	Лесная Новь	Митино	Перекоп	Авитек	Радуга
2017	1,706	0,425	1,046	0,249	0,167	2,732	0,533
2018	1,737	0,165	1,452	0,230	0,214	3,628	0,676
2019	2,033	0,245	1,405	0,180	0,405	2,564	0,472
2020	1,318	0,502	2,409	0,294	0,139	2,388	0,376

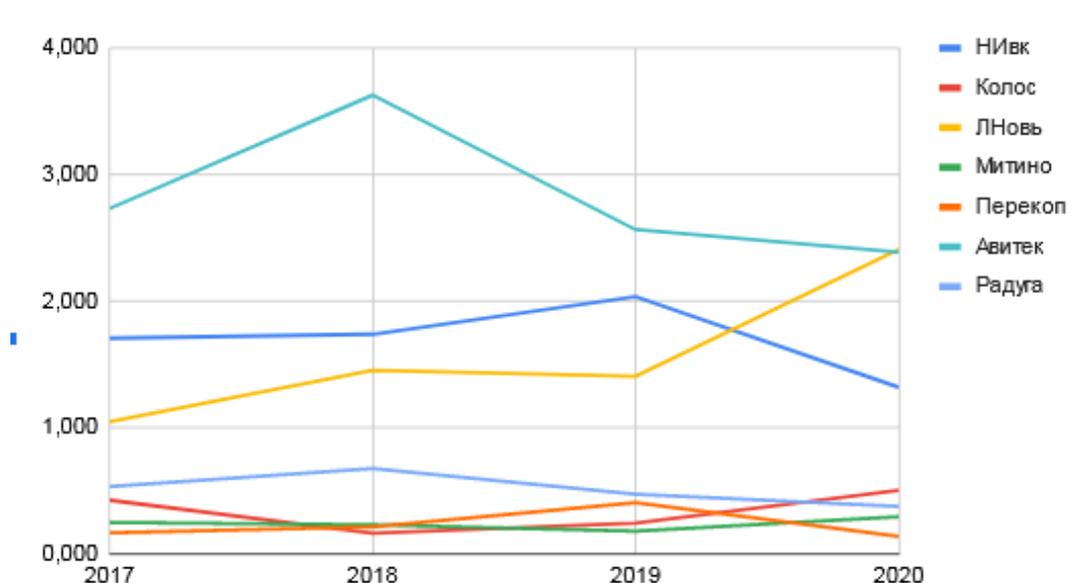


Рисунок 3.6. - Динамика конкурентоспособности санаторно-курортных организаций Кировской области за период 2017-2020 гг.

В диссертационном исследовании была проведена оценка инновационного потенциала организаций. Рассмотрим источники формирования конкурентоспособности трех игроков рынка санаторно-курортных услуг, для которых ранее были выбраны альтернативные стратегии инновационного развития: ООО «Колос», ЗАО «Нижне-Ивкино», ООО «Авитек». Выбор организаций обусловлен предварительным анализом конкурентного положения, проведенным в п. 2.3 исследования. Все объекты

выборки имеют разные возможности для внедрения инноваций и разную инновационную активность.

Для полного анализа возможностей и конкурентной силы организаций необходимо рассмотреть источники формирования конкурентоспособности в разрезе каждой организации выборки.

Расчетные данные по ООО «Колос» представлены в таблице 3.11 и рисунке 3.7. Организация имеет слабую конкурентную позицию с динамикой ее улучшения в течении последних нескольких лет. Исходные данные в представлены в приложении 14.

Таблица 3.11. - Источники формирования конкурентоспособности ООО «Колос»

Показатели	Обозначение	2017	2018	2019	2020
Коэффициент оперативной эффективности	Kr	0,929	0,856	0,955	1,183
Коэффициент стратегического позиционирования	Ki	1,047	0,808	1,068	1,603
Коэффициент финансового состояния	Kl	0,446	0,238	0,240	0,265
Коэффициент конкурентоспособности	K	0,425	0,165	0,245	0,502

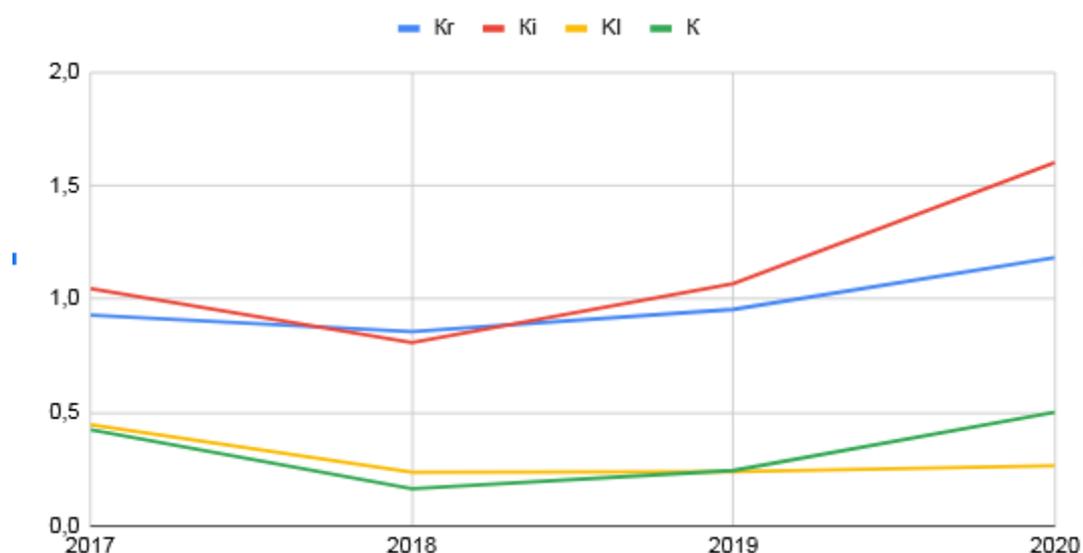


Рисунок 3.7. - Источники формирования конкурентоспособности ООО «Колос»

Таким образом, на диаграмме видно, что основным источником динамики конкурентоспособности является позиционирование организации.

Проанализируем источники формирования конкурентоспособности санатория Нижне-Ивкино, являющегося лидером рынка с ухудшающейся конкурентной позицией (таблица 3.12 и рисунок 3.8.).

Таблица 3.12. - Динамика конкурентоспособности санатория Нижне-Ивкино в разрезе источников за 2017-2020 гг.

Показатели	Обозначение	2017	2018	2019	2020
Коэффициент оперативной эффективности	Kr	1,078	1,066	1,061	0,975
Коэффициент стратегического позиционирования	Ki	0,994	0,994	1,008	0,828
Коэффициент финансового состояния	Kl	1,592	1,727	1,902	1,633
Коэффициент конкурентоспособности	K	1,706	1,737	2,033	1,318

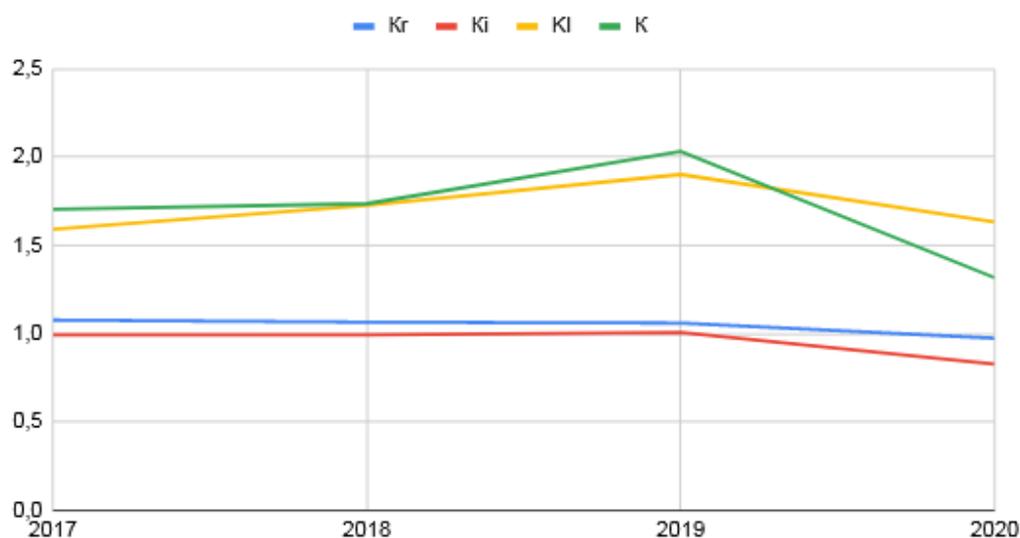


Рисунок 3.8. - Динамика конкурентоспособности санатория Нижне-Ивкино в разрезе источников за 2017-2020 гг.

Графическая интерпретация данных анализа конкурентоспособности санатория Нижне-Ивкино в разрезе источников ее формирования показывает, что ухудшение в 2020 году вызвано отрицательной динамикой финансового состояния и позиционирования организации.

Проведем аналогичный анализ по санаторию Авитек (таблица 3.13 и рисунок 3.9).

Таблица 3.13. - Динамика конкурентоспособности санатория Авитек в разрезе источников за 2017-2020 гг.

Показатели	Обозначение	2017	2018	2019	2020
Коэффициент оперативной эффективности	Kr	1,040	1,121	1,124	1,088
Коэффициент стратегического позиционирования	Ki	0,952	1,269	1,065	1,088
Коэффициент финансового состояния	Kl	2,758	2,550	2,142	2,016
Коэффициент конкурентоспособности	K	2,732	3,628	2,564	2,388

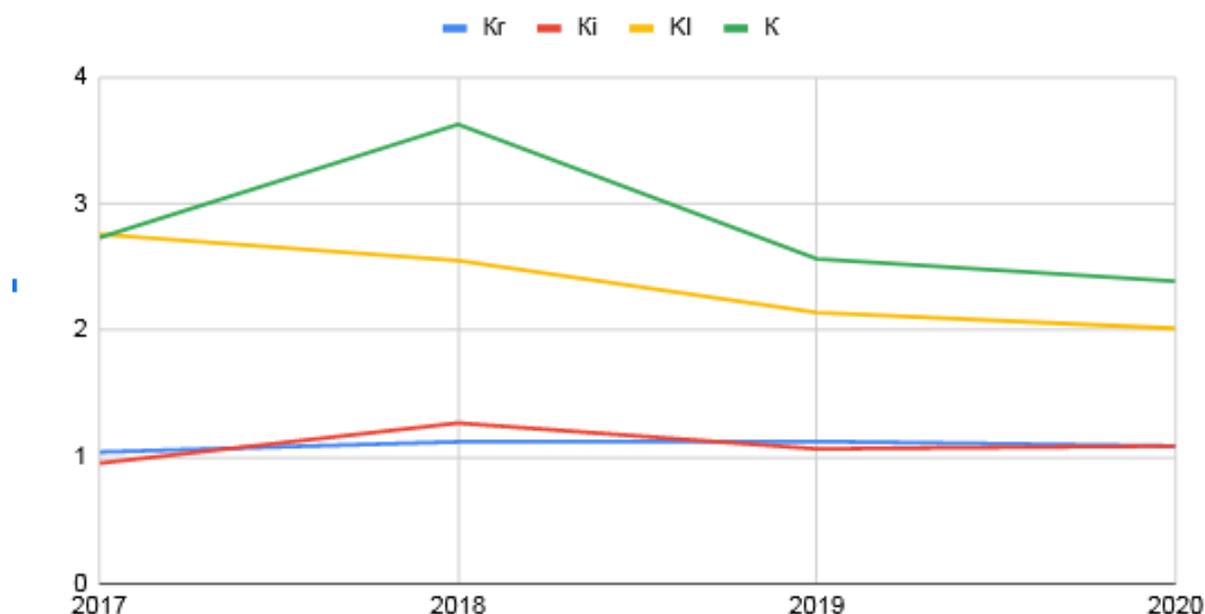


Рисунок 3.9. - Динамика конкурентоспособности санатория Нижне-Ивкино в разрезе источников за 2017-2020 гг.

Проведенный анализ показал ухудшение позиций исследуемых организаций в 2020 г., что вызвано слабым позиционированием и ухудшившимся финансовым состоянием, являющимся следствием ковидных ограничений последних лет.

Совершенствование инновационной политики организаций является своего рода источником устойчивого роста конкурентоспособности при условии точного определения потребностей рекреантов и организации в целом, оптимальной оценке условий внешней и внутренней среды и правильно выбранной инновационной стратегии, выборе средств и ресурсов для ее реализации.

Для прогнозирования влияния инновационной составляющей на позиции конкурентоспособности организаций в расчет параметров конкурентоспособности был введен фактор инновационной деятельности, определяющей показатель инновационного влияния на рыночную позицию.

На основании проведенного анализа инновационной активности и конкурентных позиций организаций выборки были разработаны рекомендации по реализации мероприятий в рамках наиболее оптимальной инновационной стратегии, а именно:

1. Для ООО «Санаторий «Колос» занимающего на сегодняшний день слабую конкурентную позицию с тенденцией улучшения и имеющего неблагоприятное финансовое положение для достижения целей инновационного развития, была определена приоритетная стратегия «Внедрение цифровых технологий в процесс управления организацией». Учитывая данные факторы комплекс мероприятий для данного субъекта хозяйствования должен включать:

- внедрение организационных инноваций в менеджменте и цифровизации бизнес-процессов управления, включая настройку электронного документооборота, системы планирования и управления текущими задачами. Для этого могут использоваться недорогие цифровые технологии и решения в рамках существующих в хозяйствующем субъекте систем финансового учета и документооборота, потенциал которых сегодня используется крайне мало;

- внедрение в работу нового подхода к сбыту услуг санатория, использование многоуровневого цифрового канала сбыта, включающего сайт, адаптированный под реализацию услуг с возможностью оплаты и интеграцией с системами предварительного бронирования;

- использование технологий контекстно-зависимых рекламных кампаний на ЯндексДирект;

- современные технологии интернет-маркетинга в продвижении услуг: SMM и SEO, развитие информационной поддержки в социальных сетях;

- формирование имиджа в цифровом пространстве посредством размещения информации об инновационном оборудовании и программах, которые в настоящий момент присутствуют в продуктивном портфеле организации, но большая часть клиентов практически о них не проинформирована.

2. Для ОАО «Санаторий «Нижне-Ивкино», являющегося лидером рынка с ухудшающейся динамикой развития и имеющего стабильное финансовое положение наиболее оптимальной будет также стратегия инновационного развития «Внедрение цифровых технологий в процесс управления организацией», в рамках реализации которой рекомендуется реализация следующих мероприятий:

- использование новых клиенториентированных технологий управления. CRM позволяют выстраивать эффективные взаимоотношения с клиентами и настраивать эффективность используемых цифровых каналов продвижения посредством анализа цифрового следа пути клиента при покупке услуг;

- внедрение чат-ботов и использование мобильных приложений, востребованных для постоянных покупателей, по оценкам самой компании составляющих более 50% целевой аудитории;

- повышение вовлеченности персонала в процесс реализации цифровых инноваций путем дополнительного проектного обучения и командообразования.

Реализация данных мероприятий позволит организации укрепить положение лидера на региональном рынке санаторно-курортной деятельности.

3. Для ОАО «Авитек» в качестве наиболее оптимальной рекомендована реализация инновационной стратегии «Модификация существующих процессов», предполагающая реализацию следующих мероприятий:

- построение и изучение пути клиента в рамках процесса покупки услуг и их потребления, что поможет оптимизировать процессы с обеих сторон. Для клиента это оптимизация затрат времени на ненужные операции, для предприятия повышения эффективности работы персонала организации;

- повышение мотивации персонала для улучшения качества обслуживания клиентов санатория. При этом рекомендуется внедрять технологии менеджмента качества в сфере санаторно-курортной деятельности, что позволит максимально укрепить конкурентные позиции на рынке г. Кирова;

- внедрение технологий бережливого производства в управленческие процессы предприятия;

- внедрение концептуально-ориентированных процессных инноваций, суть которых заключается в трансформации понимания предмета деятельности и миссии предприятия, через модификацию сознания людей, оказывающих влияние на развитие сегмента санаторно-курортных услуг. Внедрение концептуальных инноваций не предполагает отказ от выработанного годами подхода к позиционированию организации, но предполагает его качественное улучшение. Ориентация типа санаторно-курортных услуг, как качественно нового инновационного санаторно-курортного турпродукта, сможет усилить имиджевые позиции ООО «Авитек» на рынке региона и привлечь новые платежеспособные сегменты клиентов.

Реализация инноваций в значительной степени зависит от микроэкономического окружения, которое формируют, в том числе местные ресурсы развития — «экономические опоры»: доступ к знаниям и технологиям (инновационная система); доступ к кредитам и инвестициям; деловой климат и административная инфраструктура: государственное регулирование, институты реструктуризации и развития; материальная инфраструктура; человеческий капитал.

Используя методiku корреляционно-регрессионного моделирования, автором была построена прогностическая модель совокупного дохода организаций санаторно-курортной сферы Кировской области с учетом влияния направленности инновационного развития организаций. Для анализа были исследованы статистические данные за 15 лет с 2006 по 2020 гг. Для

моделирования вклада инноваций в уровень доходов СКО была использована следующая система показателей:

y - доходы санаторно-курортных организаций Кировской области;

x_1 – число мест в санаторно-курортных организациях;

x_2 – удельный вес инновационных товаров и услуг в общем объеме выпуска;

x_3 - располагаемые денежные доходы потребителей;

x_4 – затраты на инновации;

x_5 - объем инновационных товаров, работ, услуг.

Проведенный корреляционный анализ исследуемых параметров выявил наличие статистически значимой связи между ними¹⁶⁵, так как коэффициенты корреляции более 0,5.

Наиболее сильная корреляция выявлена между параметрами x_2 и x_5 . Результаты корреляционно-регрессионного анализа (приложение 15) показали, что наибольший вклад в динамику доходов СКО обеспечивают показатели числа мест в СКО и удельный вес инновационных товаров и услуг в общем объеме выпуска и располагаемые денежные доходы потребителей. Достоверность результатов исследования достаточно высокая, о чем свидетельствует показатель $R^2 = 85,22\%$.

Произведенные расчеты позволяют смоделировать результаты деятельности организаций санаторно-курортной сферы на перспективу до 2025 г. (приложение 16).

При выборе инновационных стратегий, а именно при росте удельного веса инновационных услуг на 1% организации смогут обеспечить увеличение дохода от реализации услуг на 102,8% к 2025 г. или на 289,75 млн. руб. На основе прогностической модели был составлен прогноз выручки СКО Кировской области с учетом реализации инновационной стратегии (рисунок

¹⁶⁵ Шпенглер, А. В. Исследование влияния инноваций на уровень доходов организаций санаторно-курортной сферы (на примере Кировской области) / А. В. Шпенглер, А. И. Сметанина. — Текст : непосредственный // Вопросы устойчивого развития общества. — 2022. — № 4.

3.10). В прогнозную модель заложены увеличение затрат на маркетинговые и организационные инновации и выпуск инновационных услуг.

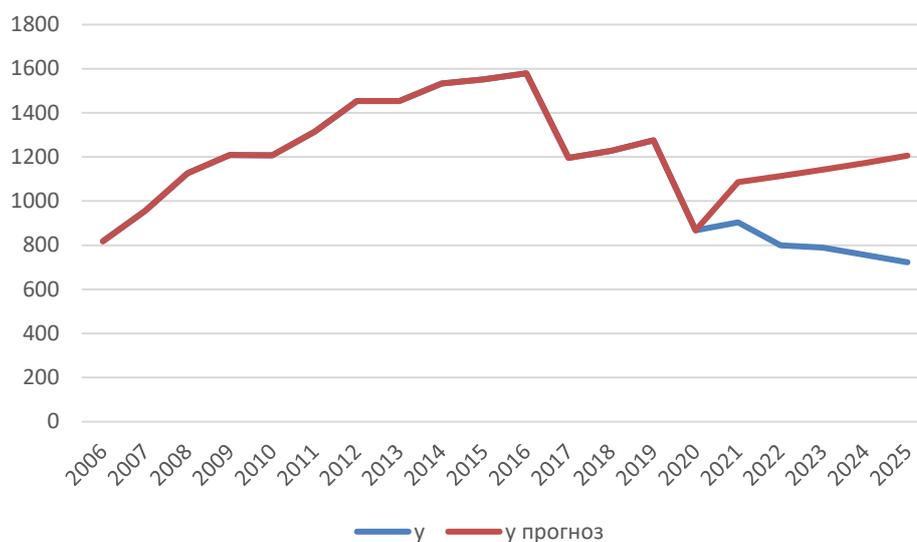


Рисунок 3.10. - Прогноз доходов санаторно-курортных организаций Кировской области до 2025г. с учетом реализации инновационных стратегий (составлено автором)

Таким образом, реализация инновационной стратегии при условии увеличения совокупного удельного веса инновационных услуг на 5% и увеличении затрат на инновации на 2% позволит получить дополнительный доход в размере 483,5 млн. руб. (рост на 11,086%)

Выводы по главе 3.

1. В рамках третьей главы была обоснована актуальность разработанного механизма формирования и реализации инновационной стратегии организаций нематериальной сферы производства, включающего ряд последовательных этапов, опирающихся на декомпозицию целей и задач и необходимых средствах их достижения. Общую последовательность мероприятий, осуществляемых в рамках разработки и реализации инновационной стратегии организации, можно представить пятью этапами: подготовительным, в рамках которого происходит осознание необходимости изменений и уточнение ориентиров развития, этапами формирования, разработки и реализации стратегии, этапом оценки эффективности и координации действий.

2. Выбор альтернативной инновационной стратегии организации нематериальной сферы основан на процессе диагностики путем сравнительного шкалирования комплекса факторов, влияющих на эффективность инновационной деятельности организаций. Модель факторов, включающая универсальные и специфичные отраслевые факторы, была апробирована на санаторно-курортной сфере и включила такие специфичные факторы как клиенториентированность и процесс, природно-географические и культурные факторы. Отличительной особенностью модели факторов является включение в нее таких блоков, как конкурентоспособность и инновационность, которые рассматриваются, как драйверы ее развития. Полученные итоговые формулы для оценки стратегических альтернатив выбора позволили оценить приоритетность четырех стратегий инновационного развития организаций нематериальной сферы: S_1 - модификация существующих процессов; S_2 - модификация существующих продуктов; S_3 - внедрение цифровых технологий в процесс управления организацией; S_4 - поиск новых рынков сбыта. С учетом проведенных количественных и качественных исследований были определены приоритетные направления инновационного стратегического развития для выборочной совокупности организаций санаторно-курортной сферы региона и предложен комплекс мероприятий для каждого предприятия выборочной совокупности с учетом его особенностей.

3. Апробация разработанной методики строится на анализе инновационной деятельности и конкурентных позиций нескольких санаторно-курортных организаций Кировской области, имеющих разные конкурентные позиции и финансовые возможности. Для прогнозирования влияния инновационной составляющей на конкурентоспособность, в расчет параметров модели введен фактор инновационной деятельности, определяющей показатель инновационного влияния на рыночную позицию. Построенная прогностическая модель совокупного дохода организаций санаторно-курортной сферы региона с учетом реализации инновационной

стратегии позволила оценить перспективный вклад стратегии инновационного развития организаций в развитие отрасли. Так, при условии увеличения совокупного удельного веса инновационных услуг на 5% и увеличения затрат на инновации на 2% дополнительный доход к 2025 г. составит 483,5 млн. руб. (или рост на 11,086%).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование направлено на формирование целостной картины разработки инновационной стратегии организаций нематериальной сферы для обеспечения их конкурентоспособности в условиях общего ухудшения конъюнктурных процессов. В условиях динамично меняющихся условий внешней среды, вызванных проведением социально-ориентированных трансформаций в отечественной экономике, одним из решающих факторов формирования конкурентоспособности современной организации становится грамотная инновационная стратегия, обеспечивающая возможность гибкого реагирования на вызовы внешней среды посредством внедрения различных типов инноваций в свою текущую деятельность. Условия пандемии COVID-19, процессы глобализации и цифровизации, трансформация потребительских запросов формируют новые задачи инновационного развития организаций нематериальной сферы в борьбе за лидерство на рынке, что дает основание сформулировать по результатам исследования выводы теоретического и прикладного характера, свидетельствующие о достижении поставленной цели научно-квалификационной работы.

1. В ходе комплексного анализа теоретических положений, раскрывающих современную инновационную деятельность организаций нематериальной сферы производства с учетом вектора инновационного развития было сформулировано авторское определение инноваций в нематериальной сфере производства с учетом факторов, определяющих качественные изменения, возникшие в результате преобразований инновационного характера, а также специфики сферы нематериального производства. На основании этого была расширена классификация типов инноваций и определена их потенциальная применимость в исследуемой сфере, обоснована модель инновационной деятельности, основанная на ценностном подходе. Определена специфика инновационного процесса

предприятий нематериальной сферы, заключающаяся в мультинаправленности внедрения инноваций в деятельность организаций, учете интегрального характера развития отрасли, комплексном характере инновационного развития, специфике управляемости процесса со стороны руководства компании и формировании инновационной культуры персонала с целью снижения рисков противодействия нововведениям.

2. Проведен анализ в разрезе типов инноваций, реализуемых организациями нематериальной сферы производства, в частности маркетинговых, организационно-управленческих, технологических, процессных. С учетом специфики продукта, реализуемого организациями нематериальной сферы, наиболее распространенными, являются новации маркетингового и организационно-управленческого типа, далее идут процессные. Сложность реализации новаций в исследуемой сфере заключается, прежде всего, в нестабильности качества и одновременности во времени и пространстве процессов производства и потребления услуг. Исследованы тренды инновационной деятельности в области нематериального производства, которые выделяют популярность таких типов новаций, как использование цифровых сервисов в области продаж и продвижения нематериальных продуктов, цифровизация процессов обслуживания, персонификация обслуживания, внедрение принципов бережливого производства в область процессов производства и обслуживания клиентов, брендинг в цифровом пространстве, позиционирование на основе инновационности продуктов. Предложенные на основе проведенного анализа типы альтернативных стратегий позволяют выбрать наиболее соответствующее рыночным требованиям направления инновационного развития организаций нематериальной сферы производства.

3. Проведен сравнительный анализ инновационной деятельности различных сфер экономики, определена роль нематериальной сферы производства в формировании инновационного потенциала страны. Анализ показал недостаточную инновационную активность организаций

нематериального производства в сравнении с другими секторами экономики и выявил значительный потенциал ее роста. Результаты диагностики текущей инновационной деятельности организаций нематериальной сферы производства оценены с помощью предложенного алгоритма расчета индекса текущей инновационной деятельности, включающего оценку факторов социально-экономических условий инновационной деятельности, научно-технического потенциала, уровня инновационной активности, уровня готовности к внедрению инноваций. На основании построенного рейтинга проведен анализ показателей в разрезе источников формирования, показавший, что при относительно равных социально-экономических условиях осуществления инновационной деятельности, в относительно неблагоприятном деловом климате региона, инновационная деятельность организаций достаточно разнонаправлена. При этом инновационно-активны лишь 20% хозяйствующих субъектов рынка, такое же количество следуют за лидером, остальные - инновационную деятельность осуществляют спонтанно и не всегда успешно.

4. Проведен анализ подходов к механизму разработки инновационной стратегии организаций нематериальной сферы и сделан вывод о необходимости включения, в рамках декомпозиции целей стратегического планирования, ориентацию на достижение долговременного конкурентного преимущества на отраслевом рынке. Предложенный подход позволит организациям принимать обоснованные экономические решения по формированию стратегии развития, основанной на инновационной деятельности и, на данной основе, сокращать временной период достижения организационных и управленческих целей организации. Предложенный механизм апробирован на организациях санаторно-курортного сектора Кировской области с разными конкурентными позициями на рынке.

5. Разработана методика оценки эффективности реализации инновационной стратегии организации для обеспечения ее конкурентоспособности. В ее основе лежит выбор оптимальной стратегии

инновационного развития с учетом внешних и внутренних факторов влияния и рисков осуществления инновационной деятельности. Методика состоит из пяти этапов, в рамках которых производится расчет интегрального коэффициента эффективности конкретной стратегии. В качестве альтернатив развития предложено четыре варианта инновационных стратегий: S_1 - модификация существующих процессов; S_2 - модификация существующих продуктов; S_3 - внедрение цифровых технологий в процесс управления организацией; S_4 - поиск новых рынков сбыта. С учетом проведенных количественных и качественных исследований были определены приоритетные направления инновационного стратегического развития для выборочной совокупности организаций санаторно-курортной сферы региона и предложен комплекс мероприятий для каждого предприятия выборочной совокупности с учетом его особенностей. Апробация разработанной методики проведена на анализе инновационной деятельности и конкурентных позиций нескольких санаторно-курортных организаций Кировской области, имеющих разные конкурентные позиции и финансовые возможности. Для прогнозирования влияния инновационной составляющей на конкурентоспособность, в расчет параметров модели введен фактор инновационной деятельности, определяющий показатель инновационного влияния на рыночную позицию. Построенная прогностическая модель совокупного дохода организаций санаторно-курортной сферы региона с учетом реализации инновационной стратегии позволила оценить перспективный вклад стратегии инновационного развития организаций в развитие отрасли. Так, при условии увеличения совокупного удельного веса инновационных услуг на 5% и увеличения затрат на инновации на 2% дополнительный доход к 2025г. составит 483,5 млн. руб. (или рост на 11,086%).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Стратегия развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации от 26 ноября 2018 года N 2581-р [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/551760675?marker=6560Ю>
2. Концепция ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)»
3. ГОСТ Р 50691-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги населению. Модель системы обеспечения качества услуг [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/1200104957>
4. Приказ Министерства здравоохранения Российской Федерации (Минздрав России) от 6 августа 2013 г. N 529н г. Москва «Об утверждении номенклатуры медицинских организаций» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rg.ru/2013/10/07/nomenklatura-dok.html>
5. Стратегия развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/551760675>
6. Концепция создания туристско-рекреационных зон на территории Кировской области от 12 апреля 2011 г. № 62 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/561785716>
7. Федеральный закон от 23 февраля 1995 г. № 26-ФЗ «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6001/2debad7ae7fcdce10165549f142ee7cd0e51515f
8. Федеральный закон от 21.07.2011 N 254-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_117193/

9. Федеральный закон от 23.08.1996 N 127-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О науке и государственной научно-технической политике» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2021)

10. Федеральный закон от 21.11.2011 N 323-ФЗ (ред. от 08.03.2022) «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_121895/a5ae8d85e8c73bf39949a4b6e9708369fd6c0671/

11. Агафонова Т.В., Пирогова С.В. Цифровизация бизнес-процессов // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. №12-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-biznes-protsessov>

12. Аксянова, Анна Владимировна. Статистика инноваций: проблематика, методология и перспективы исследований [Текст] : монография / А. В. Аксянова ; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования "Казанский нац. исслед. технологический ун-т". - Казань : Изд-во КНИТУ, 2015. - 87 с.

13. Александрова А.И., Остаповец Е.А. Анализ и обоснование выбора инновационной стратегии организации // Экономика и экологический менеджмент. 2018. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-i-obosnovanie-vybora-innovatsionnoy-strategii-organizatsii>

14. Александрова Т. В., Шилова Е. В. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: учеб. пособие/ Т. В. Александрова, Е. В. Шилова; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. –Электрон. дан. – Пермь, 2019. – Ч. 2. – 2,07 Мб; 169 с. – Режим доступа: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/uchebnie-posobiya/shilova-innovacionnyj-menedzhment-ch2.pdf>

15. Аленкова И. В., Митякова О.И. Инновационный потенциал и инновационная активность экономических систем/ И. В. Аленкова, О. И. Митякова // Актуальные вопросы экономики, менеджмента и инноваций. Материалы Международной научно-практической конференции.

Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева. (Нижний Новгород). - 2016. - С. 62-63

16. Анализ текущего состояния мирового общественного здоровья в целях актуализации прогнозирования развития рынка лечебно-оздоровительного туризма / Г. Д. Брюханова, Г. М. мо, В. Н. Городин, Е. В. Даутова // Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм. – 2021. – № 3(11). – С. 4-13. – DOI 10.18572/2686-858X-2021-11-3-4-13. – EDN AKUQBL.

17. Ансофф И. Стратегическое управление / Сокр. пер. с англ., науч. ред. и авт. предисл. М.И. Евенко. М.: Экономика, 1989. – 519 с.

18. Аньшин В.М. Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития/Аньшин В.М. и др: под ред.: В.М. Аньшин., А.А. Дагаев: Акад. нар.хозяйства при Правительстве РФ.-Москва,2006.-584с.

19. Артемьев Н.В. Проблемы и перспективы развития рынка информационных технологий в России // Развитие и актуальные вопросы современной науки. - 2018. - №1(8). С. 43.

20. Афонин И.В. Инновационный менеджмент: учеб. пособие. - М.: Гардарики, 2005. 224 с.

21. Бабанова, Ю. В. Инновационная стратегия развития бизнеса в условиях экономической нестабильности / Ю. В. Бабанова // Путеводитель предпринимателя. – 2008. – № 2. – С. 7-15. – EDN OFFHUX.

22. Бабанова, Ю. В. Инструментарий проактивного управления инновационным развитием компании / Ю. В. Бабанова, В. П. Горшенин // Шумпетеровские чтения. – 2014. – Т. 1. – С. 70-75. – EDN TJKMB.

23. Балабанов И.Т. Электронная коммерция. - СПб: Питер, 2001. 336 с.

24. Баранова И. В. Методические подходы к оценке инновационной активности и инновационного потенциала вуза: учебное пособие / И. В. Баранова, М. В. Черепанова – СПб.: Питер, 2013. – 275 с.

25. Баранчеев, В. П. Управление инновациями : учебник для академического бакалавриата / В. П. Баранчеев, Н. П. Масленникова,

В. М. Мишин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 747 с.

26. Беспятовых, В. И. Инновационные решения в электронной торговле / В. И. Беспятовых, М. М. Мангобе // Инновационное развитие экономики. – 2021. – № 1(61). – С. 13-19. – DOI 10.51832/2223-7984_2021_1_13. – EDN DJANIJ.

27. Бешелев С. Нововведения и мы / С. Бешелев, Ф. Гурвич. М.: Наука, 1990.

28. Большая Российская энциклопедия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://bigenc.ru/economics/text/2012242>

29. Бондаренко В. А. Вопросы функционирования инновационной инфраструктуры в России / В. А. Бондаренко, Н. В. Гузенко, С. С. Кундрюков // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2019. – № 1(65). – С. 19-26.

30. Бричка Е.И. Методы доходного подхода к оценке рыночной стоимости технологических инноваций на разных стадиях жизненного цикла // Финансовые исследования. 2017. №3 (56). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-dohodnogo-podhoda-k-otsenke-rynochnoy-stoimosti-tehnologicheskikh-innovatsiy-na-raznyh-stadiyah-zhiznennogo-tsikla>

31. Буймов, Антон Сергеевич. Управление рисками инновационного проекта промышленного предприятия: автореферат дис. ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Буймов Антон Сергеевич; [Место защиты: Юж.-Ур. гос. ун-т]. - Челябинск, 2011. - 24 с.

32. Бурцева Т.А. Методологические основы выбора маркетинговых стратегий развития предприятия на основе экспертных оценок / Т.А. Бурцева, Н.Н. Катаева, С.Н. Ворожцов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. - № 4. – С. 32.

33. Бухвалов Н. Ю. Методологические основы теории 2с-систем/ Н. Ю. Бухвалов, С. В. Комаров, А. В. Молодчик, К. С. Пустовойт // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2012 - № 14 (38)/ – С. 56-76.

34. Вайсман Елена Давидовна Управление конкурентоспособностью на основе инновационного развития предприятия // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. 2010. №26 (202). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-konkurentosposobnostyu-na-osnove-innovatsionnogo-razvitiya-predpriyatiya>
35. Валента Ф. Управление инновациями. М.:Прогресс, 1985.
36. Ветитнев А.М., Войнова Я.А. Организация санаторно-курортной деятельности: учебное пособие /А.М. Ветитнев, Я.А. Войнова. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 272 с
37. Винников, В. С. Оценка и эффективное использование возможностей инновационного развития предприятия: автореферат диссертации кандидата экономических наук. – М., 2005. 22 с.
38. Винокуров Владимир Ильич Основные термины и определения в сфере инноваций // Инновации. 2005. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnyye-terminy-i-opredeleniya-v-sfere-innovatsiy>
39. Власюк Юлия Александровна. Особенности инновационной деятельности сервисных организаций// https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_1_98_102_0.pdf
40. Войтешонок Максим, Парамонова Ирина Инновационная восприимчивость как обобщающий показатель способности к инновационной деятельности // Наука и инновации. 2015. №143. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnaya-voSPriimchivost-kak-obobschayuschiy-pokazatel-sposobnosti-k-innovatsionnoy-deyatelnosti>
41. Волдачек Л. Стратегия управления инновациями на предприятии. — М.: Экономика, 1989
42. Воронова Ольга Владимировна, Харева Виктория Анатольевна Основные тенденции в применении современных технологий на предприятиях индустрии гостеприимства в условиях цифровизации экономики // Научный вестник ЮИМ. 2019. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnyye>

tendentsii-v-primeneni-ii-sovremennyh-tehnologiy-na-predpriyatiyah-industrii-gostepriimstva-v-usloviyah-tsifrovizatsii

43. Гарбар, Т. В. Основные направления развития инновационно-инвестиционной деятельности на предприятии / Т. В. Гарбар, А. П. Соколов // Новые технологии в учебном процессе и производстве : Материалы XIII межвузовской научно-технической конференции, Рязань, 27–30 апреля 2015 года / Под редакцией Паршина А.Н.. – Рязань: Общество с ограниченной ответственностью "Рязанский Издательско-Полиграфический Дом "ПервопечатникЪ", 2015. – С. 222-224. – EDN UIDJDB.

44. Гелета И. В., Кобзев И. О. Распределение полномочий и ответственности в организации // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2012. №15. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/raspredelenie-polnomochiy-i-otvetstvennosti-v-organizatsii>

45. Герман Е.А. Теоретическая инноватика: учеб. пособие / Е.А. Герман. – СПб., 2018 – 148 с

46. Гилева, Т. А. Инструменты стратегического управления развитием предприятий в цифровой среде / Т. А. Гилева // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2021. – № 2. – С. 138-154. – DOI 10.15593/2224-9354/2021.2.11. – EDN FWZFFQZ.

47. Глухова, Л. В. Мультиагентная модель управления государственной инновационной системой / Л. В. Глухова, Н. А. Сердюкова // Научно-исследовательский финансовый институт. Финансовый журнал. – 2014. – № 2(20). – С. 81-86. – EDN SJASHH.

48. Головачев, В. И. Инновационная сфера как определяющий фактор качества экономического развития / В. И. Головачев, В. Н. Рябых, С. А. Форофонов // Социально-экономические явления и процессы. – 2015. – Т. 10. – № 7. – С. 22-31. – EDN UMCJYH.

49. Горбунова, О. Н. Системный подход к управлению инновационной деятельностью / О. Н. Горбунова, Е. И. Бабенко // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2008. – № 3(59). – С. 76-81. – EDN ISDCTJ.

50. Гриценко Г. М. Система управления качеством продукции на предприятии АПК: теоретический аспект и проблемы становления / Г. М. Гриценко, Е.И. Кендюх, Н.Н. Величко // Вестник алтайского аграрного государственного университета. №8.- 2011. – С.106-111.

51. Губернаторов А.М. Исследование процесса управления инновационным развитием в экономике: монография / А.М. Губернаторов, Л.К. Корецкая. М.: Изд-во «Русайнс», 2015. – 272 с.

52. Данилова, Н. П. Инновационные технологии в рекламной деятельности: состояние и перспективы / Н. П. Данилова, М. П. Галимова // Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика : сборник научных статей 9-й Международной научно-практической конференции, Курск, 31 мая 2019 года. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2019. – С. 140-147. – EDN AZJPVJ.

53. Динамическая оценка конкурентоспособности предприятия с учетом реализации стратегии его инновационного развития / В. В. Криворотов, А. В. Калина, С. Е. Ерыпалов, Д. И. Кобекина // Journal of Applied Economic Research. – 2020. – Т. 19. – № 4. – С. 512-542. – DOI 10.15826/vestnik.2020.19.4.024. – EDN NQSIUR..

54. Евтушенко Евгений Викторович, Юсупова Эльмира Ришатовна Разработка механизма формирования стратегии инновационного развития предприятия // Инновации и инвестиции. 2014. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-mehanizma-formirovaniya-strategii-innovatsionnogo-razvitiya-predpriyatiya>

55. Закшевский, В. Г. Оценка инновационной активности сельхозорганизации / В. Г. Закшевский, В. М. Новиков // АПК: Экономика, управление. – 2011. – № 12. – С. 67-71. – EDN OQJZVL.

56. Захаров, П. Н. Устойчивость предприятия - фактор развития / П. Н. Захаров // Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Экономика. – 2012. – № 2(17). – С. 68-69. – EDN PCYADF.

57. Ильченко Светлана Владимировна, Дозорова Ирина Олеговна К вопросу о создании благоприятного социально-психологического климата организации // Вестник экспериментального образования. 2019. №4 (21). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-sozdanii-blagopriyatnogo-sotsialno-psihologicheskogo-klimata-organizatsii>

58. Инновации процессного подхода как фактор диверсификации туристско-рекреационных услуг / М. С. Оборин, Е. Е. Кузьмина, С. В. Сарайкина [и др.] // Сервис plus. – 2019. – Т. 13. – № 3. – С. 31-40. – DOI 10.24411/2413-693X-2019-10304. – EDN UPNDZX.

59. Инновационное развитие экономики: понятие, проблемы и пути решения / А. А. Заболотько // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки – 2013. – №18, С. 23–29.

60. Исмагилова, Г. В. Инновационный менеджмент: учебное пособие / Г. В. Исмагилова, О. Г. Щемерова, Н. Р. Кельчевская. – Екатеринбург: УрФУ, 2012. – 175 с. – ISBN 978-5-321-02191-0.

61. Кантарович Л.В. Системный анализ и некоторые проблемы научно-технического прогресса / Диалектика и системный анализ. М.: Наука, 1986

62. Конышев Е.В. Анализ влияния COVID-19 на развитие санаторно-оздоровительного туризма в Кировской области. Конышев Е.В., Кузнецова А.И.. В сборнике: Общество. Наука. Инновации (НПК-2021). Сборник статей XXI Всероссийской научно-практической конференции. В 2 т.. Киров, 2021. С. 938-943.

63. Конышев Е.В. Анализ развития санаторно-курортного комплекса в регионах России на основе типологического подхода. Конышев Е.В., Кузнецова А.И. Вестник Самарского государственного экономического университета. 2020. № 3 (185). с. 17-25.

64. Кощеев С.В. Механизм управления инновационной деятельностью организации санаторно-курортного комплекса//Журнал «Транспортное дело России», секция Экономика, 2010г., с 41-44
65. Лапин В.Н. Социальные аспекты управления нововведениями. Таллин, 1981.
66. Левинсон А. Экономические проблемы управления научно-техническим прогрессом: опыт системного анализа. М.: Экономика, 1973.
67. Левченко, Татьяна Павловна. Система управления инновационным развитием санаторно-курортных комплексов: учебное пособие / Т. П. Левченко. — Казань: Бук, 2018. — 140 с
68. Лезина О. А., Эмексузян А. Р. Механизм управления инновациями промышленных предприятий / О. А. Лезина, А. Р.Эмексузян // Символ науки. - №8. – 2015. - С. 102-105
69. Макаров В.Л. Внедрение нетехнических нововведений // Экономика и организация промышленного производства. 1983. № 10. Новосибирск: Наука.
70. Медынский В.Г., Ильдеменов С.В. Реинжиниринг инновационного предпринимательства: учеб. пособие для вузов / под ред. проф. В.А. Ирикова. - М.: ЮНИТИ, 1999. 414 с.
71. Мельников, О. Н. Формирование среды управления инновационной активностью организации / О. Н. Мельников, Д. А. Есипенко // Вопросы инновационной экономики. – 2019. – Т. 9. – № 3. – С. 1077-1090. – DOI 10.18334/vines.9.3.40953. – EDN QZAEWT.
72. Митяков С.Н., Митякова О.И., Мурашова Н.А. Инновационное развитие регионов России: ранжирование регионов // Инновации. 2018. №1 (231). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnoe-razvitie-regionov-rossii-ranzhirovanie-regionov>.
73. Молчанов И.Н. Инновационный процесс. Спб., 1995.
74. Морозов Ю.П. Инновационный менеджмент: учеб. пособие для вузов. - М.: ЮНИТИДАНА, 2000.

75. Мякотин, М. П. Взаимосвязь инновационной деятельности и конкурентоспособности предприятия / М. П. Мякотин. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 23 (209). — С. 332-334. — URL: <https://moluch.ru/archive/209/51178/>

76. Николаева, А. Н. Инновации - основа конкурентоспособности и экономической безопасности предприятий / А. Н. Николаева, А. Е. Яковлев // Креативная экономика. – 2013. – № 11(83). – С. 42-45. – EDN RSHVBF.

77. Никсон Ф. Роль руководства предприятия в обеспечении качества и надежности: пер. с англ. М.: Издательство стандартов, 1990. 230 с

78. Оборин М. С., Плотников А. В. Основные методы изучения внешней и внутренней сред санаторно-курортных организаций региона // Вестник ТГЭУ. 2012. №4 (64). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-metody-izucheniya-vneshney-i-vnutrenney-sred-sanatorno-kurortnyh-organizatsiy-regiona>.

79. Овчинникова, И. Г. Цифровые технологии в управлении развитием предприятия индустрии гостеприимства / И. Г. Овчинникова, А. Е. Плахин // Цифровая трансформация промышленности: тенденции, управление, стратегии - 2020 : МАТЕРИАЛЫ II МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ, Екатеринбург, 27 ноября 2020 года. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2020. – С. 152-166. – EDN XSBPHW.

80. Пиннинго И.П. Новая технология и организационные структуры. М.: Экономика, 1990.

81. Плотников, А. П. Оценка эффективности инновационного развития производственных организаций: монография / А. П. Плотников, В. Н. Суязов. – Москва : Восход–А, 2011. – 125 с. – ISBN 978-5-93055-222-5

82. Позднякова, А. А. Оценка кредитоспособности юридических лиц - клиентов коммерческих банков / А. А. Позднякова, Е. В. Каранина // Экономические аспекты развития России: микро- и макроуровни : Сборник материалов XIII всероссийской научно-практической конференции с

международным участием, Киров, 20 мая 2020 года. – Киров: Вятский государственный университет, 2020. – С. 920-925. – EDN TFCDNQ.

83. Прохорова, В. В. Конкурентоспособность предприятия в современных условиях / В. В. Прохорова, Е. А. Баранов // Социально-экономическое развитие России: проблемы, тенденции, перспективы : Сборник научных статей 19-й Международной научно-практической конференции. В 5-ти томах, Курск, 25 июня 2020 года. – Курск: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 2020. – С. 154-159. – EDN OFOTSI.

84. Р. Друкер. Бизнес и инновации. - М.: ИД «Вильямс», 2007.

85. Рожкова Надежда Константиновна, Курылева Мария Николаевна Основные подходы к оценке стоимости инновационного продукта // Вестник ГУУ. 2014. №15. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-podhody-k-otsenke-stoimosti-innovatsionnogo-produkta>

86. Романова, Г. М. Процессный подход в управлении устойчивым воспроизводством регионального туристского продукта / Г. М. Романова, В. Н. Шарафутдинов, Е. В. Онищенко // Sochi Journal of Economy. – 2021. – Т. 15. – № 3. – С. 288-301. – EDN QDIINO.

87. Романченко, С. В. Новшества, нововведения, инновации: определения и сущность / С. В. Романченко. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2012. — № 4 (39). — С. 166-168. — URL: <https://moluch.ru/archive/39/4578/>

88. Рыжов Игорь Викторович, Рыжова Юлия Игоревна, Рубищев Андрей Николаевич. Актуальные вопросы стратегического развития социально-экономической системы проблемных территориальных образований в современных экономических условиях // Журнал прикладных исследований. 2021. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-voprosy-strategicheskogo-razvitiya-sotsialno-ekonomicheskoy-sistemy-problemnyh-territorialnyh-obrazovaniy-v-sovremennyh>.

89. Савельева, Н. К. Анализ правовых аспектов регулирования инновационного развития организаций санаторно-курортной сферы / Н. К. Савельева, А. И. Сметанина. — Текст : непосредственный // Финансово-экономический журнал. — 2022. — № 2.
90. Савельева, Н. К. Декомпозиция целей инновационного развития организаций нематериальной сферы производства / Н. К. Савельева, А. В. Шпенглер, А. И. Сметанина. — Текст : непосредственный // Актуальные вопросы современной экономики. — 2022. — № 4.
91. Санто Б. Инновация как средство экономического развития. – М. : Прогресс,1990
92. Семерникова Елена Александровна Клиентоориентированность: понятие, критерии // Концепт. 2014. №S17. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klientoorientirovannost-ponyatie-kriterii>
93. Словарь инновационных терминов 2016. Харин А.А. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vocable.ru/termin/razvitie-innovacionnoe.html>
94. Словарь-справочник: экономика, внешняя торговля, выставки. Под общей редакцией д.э.н. В.Л. Малькевича
95. Сметанина, А. И. Инновации в организациях непромышленной сферы / А. И. Сметанина. — Текст: непосредственный // Вопросы устойчивого развития общества. — 2022 - №4.
96. Сметанина, А. И. Инновационное развитие организаций нематериальной сферы производства на примере санаторно-курортного сектора Кировской области / А. И. Сметанина. — Текст : непосредственный // Наука: общество, экономика и право. — 2022. — № 4
97. Сметанина А.И. Разработка методики оценки эффективности реализации инновационной стратегии санаторно-курортной сферы // Креативная экономика. – 2022. – Том 16. – № 5. – doi: 10.18334/ce.16.5.114630

98. Созинова А. А. Формирование инновационной системы управления предприятием в современных условиях / А. А. Созинова, Е. С. Гурова // Журнал прикладных исследований. – 2020. – Т. 4. – № 4. – С. 83-92.

99. Сухоруков, А. В. Стратегии инновационного развития предприятия мебельной промышленности: теоретический аспект: монография / А. В. Сухоруков. – Саратов: Издательский Дом «Райт Экспо», 2013. – 174 с. – ISBN 978-5-69589-567-8.

100. Тайгибова, Т. Т. Инновации в туризме – как один из важнейших факторов повышения уровня социально-экономического развития Республики Дагестан / Т. Т. Тайгибова. — Текст: непосредственный // Проблемы современной экономики : материалы I Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2011 г.). — Челябинск: Два комсомольца, 2011. — С. 153-156. — URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/12/1380/>

101. Твисс, Брайан. Управление научно-техническими нововведениями: Сокр. пер. с англ. / Брайан Твисс; [Предисл. К. Ф. Пузыни]. - М. : Экономика, 1989. - 271 с.

102. Текиев, М. В. Инновационная модель управления предприятием как основа повышения конкурентоспособности / М. В. Текиев, И. А. Болиева, С. В. Панкратов. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 9 (143). — С. 451-453. — URL: <https://moluch.ru/archive/143/40207/>

103. Тесленко, И. Б. Новые модели взаимодействия субъектов в условиях цифровизации / И. Б. Тесленко // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2019. – Т. 218. – № 4. – С. 459-466. – EDN SFYION.

104. Технология и организация услуг санаторно-курортного комплекса / Г. А. Карпова, Г. М., Т. Е. Гварлиани [и др.]. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2017. – 115 с. – ISBN 978-5-7310-4124-9. – EDN YRCCGV.

105. Тимирьянова, В. М. Качество и культура обслуживания как фактор конкурентоспособности / В. М. Тимирьянова, Е. В. Жилина. — Текст:

непосредственный // Молодой ученый. — 2015. — № 9 (89). — С. 734-738. — URL: <https://moluch.ru/archive/89/17967/>

106. Тимохина Г.С. маркетинговое управление инновационной готовностью внутреннего потребителя//Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление.2018.№4 с. 105-111

107. Титов А.Б. Характеристика и принципы классификации инноваций/С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов. – СПб., 1998. – 25 с.

108. Тлехурай-Берзегова Лариса Талибовна Особенности инновационных процессов в современной сфере услуг// Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика, 2011 <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-innovatsionnyh-protseessov-v-sovremennoy-sfere-uslug>

109. Толковый словарь «Инновационная деятельность». Термины инновационного менеджмента и смежных областей (от А до Я) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vocable.ru/termin/razvitie-innovacionnoe.html>

110. Трещевский, Ю. И. Управление инновационным развитием социально-экономических систем: методологические аспекты / Ю. И. Трещевский, В. Н. Эйтингон, Д. Ю. Трещевский // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2012. – № 2. – С. 149-154. – EDN PJQIDN

111. Трифилова, А. А. Управление инновационным развитием предприятия / А. А. Трифилова. – М.: Финансы и статистика (ФС), 2003. 173 с. – ISBN 5–279–02750–2.

112. Уткин Э.А. Инновационный менеджмент. М.: Акапис, 1996.

113. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. Учебник, 2-е изд. - М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. - 624 с.

114. Формирование и развитие регионального бренда на рынке томатных соусов Кировской области Кузнецова А.В. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. Киров, 2009.

115. Формирование механизмов управления качеством и удовлетворенностью потребителей на предприятиях сферы услуг / А. Д. Чудновский, В. С. Горин, Г. Р. Латфуллин [и др.] // Инновации и инвестиции. – 2018. – № 12. – С. 257-259. – EDN KYBLEJ.

116. Фраймович, Д. Ю. Ключевые ориентиры формирования современной системы управления инновационным воспроизводством экономики мезоуровня в условиях осуществления модернизации / Д. Ю. Фраймович // Вестник Владимирского государственного университета имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых. Серия: Экономические науки. – 2014. – № 2. – С. 51-59. – EDN THPMXD.

117. Хайтбаев, В. А. Инновации как способ повышения эффективности системы товародвижения в цепях поставок / В. А. Хайтбаев, А. Б. Романов // Вестник транспорта Поволжья. – 2016. – № 3(57). – С. 61-66. – EDN WGESLX.

118. Шпенглер, А. В. Исследование влияния инноваций на уровень доходов организаций санаторно-курортной сферы (на примере Кировской области) / А. В. Шпенглер, А. И. Сметанина. — Текст : непосредственный // Вопросы устойчивого развития общества. — 2022. — № 4.

119. Яковец Ю.В. Ускорение научно-технического прогресса: теория и экономический анализ. М.: Экономика, 1988.

120. Яшин С. Н., Кошелев Е. В., Купцов А. В. Разработка и финансовое обеспечение инновационной стратегии предприятия: учеб. пособие / С. Н. Яшин, Е. В. Кошелев, А. В. Купцов; НГТУ им. Р. Е. Алексеева. — Нижний Новгород, 2012. — 313 с. URL: <http://www.iee.unn.ru/wp-content/uploads/sites/9/2014/09/RFOISP.pdf?ysclid=120hk9mnws>

121. «Анализ рынка санаторно-курортных услуг в России», 2021 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://businessstat.ru>

122. Официальный сайт Единой межведомственной информационно-статистической системы. URL: <https://www.fedstat.ru/>

123. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] URL: [.https://rosstat.gov.ru](https://rosstat.gov.ru) (дата обращения 18.04.2022)
124. Сайт Audit-it.ru. URL: <https://www.audit-it.ru/>
125. Совместная публикация ОЭСР и Евростата «Руководство Осло— Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям» OsloManual 2018, 4th Edition. URL: [//https://www.icct.by/Docs/news/2018/10/2018-1026_01/Oslo_Manual_2018_4th_Edition__EN.pdf](https://www.icct.by/Docs/news/2018/10/2018-1026_01/Oslo_Manual_2018_4th_Edition__EN.pdf)
126. Состояние экспорта туристических услуг санаторно-курортного комплекса / Export of the Tourism Services in the Sanatorium Segment in Belarus//[Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.researchgate.net/publication/277076651>
127. Статистический сборник «Индикаторы инновационной деятельности». [Электронный ресурс] URL: <https://issek.hse.ru/news/464964322.html>
128. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Кировской области [Электронный ресурс] URL: <https://kirovstat.gks.ru/>
129. Цифровая трансформация: Санаторий XXI. [Электронный ресурс] URL:// <https://welcometimes.ru/opinions/cifrovaya-transformaciya-sanatoriy-xxi>
130. G.A. Akerlof, R.J. Shiller, Phishing for Phools: The Economics of Manipulation and Deception (2015)
131. Becker W. and Dietz J. (2004). R&D cooperation and innovation activities offirms - evidence for the German manufacturing industry // Research Policy, vol. 33, pp.209–223.
132. Fritsch M. and Lukas R. (2001). Who cooperates on R&D? // Research Policy, vol.30 (2), pp. 297–312.
133. G. Mensch. Stalemate in Technology — Innovations Overcame the Depression. New York: Ballinger Publishing Company, 1979

134. Schumpeter J.A. Business Cycles. A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process. N.Y.: McGraw-Hill Book Company, Inc., 1939

135. Veugelers R. and Cassiman B. (1999). Make and buy in innovation strategies: evidence from Belgian manufacturing firms // Research Policy, vol. 28 (1), pp. 63-80

136. WIPO (2021). Global Innovation Index 2021: Tracking Innovation through the COVID-19 Crisis. Geneva: World Intellectual Property Organization [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2021/

137. Официальный сайт санатория «Авитек»: <https://medavitek.ru>

138. Официальный сайт санатория «Вятские Увалы»: <http://www.vyatuval.ru>

139. Официальный сайт санатория «Колос»: <http://kolos.kirov.ru>

140. Официальный сайт санатория «Лесная Новь»: <https://lesnov.info>

141. Официальный сайт санатория «Митино»: <http://www.san-mitino.ru>

142. Официальный сайт санатория «Сосновый бор»: <https://rzdz-sb.ru>

143. Официальный сайт санатория Нижне-Ивкино: <https://www.n-ivkino.ru>

144. Официальный сайт санатория-профилактория «Перекоп»: <https://sp-perekop.ru>

145. Официальный сайт санатория-профилактория «Радуга»: <https://radugakch.ru>

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Анкета для опроса экспертной группы.

Добрый день. Проводится исследование факторов, влияющих на инновационное развитие организаций санаторно-курортной сферы. Просим вас ответить на вопросы анкеты в качестве эксперта. Все ответы будут использованы в обобщенном виде. Ваше мнение очень важно для нас.

Данные об эксперте

Уровень образования	<input type="checkbox"/> Высшее <input type="checkbox"/> Средне-специальное
Опыт работы	<input type="checkbox"/> До 3-х лет <input type="checkbox"/> От 3 до 8 лет <input type="checkbox"/> Более 8 лет
Сфера деятельности	<input type="checkbox"/> Образование <input type="checkbox"/> Санаторно-курортная сфера <input type="checkbox"/> Сфера общественного питания <input type="checkbox"/> Торговля <input type="checkbox"/> Производство <input type="checkbox"/> Сфера маркетинга и консалтинга <input type="checkbox"/> Сфера туризма <input type="checkbox"/> Иное
Категория эксперта	<input type="checkbox"/> Научный работник <input type="checkbox"/> Руководитель санаторно-курортной организации <input type="checkbox"/> Специалист финансово-экономической службы <input type="checkbox"/> Менеджер высшего звена профильной организации <input type="checkbox"/> Менеджер госуправления

Анкета

Сравните, пожалуйста, факторы друг с другом, используя следующую шкалу:

Баллы	Определение
1 балл	Одинаковая значимость факторов
3 балла	Некоторое преобладание значимости одного фактора над другим
5 баллов	Существенная или сильная значимость
7 баллов	Очень сильная или очевидная значимость
9 баллов	Абсолютная значимость

1. Факторы внешней среды организации

Политико-правовые факторы				
	Ориентация на рыночное регулирование экономики	Проявление лобби в органах власти	Нормативно-правовая база	Госрегулирование отрасли
Ориентация на рыночное регулирование экономики	1			
Проявление лобби в органах власти	-	1		
Нормативно-правовая база	-	-	1	
Госрегулирование отрасли	-	-	-	1
Социальные факторы				

	Демографическая структура населения	Продолжительность жизни	Уровень заболеваемости	Экономическое поведение людей
Демографическая структура населения	1			
Продолжительность жизни	-	1		
Уровень заболеваемости	-	-	1	
Экономическое поведение людей	-	-	-	1
Технологические факторы				
	Новые технологии восстановительной медицины	Скорость и источники обновления товаров	Государственная политика в области НТП	Затраты на научные исследования
Новые технологии восстановительной медицины	1			
Скорость и источники обновления товаров	-	1		
Государственная политика в области НТП	-	-	1	
Затраты на научные исследования	-	-	-	1
Экономические факторы				
	Уровень инфляции	Налогообложение (наличие льгот)	Денежные доходы потребителей	Процентные ставки (доступность кредитования)
Уровень инфляции	1			
Налогообложение (наличие льгот)	-	1		
Денежные доходы потребителей	-	-	1	
Процентные ставки (доступность кредитования)	-	-	-	1
Природно-географические факторы				
	Ландшафтные особенности территории (горы, моря)	Климатические особенности территории (ср. температура, осадки)	Природные ресурсы (минеральные воды, грязи)	Транспортная доступность
Ландшафтные особенности территории (горы, моря)	1			
Климатические особенности территории (ср.т, осадки)	-	1		
Природные ресурсы (минеральные воды, грязи)	-	-	1	
Транспортная доступность	-	-	-	1
Культурные факторы				
	Наличие мест туристского интереса	Культура местного населения	Возможность общения на родном языке	Этнический колорит территории (обычай)
Наличие мест туристского интереса	1			

Культура местного населения	-	1		
Возможность общения на родном языке	-	-	1	
Этнический колорит территории (обычаи)	-	-	-	1

2. Факторы внутренней среды организации

Кадры				
	Психологический климат в коллективе	Квалификация	Гендерный состав	Мотивация
Психологический климат в коллективе	1			
Квалификация	-	1		
Гендерный состав	-	-	1	
Мотивация	-	-	-	1
Инфраструктура				
	Состояние инфраструктуры (номерной фонд, медкорпус, блог питания и т.д.)	Благоустройство территории	Наличие банкоматов, объектов торговли	Транспорт
Состояние инфраструктуры (ном. фонд, медкорпус, блог питания и т.д.)	1			
Благоустройство территории	-	1		
Наличие банкоматов, объектов торговли	-	-	1	
Транспорт	-	-	-	1
Организационно-управленческие факторы				
	Распределение власти и ответственности	Участие в ассоциациях, кластерах и т.д.	Участие в программах гос поддержки отрасли	Наличие стратегии развития организации
Распределение власти и ответственности	1			
Участие в ассоциациях, кластерах и т.д.	-	1		
Участие в программах гос поддержки отрасли	-	-	1	
Наличие стратегии развития организации	-	-	-	1
Процесс				
	Организация продаж, бронирования	Размещение	Питание	Организация досуга
Организация продаж, бронирования	1			
Размещение	-	1		
Питание	-	-	1	

Организация досуга	-	-	-	1
Маркетинговые факторы				
	Бренд, имидж	Рыночная доля	Затраты на маркетинг	Клиентский опыт
Бренд, имидж	1			
Рыночная доля	-	1		
Затраты на маркетинг	-	-	1	
Клиентский опыт	-	-	-	1
Клиенториентированность				
	Информационная поддержка клиента	Программы лояльности для клиентов	Качество обслуживания	Персонализация обслуживания
Информационная поддержка клиента	1			
Программы лояльности для клиентов	-	1		
Качество обслуживания	-	-	1	
Персонализация обслуживания	-	-	-	1

3. Факторы конкурентоспособности организации

Конкурентоспособность услуг				
	Качество сырья и материалов	Качество процессов	Качество обслуживания	Соотношения цена/качество
Качество сырья и материалов	1			
Качество процессов	-	1		
Качество обслуживания	-	-	1	
Соотношения цена/качество	-	-	-	1
Эффективность сбыта и продвижения				
	Рентабельность продаж	Загрузка номерного фонда	Эффективность ФОСТИСС	Допродажи услуг (доп.к курсовке)
Рентабельность продаж	1			
Загрузка номерного фонда	-	1		
Эффективность ФОСТИСС	-	-	1	
Допродажи услуг (доп.к курсовке)	-	-	-	1
Эффективность основной деятельности				
	Оборачиваемость койко-места	Производительность труда	Рентабельность услуг	Фондоотдача
Оборачиваемость койко-места	1			
Производительность труда	-	1		
Рентабельность услуг	-	-	1	
Фондоотдача	-	-	-	1
Цифровизация бизнес-процессов				
	Электронный	Цифровизация процесса	CRM-система	Цифровизация

	документооборот	обслуживания	управления взаимоотношениями с клиентами	анализа данных
Электронный документооборот	1			
Цифровизация процесса обслуживания	-	1		
CRM-система управления взаимоотношениями с клиентами	-	-	1	
Цифровизация анализа данных	-	-	-	1

Финансы

	Автономия предприятия	Платежеспособность организации	Ликвидность организации	Оборачиваемость оборотных средств
Автономия предприятия	1			
Платежеспособность организации	-	1		
Ликвидность организации	-	-	1	
Оборачиваемость оборотных средств	-	-	-	1

Инновации

	Инновационные методы лечения и оздоровления	Технические инновации, мед.оборудование	Инновации бизнес-процессов	Инновационные маркетинговые коммуникации
Инновационные методы лечения и оздоровления	1			
Технические инновации, мед.оборудование	-	1		
Инновации бизнес-процессов	-	-	1	
Инновационные маркетинговые коммуникации	-	-	-	1

4. Факторы риска инвестирования стратегий

Факторы риска инвестиций						
	Затраты на расширение производства	Время реализации проекта	Затраты на маркетинговые исследования	Управленческие расходы	Риск от потери	Срок окупаемости
Затраты на расширение производства	1					
Время реализации проекта	-	1				
Затраты на исследования	-	-	1			
Управленческие расходы	-	-	-	1		

Риск от потери	-	-	-	-	1	
Срок окупаемости	-	-	-	-	-	1

Спасибо!

Приложение 2.

Анкета оценки уровня инновационной активности

Оцените пожалуйста по 5 бальной шкале инновационную активность организации, проставив балл согласия с утверждением относительно реализации в организации отдельных типов инноваций (1 балл - полностью не согласен, 5 баллов – полностью согласен)

№ п/п	Тип инноваций	Переменные, характеризующие инновационную активность	балл
1	Продуктовые	Организация регулярно обновляет пакет основных услуг	
2		Организация регулярно обновляет пакет дополнительных услуг лечебно-профилактического направления (СПА, косметология и т.д.)	
3		Организация совершенствует услуги развлечения и досуга	
4		Организация модернизирует инфраструктуру размещения	
5	Маркетинговые	Организация использует рекламу на традиционных носителях (газеты, журналы)	
6		Организация использует интернет-технологии продвижения (SMM, SEO, контекстная реклама)	
7		Организация анализирует эффективность каналов рекламы	
8		Организация имеет бюджет на маркетинговые эксперименты по продвижению (новые каналы)	
9		Организация имеет мобильное приложение и постоянно его совершенствует	
10		Организация имеет чат-бот	
11		Организация развивает свой сайт и анализирует его эффективность	
12	Организационные	Организация совершенствует стандарты качества обслуживания, внедряя новые практики	
13		Организация использует при разработке стратегий современные методы, например форсайт и т.д.	
14		В организации совершенствуются процессы логистики	
15	Процессные	Организация совершенствует процесс обслуживания клиентов	
16		Организация внедряет цифровые сервисы для оптимизации процесса обслуживания	
17		Организация использует и постоянно совершенствует процесс управления отношениями с клиентами, использует CRM	
18		Организация использует цифровой документооборот	
19		Организация использует цифровые сервисы планирования рабочих целей и задач	
20		В организации сформирована цифровая среда, позволяющая осуществлять обмен данными между различными сервисами (программа бух.учета, CRM, сервис бронирования и т.д.)	

Пол: мужской____, женский_____

1. Возраст: от 18 до 29 лет____, от 30-54____, от 55 и старше ____

2. Образование: среднее____, незаконченное высшее____, высшее____

3. Уровень доходов:

а) Нам хватает денег на еду, но покупка одежды – серьезная проблема для нас

б) Нам хватает денег на еду и одежду, но было бы трудно купить холодильник или стиральную машину

в) Хватает денег на покупку крупной бытовой техники, но мы не можем купить новый автомобиль

г) Наших заработков хватает на все, за исключением покупки таких дорогих вещей, как дача или квартира

д) Мы не испытываем финансовых затруднений. При необходимости можем купить дачу или квартиру

4. Социальное положение:

1. Владелец бизнеса

2. Руководитель подразделения

3. Специалист отдела

4. Другое _____

Спасибо!

Анкета «Исследование потребительских предпочтений на рынке санаторно-курортных услуг Кировской области.

Уважаемые респонденты!

ВятГУ проводит исследование удовлетворенности услугами санаториев Кировской области. Исследование является анонимным. Вся информация, полученная в ходе исследования, будет использована в общем виде.

<p>1. Отдыхаете ли Вы в санаториях?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Да • Нет <p>2. В каких санаториях Вы отдыхаете?</p> <ul style="list-style-type: none"> • В санаториях Кировской области • В санаториях близлежащих или соседних регионов • В санаториях юга России • В санаториях за рубежом • Другое _____ <p>3. Бывали ли Вы в санаториях Кировской области?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Да • Нет <p>4. Как часто вы отдыхаете в санаториях?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Раз в полгода • Раз в год • Раз в три года • Не отдыхаю • Другое _____ <p>5. Как долго Вы предпочитаете отдыхать в санаториях?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Выходные (1-3 дня) • 4-10 дней • от 14 дней и больше • Другое _____ <p>6. В какое время года Вы отдыхали в санатории?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Зима • Весна • Лето • Осень • Другое _____ <p>7. Вы получили путёвку в санаторий</p> <ul style="list-style-type: none"> • Через профком с места работы • Через систему соцстрахования, Минздрава • За собственные средства • На условиях софинансирования (часть самостоятельно, часть за счёт организации) • Через место работы супруги/супруга • В подарок • Другое _____ 	<p>8. Укажите санаторий Кировской области, в котором Вы отдыхали</p> <p>Другое:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Санаторий Нижне-Ивкино • Санаторий «Колос» • Санаторий «Сосновый бор» • Санаторий «Митино» • Санаторий-профилакторий «Радуга» • Санаторий «Вятские Увалы» • Санаторий «Авитек» • Талицкий детский санаторий • Санаторий-профилакторий «Перекоп» • Санаторий-профилакторий «Солнечный» • Санаторий-профилакторий ВятГУ» • Санаторий-профилакторий «Металлург» • Санаторий для детей с родителями «Лесная Сказка» • Санаторий «Лесная Новь» • Центр реабилитации «МСЧ МВД России по Кировской области» • Быстрицкий туберкулезный санаторий • Другое _____ <p>9. В каком санатории Кировской области Вы отдыхали последний раз _____</p> <p>10. Укажите цель посещения санатория</p> <ul style="list-style-type: none"> • По медицинским показаниям • Отдых • Оздоровление (профилактика) • Смена обстановки • Другое _____ <p>11. Укажите источник, из которого Вы обычно получаете информацию о санаториях?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Реклама в медицинских учреждениях, от медицинского персонала • Реклама на телевидении и радио • Реклама в печатных СМИ (газеты, журналы и т.д.) • Реклама в социальных сетях • Рекомендации знакомых, друзей, родственников • Рекомендации туристских фирм, сервисов по бронированию жилья • Реклама в интернете • Другое _____
--	---

12. Оцените важность параметров при выборе санатория (где 1 - абсолютно неважно, 5 - очень важно). Отметьте только один овал в каждом ряду.

Параметр	1	2	3	4	5
Условия размещения					
Удобства гостей с ограниченными возможностями здоровья					
Организация питания					
Лечебные процедуры					
Развлечения					
СПА и оздоровительный центр					
Экскурсионные услуги					
Детские услуги					
Общественный транспорт					
Парковка					
Услуги инструкторов, тренеров					
Прокат спортивного инвентаря, экипировки и т.д.					
Наличие Wi-Fi					
Вежливый персонал					
Квалифицированные медицинские кадры					
Близость к дому					
Наличие бассейна					
Наличие природных лечебных факторов (лечебная грязь, минеральная вода, климатические условия)					
Цена услуг					
Личный опыт					
Рекомендации знакомых					
Реклама					

13. Оцените полноту и достоверность информации, представленную в различных источниках (где 1 - полностью не соответствует, 5 - полностью соответствует). Отметьте только один овал в каждом ряду.

Источник	1	2	3	4	5
Официальный сайт санатория					
Сайт партнёров (санатории России, сервисы по бронированию)					
Туроператор или турагент					
Социальные сети санатория					
Печатные источники (буклеты, листовки, газеты)					

14. Оцените Вашу удовлетворенность персоналом санатория (где 1 - не удовлетворен, 5 - удовлетворен). Отметьте только один овал в каждом ряду.

Параметр	1	2	3	4	5
Квалифицированность					
Желание помочь					
Отзывчивость					
Внешний вид					
Этичность					

<p>15. Каков минимальный порог суммы, которую Вы готовы потратить за сутки пребывания в санатории по комплексу услуг "всё включено"?</p> <hr/> <p>16. Какую максимальную сумму Вы готовы потратить за сутки пребывания в санатории по комплексу услуг "всё включено"? _____</p> <hr/> <p>17. Где Вы приобрели путёвку?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Через сайт бронирования • Через сайт санатория • Через мобильное приложение санатория • Через турагентство/туроператора • Через ФСС, Минздрав • Через профсоюзную организацию на работе • Подарили • Другое _____ 	<p>18. Отметьте по шкале, как часто вы используете социальные сети, сайт санатория (где 1 - не использую, 5 - очень часто использую) *</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 5px;"> <tr> <td style="width: 20%; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20%; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20%; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20%; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20%; text-align: center;">5</td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p>19. Обладает ли официальный сайт санатория всей необходимой информацией?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Да • Нет • Затрудняюсь ответить <p>20. Размещена ли информация о стоимости и перечне всех услуг, входящих в путевку, на официальном сайте санатория?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Да • Нет • Затрудняюсь ответить <p>21. Удовлетворены ли Вы оказанными услугами в санатории?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Да • Нет • Затрудняюсь ответить 	1	2	3	4	5					
1	2	3	4	5							

22. Оцените удовлетворенность отдельными услугами санатория (где 0 - не пользовались данной услугой, 1 - не удовлетворены, 5 - абсолютно удовлетворены). Отметьте только один овал в каждом ряду.

Параметр	1	2	3	4	5
Условия размещения					
Организация питания					
Лечебные процедуры					
Развлечения					
СПА и оздоровительный центр					
Экскурсионные услуги					
Детские услуги					
Парковка					
Услуги инструкторов, тренеров					
Прокат спортивного инвентаря, экипировки и т.д.					
Наличие Wi-Fi					
Вежливый персонал					
Квалифицированные медицинские кадры					
Бассейна					
Прогулочная зона, территория					
Цена услуг					
Услуги банкоматов					
Объектов торговли					
Транспортные услуги (трансфер)					

<p>23. Оставляли ли Вы комментарий (пожелания, предложения) о санатории в социальных сетях, на сайте санатория и др.?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Да • Нет • Затрудняюсь ответить <p>24. Совпало ли Ваше ожидание с реальностью во</p>	<p>28. Укажите сферу Вашей деятельности</p> <ul style="list-style-type: none"> • Студент • Рабочий • Работник сельского хозяйства • Пенсионер • Предприниматель
--	--

<p>время и после отдыха в санатории?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Да • Нет <p>Затрудняюсь ответить</p> <p>25. Ваши пожелания по развитию санаториев Кировской области _____</p> <p>26. Укажите Ваш пол</p> <ul style="list-style-type: none"> • Женский • Мужской <p>27. Укажите Ваш возраст</p> <ul style="list-style-type: none"> • до 20 лет • 20-29 лет • 30-39 лет • 40-49 лет • 50-59 лет • 60 лет и старше • Другое _____ 	<ul style="list-style-type: none"> • Работник сферы обслуживания • Работник бюджетной сферы (образование, наука, культура, здравоохранение) • Военнослужащий, работник правоохранительных органов • Государственный и муниципальный служащие • Безработный • Другое _____ <p>29. Место проживания</p> <ul style="list-style-type: none"> • Кировская область • Республика Коми • Костромская область • Ямало-Ненецкий АО • Другое _____ <p>30. С кем вы отдыхаете?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Один • Супруг/супруга • Семьей • Другое _____
---	--

Большое спасибо! Ваш ответ очень ценен для нас!

Анкета для проведения факторного анализа

Уважаемый респондент! Оцените, пожалуйста, по 5 балльной шкале степень важности параметров, оказывающих влияние на выбор санаторно-курортной организации.

Оценка производится по 5 балльной шкале
от 1 балла - фактор не оказывает никакого влияния на выбор до 5 баллов фактор оказывает большое влияние на выбор

№ п/п	Параметр оценки	Балл
1	Условия размещения	
2	Удобства гостей с ограниченными возможностями здоровья	
3	Организация питания	
4	Лечебные процедуры	
5	Развлечения	
6	СПА и оздоровительный центр	
7	Экскурсионные услуги	
8	Детские услуги	
9	Общественный транспорт	
10	Парковка	
11	Услуги инструкторов, тренеров	
12	Прокат спортивного инвентаря,	
13	Наличие Wi-Fi	
14	Вежливый персонал	
15	Квалифицированные медицинские кадры	
16	Близость к дому	
17	Наличие бассейна	
18	Наличие природных лечебных факторов	
19	Цена услуг	
20	Личный опыт	
21	Рекомендации знакомых	
22	Реклама	

Спасибо за участие в опросе!

Результаты факторного анализа данных о важности параметров санаторно-курортных услуг при принятии решения о выборе санатория

Анализ для 22 факторов выбора в MINITAB 21

Principal Component Factor Analysis of the Correlation Matrix

Unrotated Factor Loadings and Communalities

Variable	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	Factor6	Factor7	Factor8
Размещ	0,687	0,316	0,362	-0,148	0,059	-0,247	-0,183	-0,110
Инклюзия	0,477	-0,254	0,507	-0,131	-0,175	-0,289	0,033	0,186
питание	0,786	0,339	0,232	-0,200	-0,028	-0,185	0,033	-0,087
Леч проц	0,707	0,481	0,045	-0,195	-0,092	0,030	-0,025	-0,126
Развлеч	0,651	-0,260	-0,154	0,164	0,278	-0,201	0,422	-0,078
СПА	0,719	0,111	-0,041	0,178	0,420	-0,034	0,007	0,218
Экскурс	0,670	-0,314	0,250	-0,026	0,259	0,113	0,056	0,101
Детские усл	0,509	-0,328	0,333	0,382	-0,045	0,372	0,083	0,283
Общ транспорт	0,571	-0,417	0,176	-0,339	-0,186	0,309	-0,055	0,041
Парковка	0,519	-0,171	0,250	0,565	-0,285	-0,155	-0,199	-0,137
Усл инструкторов	0,683	-0,262	0,178	-0,036	0,209	0,255	-0,273	-0,356
Прокат инвентаря	0,659	-0,275	0,012	0,075	0,298	-0,160	-0,159	-0,225
Наличие Wi-Fi	0,609	0,214	0,158	0,204	-0,371	0,079	0,454	-0,213
Вежлив персонал	0,751	0,392	-0,003	0,104	0,120	-0,025	0,033	0,293
Квал Мед Кадры	0,740	0,460	0,044	-0,135	0,075	0,122	0,059	0,153
Близость к дому	0,558	-0,345	-0,220	-0,326	-0,280	-0,209	-0,222	0,258
Бассейн	0,594	0,039	-0,292	0,331	-0,463	-0,044	-0,096	-0,047
Леч факторы	0,753	0,234	-0,206	-0,158	-0,019	0,213	-0,027	-0,058
Цена	0,615	0,251	-0,384	0,151	-0,042	0,287	-0,214	0,035
Личн опыт	0,620	-0,104	-0,459	0,275	0,084	-0,226	-0,123	0,124
Рекоменд знакомых	0,653	-0,343	-0,386	-0,167	0,079	0,001	0,183	-0,232
Реклама	0,641	-0,291	-0,271	-0,357	-0,219	-0,028	0,176	0,067
Variance	9,2777	2,0071	1,5514	1,3298	1,1277	0,8300	0,7629	0,7128
% Var	0,422	0,091	0,071	0,060	0,051	0,038	0,035	0,032
Variable	Factor9	Factor10	Factor11	Factor12	Factor13	Factor14	Factor15	
Размещ	0,084	-0,094	-0,269	-0,008	0,055	0,030	0,050	
Инклюзия	0,304	0,207	0,276	-0,100	-0,178	0,115	-0,025	
питание	0,028	-0,078	-0,189	-0,034	0,027	0,092	-0,004	
Леч проц	0,060	-0,121	0,230	-0,178	0,007	-0,061	0,079	
Развлеч	0,115	0,154	0,027	-0,044	-0,004	-0,209	-0,156	
СПА	0,059	0,051	-0,069	0,293	-0,072	-0,059	0,189	
Экскурс	0,208	-0,312	0,121	0,050	0,210	-0,154	0,127	
Детские усл	-0,159	-0,077	-0,046	-0,193	-0,058	0,151	0,063	
Общ транспорт	0,110	0,221	-0,185	0,135	0,230	0,075	-0,103	
Парковка	-0,177	-0,207	0,043	0,116	-0,103	-0,048	-0,040	
Усл инструкторов	0,041	-0,025	-0,023	0,004	-0,169	-0,115	-0,176	
Прокат инвентаря	-0,339	0,320	0,096	-0,090	0,093	0,051	0,097	
Наличие Wi-Fi	-0,115	0,065	-0,074	-0,073	0,169	-0,090	0,051	
Вежлив персонал	-0,110	0,091	-0,167	0,025	-0,075	0,027	-0,203	
Квал Мед Кадры	-0,237	0,086	0,144	0,063	-0,071	0,037	-0,007	
Близость к дому	-0,264	0,051	-0,005	-0,074	0,086	-0,222	0,080	
Бассейн	0,233	0,165	0,020	0,266	0,004	0,021	0,070	
Леч факторы	-0,072	-0,069	0,345	0,171	0,096	0,099	-0,109	
Цена	0,257	0,155	-0,090	-0,285	-0,107	-0,138	0,082	
Личн опыт	0,104	-0,208	0,012	-0,169	0,234	0,187	-0,156	
Рекоменд знакомых	0,019	-0,050	-0,075	-0,011	-0,147	0,297	0,168	
Реклама	-0,096	-0,263	-0,091	0,044	-0,248	-0,084	-0,049	
Variance	0,6459	0,5914	0,5013	0,4375	0,3938	0,3629	0,2706	
% Var	0,029	0,027	0,023	0,020	0,018	0,016	0,012	

Variable	Factor16	Factor17	Factor18	Factor19	Factor20	Factor21	Factor22
Размещ	-0,107	0,036	0,157	-0,066	0,092	-0,008	0,142
Инклюзия	0,100	-0,047	0,008	-0,003	0,060	-0,019	-0,001
питание	-0,052	-0,021	0,001	0,110	-0,118	-0,100	-0,194
Леч проц	0,007	0,209	-0,096	-0,018	-0,083	0,171	0,006
Развлеч	-0,152	0,067	0,090	0,071	-0,082	0,013	0,040
СПА	0,210	0,139	0,034	0,065	0,035	0,012	-0,028
Экскурс	-0,078	-0,185	-0,089	-0,078	-0,010	-0,008	-0,014
Детские усл	-0,146	0,148	0,068	0,007	0,023	-0,015	-0,023
Общ транспорт	0,101	0,038	0,005	0,011	-0,135	0,063	0,044
Парковка	0,085	-0,105	0,050	0,073	-0,138	0,068	0,042
Усл инструкторов	0,009	0,066	-0,130	0,057	0,136	-0,055	-0,019
Прокат инвентаря	0,020	-0,014	0,013	-0,181	-0,045	-0,011	-0,050
Наличие Wi-Fi	0,170	-0,037	-0,033	0,001	0,144	-0,030	0,004
Вежлив персонал	-0,047	-0,139	-0,099	-0,079	0,069	0,169	-0,042
Квал Мед Кадры	-0,034	-0,048	-0,130	0,043	-0,096	-0,163	0,142
Близость к дому	-0,066	0,000	-0,016	0,149	0,091	0,019	-0,007
Бассейн	-0,201	0,071	-0,096	-0,086	0,020	-0,044	-0,026
Леч факторы	-0,029	-0,046	0,242	0,029	0,086	0,012	-0,045
Цена	0,068	-0,140	0,112	-0,003	-0,055	-0,031	0,003
Личн опыт	0,128	0,077	-0,070	0,002	0,021	-0,069	0,031
Рекоменд знакомых	-0,043	-0,112	-0,056	0,102	0,029	0,087	0,047
Реклама	0,089	0,055	0,052	-0,199	-0,040	-0,056	-0,015
Variance	0,2458	0,2158	0,1945	0,1622	0,1561	0,1270	0,0956
% Var	0,011	0,010	0,009	0,007	0,007	0,006	0,004
Variable	Communality						
Размещ	1,000						
Инклюзия	1,000						
питание	1,000						
Леч проц	1,000						
Развлеч	1,000						
СПА	1,000						
Экскурс	1,000						
Детские усл	1,000						
Общ транспорт	1,000						
Парковка	1,000						
Усл инструкторов	1,000						
Прокат инвентаря	1,000						
Наличие Wi-Fi	1,000						
Вежлив персонал	1,000						
Квал Мед Кадры	1,000						
Близость к дому	1,000						
Бассейн	1,000						
Леч факторы	1,000						
Цена	1,000						
Личн опыт	1,000						
Рекоменд знакомых	1,000						
Реклама	1,000						
Variance	22,0000						
% Var	1,000						

Rotated Factor Loadings and Communalities

Varimax Rotation

Variable	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	Factor6	Factor7	Factor8
Размещ	0,908	0,088	0,080	-0,064	0,094	0,033	-0,144	0,051
Инклюзия	0,201	0,015	-0,028	-0,110	0,058	0,124	-0,919	-0,002
питание	0,773	0,161	0,100	-0,085	0,225	0,027	-0,153	0,088
Леч проц	0,473	0,316	0,231	-0,072	0,230	-0,004	-0,109	0,088
Развлеч	0,089	0,065	0,083	-0,072	0,155	0,092	-0,123	0,178
СПА	0,261	0,142	0,161	-0,028	0,042	0,118	-0,052	0,164
Экскурс	0,198	0,118	0,034	-0,089	0,047	0,224	-0,178	0,124
Детские усл	0,035	0,028	0,066	-0,045	0,132	0,902	-0,130	0,063
Общ транспорт	0,129	0,094	0,056	-0,208	0,094	0,168	-0,190	-0,000
Парковка	0,142	0,030	0,018	-0,068	0,166	0,227	-0,120	0,124
Усл инструкторов	0,222	0,125	0,144	-0,053	0,018	0,154	-0,091	0,039
Прокат инвентаря	0,163	0,103	0,057	-0,180	0,058	0,111	-0,096	0,134
Наличие Wi-Fi	0,243	0,123	0,099	-0,008	0,874	0,146	-0,064	0,021
Вежлив персонал	0,412	0,187	0,225	-0,080	0,160	0,148	-0,048	0,159
Квал Мед Кадры	0,387	0,372	0,173	-0,103	0,201	0,108	-0,058	0,014
Близость к дому	0,101	0,088	0,073	-0,886	0,007	0,045	-0,121	0,135
Бассейн	0,102	0,134	0,226	-0,120	0,172	0,045	-0,071	0,173
Леч факторы	0,234	0,809	0,188	-0,113	0,139	0,032	-0,013	0,140
Цена	0,154	0,158	0,875	-0,075	0,099	0,071	0,034	0,180
Личн опыт	0,104	0,118	0,195	-0,153	0,022	0,073	0,004	0,853
Рекоменд знакомых	0,089	0,138	0,117	-0,150	0,073	0,058	-0,034	0,192
Реклама	0,125	0,145	0,068	-0,326	0,100	0,062	-0,081	0,120
Variance	2,4290	1,1562	1,1404	1,1151	1,1056	1,0969	1,0740	1,0364
% Var	0,110	0,053	0,052	0,051	0,050	0,050	0,049	0,047
Variable	Factor9	Factor10	Factor11	Factor12	Factor13	Factor14	Factor15	
Размещ	0,109	-0,034	-0,077	0,061	0,115	0,135	-0,014	
Инклюзия	0,108	-0,096	-0,156	0,058	0,075	0,039	-0,026	
питание	0,087	-0,103	-0,118	0,066	0,067	0,115	-0,133	
Леч проц	0,014	-0,025	0,006	0,105	0,046	0,079	-0,043	
Развлеч	0,049	-0,843	-0,048	0,103	0,201	0,180	-0,191	
СПА	0,080	-0,202	-0,045	0,102	0,161	0,811	-0,093	
Экскурс	0,107	-0,182	-0,182	-0,005	0,094	0,171	-0,112	
Детские усл	0,210	-0,077	-0,147	0,041	0,091	0,090	-0,045	
Общ транспорт	-0,007	-0,045	-0,860	0,092	0,102	0,037	-0,126	
Парковка	0,880	-0,044	0,007	0,203	0,129	0,063	-0,004	
Усл инструкторов	0,174	-0,124	-0,224	0,036	0,226	0,105	-0,152	
Прокат инвентаря	0,149	-0,204	-0,110	0,030	0,839	0,147	-0,168	
Наличие Wi-Fi	0,173	-0,139	-0,090	0,164	0,051	0,037	-0,062	
Вежлив персонал	0,068	-0,136	-0,024	0,116	0,090	0,269	-0,022	
Квал Мед Кадры	-0,003	-0,047	-0,034	0,066	0,134	0,236	-0,047	
Близость к дому	0,068	-0,060	-0,186	0,109	0,155	0,024	-0,114	
Бассейн	0,220	-0,097	-0,093	0,859	0,028	0,087	-0,106	
Леч факторы	0,043	-0,075	-0,118	0,158	0,108	0,135	-0,145	
Цена	0,020	-0,075	-0,056	0,213	0,052	0,131	-0,096	
Личн опыт	0,138	-0,173	-0,001	0,178	0,128	0,142	-0,167	
Рекоменд знакомых	0,004	-0,213	-0,149	0,123	0,188	0,091	-0,811	
Реклама	0,051	-0,141	-0,175	0,083	0,018	0,060	-0,270	
Variance	1,0330	1,0317	1,0280	1,0160	1,0104	1,0088	0,9665	
% Var	0,047	0,047	0,047	0,046	0,046	0,046	0,044	

Variable	Factor16	Factor17	Factor18	Factor19	Factor20	Factor21	Factor22
Размещ	-0,037	0,116	-0,132	0,094	0,069	-0,014	0,154
Инклюзия	-0,057	0,123	-0,063	0,026	0,048	-0,022	-0,007
питание	-0,115	0,089	-0,080	0,157	0,154	-0,163	-0,319
Леч проц	-0,104	0,090	-0,114	0,096	0,677	-0,155	-0,015
Развлеч	-0,127	0,163	-0,107	0,085	0,017	-0,023	-0,008
СПА	-0,059	0,174	-0,103	0,176	0,051	-0,102	-0,008
Экскурс	-0,106	0,812	-0,185	0,034	0,057	-0,030	-0,006
Детские усл	-0,046	0,161	-0,109	0,078	0,001	-0,040	-0,002
Общ транспорт	-0,147	0,152	-0,178	0,017	-0,001	-0,016	-0,007
Парковка	-0,040	0,085	-0,131	0,037	0,008	-0,001	-0,005
Усл инструкторов	-0,101	0,193	-0,801	0,029	0,074	-0,032	-0,006
Прокат инвентаря	-0,019	0,085	-0,195	0,063	0,029	-0,060	-0,004
Наличие Wi-Fi	-0,079	0,039	-0,015	0,092	0,108	-0,075	-0,010
Вежлив персонал	-0,072	0,044	-0,035	0,706	0,080	-0,176	-0,013
Квал Мед Кадры	-0,090	0,057	-0,059	0,303	0,212	-0,617	-0,021
Близость к дому	-0,231	0,067	-0,040	0,047	0,036	-0,040	-0,005
Бассейн	-0,073	-0,003	-0,030	0,070	0,056	-0,031	-0,004
Леч факторы	-0,143	0,117	-0,119	0,121	0,160	-0,128	-0,010
Цена	-0,056	0,029	-0,113	0,123	0,109	-0,066	-0,006
Личн опыт	-0,106	0,108	-0,033	0,093	0,048	-0,010	-0,006
Рекоменд знакомых	-0,266	0,110	-0,146	0,018	0,029	-0,025	-0,010
Реклама	-0,806	0,106	-0,096	0,056	0,067	-0,046	-0,009
Variance	0,9298	0,9221	0,9031	0,7437	0,6135	0,5126	0,1273
% Var	0,042	0,042	0,041	0,034	0,028	0,023	0,006
Variable	Communality						
Размещ	1,000						
Инклюзия	1,000						
питание	1,000						
Леч проц	1,000						
Развлеч	1,000						
СПА	1,000						
Экскурс	1,000						
Детские усл	1,000						
Общ транспорт	1,000						
Парковка	1,000						
Усл инструкторов	1,000						
Прокат инвентаря	1,000						
Наличие Wi-Fi	1,000						
Вежлив персонал	1,000						
Квал Мед Кадры	1,000						
Близость к дому	1,000						
Бассейн	1,000						
Леч факторы	1,000						
Цена	1,000						
Личн опыт	1,000						
Рекоменд знакомых	1,000						
Реклама	1,000						
Variance	22,0000						
% Var	1,000						

Factor Score Coefficients

Variable	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	Factor6	Factor7	Factor8
Размещ	0,999	-0,021	-0,006	0,012	-0,142	0,116	0,134	-0,003
Инклюзия	-0,164	0,094	0,107	0,094	0,045	-0,101	-1,239	0,089
питание	0,513	-0,013	-0,005	0,006	-0,090	0,073	0,083	-0,009
Леч проц	-0,117	-0,223	-0,132	0,015	-0,156	0,047	0,077	-0,049
Развлеч	0,055	0,049	0,002	-0,033	-0,214	0,003	0,112	-0,153
СПА	-0,116	-0,059	-0,089	-0,083	0,101	-0,044	-0,020	-0,093
Экскурс	-0,089	-0,118	0,056	0,020	0,042	-0,180	0,098	-0,112
Детские усл	0,120	0,084	-0,069	-0,030	-0,151	1,324	0,094	-0,027
Общ транспорт	-0,062	-0,109	-0,012	0,215	-0,126	-0,167	0,163	0,101
Парковка	-0,090	0,023	0,117	0,048	-0,227	-0,266	0,092	-0,160
Усл инструкторов	-0,110	-0,079	-0,161	-0,098	0,146	-0,060	-0,026	0,112
Прокат инвентаря	-0,056	-0,065	0,040	0,232	0,001	-0,031	0,027	-0,091
Наличие Wi-Fi	-0,147	-0,072	-0,042	-0,115	1,403	-0,137	-0,037	0,119
Вежлив персонал	-0,156	-0,077	-0,124	0,022	-0,055	-0,100	-0,006	-0,103
Квал Мед Кадры	-0,025	-0,188	-0,025	0,045	-0,075	-0,054	0,006	0,096
Близость к дому	-0,021	-0,012	-0,040	-1,404	0,120	0,026	0,082	-0,139
Бассейн	0,018	-0,149	-0,257	0,091	-0,147	0,064	0,055	-0,149
Леч факторы	-0,025	1,593	-0,073	0,008	-0,056	0,059	-0,065	-0,081
Цена	-0,017	-0,097	1,395	0,041	-0,040	-0,065	-0,092	-0,196
Личн опыт	-0,014	-0,101	-0,182	0,126	0,110	-0,025	-0,071	1,445
Рекоменд знакомых	-0,011	-0,114	-0,046	-0,009	-0,029	-0,007	-0,031	-0,172
Реклама	-0,010	-0,111	0,036	0,346	-0,056	0,002	0,006	-0,038
Variable	Factor9	Factor10	Factor11	Factor12	Factor13	Factor14	Factor15	
Размещ	-0,078	-0,077	0,051	0,032	-0,053	-0,142	-0,005	
Инклюзия	-0,103	0,147	0,201	-0,070	-0,036	0,032	-0,046	
питание	-0,056	-0,030	0,045	0,024	-0,018	-0,077	0,026	
Леч проц	0,072	-0,062	-0,124	-0,025	0,015	0,032	-0,054	
Развлеч	0,104	-1,487	-0,102	-0,075	-0,244	-0,213	0,195	
СПА	-0,015	0,187	-0,019	-0,062	-0,125	1,546	0,010	
Экскурс	-0,055	0,184	0,148	0,129	0,074	-0,207	0,038	
Детские усл	-0,286	-0,008	0,188	0,078	-0,036	-0,056	0,005	
Общ транспорт	0,216	-0,107	-1,464	-0,135	-0,062	0,022	0,081	
Парковка	1,449	-0,118	-0,230	-0,345	-0,175	-0,021	-0,161	
Усл инструкторов	-0,211	0,079	0,245	0,068	-0,244	-0,013	0,131	
Прокат инвентаря	-0,151	0,242	0,056	0,115	1,502	-0,140	0,243	
Наличие Wi-Fi	-0,218	0,241	0,132	-0,153	-0,001	0,129	0,031	
Вежлив персонал	0,014	0,087	-0,030	-0,019	0,002	-0,213	-0,102	
Квал Мед Кадры	0,064	-0,052	-0,039	0,009	-0,089	-0,139	-0,012	
Близость к дому	-0,047	-0,038	0,236	-0,097	-0,270	0,112	-0,020	
Бассейн	-0,318	0,082	0,133	1,444	0,125	-0,075	0,123	
Леч факторы	0,021	-0,046	0,084	-0,118	-0,054	-0,052	0,102	
Цена	0,117	-0,003	0,009	-0,273	0,049	-0,112	0,056	
Личн опыт	-0,142	0,159	-0,100	-0,145	-0,096	-0,108	0,202	
Рекоменд знакомых	0,126	0,174	0,068	-0,104	-0,212	-0,011	-1,591	
Реклама	-0,042	0,120	0,116	0,034	0,224	-0,004	0,420	
Variable	Factor16	Factor17	Factor18	Factor19	Factor20	Factor21	Factor22	
Размещ	-0,004	-0,099	0,129	-0,389	-0,453	0,087	1,665	
Инклюзия	0,006	-0,144	-0,043	0,031	-0,158	0,011	0,060	
питание	0,005	-0,055	0,067	-0,229	-0,273	0,119	-2,396	
Леч проц	0,071	-0,064	0,117	0,080	1,896	0,385	0,206	
Развлеч	0,133	-0,203	0,088	-0,142	0,110	-0,137	0,167	
СПА	0,009	-0,201	0,011	-0,343	0,092	0,296	-0,144	
Экскурс	0,030	1,524	0,190	0,134	-0,077	-0,059	-0,079	
Детские усл	-0,005	-0,252	0,081	-0,213	0,086	0,155	-0,119	
Общ транспорт	0,134	-0,177	0,309	0,063	0,274	-0,113	0,191	
Парковка	0,058	-0,065	0,283	0,040	0,176	-0,173	0,098	
Усл инструкторов	0,069	-0,181	-1,592	0,089	-0,152	-0,062	-0,133	
Прокат инвентаря	-0,266	0,082	0,284	0,024	0,052	0,191	-0,225	
Наличие Wi-Fi	0,077	0,054	-0,190	-0,088	-0,308	0,173	0,226	

Вежлив персонал	0,038	0,076	-0,049	1,870	0,120	0,664	0,073
Квал Мед Кадры	0,029	0,014	-0,017	-0,364	-0,281	-2,158	0,560
Близость к дому	0,502	-0,024	-0,138	-0,038	-0,019	0,115	-0,041
Бассейн	-0,051	0,155	-0,083	-0,025	-0,031	-0,067	-0,130
Леч факторы	0,103	-0,111	0,073	-0,100	-0,449	0,634	-0,089
Цена	-0,051	0,075	0,204	-0,237	-0,287	0,010	-0,059
Личн опыт	0,035	-0,128	-0,136	-0,176	-0,080	-0,292	0,115
Рекоменд знакомых	0,427	-0,038	0,134	0,157	0,107	-0,033	0,341
Реклама	-1,619	-0,029	0,069	-0,045	-0,100	0,033	0,044

Анализ для 5 главных факторов выбора.

Principal Component Factor Analysis of the Correlation Matrix

Unrotated Factor Loadings and Communalities

Variable	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	Communality
Размещ	0,687	0,316	0,362	-0,148	0,059	0,728
Инклюзия	0,477	-0,254	0,507	-0,131	-0,175	0,597
питание	0,786	0,339	0,232	-0,200	-0,028	0,828
Леч проц	0,707	0,481	0,045	-0,195	-0,092	0,780
Развлеч	0,651	-0,260	-0,154	0,164	0,278	0,619
СПА	0,719	0,111	-0,041	0,178	0,420	0,739
Экскурс	0,670	-0,314	0,250	-0,026	0,259	0,677
Детские усл	0,509	-0,328	0,333	0,382	-0,045	0,624
Общ транспорт	0,571	-0,417	0,176	-0,339	-0,186	0,681
Парковка	0,519	-0,171	0,250	0,565	-0,285	0,763
Усл инструкторов	0,683	-0,262	0,178	-0,036	0,209	0,612
Прокат инвентаря	0,659	-0,275	0,012	0,075	0,298	0,605
Наличие Wi-Fi	0,609	0,214	0,158	0,204	-0,371	0,621
Вежлив персонал	0,751	0,392	-0,003	0,104	0,120	0,743
Квал Мед Кадры	0,740	0,460	0,044	-0,135	0,075	0,785
Близость к дому	0,558	-0,345	-0,220	-0,326	-0,280	0,664
Бассейн	0,594	0,039	-0,292	0,331	-0,463	0,764
Леч факторы	0,753	0,234	-0,206	-0,158	-0,019	0,689
Цена	0,615	0,251	-0,384	0,151	-0,042	0,613
Личн опыт	0,620	-0,104	-0,459	0,275	0,084	0,688
Рекоменд знакомых	0,653	-0,343	-0,386	-0,167	0,079	0,727
Реклама	0,641	-0,291	-0,271	-0,357	-0,219	0,745
Variance	9,2777	2,0071	1,5514	1,3298	1,1277	15,2937
% Var	0,422	0,091	0,071	0,060	0,051	0,695

Rotated Factor Loadings and Communalities

Varimax Rotation

Variable	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	Communality
Размещ	0,766	-0,257	-0,129	0,109	0,216	0,728
Инклюзия	0,256	-0,217	-0,394	0,321	0,476	0,597
питание	0,828	-0,215	-0,246	-0,023	0,189	0,828
Леч проц	0,837	-0,060	-0,194	-0,181	0,073	0,780
Развлеч	0,143	-0,651	-0,218	-0,325	0,145	0,619
СПА	0,473	-0,654	0,029	-0,285	0,079	0,739
Экскурс	0,253	-0,663	-0,310	0,084	0,266	0,677
Детские усл	0,058	-0,432	-0,108	-0,025	0,650	0,624
Общ транспорт	0,176	-0,265	-0,704	0,132	0,257	0,681
Парковка	0,111	-0,218	-0,029	-0,236	0,804	0,763
Усл инструкторов	0,285	-0,605	-0,326	0,011	0,241	0,612
Прокат инвентаря	0,197	-0,673	-0,248	-0,149	0,172	0,605
Наличие Wi-Fi	0,510	0,020	-0,138	-0,245	0,531	0,621
Вежлив персонал	0,718	-0,322	0,002	-0,318	0,152	0,743
Квал Мед Кадры	0,829	-0,219	-0,115	-0,188	0,039	0,785
Близость к дому	0,128	-0,137	-0,758	-0,217	0,090	0,664
Бассейн	0,245	0,035	-0,256	-0,655	0,457	0,764
Леч факторы	0,625	-0,225	-0,330	-0,372	-0,001	0,689
Цена	0,436	-0,172	-0,114	-0,614	0,054	0,613

Личн опыт	0,140	-0,426	-0,185	-0,664	0,107	0,688
Рекоменд знакомых	0,116	-0,467	-0,583	-0,392	-0,049	0,727
Реклама	0,215	-0,193	-0,767	-0,268	0,030	0,745
Variance	4,7121	3,2666	2,8471	2,2929	2,1750	15,2937
% Var	0,214	0,148	0,129	0,104	0,099	0,695

Factor Score Coefficients

Variable	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5
Размещ	0,237	-0,010	0,042	0,203	0,016
Инклюзия	0,037	0,036	-0,154	0,283	0,230
питание	0,243	0,059	-0,025	0,134	-0,011
Леч проц	0,260	0,141	-0,026	0,019	-0,060
Развлеч	-0,100	-0,285	0,061	-0,100	-0,049
СПА	0,051	-0,317	0,223	-0,050	-0,108
Экскурс	-0,025	-0,278	-0,004	0,175	0,014
Детские усл	-0,107	-0,123	0,089	0,045	0,351
Общ транспорт	-0,024	0,045	-0,336	0,184	0,055
Парковка	-0,098	0,049	0,119	-0,104	0,494
Усл инструкторов	-0,014	-0,231	-0,021	0,130	0,003
Прокат инвентаря	-0,064	-0,299	0,041	0,020	-0,042
Наличие Wi-Fi	0,098	0,226	0,008	-0,074	0,302
Вежлив персонал	0,170	-0,055	0,157	-0,069	-0,026
Квал Мед Кадры	0,245	0,017	0,054	0,024	-0,104
Близость к дому	-0,058	0,137	-0,387	-0,046	-0,036
Бассейн	-0,053	0,257	-0,059	-0,354	0,271
Леч факторы	0,133	0,047	-0,075	-0,100	-0,129
Цена	0,047	0,043	0,050	-0,294	-0,047
Личн опыт	-0,112	-0,124	0,053	-0,334	-0,033
Рекоменд знакомых	-0,101	-0,119	-0,208	-0,136	-0,175
Реклама	-0,034	0,109	-0,375	-0,060	-0,096

Анкета для построения карты восприятия санаторно-курортных организаций Кировской области

Уважаемые клиенты, просим Вас оценить следующие утверждения по 10-балльной шкале «согласен - не согласен» по отношению к представленным брендам.

1	2	3	5	6	8	10
Решительно не согласен	Не согласен	И ни то, чтобы да, и ни то, чтобы нет	Не знаю	В чем то согласен	Согласен	Полностью согласен

№ п/п	Утверждения по параметрам оценки	Оценка санаториев по 10 балльной шкале								
		Колос	Нижне-Ивкино	Радуга	Авитек	Лесная Новь	Митино	Вятские Увалы	Сосновый бор	Перекол
1	Качество услуг размещения и питания в санатории находятся на высоком уровне									
2	Услуги санатория имеют оптимальное соотношение цена/качество									
3	На территории санатория расположены объекты дополнительных услуг (торговые точки, банкоматы, предприятия общественного питания, досуга, прокат и т.д.)									
4	В санатории высокое качество обслуживания клиентов									
5	Санаторий имеет хороший, удобный сайт, ведет социальные сети									
6	В санатории высокий уровень цифровизации процессов (бронирование, заселение, назначение лечения, личный кабинет на сайте и т.д.)									
7	В санатории разнообразные лечебные процедуры высокого качества									
8	Санаторий имеет высокий рейтинг надежности									

Исходные данные и результаты анализа данных в программе MINITAB при построении карты восприятия

Таблица 6.1 Исходные данные для анализа.

	С1-Т	С2	С3	С4	С5	С6	С7	С8	С9	С10
	предприятие	РазмПит	ЦенаКач	ДопУсл	КачОбсл	КанПродв	Цифр	ЛечПр	Надеж	
1	Колос	8.45	9.00	6.00	7.80	7.25	5.54	9.00	3.33	
2	Нивкино	9.04	8.73	8.19	9.19	7.75	7.98	9.45	9.99	
3	Радуга	9.25	9.00	9.20	9.40	7.10	6.54	9.00	6.00	
4	Авитек	8.80	9.00	9.67	9.04	7.50	8.85	9.50	9.99	
5	Лесная Новь	9.30	8.80	8.68	9.34	9.25	7.56	8.60	9.99	
6	Митино	8.64	8.31	7.27	8.63	7.25	7.76	8.10	7.33	
7	Вятские увалы	9.00	8.50	8.50	9.20	5.00	6.77	8.50	9.60	
8	Сосновый бор	8.41	8.34	7.63	8.32	5.75	7.56	8.10	9.99	
9	Перекоп	9.45	9.00	9.90	9.43	7.50	5.45	8.00	9.60	
10	Идеал	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	
11										

Главный компонентный факторный анализ корреляционной матрицы

Таблица 6.2 - Нерегулируемые факторные нагрузки и общности

Переменная	Фактор 1	Фактор 2	Общность
РазмПит	0.903	0.065	0.820
ЦенаКач	0.804	-0.482	0.879
ДопУсл	0.825	0.412	0.851
КачОбсл	0.893	0.322	0.901
КанПродв	0.739	-0.405	0.710
Цифр	0.656	-0.019	0.431
ЛечПр	0.659	-0.558	0.745
Надеж	0.520	0.730	0.804
Дисперсия	4.6214	1.5192	6.1405
% Var	0.578	0.190	0.768

Таблица 6.3 Вращающиеся факторные нагрузки и общности

Вращение Varimax

Переменная	Фактор 1	Фактор 2	Общность
РазмПит	0.610	0.670	0.820
ЦенаКач	0.915	0.204	0.879
ДопУсл	0.314	0.867	0.851
КачОбсл	0.425	0.849	0.901
КанПродв	0.815	0.215	0.710
Цифр	0.488	0.438	0.431
ЛечПр	0.862	0.050	0.745
Надеж	-0.126	0.888	0.804
Дисперсия	3.1488	2.9918	6.1405

% Var	0.394	0.374	0.768
-------	-------	-------	-------

Таблица 6.4 Коэффициенты оценки факторов

Переменная	Фактор 1	Фактор 2
РазмПит	0.112	0.166
ЦенаКач	0.345	-0.110
ДопУсл	-0.058	0.320
КачОбсл	-0.006	0.287
КанПродв	0.300	-0.083
Цифр	0.111	0.089
ЛечПр	0.356	-0.168
Надеж	-0.249	0.426

Таблица 8.1 Результаты оценки параметров для расчета индекса текущей инновационной деятельности организаций непроизводственной сферы

Параметры оценки	Колос	Нижне-Ивкино	Митино	Сосновый бор	Перекоп	Вятские Увалы	Радуга	Авитек	Лесная Новь
Экономическое развитие региона/территории	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Образовательный и научный потенциал территории	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Готовность власти поддерживать внедрение инноваций	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Наличие положений об инновационном развитии санаторно-курортной отрасли в стратегиях и программах развития региона	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Участие в кластере	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Научные исследования	1	3	2	3	2	2	2	3	2
Наличие бюджета на реализацию инновационных проектов	1	5	1	4	2	5	1	5	1
Наличие научных публикаций по инновациям в санаторно-курортной сфере, участие в профильных конференциях	2	3	3	4	2	3	1	3	2
Наличие патентов	3	3,5	4	5	1	1	1	1,5	1,5
Продуктовые инновации:	2,75	4	5	1,75	3,75	3,35	2	4,75	1
Маркетинговые инновации	2,43	3,71	3,57	2,00	3,57	2,4	3	3,71	3,2
Организационные инновации	2,6	3,6	4,8	3,2	2,3	3,1	3,2	4,2	3,1
Процессные инновации	3,00	3,67	4,50	3,67	2,6	3,2	3,5	4,1	3,6
Благоприятный социально-психологический климат в коллективе	3	4,2	3,6	4,1	3,8	4,3	3,9	3,9	3,12
Корпоративная культура	2	3,5	3,7	4,2	2,8	3,8	3,4	3,7	4,2
Наличие мотивации для внедрения инноваций, стремление к изменениям	3	3,5	3,6	4,1	3,1	3,4	3,4	4,1	2,9
Высокая компетентность персонала	3	4,1	4,5	4,6	4,2	4,9	4,6	4,6	4,8
Информационная открытость, развитие коммуникации между подразделениями	3	3,5	3,8	3,8	3,9	4,6	4,3	4,1	4,1
Наличие сильной позиции первого лица	2	4,1	4,2	4,8	2,8	4,7	3,5	4,8	4,2
Единство интересов персонала и руководства	3	4,3	3,6	4,6	3,6	4,3	2,6	3,7	3,8
Наличие и проработанность стратегического плана развития организации	1	4,6	4,1	4,6	3,4	4,8	2,1	4,6	3,9
Клиенториентированность	3	4,8	4,8	4,1	4,6	4,4	4,2	4,7	4
Наличие бюджета на развитие	1	5	1	4	2	3	1	5	3

Таблица 9.1 - Результаты расчетов комплексного индекса текущей инновационной деятельности

Группы показателей	Параметры оценки	важность	нормированная важность до 1	Колос	Нижне - Ивкино	Митино	Сосновый бор	Перекоп	Вятские Увалы	Радуга	Авитек	Лесная Новь
Социально-экономические условия инновационной деятельности	Экономическое развитие региона/территории	45	0,211	0,422	0,422	0,422	0,422	0,422	0,422	0,422	0,422	0,422
	Образовательный и научный потенциал территории	44	0,207	0,828	0,828	0,828	0,828	0,828	0,828	0,828	0,828	0,828
	Готовность власти поддерживать внедрение инноваций	43	0,202	0,808	0,808	0,808	0,808	0,808	0,808	0,808	0,808	0,808
	Наличие положений об инновационном развитии санаторно-курортной отрасли в стратегиях и программах развития региона	45	0,211	0,844	0,844	0,844	0,844	0,844	0,844	0,844	0,844	0,844
	Участие в кластере	36	0,169	0,169	0,169	0,169	0,169	0,169	0,169	0,169	0,169	0,169
	сумма		213	1,000	3,071	3,071	3,071	3,071	3,071	3,071	3,071	3,071
Научно-технический потенциал	Научные исследования	46	0,309	0,309	0,927	0,618	0,927	0,618	0,618	0,618	0,927	0,618
	Наличие бюджета на реализацию инновационных проектов	45	0,302	0,302	1,510	0,302	1,208	0,604	1,510	0,302	1,510	0,302
	Наличие научных публикаций по инновациям в санаторно-курортной сфере, участие в профильных конференциях	23	0,154	0,308	0,462	0,462	0,616	0,308	0,462	0,154	0,462	0,308
	Наличие патентов	35	0,235	0,705	0,823	0,940	1,175	0,235	0,235	0,235	0,353	0,353
сумма		149	1,000	1,624	3,722	2,322	3,926	1,765	2,825	1,309	3,252	1,581
Уровень инновационной активности	Продуктовые инновации:	41	0,247	0,679	0,988	1,235	0,432	0,926	0,827	0,494	1,173	0,247
	Маркетинговые инновации	43	0,259	0,629	0,962	0,925	0,518	0,925	0,622	0,777	0,962	0,829
	Организационные инновации	42	0,253	0,658	0,911	1,214	0,810	0,582	0,784	0,810	1,063	0,784
	Процессные инновации	40	0,241	0,723	0,884	1,085	0,884	0,627	0,771	0,844	0,988	0,868
сумма		166	1,000	2,689	3,744	4,459	2,644	3,060	3,005	2,924	4,186	2,728

Уровень готовности к внедрению инноваций	Благоприятный социально-психологический климат в коллективе	42	0,101	0,303	0,424	0,364	0,414	0,384	0,434	0,394	0,394	0,315
	Корпоративная культура	28	0,067	0,134	0,235	0,248	0,281	0,188	0,255	0,228	0,248	0,281
	Наличие мотивации для внедрения инноваций, стремление к изменениям	44	0,106	0,318	0,371	0,382	0,435	0,329	0,360	0,360	0,435	0,307
	Высокая компетентность персонала	46	0,111	0,333	0,455	0,500	0,511	0,466	0,544	0,511	0,511	0,533
	Информационная открытость, развитие коммуникации между подразделениями	47	0,113	0,339	0,396	0,429	0,429	0,441	0,520	0,486	0,463	0,463
	Наличие сильной позиции первого лица	43	0,103	0,206	0,422	0,433	0,494	0,288	0,484	0,361	0,494	0,433
	Единство интересов персонала и руководства	36	0,087	0,261	0,374	0,313	0,400	0,313	0,374	0,226	0,322	0,331
	Наличие и проработанность стратегического плана развития организации	39	0,094	0,094	0,432	0,385	0,432	0,320	0,451	0,197	0,432	0,367
	Клиенториентированность	44	0,106	0,318	0,509	0,509	0,435	0,488	0,466	0,445	0,498	0,424
	Наличие бюджета на развитие	47	0,113	0,113	0,565	0,113	0,452	0,226	0,339	0,113	0,565	0,339
	сумма	416	1,000	2,419	4,183	3,675	4,284	3,442	4,228	3,321	4,362	3,793

Таблица 10.1 Состав и структура экспертной группы

Категории экспертов	Численность, чел.	В том числе								
		Образование	Стаж, лет			Сфера деятельности				
			высшее	до 3-х	от 3 до 8	более 8	Пищевая промышленность	Сельское хозяйство	Сфера оптовой и розничной	Сфера услуг
Научные работники	3	3	-	2	1	-	-	-	1	2
Руководители предприятий	8	8	-	3	5	1	2	-	3	2
Специалисты финансово-экономической службы	2	2	-	-	2	2	-	-	-	-
Менеджеры высшего звена	9	9	2	2	5	2	4	3	-	-
Менеджеры гос.управления	4	4	-	2	2	2	1	-	-	1
Итого	26	26	2	9	15	7	7	3	4	5

Таблица 11.1. Матрица парных сравнений для определения весовых коэффициентов

1. Определения весовых коэффициентов факторов внешней среды													
	A ₁	A ₂	A ₃	A ₄	Сумма	Коэф-фициент		A ₅	A ₆	A ₇	A ₈	Сумма	Коэффи-циент
Политико-правовые факторы							Социальные факторы						
A ₁	1	3,37	1,8	12,11	18,28	0,389	A ₅	1	7,25	5,25	7,34	20,84	0,383
A ₂	3,16	1	4,07	5			A ₆	5,38	1	0,49	1,82	8,69	0,160
A ₃	3,40	1,78	1	2,05	13,22	0,281	A ₇	7,67	3,67	1	0,47	12,80	0,235
A ₄	3,11	0,45			8,23	0,175	A ₈	4,05	3,40	3,67	1,00	12,11	0,222
Ито го	-	-	-	-	47,02	1,00	-	-	-	-	-	54,45	1
Технологические факторы							Экономические факторы						
	A ₉	A ₁₀	A ₁₁	A ₁₂	Сумма	Коэф-фициент		A ₁₃	A ₁₄	A ₁₅	A ₁₆	Сумма	Коэф-фициент
A ₉	1	7,667	3,37	4,037	16,0733	0,388	A ₁₃	1	5,44	1,843	4,333	12,620	0,366
A ₁₀					3		A ₁₄	1,08	1,00	1,083	1,667	4,833	0,140
A ₁₁	0,14	1,000	1,157	2,713	5,01	0,121	A ₁₅	2,73	5,44	1,000	5,667	14,843	0,430
A ₁₂	3,157	3,443	1	5,667	13,267	0,320	A ₁₆	0,27	0,78	0,180	1,000	2,223	0,064
Ито го	-	-	-	-	41,42	1,00	-	-	-	-	-	34,52	1,00
Природно-географические факторы							Культурные факторы						
	A ₁₇	A ₁₈	A ₁₉	A ₂₀	Сумма	Коэф-фициент		A ₂₁	A ₂₂	A ₂₃	A ₂₄	Сумма	Коэф-фициент
A ₁₇	1	0,703	0,447	2,437	4,587	0,128	A ₂₁	1,00	4,33	5,00	1,44	11,78	0,354
A ₁₈	3,667	1,000	0,193	2,703	7,563	0,211	A ₂₂	0,45	1,00	2,70	0,71	4,86	0,146
A ₁₉	4,000	6,333	1,000	3	14,333	0,399	A ₂₃	0,44	3,18	1,00	3,16	7,77	0,234
A ₂₀	4,713	3,177	0,510	1	9,400	0,262	A ₂₄	1,44	3	3,37	1	8,81	0,265
Ито го	-	-	-	-	35,883	1,00	-	-	-	-	-	33,22	1,00
2. Определения весовых коэффициентов факторов внутренней среды													
	B ₁	B ₂	B ₃	B ₄	Сумма	Коэф-фициент		B ₅	B ₆	B ₇	B ₈	Сумма	Коэффи-циент
Кадры							Инфраструктура						
B ₁	1	4,07	7,00	1,67	13,73	0,356	B ₅	1	2,33	3,00	4,33	10,67	0,332
B ₂	1,81	1,00	7,67	0,48	10,96	0,284	B ₆	0,733	1,00	5,67	3,00	10,40	0,324
B ₃	0,15	0,14	1,00	0,19	1,48	0,038	B ₇	0,713	0,21	1,00	4,04	5,96	0,186
B ₄	0,78	4,33	6,33	1	12,44	0,322	B ₈	0,48	0,51	3,11	1	5,10	0,159
Ито го	-	-	-	-	38,62	1,00	-	-	-	-	-	32,13	1,00
Организационно-управленческие факторы							Процесс						
	B ₉	B ₁₀	B ₁₁	B ₁₂	Сумма	Коэф-фициент		B ₁₃	B ₁₄	B ₁₅	B ₁₆	Сумма	Коэффи-циент
B ₉	1	4,11	0,17	0,12	5,4	0,127	B ₁₃	1,000	3,11	3,11	3,18	10,40	0,261
B ₁₀	1,15	1,00	0,49	1,74	4,38	0,103	B ₁₄	4,037	1,00	3,38	5,00	13,42	0,337
B ₁₁	6,33	3,67	1,00	1,77	12,77	0,299	B ₁₅	4,037	2,70	1,00	3,67	11,41	0,286
B ₁₂	8,33	6,07	4,73	1	20,13	0,472	B ₁₆	2,703	0,44	0,49	1	4,63	0,116
Ито го	-	-	-	-	42,68	1,00	-	-	-	-	-	39,86	1,00
Маркетинговые факторы							Клиенториентированность						
	B ₁₇	B ₁₈	B ₁₉	B ₂₀	Сумма	Коэф-фициент		B ₂₁	B ₂₂	B ₂₃	B ₂₄	Сумма	Коэф-фициент
B ₁₇	1,00	3,40	3,67	0,15	8,22	0,225	B ₂₁	1	1,81	0,12	0,45	3,38	0,084
B ₁₈	1,82	1,00	2,04	0,21	5,07	0,139	B ₂₂	4,07	1,00	0,19	0,48	5,74	0,142
B ₁₉	0,49	3,22	1,00	0,19	4,90	0,134	B ₂₃	8,33	6,33	1,00	5,67	21,33	0,529
B ₂₀	5,40	5,67	6,33	1,00	18,40	0,503	B ₂₄	4,33	4,33	0,20	1,00	9,87	0,245
Ито го	-	-	-	-	36,59	1,00	-	-	-	-	-	40,323	1,00
3. Определения весовых коэф-тов факторов окупаемости затрат на реализацию стратегий													
	I ₁	I ₂	I ₃	I ₄	I ₅	I ₆	Сумма	Коэф-фициент					
I ₁	1	3,44	3	5,67	0,48	0,213	19,470	0,163					
I ₂	1,13	1,00	5	6,33	0,48	0,777	21,057	0,176					
I ₃	0,51	0,22	1	3,18	0,12	3,083	11,290	0,094					
I ₄	0,20	0,19	2,70	1,00	2,47	0,193	7,760	0,065					
I ₅	4,33	1,37	8,33	6,33	1,00	5,667	33,370	0,279					
I ₆	5,67	1,67	5,37	6,33	0,42	1,000	26,787	0,224					
Итого							119,733	1					

Таблица 12.1. Выбор альтернативных стратегий на основе экспертных оценок

Факторы		Стратегии развития предприятия							
Обозначение	k	C ₁		C ₂		C ₃		C ₄	
		балл	значение	балл	значение	балл	значение	балл	значение
A ₁	0,389	5	1,945	4	1,556	5	1,945	3	1,167
A ₂	0,281	6	1,686	6	1,686	6	1,686	4	1,124
A ₃	0,175	3	0,525	5	0,875	4	0,7	2	0,35
A ₄	0,155	8	1,24	3	0,465	5	0,775	3	0,465
A _{nn}	0,191	1,031	5,396	0,875	4,582	0,975	5,106	0,593	3,106
A ₅	0,383	6	2,298	5	1,915	4	1,532	5	1,915
A ₆	0,16	3	0,48	7	1,12	3	0,48	6	0,96
A ₇	0,235	4	0,94	8	1,88	3	0,705	4	0,94
A ₈	0,222	2	0,444	7	1,554	2	0,444	7	1,554
A _{en}	0,211	0,878	4,162	1,365	6,469	0,667	3,161	1,133	5,369
A ₉	0,388	7	2,716	3	1,164	5	1,94	3	1,164
A ₁₀	0,121	6	0,726	4	0,484	6	0,726	5	0,605
A ₁₁	0,32	8	2,56	5	1,6	6	1,92	6	1,92
A ₁₂	0,171	8	1,368	4	0,684	6	1,026	4	0,684
A _{мex}	0,168	1,238	7,37	0,661	3,932	0,943	5,612	0,735	4,373
A ₁₃	0,366	5	1,83	5	1,83	7	2,562	2	0,732
A ₁₄	0,14	3	0,42	4	0,56	6	0,84	4	0,56
A ₁₅	0,43	3	1,29	8	3,44	4	1,72	3	1,29
A ₁₆	0,064	3	0,192	8	0,512	5	0,32	3	0,192
A _{эк}	0,14	-1,497	3,732	-2,928	6,342	-2,264	5,442	-1,285	2,774
A ₁₇	0,128	3	0,384	4	0,512	3	0,384	4	0,512
A ₁₈	0,211	5	1,055	3	0,633	4	0,844	4	0,844
A ₁₉	0,399	5	1,995	5	1,995	5	1,995	3	1,197
A ₂₀	0,262	6	1,572	4	1,048	4	1,048	4	1,048
A _{нz}	0,146	0,731	5,006	0,611	4,188	0,624	4,271	0,526	3,601
A ₂₁	0,354	6	2,124	4	1,416	5	1,77	4	1,416
A ₂₂	0,146	5	0,73	2	0,292	3	0,438	4	0,584
A ₂₃	0,234	7	1,638	5	1,17	4	0,936	3	0,702
A ₂₄	0,265	5	1,325	4	1,06	5	1,325	4	1,06
A _к	0,135	0,785	5,817	0,532	3,938	0,603	4,469	0,508	3,762
A _i	-	5,186	-	4,932	-	4,574	-	3,883	-
B ₁	0,356	5	1,78	7	1,778	4	1,016	5	1,27
B ₂	0,284	7	1,988	8	2,056	3	0,771	3	0,771
B ₃	0,038	8	0,304	6	1,842	5	1,535	4	1,228
B ₄	0,322	7	2,254	7	1,274	3	0,546	4	0,728
B _к	0,168	1,063	6,326	1,168	6,95	0,650	3,868	0,671	3,997
B ₅	0,332	2	0,664	5	0,775	5	0,775	6	0,93
B ₆	0,324	3	0,972	4	1,372	6	2,058	5	1,715
B ₇	0,186	3	0,558	4	0,74	5	0,925	4	0,74
B ₈	0,159	4	0,636	3	0,951	7	2,219	6	1,902
B _и	0,14	0,396	2,830	0,537	3,838	0,837	5,977	0,740	5,287
B ₉	0,127	6	0,762	5	1,25	3	0,75	2	0,5
B ₁₀	0,103	5	0,515	3	1,035	5	1,725	4	1,38
B ₁₁	0,299	5	1,495	3	0,552	4	0,736	3	0,552
B ₁₂	0,472	4	1,888	2	0,442	3	0,663	3	0,663
B _{оу}	0,253	1,179	4,660	0,830	3,279	0,980	3,874	0,783	3,095
B ₁₃	0,261	4	1,044	5	0,755	5	0,755	8	1,208
B ₁₄	0,337	5	1,685	4	1,2	2	0,6	4	1,2
B ₁₅	0,286	3	0,858	7	2,254	6	1,932	6	1,932
B ₁₆	0,116	2	0,232	7	1,589	2	0,454	3	0,681
B _н	0,173	0,661	3,819	1,003	5,798	0,647	3,741	0,869	5,021
B ₁₇	0,225	7	1,575	7	1,575	7	1,575	4	0,9
B ₁₈	0,139	8	1,112	5	0,695	5	0,695	6	0,834
B ₁₉	0,134	6	0,804	6	0,804	6	0,804	8	1,072
B ₂₀	0,503	5	2,515	5	2,515	8	4,024	7	3,521
B _м	0,159	0,955	6,006	0,889	5,589	1,129	7,098	1,006	6,327
B ₂₁	0,084	4	0,336	4	0,336	4	0,336	5	0,42
B ₂₂	0,142	5	0,71	6	0,852	5	0,71	6	0,852
B ₂₃	0,529	6	3,174	6	3,174	3	1,587	5	2,645
B ₂₄	0,245	5	1,225	5	1,225	5	1,225	2	0,49
B _{кл}	0,175	0,953	5,445	0,978	5,587	0,675	3,858	0,771	4,407
B _i	-	4,252	-	4,426	-	4,918	-	4,841	-

K_1	0,168	5	0,84	5	0,84	5	0,84	5	0,84
K_2	0,351	7	2,457	7	2,457	8	2,808	7	2,457
K_3	0,364	6	2,184	6	2,184	9	3,276	6	2,184
K_4	0,117	4	0,468	4	0,468	5	0,585	4	0,468
K_5	0,119	0,708	5,949	0,708	5,949	0,894	7,509	0,676	5,680
K_6	0,031	5	0,155	5	0,155	7	0,217	5	0,155
K_6	0,01	6	0,06	6	0,06	9	0,09	6	0,06
K_7	0,4	4	1,6	4	1,6	5	2	4	1,6
K_8	0,19	3	0,57	3	0,57	4	0,76	3	0,57
K_{20}	0,181	0,432	2,385	0,432	2,385	0,555	3,067	0,432	2,385
K_9	0,29	6	1,74	6	1,74	6	1,74	6	1,74
K_{10}	0,2	5	1	4	0,8	4	0,8	4	0,8
K_{11}	0,36	5	1,8	4	1,44	5	1,8	5	1,8
K_{12}	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45	4	0,6
K_{ϕ}	0,105	0,524	4,990	0,465	4,430	0,503	4,790	0,519	4,940
K_{13}	0,326	6	1,956	6	1,956	6	1,956	6	1,956
K_{14}	0,212	5	1,06	5	1,06	7	1,484	6	1,272
K_{15}	0,236	6	1,416	6	1,416	8	1,888	5	1,18
K_{16}	0,226	4	0,904	6	1,356	8	1,808	4	0,904
$K_{c\bar{b}}$	0,138	0,736	5,336	0,799	5,788	0,985	7,136	0,733	5,312
K_{17}	0,109	8	0,872	7	0,763	8	0,872	4	0,436
K_{18}	0,217	7	1,519	6	1,302	9	1,953	5	1,085
K_{19}	0,326	5	1,63	7	2,282	9	2,934	6	1,956
K_{20}	0,347	7	2,429	6	2,082	9	3,123	8	2,776
K_{ψ}	0,181	1,167	6,450	1,164	6,429	1,608	8,882	1,132	6,253
K_{21}	0,356	8	2,848	5	1,78	6	2,136	4	1,424
K_{22}	0,198	4	0,792	6	1,188	7	1,386	5	0,99
K_{23}	0,297	4	1,188	4	1,188	8	2,376	6	1,782
K_{24}	0,265	7	1,855	7	1,855	7	1,855	7	1,855
K_{μ}	0,277	1,851	6,683	1,665	6,011	2,148	7,753	1,676	6,051
K_i	-	5,419	-	5,232	-	6,692	-	5,167	-
I_1	0,163	4	0,652	5	0,815	4	0,652	6	0,978
I_2	0,176	6	1,056	7	1,232	6	1,056	5	0,88
I_3	0,094	3	0,282	4	0,376	4	0,376	4	0,376
I_4	0,065	5	0,325	5	0,325	4	0,26	7	0,455
I_5	0,279	4	1,116	8	2,232	5	1,395	7	1,953
I_6	0,224	4	0,896	6	1,344	6	1,344	5	1,12
I_i			4,327	-	6,324	-	5,083	-	5,762
C_i $C_i = 0,358 A_i + 0,335 B_i + 0,133 K_i + 0,174 I_i$			$C_1 = 0,358*5,186 + 0,335*4,252 + 0,133*5,419 + 0,174*4,327 = 4,754$						
			$C_2 = 0,358*4,932 + 0,335*4,426 + 0,133*5,232 + 0,174*6,324 = 5,045$						
			$C_3 = 0,358*4,574 + 0,335*4,918 + 0,133*6,692 + 0,174*5,083 = 5,059$						
			$C_4 = 0,358*3,883 + 0,335*4,841 + 0,133*5,167 + 0,174*5,762 = 4,701$						
Ранги			3	-	2	-	1	-	4

Результаты оценки готовности к внедрению инноваций

Параметры оценки	Колос	Нижне-Ивкино	Митино	Сосновый бор	Перекоп	Вятские Увалы	Радуга	Авитек	Лесная Новь
Благоприятный социально-психологический климат в коллективе	3,1	4,2	3,6	4,1	3,8	4,3	3,9	3,9	3,12
Корпоративная культура	2,2	3,5	3,7	4,2	2,8	3,8	3,4	3,7	4,2
Наличие мотивации для внедрения инноваций, стремление к изменениям	3,2	3,5	3,6	4,1	3,1	3,4	3,4	4,1	2,9
Высокая компетентность персонала	3,6	4,1	4,5	4,6	4,2	4,9	4,6	4,6	4,8
Информационная открытость, развитые коммуникации между подразделениями	3,1	3,5	3,8	3,8	3,9	4,6	4,3	4,1	4,1
Наличие сильной позиции первого лица	2,8	4,1	4,2	4,8	2,8	4,7	3,5	4,8	4,2
Единство интересов персонала и руководства	3,2	4,3	3,6	4,6	3,6	4,3	2,6	3,7	3,8
Наличие и проработанность стратегического плана развития организации	1,9	4,6	4,1	4,6	3,4	4,8	2,1	4,6	3,9
Клиенториентированность	3,6	4,8	4,8	4,1	4,6	4,4	4,2	4,7	4
Наличие бюджета на развитие	1	5	1	4	2	3	1	5	3

Исходные данные по динамике показателей конкурентоспособности организаций санаторно-курортного рынка Кировской области

Таблица 14.1 Выручка санаторно-курортных организаций, тыс.руб

Год	НИВК	Колос	ЛНовь	Митино	Перекоп	Авитек	Радуга
2016	519392	73313	181702	130 746	30781	85144	54507,2
2017	479139	71226	169177	129 686	26490	75228	47269
2018	471014	59912	174847	129 478	40212	99380	64476
2019	485794	65455	166130	124 919	50042	108274	62947
2020	296730	77437	128385	115 533	34539	86941	45302

Таблица 14.2 Затраты санаторно-курортных организаций, тыс.руб

Год	НИВК	Колос	ЛНовь	Митино	Перекоп	Авитек	Радуга
2017	409356	71052	163088	127 982,00	34153	66601	47109
2018	400189	63400	160745	132 644,00	39317	80247	64498
2019	407875	61012	157446	127 872,00	45518	85763	61708
2020	303626	65334	126631	127 225,00	31844	79712	48819

Таблица 14.3 Текущая ликвидность (норма более 200%)

Год	НИВК	Колос	ЛНовь	Митино	Перекоп	Авитек	Радуга
2017	227,57%	62,88%	155,96%	35,74%	35,98%	394,27%	88,21%
2018	211,37%	29,17%	181,76%	33,28%	19,42%	312,10%	69,74%
2019	245,87%	31,07%	208,22%	28,40%	44,00%	276,90%	70,44%
2020	192,74%	31,28%	268,38%	30,56%	16,16%	237,96%	49,12%

Таблица 14.4 Обеспеченность собственными оборотными средствами, %

Год	НИВК	Колос	ЛНовь	Митино	Перекоп	Авитек	Радуга
2017	63,47%	-168,57%	45,04%	-160,34%	-177,95%	77,71%	-13,36%
2018	59,22%	-495,54%	56,29%	-184,05%	-414,81%	74,10%	-43,39%
2019	64,78%	-619,50%	59,67%	-209,89%	-127,23%	68,59%	-41,97%
2020	45,28%	-479,38%	53,02%	-200,19%	-464,47%	62,36%	-103,60%

Таблица 14.5. Оценка финансового состояния

Год	НИВК	Колос	ЛНовь	Митино	Перекоп	Авитек	Радуга
2017	1,9	-0,4	1	-1,00	-	1,8	-1,2
2018	1,8	-1,7	1,3	-1,40	-	1,7	-1,3
2019	1,9	-1,7	1,3	-1,40	-	1,4	-1
2020	0,7	-0,8	1,3	-1,40	-	1,7	-0,9

Результаты корреляционно-регрессионного анализа.
Regression Analysis: y versus x1; x2; x3; x4; x5

Regression Equation

$$y = -343 + 0,143 x_1 + 87,4 x_2 + 74,7 x_3 - 0,0753 x_4 - 0,0415 x_5$$

Coefficients

Term	Coef	SE Coef	95% CI	T-Value	P-Value	VIF
Constant	-343	1577	(-3909; 3223)	-0,22	0,833	
x1	0,143	0,376	(-0,707; 0,993)	0,38	0,712	5,48
x2	87,4	30,9	(17,5; 157,3)	2,83	0,020	2,74
x3	74,7	19,1	(31,5; 117,9)	3,91	0,004	13,82
x4	-0,0753	0,0323	(-0,1484; -0,0021)	-2,33	0,045	4,64
x5	-0,0415	0,0129	(-0,0707; -0,0124)	-3,22	0,010	10,78

Model Summary

S	R-sq	R-sq(adj)	PRESS	R-sq(pred)	AICc	BIC
115,259	85,22%	77,01%	448461	44,56%	207,32	196,28

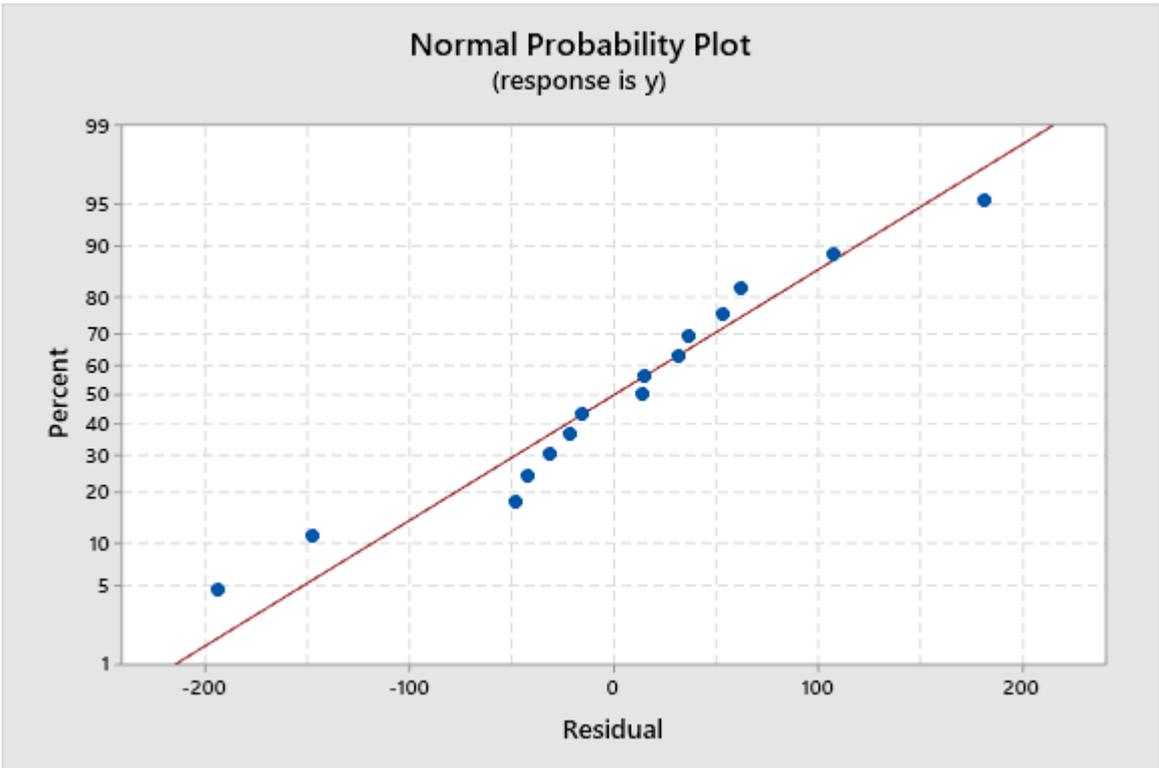
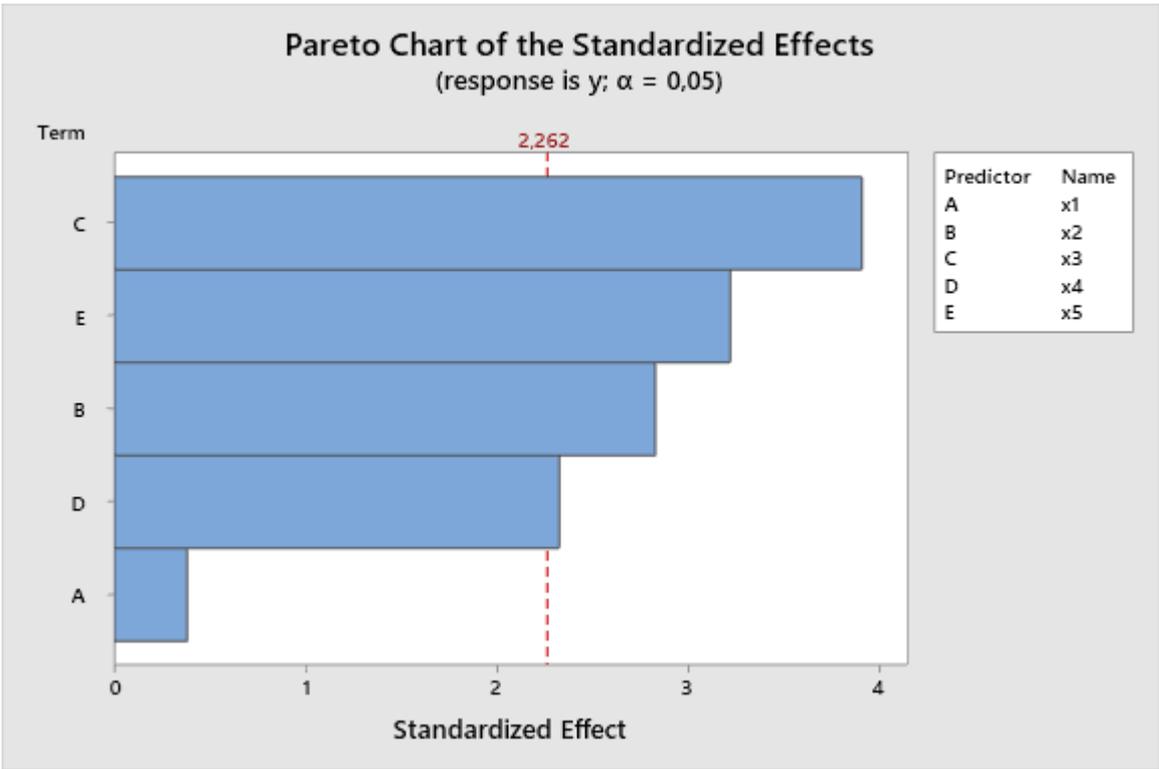
Analysis of Variance

Source	DF	Seq SS	Contribution	Adj SS	Adj MS	F-Value	P-Value
Regression	5	689326	85,22%	689326	137865	10,38	0,002
x1	1	321906	39,80%	1935	1935	0,15	0,712
x2	1	56	0,01%	106346	106346	8,01	0,020
x3	1	4744	0,59%	203223	203223	15,30	0,004
x4	1	224680	27,78%	72014	72014	5,42	0,045
x5	1	137940	17,05%	137940	137940	10,38	0,010
Error	9	119562	14,78%	119562	13285		
Total	14	808888	100,00%				

Fits and Diagnostics for All Observations

Obs	y	Fit	SE Fit	95% CI	Resid	Std Resid	Del Resid	HI
1	817,8	764,3	103,5	(530,1; 998,4)	53,6	1,06	1,06	0,806656
2	955,2	997,3	63,9	(852,8; 1141,8)	-42,1	-0,44	-0,42	0,307087
3	1126,9	1090,6	90,3	(886,4; 1294,8)	36,3	0,51	0,48	0,613315
4	1209,4	1195,0	52,1	(1077,2; 1312,7)	14,4	0,14	0,13	0,204024
5	1207,6	1356,0	52,7	(1236,9; 1475,1)	-148,4	-1,45	-1,56	0,208725
6	1314,1	1335,9	43,3	(1237,9; 1433,9)	-21,8	-0,20	-0,19	0,141268
7	1453,0	1391,0	45,1	(1288,9; 1493,0)	62,0	0,58	0,56	0,153235
8	1453,2	1421,7	48,4	(1312,2; 1531,3)	31,4	0,30	0,28	0,176524
9	1533,4	1564,5	71,1	(1403,6; 1725,3)	-31,1	-0,34	-0,33	0,380602
10	1551,3	1537,6	76,0	(1365,8; 1709,5)	13,7	0,16	0,15	0,434465
11	1579,3	1471,6	68,6	(1316,3; 1626,8)	107,7	1,16	1,19	0,354465
12	1196,6	1212,0	108,3	(967,1; 1456,9)	-15,4	-0,39	-0,37	0,882353
13	1227,1	1275,5	70,9	(1115,1; 1435,8)	-48,4	-0,53	-0,51	0,378227
14	1274,9	1092,9	78,9	(914,4; 1271,4)	182,0	2,17	2,95	0,468906
15	867,2	1061,1	80,7	(878,6; 1243,7)	-193,9	-2,36	-3,59	0,490149

Obs	Cook's D	DFITS
1	0,78	2,17495
2	0,01	-0,27869
3	0,07	0,61013
4	0,00	0,06700
5	0,09	-0,79996
6	0,00	-0,07834
7	0,01	0,23914
8	0,00	0,13183
9	0,01	-0,25528
10	0,00	0,13080
11	0,12	0,88182
12	0,19	-1,01418
13	0,03	-0,39771
14	0,69	2,77487 R
15	0,89	-3,51917 R



Прогноз изменения доходов санаторно-курортных организаций Кировской области под воздействием фактора инновационного развития

Таблица 16.1 Оценка прогнозных значений переменной y при изменении на 1% переменной x_1

наблюдения	y		x_1		x_2		x_3		x_4		x_5	
1	817,8299	-343	3967	0,143	3,1	87,4	5,8856	74,7	975,4	-0,0753	2377,9	-0,0415
2	955,1843	-343	3830	0,143	6,5	87,4	7,4074	74,7	1122	-0,0753	5920	-0,0415
3	1126,931	-343	3884	0,143	8,6	87,4	10,3704	74,7	3318,1	-0,0753	9629,8	-0,0415
4	1209,373	-343	3647	0,143	6	87,4	11,2454	74,7	1375,4	-0,0753	5923,2	-0,0415
5	1207,609	-343	3613	0,143	6,6	87,4	13,3309	74,7	1181	-0,0753	7295,6	-0,0415
6	1314,072	-343	3603	0,143	7,2	87,4	14,675	74,7	2162,5	-0,0753	9646,6	-0,0415
7	1452,978	-343	3595	0,143	7,2	87,4	16,7326	74,7	3194	-0,0753	10126	-0,0415
8	1453,153	-343	3594	0,143	6,8	87,4	17,364	74,7	3119	-0,0753	9811,7	-0,0415
9	1533,354	-343	3579	0,143	7	87,4	19,647	74,7	2845,8	-0,0753	11346	-0,0415
10	1551,343	-343	3406	0,143	4,8	87,4	21,565	74,7	3543,1	-0,0753	8952,4	-0,0415
11	1579,3	-343	3331	0,143	6,4	87,4	21,317	74,7	3168,8	-0,0753	13883,8	-0,0415
12	1196,634	-343	3290	0,143	6,2	87,4	21,795	74,7	6978,1	-0,0753	13526,9	-0,0415
13	1227,092	-343	3407	0,143	8,9	87,4	22,247	74,7	4990,2	-0,0753	22501,2	-0,0415
14	1274,889	-343	3619	0,143	9,8	87,4	23,604	74,7	6425,3	-0,0753	29363,7	-0,0415
15	867,2181	-343	3626	0,143	8,3	87,4	24,192	74,7	6914	-0,0753	27168,4	-0,0415
16	1065,153	-343	3662,26	0,143	8,3	87,4	24,192	74,7	6914	-0,0753	27168,4	-0,0415
17	1070,39	-343	3698,883	0,143	8,3	87,4	24,192	74,7	6914	-0,0753	27168,4	-0,0415
18	1075,679	-343	3735,871	0,143	8,3	87,4	24,192	74,7	6914	-0,0753	27168,4	-0,0415
19	1081,022	-343	3773,23	0,143	8,3	87,4	24,192	74,7	6914	-0,0753	27168,4	-0,0415
20	1086,417	-343	3810,962	0,143	8,3	87,4	24,192	74,7	6914	-0,0753	27168,4	-0,0415
	101,9964											

Таблица 16.2 Оценка прогнозных значений переменной y при изменении на 1% переменной x_2

наблюдения	y		x_1		x_2		x_3		x_4		x_5	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	817,8299	-343	3967	0,143	3,1	87,4	5,8856	74,7	975,4	-0,0753	2377,9	-0,0415
2	955,1843	-343	3830	0,143	6,5	87,4	7,4074	74,7	1122	-0,0753	5920	-0,0415
3	1126,931	-343	3884	0,143	8,6	87,4	10,3704	74,7	3318,1	-0,0753	9629,8	-0,0415
4	1209,373	-343	3647	0,143	6	87,4	11,2454	74,7	1375,4	-0,0753	5923,2	-0,0415
5	1207,609	-343	3613	0,143	6,6	87,4	13,3309	74,7	1181	-0,0753	7295,6	-0,0415
6	1314,072	-343	3603	0,143	7,2	87,4	14,675	74,7	2162,5	-0,0753	9646,6	-0,0415
7	1452,978	-343	3595	0,143	7,2	87,4	16,7326	74,7	3194	-0,0753	10126	-0,0415
8	1453,153	-343	3594	0,143	6,8	87,4	17,364	74,7	3119	-0,0753	9811,7	-0,0415
9	1533,354	-343	3579	0,143	7	87,4	19,647	74,7	2845,8	-0,0753	11346	-0,0415
10	1551,343	-343	3406	0,143	4,8	87,4	21,565	74,7	3543,1	-0,0753	8952,4	-0,0415
11	1579,3	-343	3331	0,143	6,4	87,4	21,317	74,7	3168,8	-0,0753	13883,8	-0,0415
12	1196,634	-343	3290	0,143	6,2	87,4	21,795	74,7	6978,1	-0,0753	13526,9	-0,0415
13	1227,092	-343	3407	0,143	8,9	87,4	22,247	74,7	4990,2	-0,0753	22501,2	-0,0415

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
14	1274,889	-343	3619	0,143	9,8	87,4	23,604	74,7	6425,3	-0,0753	29363,7	-0,0415
15	867,2181	-343	3626	0,143	8,3	87,4	24,192	74,7	6914	-0,0753	27168,4	-0,0415
16	1067,222	-343	3626	0,143	8,383	87,4	24,192	74,7	6914	-0,0753	27168,4	-0,0415
17	1074,549	-343	3626	0,143	8,46683	87,4	24,192	74,7	6914	-0,0753	27168,4	-0,0415
18	1081,949	-343	3626	0,143	8,551498	87,4	24,192	74,7	6914	-0,0753	27168,4	-0,0415
19	1089,423	-343	3626	0,143	8,637013	87,4	24,192	74,7	6914	-0,0753	27168,4	-0,0415
20	1096,971	-343	3626	0,143	8,723383	87,4	24,192	74,7	6914	-0,0753	27168,4	-0,0415
	102,7876											

Таблица 16.3 Оценка прогнозных значений переменной y при изменении на 1% переменной x_3

наблюдения	y		x_1		x_2		x_3		x_4		x_5	
1	817,8299	-343	3967	0,143	3,1	87,4	5,886	74,7	975,4	-0,0753	2377,9	-0,0415
2	955,1843	-343	3830	0,143	6,5	87,4	7,407	74,7	1122	-0,0753	5920	-0,0415
3	1126,931	-343	3884	0,143	8,6	87,4	10,370	74,7	3318,1	-0,0753	9629,8	-0,0415
4	1209,373	-343	3647	0,143	6	87,4	11,245	74,7	1375,4	-0,0753	5923,2	-0,0415
5	1207,609	-343	3613	0,143	6,6	87,4	13,331	74,7	1181	-0,0753	7295,6	-0,0415
6	1314,072	-343	3603	0,143	7,2	87,4	14,675	74,7	2162,5	-0,0753	9646,6	-0,0415
7	1452,978	-343	3595	0,143	7,2	87,4	16,733	74,7	3194	-0,0753	10126	-0,0415
8	1453,153	-343	3594	0,143	6,8	87,4	17,364	74,7	3119	-0,0753	9811,7	-0,0415
9	1533,354	-343	3579	0,143	7	87,4	19,647	74,7	2845,8	-0,0753	11346	-0,0415
10	1551,343	-343	3406	0,143	4,8	87,4	21,565	74,7	3543,1	-0,0753	8952,4	-0,0415
11	1579,3	-343	3331	0,143	6,4	87,4	21,317	74,7	3168,8	-0,0753	13883,8	-0,0415
12	1196,634	-343	3290	0,143	6,2	87,4	21,795	74,7	6978,1	-0,0753	13526,9	-0,0415
13	1227,092	-343	3407	0,143	8,9	87,4	22,247	74,7	4990,2	-0,0753	22501,2	-0,0415
14	1274,889	-343	3619	0,143	9,8	87,4	23,604	74,7	6425,3	-0,0753	29363,7	-0,0415
15	867,2181	-343	3626	0,143	8,3	87,4	24,192	74,7	6914	-0,0753	27168,4	-0,0415
16	1078,039	-343	3626	0,143	8,3	87,4	24,434	74,7	6914	-0,0753	27168,4	-0,0415
17	1096,291	-343	3626	0,143	8,3	87,4	24,678	74,7	6914	-0,0753	27168,4	-0,0415
18	1114,726	-343	3626	0,143	8,3	87,4	24,925	74,7	6914	-0,0753	27168,4	-0,0415
19	1133,345	-343	3626	0,143	8,3	87,4	25,174	74,7	6914	-0,0753	27168,4	-0,0415
20	1152,15	-343	3626	0,143	8,3	87,4	25,426	74,7	6914	-0,0753	27168,4	-0,0415
	106,8746											

Таблица 16.4 Оценка прогнозных значений переменной y при изменении на 1% переменной x_4

наблюдения	y		x_1		x_2		x_3		x_4		x_5	
1	817,8299	-343	3967	0,143	3,1	87,4	5,8856	74,7	975,4	-0,0753	2377,9	-0,0415
2	955,1843	-343	3830	0,143	6,5	87,4	7,4074	74,7	1122	-0,0753	5920	-0,0415
3	1126,931	-343	3884	0,143	8,6	87,4	10,3704	74,7	3318,1	-0,0753	9629,8	-0,0415
4	1209,373	-343	3647	0,143	6	87,4	11,2454	74,7	1375,4	-0,0753	5923,2	-0,0415
5	1207,609	-343	3613	0,143	6,6	87,4	13,3309	74,7	1181	-0,0753	7295,6	-0,0415
6	1314,072	-343	3603	0,143	7,2	87,4	14,675	74,7	2162,5	-0,0753	9646,6	-0,0415
7	1452,978	-343	3595	0,143	7,2	87,4	16,7326	74,7	3194	-0,0753	10126	-0,0415

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
8	1453,153	-343	3594	0,143	6,8	87,4	17,364	74,7	3119	-0,0753	9811,7	-0,0415
9	1533,354	-343	3579	0,143	7	87,4	19,647	74,7	2845,8	-0,0753	11346	-0,0415
10	1551,343	-343	3406	0,143	4,8	87,4	21,565	74,7	3543,1	-0,0753	8952,4	-0,0415
11	1579,3	-343	3331	0,143	6,4	87,4	21,317	74,7	3168,8	-0,0753	13883,8	-0,0415
12	1196,634	-343	3290	0,143	6,2	87,4	21,795	74,7	6978,1	-0,0753	13526,9	-0,0415
13	1227,092	-343	3407	0,143	8,9	87,4	22,247	74,7	4990,2	-0,0753	22501,2	-0,0415
14	1274,889	-343	3619	0,143	9,8	87,4	23,604	74,7	6425,3	-0,0753	29363,7	-0,0415
15	867,2181	-343	3626	0,143	8,3	87,4	24,192	74,7	6914	-0,0753	27168,4	-0,0415
16	1054,761	-343	3626	0,143	8,3	87,4	24,192	74,7	6983,14	-0,0753	27168,4	-0,0415
17	1049,503	-343	3626	0,143	8,3	87,4	24,192	74,7	7052,971	-0,0753	27168,4	-0,0415
18	1044,192	-343	3626	0,143	8,3	87,4	24,192	74,7	7123,501	-0,0753	27168,4	-0,0415
19	1038,828	-343	3626	0,143	8,3	87,4	24,192	74,7	7194,736	-0,0753	27168,4	-0,0415
20	1033,411	-343	3626	0,143	8,3	87,4	24,192	74,7	7266,683	-0,0753	27168,4	-0,0415
	97,97577											

Таблица 16.6 Оценка прогнозных значений переменной y при изменении на 1% переменной x_5

наблюдения	y		x_1		x_2		x_3		x_4		x_5	
1	817,8299	-343	3967	0,143	3,1	87,4	5,8856	74,7	975,4	-0,0753	2377,9	-0,0415
2	955,1843	-343	3830	0,143	6,5	87,4	7,4074	74,7	1122	-0,0753	5920	-0,0415
3	1126,931	-343	3884	0,143	8,6	87,4	10,3704	74,7	3318,1	-0,0753	9629,8	-0,0415
4	1209,373	-343	3647	0,143	6	87,4	11,2454	74,7	1375,4	-0,0753	5923,2	-0,0415
5	1207,609	-343	3613	0,143	6,6	87,4	13,3309	74,7	1181	-0,0753	7295,6	-0,0415
6	1314,072	-343	3603	0,143	7,2	87,4	14,675	74,7	2162,5	-0,0753	9646,6	-0,0415
7	1452,978	-343	3595	0,143	7,2	87,4	16,7326	74,7	3194	-0,0753	10126	-0,0415
8	1453,153	-343	3594	0,143	6,8	87,4	17,364	74,7	3119	-0,0753	9811,7	-0,0415
9	1533,354	-343	3579	0,143	7	87,4	19,647	74,7	2845,8	-0,0753	11346	-0,0415
10	1551,343	-343	3406	0,143	4,8	87,4	21,565	74,7	3543,1	-0,0753	8952,4	-0,0415
11	1579,3	-343	3331	0,143	6,4	87,4	21,317	74,7	3168,8	-0,0753	13883,8	-0,0415
12	1196,634	-343	3290	0,143	6,2	87,4	21,795	74,7	6978,1	-0,0753	13526,9	-0,0415
13	1227,092	-343	3407	0,143	8,9	87,4	22,247	74,7	4990,2	-0,0753	22501,2	-0,0415
14	1274,889	-343	3619	0,143	9,8	87,4	23,604	74,7	6425,3	-0,0753	29363,7	-0,0415
15	867,2181	-343	3626	0,143	8,3	87,4	24,192	74,7	6914	-0,0753	27168,4	-0,0415
16	1048,693	-343	3626	0,143	8,3	87,4	24,192	74,7	6914	-0,0753	27440,08	-0,0415
17	1037,305	-343	3626	0,143	8,3	87,4	24,192	74,7	6914	-0,0753	27714,48	-0,0415
18	1025,804	-343	3626	0,143	8,3	87,4	24,192	74,7	6914	-0,0753	27991,63	-0,0415
19	1014,187	-343	3626	0,143	8,3	87,4	24,192	74,7	6914	-0,0753	28271,55	-0,0415
20	1002,454	-343	3626	0,143	8,3	87,4	24,192	74,7	6914	-0,0753	28554,26	-0,0415
	95,59086											

Таблица 16.7 Оценка прогнозных значений переменной y при изменении на 5% переменной x_2 и на 3% переменной x_4

наблюдения	y		x_1		x_2		x_3		x_4		x_5	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	817,8299	-343	3967	0,143	3,1	87,4	5,8856	74,7	975,4	-0,0753	2377,9	-0,0415
2	955,1843	-343	3830	0,143	6,5	87,4	7,4074	74,7	1122	-0,0753	5920	-0,0415
3	1126,931	-343	3884	0,143	8,6	87,4	10,3704	74,7	3318,1	-0,0753	9629,8	-0,0415

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
4	1209,373	-343	3647	0,143	6	87,4	11,2454	74,7	1375,4	-0,0753	5923,2	-0,0415
5	1207,609	-343	3613	0,143	6,6	87,4	13,3309	74,7	1181	-0,0753	7295,6	-0,0415
6	1314,072	-343	3603	0,143	7,2	87,4	14,675	74,7	2162,5	-0,0753	9646,6	-0,0415
7	1452,978	-343	3595	0,143	7,2	87,4	16,7326	74,7	3194	-0,0753	10126	-0,0415
8	1453,153	-343	3594	0,143	6,8	87,4	17,364	74,7	3119	-0,0753	9811,7	-0,0415
9	1533,354	-343	3579	0,143	7	87,4	19,647	74,7	2845,8	-0,0753	11346	-0,0415
10	1551,343	-343	3406	0,143	4,8	87,4	21,565	74,7	3543,1	-0,0753	8952,4	-0,0415
11	1579,3	-343	3331	0,143	6,4	87,4	21,317	74,7	3168,8	-0,0753	13883,8	-0,0415
12	1196,634	-343	3290	0,143	6,2	87,4	21,795	74,7	6978,1	-0,0753	13526,9	-0,0415
13	1227,092	-343	3407	0,143	8,9	87,4	22,247	74,7	4990,2	-0,0753	22501,2	-0,0415
14	1274,889	-343	3619	0,143	9,8	87,4	23,604	74,7	6425,3	-0,0753	29363,7	-0,0415
15	867,2181	-343	3626	0,143	8,3	87,4	24,192	74,7	6914	-0,0753	27168,4	-0,0415
16	1085,826	-343	3626	0,143	8,715	87,4	24,192	74,7	7052,28	-0,0753	27168,4	-0,0415
17	1113,29	-343	3626	0,143	9,15075	87,4	24,192	74,7	7193,326	-0,0753	27168,4	-0,0415
18	1142,446	-343	3626	0,143	9,608288	87,4	24,192	74,7	7337,192	-0,0753	27168,4	-0,0415
19	1173,384	-343	3626	0,143	10,0887	87,4	24,192	74,7	7483,936	-0,0753	27168,4	-0,0415
20	1206,201	-343	3626	0,143	10,59314	87,4	24,192	74,7	7633,615	-0,0753	27168,4	-0,0415
	111,086											