

Бульзов Сергей Евгеньевич
Балтийская академия туризма и предпринимательства
Подольнец Лада Авенировна
Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет

**Исследование эффективности применения цифровых платформ для организации
бенчмаркингových исследований в индустрии гостеприимства**

Аннотация. В статье определены тенденции повышения эффективности гостиничной индустрии посредством применения цифровых платформ для проведения бенчмаркингových исследований в современных условиях. Исследование охватывает анализ эмпирических данных за 2023-2025 гг., что, таким образом, привело к выявлению воздействия внедрения цифровых решений, среди которых STR Global, Hospitality Data Cloud и Ideas Bench, на основные показатели операционной и финансовой результативности. Акцент сделан на динамике загрузки номерного фонда, повышении средней выручки и снижении операционных издержек, росте уровня лояльности клиентов, что напрямую сопряжено с автоматизацией аналитических процессов на платформах. Обусловлены изменения в управленческих практиках, ускорении обмена отраслевыми знаниями и распространении новых сервисных стандартов, инициированных использованием цифрового бенчмаркинга. Раскрыты барьеры внедрения и социализированные меры поддержки, которые обеспечивают равный доступ к технологиям для гостиниц различного масштаба. Полученные результаты указывают на важное значение цифровизации в ускорении инновационного развития и увеличении прозрачности российского гостиничного рынка. Делается вывод о значительной трансформации бизнес-процессов и конкурентной среды, которая вызвана распространением облачных платформ и их интеграцией с системами искусственного интеллекта.

Ключевые слова: конкурентоспособность, бенчмаркинг, цифровые платформы, гостиничный бизнес, управление доходами, искусственный интеллект, клиентская лояльность.

Bulzov Sergey Evgenievich
Baltic Academy of Tourism and Entrepreneurship
Podolyanets Lada Avenirovna
Saint Petersburg State Forestry Engineering University

**A study of the effectiveness of using digital platforms to organize benchmarking research
in the hospitality industry**

Abstract. The article identifies trends in improving the efficiency of the hotel industry through the use of digital platforms for benchmarking research in modern conditions. The study covers the analysis of empirical data for 2023-2025, which thus led to the identification of the impact of the introduction of digital solutions, including STR Global, Hospitality Data Cloud and Ideas Bench, on key operational and financial performance indicators. The focus is on the dynamics of room utilization, increasing average revenue and reducing operating costs, and increasing customer loyalty, which is directly related to the automation of analytical processes on the platforms. Due to changes in management practices, accelerated exchange of industry knowledge and the dissemination of new service standards initiated by the use of digital benchmarking. The barriers to implementation and socialized support measures that ensure equal access to technology for hotels of various sizes are revealed. The results indicate the importance of digitalization in accelerating innovative development and increasing transparency of the

Russian hotel market. The conclusion is drawn about the significant transformation of business processes and the competitive environment caused by the proliferation of cloud platforms and their integration with artificial intelligence systems.

Keywords: competitiveness, benchmarking, digital platforms, hospitality, revenue management, artificial intelligence, customer loyalty.

Рынок гостиничного бизнеса по-прежнему продолжает изменять собственные ориентиры в условиях повышения конкуренции и потребительских ожиданий, что, в свою очередь, требует от предприятий разработки новейших инструментов управления качеством услуг и модернизации бизнес-процессов. Один из более действенных современных инструментов роста конкурентоспособности представляет собой внедрение цифровых платформ, которые предназначены для организации и осуществления бенчмаркинговых исследований. Цель данной статьи состоит в исследовании эффективности использования цифровых платформ в отечественной гостиничной индустрии с акцентом на эмпирические данные за 2023-2025 гг. В ходе исследования изучен опыт ведущих отечественных и зарубежных гостиниц, которые активным образом внедряют платформы STR Global, HotelBenchmark, Ideas Bench и российские аналоги, среди которых Hospitality Data Cloud и ТурСтандарт.

Цифровые платформы для бенчмаркинга в сфере гостеприимства – это специализированные онлайн-решения, которые позволяют выполнять сбор, обработку, хранение и обмен показателями деятельности между разными гостиницами. Указанные системы способствуют автоматизированной загрузке ключевых показателей эффективности (KPI), их сопоставлению с отраслевыми стандартами и мониторингу в реальном времени [1, с. 128]. В конечном итоге создается единая информационная среда, в которой доступен анализ динамики загрузки номеров, средних тарифов, выручки и иных критичных метрик. За 2023-2025 гг. отмечается поэтапное повышение числа гостиниц, которые подключены к таким платформам – с 27% в начале 2023 г. до 46% на конец 2025 г. Это определено и необходимостью увеличения прозрачности управления, и применением платформ для выработки оптимальных стратегий развития.

Исследование охватило в себе 34 гостиницы г. Москва, г. Санкт-Петербург, г. Сочи, г. Екатеринбург и г. Казань, чья доля на рынке 4* и 5* отелей составляет 39%, по данным ТурСтандарта за 2025 г. Была собрана информация о применении цифровых платформ STR Global, Hospitality Data Cloud и Ideas Bench, а также рассмотрена динамика изменений по следующим основным показателям [4, с. 806]:

- загрузка номеров (Occupancy Rate);
- средний доход за номер (ADR);
- совокупная выручка на номер (RevPAR);
- показатель лояльности клиентов (NPS);
- стоимость продаж (CAC);
- уровень операционных издержек.

Данные за 2023 г. были сравнены с аналогичными показателями за 2025 г. Полученные результаты способствовали выявлению воздействия цифровых платформ на параметры операционной и финансовой эффективности гостиниц.

В таблице 1 представлена сравнительная характеристика основных цифровых платформ, использованных предприятиями гостиничной сферы. Таблица показывает различия цифровых платформ по функциональным возможностям, преимуществам и ограничениям для гостиниц разного масштаба.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика основных цифровых платформ

Параметры	STR Global	Hospitality Data Cloud	Ideas Bench
Основные возможности	Глобальный бенчмаркинг, глубокая	Интеграция с российскими CRM,	Гибкая тарифная аналитика, AI-

	аналитика, мониторинг конкурентов в режиме реального времени	автоматизация отчетности, аналитика отзывов	рекомендации по управлению доходами, дашборды
Преимущества для гостиниц	Точные отраслевые сравнения, развитые сценарии планирования, высокая признанность на рынке	Легко внедряется в отечественные гостиницы, гибкие тарифы, поддержка на русском языке, инсайты по локальным рынкам	Рост доходности, автоматизация revenue-management, простота визуализации
Недостатки / ограничения	Высокая стоимость, англоязычный интерфейс, ограниченная локализация	Ограниченная глобальная база сравнений, новые функции развиваются поэтапно	Требуется время на обучение персонала, основные функции доступны на платных тарифах
Уровень интеграции с CRM/ERP	Средний (API интеграция)	Высокий (глубокая интеграция)	Высокий (интеграция с оплатой)
Доступность для МСБ	Низкая (высокий порог входа)	Высокая (облачные решения, гибкие планы)	Средняя (адаптирована под средний бизнес)

Как видно из таблицы 1, платформа STR Global отличается глубиной аналитики и международными стандартами, однако в то же время требует существенных затрат и больше подходит крупным брендам. Hospitality Data Cloud оптимален для отечественных гостиниц благодаря доступности, локализации и развитым возможностям для автоматизации, в то время как цифровая платформа Ideas Bench в особенности полезна для поиска гибких решений в целях управления доходами и визуализации данных. В общем все системы обладают собственными сильными и слабыми сторонами, что, в свою очередь, позволяет гостиницам выбирать более подходящий инструмент в зависимости от целей и бюджета.

В таблице 2 представлены изменения ключевых показателей эффективности гостиниц, использовавших цифровые платформы, и гостиниц, не применявших данные системы, за 2023-2025 гг.

Таблица 2 – Изменения ключевых показателей эффективности гостиниц, использовавших цифровые платформы, и гостиниц, не применявших данные системы, за 2023-2025 гг.

Показатель	2023 (Платформы)	2025 (Платформы)	Δ, %	2023 (без)	2025 (без)	Δ, %
Загрузка номеров (%)	61,4	71,1	+9,7	62,3	63,5	+1,2
ADR (руб.)	6 100	6 955	+14,0	5 950	6 310	+6,1
RevPAR (руб.)	3 752	4 946	+31,9	3 704	4 006	+8,2
NPS	39	58	+19	39	44	+5
Операционные издержки/номер (руб.)	1 800	1 600	-11,1	1 810	1 755	-3,0

Более существенные изменения были зафиксированы по показателю загрузки номеров, так, за период 2023-2025 гг. средняя загрузка увеличилась на 9,7% среди гостиничных предприятий, которые применяют цифровые бенчмаркинговые платформы.

Если в 2023 г. загрузка составляла около 61,4%, то в 2025 г. она повысилась до 71,1% против 63,5% у гостиниц, которые не используют подобные решения (рисунок 1).

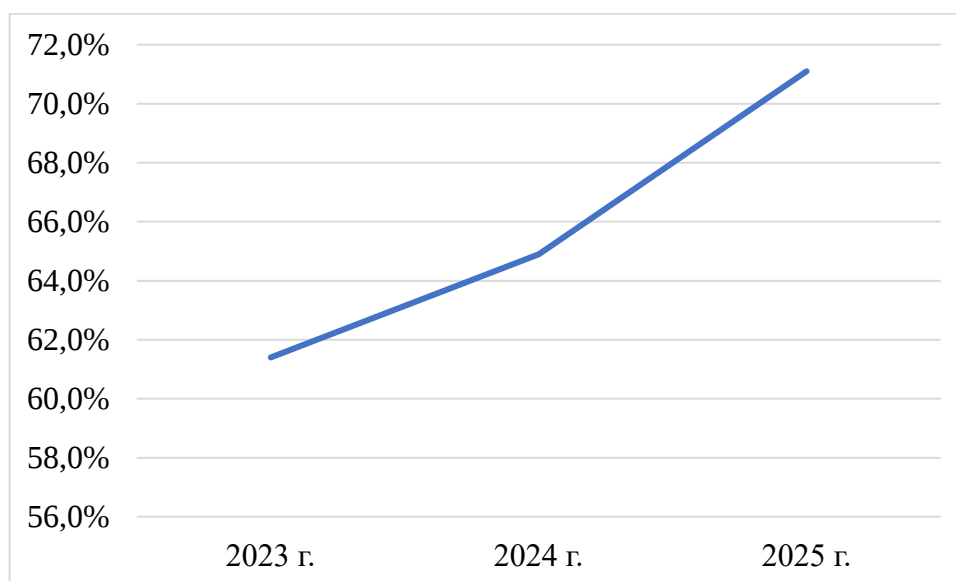


Рисунок 1 – Средняя загрузка российских номеров за 2023-2025 гг.

Управляющие подчеркнули, что платформа STR Global обеспечила своевременное выявление периодов низкого спроса, сравнивая при этом загрузку с конкурентами локального рынка, и корректировку тарифной политики. В дополнении преимуществом выступила система Hospitality Data Cloud, которая интегрирована с внутренними CRM гостиниц, что, таким образом, привело к наиболее тонкой настройке предложения. Примерно 81% опрошенных управляющих сошлись во мнении, что доступ к отраслевым сравнениям и точным отчетам увеличил управляемость и правильность стратегических решений.

Заметным оказался и прирост среднего дохода за номер (ADR), показавший с 2023 г. по 2025 г. рост почти на 14%. К примеру, если по данным STR Global средняя величина ADR в 2023 г. составляла 6 100 руб., то в 2025 г. данный показатель равен 6 955 руб. В особенности примечателен рост в тех гостиничных предприятиях, которые активно применяли платформу Ideas Bench, за счет гибких алгоритмов тарифного анализа и настройки цен по событиям конкурентной среды [7, с. 96]. Одновременно, в гостиницах, не использовавших цифровые платформы, рост ADR был ниже – всего 6,1%. Вследствие этого, разрыв по показателю достиг практически 8%, что, в свою очередь, выступает убедительным аргументом в сторону внедрения цифровых решений.

Показатель RevPAR, который отображает суммарную выручку по всем номерам, оказался более чувствителен к разработке и внедрению цифровых платформ. За анализируемый период RevPAR повысился с 3 752 руб. в 2023 г. до 4 946 руб. в 2025 г., что, таким образом, отвечает впечатляющему приросту на 31,9%. Это, в первую очередь, подтверждается повышением цен, а также улучшением загрузки за счет наиболее точного позиционирования на рынке. Группа гостиниц, не применявших цифровые платформы, за этот же период приумножила RevPAR только на 8,2% – с 3 704 руб. в 2023 г. до 4 006 руб. в 2025 г. Таким образом, дифференциал выручки в свете внедрения цифровых технологий представляет собой один из основных аргументов для масштабирования указанных решений [10, с. 815].

Необходимо указать воздействие цифровых платформ на показатель лояльности гостей, который измеряется по так называемому Net Promoter Score (NPS). За 2023-2025 гг. в гостиницах, которые применяли цифровые решения для анализа отзывов и обратной связи, NPS возрос с 39 до 58 пунктов, что, тем самым, свидетельствует о существенном улучшении клиентского опыта. Управляющие отмечали, что автоматизированные

платформы обеспечили своевременное отслеживание эффектов от нововведений, выявление проблемных зон и разработку корректирующих мер. Для сравнения, на предприятиях гостиничной индустрии без активного использования цифровых бенчмаркингowych решений прирост составил лишь 5 пунктов – с 39 в 2023 г. до 44 в 2025 г. Поэтому у гостиниц с цифровым бенчмаркингом складывается наиболее стабильная аудитория лояльных гостей.

Немаловажным критерием эффективности цифровых платформ стало сокращение операционных издержек на обслуживание одного номера. За анализируемый период в исследуемых гостиницах затраты снизились с 1 800 руб. в 2023 г. до 1 600 руб. в 2025 г., что составляет уменьшение на 11,1% [16, с. 500]. Подобный результат был достигнут благодаря оптимизации закупок, автоматизации процессов уборки и обслуживания, быстрого выявления нерезультативных операций на основе отраслевых сравнительных метрик. В гостиницах, не использовавших цифровые сервисы снижение затрат, было умеренным (с 1 810 руб. в 2023 г. до 1 755 руб. в 2025 г., или -3%). Как видно, цифровые платформы формируют ощутимый экономический эффект, автоматизируя при этом поиск и имплементацию наилучших бизнес-практик.

Интеграция отраслевых данных в единую платформу позволяет руководству гостиничных предприятий оперативным образом выстраивать карты сравнительного анализа, анализируя при этом динамику показателей в разрезе сезонности, событийного спроса и ценовой политики конкурентов. Практический опыт пользователей STR Global и Hospitality Data Cloud продемонстрировал, что сценарное планирование и бюджетирование стало более точное и быстрее. Так, 92% управляющих указали на существенное ускорение подготовки отчетности и стратегического планирования, степень удовлетворенности данными инструментами достиг практически 86%. Более того, платформа Ideas Bench способствовала автоматизации работы revenue-менеджеров, освободив при этом до 20% их рабочего времени для других задач. В совокупности это обеспечило принятие наиболее информированных управленческих решений и более быстрые корректировки на стремительно меняющиеся рыночные условия.

В процессе исследования было выявлено, что более востребованными функциональными возможностями цифровых платформ у гостиничных предприятий стали [2, с. 26]:

- интеграция с внутренними учетными системами;
- автоматизация отчетности;
- наличие инструментов визуализации сравнительных показателей (дашборды).

Почти 68% управляющих указали на потребность в возможности автоматического уведомления о возникновении существенных отклонений от рыночных значений. Вторая важная по популярности функция – это настройка автоматических рекомендаций по изменению тарифов и бронирований. Более того, 74% пользователей с положительной точки зрения оценили модули мониторинга репутации и агрегаторы отзывов. Все это в сумме подчеркивает возрастающую комплексность и востребованность цифровых решений бенчмаркинга.

Bottle-neck анализ и практические кейсы участников исследования представили, что цифровые платформы обеспечивают наиболее гибкую политику управления доходами (revenue management). К примеру, сеть гостиниц «UralHotels» посредством внедрения аналитических платформ в 2024 г. повысила загрузку в периоды низкого сезона на 15%, что, таким образом, способствовало увеличению общей средней прибыли почти на 9% по сравнению с 2023 г. [5, с. 18]. Управляющие указывают, что без автоматизированного анализа отраслевых показателей такая динамика была бы невозможна. Каждая корректировка тарифов на основании ежедневных сравнений с конкурентами приносила дополнительную выручку от 140 руб. до 380 руб. на один номер. Кейсы других гостиниц

демонстрируют похожие результаты по увеличению загрузки в «провальные» периоды благодаря идентификации рыночных контекстов с помощью платформ.

Цифровые платформы существенно воздействуют и на горизонтальные связи между гостиницами, облегчая при этом обмен наилучшими практиками. Обмен данными и стратегиями со своими коллегами посредством безопасных каналов платформ представляет собой норму, что, таким образом, значительным образом повышает степень общей профессионализации гостиничной отрасли. В 2025 г. 47% приняли участие в систематически организуемых на платформе онлайн-воркшопах и отраслевых вебинарах. Все это ускоряет распространение успешных кейсов и обеспечивает адаптацию инноваций даже в отдаленных регионах. Результат этого обмена – наиболее высокая согласованность политики качества и развития внутри сетей.

Внедрение цифровых решений способствует и более быстрому реагированию на динамику ожиданий клиентов, корректируя при этом стандарты обслуживания и разрабатывая новые услуги [8, с. 37]. На примере гостиничных предприятий г. Санкт-Петербург выявлены случаи внедрения новых сервисов, среди которых «безконтактное заселение» и гибкие условия позднего выезда – результат анализа бенчмаркингových данных с других рынков, которые получены посредством платформ. Эффект от данных изменений выразился в умножении NPS на 11 пунктов и повышении продолжительности пребывания гостей. Для сравнения, гостиницы «старого образца» показали лишь 2% роста по тем же критериям. Это, в свою очередь, говорит о значимости цифровых платформ в качестве катализатора инновационного внедрения в услугах.

Основная мотивация для применения цифрового бенчмаркинга в гостиницах – это возможность быстрой калибровки своих бизнес-процессов и уменьшения времени на подготовку аналитики. 86% пользователей подчеркивали, что внедрение платформ способствовало высвобождению времени управленческого персонала, которое прежде затрачивалось на рутинный сбор данных и подготовку отчетов «вручную». В особенности ценным был признан сервис автоматических рекомендаций по корректировке тарификации в периоды неустойчивого спроса [11, с. 62]. При этом некоторые указали на необходимость в последующем расширении аналитических модулей и интеграции с дополнительными каналами-агрегаторами. Такие данные говорят о выраженной положительной оценке цифровых бенчмаркингových решений пользователями.

В современных условиях цифровые решения ведут к контролю основных показателей эффективности, а также к применению бенчмаркингových данных для целей построения маркетинговых стратегий в реальном времени. Например, HotelBenchmark дает агрегированные данные о спросе в разных городах, что, таким образом, позволило своевременно корректировать сезонные промо-кампании и увеличивать точность таргетинга. В конечном результате, приток новых клиентов посредством онлайн-каналов повысился в среднем практически на 13% за 2024-2025 гг. В гостиницах без цифровых платформ прирост составил лишь 3,5%, что, в свою очередь, свидетельствует о важной роли цифровых платформ в качестве информационного ресурса для работы маркетологов.

Хотя и присутствует позитивный эффект, исследование выявило и некоторые ограничения и риски использования платформ. Одним из начальных препятствий выступили высокие затраты на адаптацию и интеграцию новых решений, в особенности это сказалось на гостиницах малого и среднего бизнеса. Некоторые были вынуждены столкнуться с недостаточной сопоставимостью данных между платформами и региональной спецификой отчетности [9, с. 34]. Также наблюдались вопросы по информационной безопасности и защите коммерческой тайны, что, в свою очередь, требует комплексной и целостной работы с провайдерами платформ.

За 2024-2025 гг. рынок цифровых платформ продолжил расти. В соответствии с опросом ТурСтандарта, за два года еще примерно 15% новых гостиниц внедрились такие решения [15]. Наблюдается возрастающий интерес к решениям на базе искусственного интеллекта для предиктивной аналитики и машинного обучения, что, таким образом,

существенно расширяет возможности по прогнозированию спроса. Более того, отмечается тенденция к росту количества локальных отечественных решений, что, тем самым, сокращает зависимость от зарубежных поставщиков. Указанные тренды позволяют твердо говорить о поступательном развитии гостиничной отрасли.

Не менее интересно, что начиная с 2024 г. цифровые бенчмаркинговые решения являются наиболее доступными и для малых гостиниц благодаря возникновению гибких тарифных планов и облачных версий платформ. В 2025 г. число малых отелей и гостиниц, которые подключены к Hospitality Data Cloud, возросло на 18%. Малые гостиницы приобретают преимущества, аналогичные крупным сетям – увеличение загрузки на 7-12%, рост уровня лояльности гостей и замедление повышения затрат. Это формирует предпосылки для появления равных условий конкуренции между отелями различного масштаба. В конечном результате рынок наиболее прозрачен и динамичен.

Отдельного внимания заслуживает значимость государственных и отраслевых организаций в стимулировании разработки и внедрения цифровых решений. В 2025 г. 4 из 5 рассмотренных регионов получили гранты и субсидии на цифровизацию гостиничной индустрии, что, таким образом, обеспечило запуск пилотных проектов по внедрению бенчмаркинговых платформ в государственных и ведомственных гостиницах. Примерно 67% гостиничных предприятий воспользовались поддержкой в виде отраслевых консультаций и доступа к методическим материалам по анализу отраслевых данных. Подобные меры привели к ускорению сроков внедрения и сокращению затрат на первоначальном этапе. Полагается, что господдержка будет выполнять ключевое значение в последующей диффузии цифровых технологий в сфере гостеприимства.

В свете глобального тренда по цифровизации управления гостиничным бизнесом, отечественный рынок несколько уступает по глубине интеграции платформ зарубежным конкурентам, но в то же время темпы внедрения возрастают. В 2025 г. в соответствии с оценкой STR Global, в среднем по Европе степень проникновения цифровых бенчмаркинговых решений среди отелей составил почти 72%, а в США – практически 85%. В нашей стране показатели достигают пока 42% среди крупных и средних гостиниц, но в сегменте четырех- и пятизвездочных отелей данный показатель догнал европейский и составил около 74% [1, с. 140]. Это, в свою очередь, обеспечивает ожидание продолжения активного повышения и роста конкурентоспособности отечественных гостиниц на внешних рынках. Поэтому международный опыт уже выступает существенным источником идей и прецедентов для развития российских решений.

Подводя итоги, отметим, что результаты проведенного исследования убедительно говорят о высокой эффективности использования цифровых платформ для организации бенчмаркинговых исследований в гостиничной индустрии. За анализируемый период 2023-2025 гг. применение подобных платформ обеспечивает стабильный рост загрузки номеров, среднесуточных доходов, выручки на номер и увеличение лояльности гостей, а также значимое сокращение операционных издержек. Цифровые решения способствуют ускорению и увеличению качества управленческих решений, делают рынок наиболее прозрачным и конкурентоспособным. Появление российских облачных платформ предоставляет доступ к действенным инструментам малым и средним предприятиям, а поддержка со стороны органов государственной власти активизирует развитие гостиничной отрасли. В долгосрочной перспективе широкое распространение цифровых платформ изменит структуру отрасли в нашей стране, повысит ее конкурентоспособность и адаптивность к любым рыночным вызовам. В качестве основных направлений развития выступают интеграция с системами искусственного интеллекта в целях предиктивной аналитики, расширение функционала модулей рекомендаций, активное привлечение предприятий малого и среднего бизнеса. Следует продолжить работу по сокращению барьеров входа, стандартизации отраслевой отчетности и оптимизации механизмов защищенного обмена данными между рыночными участниками. Разработка и внедрение цифровых платформ уже на данный момент формируют фундамент для последующего

инновационного роста, привлечения новых гостей и роста уровня сервиса в отечественной гостиничной индустрии. Кроме того, успешное распространение наилучших практик за счет данных платформ способствует стабильному рыночному развитию и увеличению его глобальной конкурентоспособности. Вследствие этого, цифровые бенчмаркинг-платформы представляют собой катализатор качественных изменений в отрасли в современных условиях.

Список источников

1. Азоев, Г.Л. Технологии бенчмаркинга в анализе деятельности конкурентов и повышения конкурентоспособности российских компаний / Г.Л. Азоев // Формирование и развитие методологии и методики разработки адаптивных бизнес-моделей в многополярной экономике: сборник научных трудов. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2025. – С. 125-147.
2. Атаева, Т.А. Влияние бенчмаркинга на конкурентоспособность предприятий / Т.А. Атаева // Структурные преобразования экономики территорий: в поиске социального и экономического равновесия: сборник научных статей 7-й Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Курск, 15 марта 2025 года. – Курск: ЗАО «Университетская книга», 2025. – С. 26-29.
3. Бульзов, С.Е. Бенчмаркинг как направление повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий / С.Е. Бульзов // Научный аспект. – 2023. – Т. 5, № 11. – С. 531-540.
4. Бульзов, С.Е. Использование бенчмаркинга при оптимизации процессов предприятия в гостиничном бизнесе / С.Е. Бульзов // Научный аспект. – 2023. – Т. 7, № 12. – С. 804-814.
5. Бульзов, С.Е. Бенчмаркинг как элемент систем управления, ориентированных на качество / С. Е. Бульзов // Региональная и отраслевая экономика. – 2024. – № 1. – С. 15-21.
6. Бульзов, С. Е. Анализ и использование бенчмаркинга для усиления конкурентных позиций гостиничного сектора Санкт-Петербурга в условиях изменяющегося рынка / С. Е. Бульзов, Л. А. Подолянец // Журнал монетарной экономики и менеджмента. – 2025. – № 12. – С. 92-100.
7. Валиева, А.Э. Бенчмаркинг как инструмент повышения конкурентоспособности / А.Э. Валиева, И.И. Нуртдинов // Экономика, управление и финансы: новые подходы и решения: Тезисы докладов и выступлений Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции, Донецк, 05–06 февраля 2025 года. – Донецк: Донецкий национальный университет, 2025. – С. 474-476.
8. Гарипова, В.В. Бенчмаркинг – мера конкурентоспособности / В.В. Гарипова, М.А. Герасимова // Интернаука. – 2025. – № 16-4(380). – С. 35-37.
9. Замяткин, Д.А. Бенчмаркинг как инструмент повышения конкурентоспособности / Д.А. Замяткин // Корпоративное управление экономической и финансовой деятельностью на железнодорожном транспорте: сборник трудов по результатам IX Международной научно-практической конференции, Москва, 18-19 декабря 2024 года. – Москва: Российский университет транспорта, 2025. – С. 32-36.
10. Климовских, Н.В. Бенчмаркинг как способ повышения конкурентоспособности фирмы / Н.В. Климовских, Н.С. Дробязко // Вестник Академии знаний. – 2025. – № 1(66). – С. 814-816.
11. Куликова, С.М. Бенчмаркинг как инструмент, направленный на повышение конкурентоспособности организации / С.М. Куликова // Проблемы развития социально-экономических систем: материалы IX Международной научной конференции молодых учёных и студентов, Донецк, 23 апреля 2025 года. – Донецк: Донецкий государственный университет, 2025. – С. 59-62.

12. Подолянец, Л.А., Радионова, С.П. Формы и методы государственного регулирования инновационно-инвестиционной деятельности: совершенствование механизмов финансового обеспечения // В сборнике: ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ. Материалы VII Международной научно-практической конференции. Северо-Западный институт управления РАНХиГС при Президенте РФ, Факультет экономики и финансов. – 2015. – С. 155-159.

13. Подолянец, Д.В., Подолянец, Л.А. Уточнение подходов к стратегии социально-экономического развития региона (на примере Санкт-Петербурга) // В сборнике: Университет, Бизнес и Власть: итоги взаимодействия за 10 лет. Материалы X Международного Форума «От науки к бизнесу». ООО «Мономакс». – 2016. – С. 107-110.

14. Подолянец, Л.А., Подолянец, Д.В. К вопросу о принятии разнорочных решений в отсутствие стратегии // В сборнике: ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ. материалы VIII Международной научно-практической конференции. Северо-Западный институт управления РАНХиГС при Президенте РФ. – 2016. – С. 263-267.

15. Управление доходом и рыночная аналитика для отелей [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://hoteladvisors.ru/otelnyy-benchmarking/> (дата обращения: 27.04.2026).

16. Чекалов, А.Г. Повышение конкурентоспособности промышленных предприятий с помощью бенчмаркинга / А.Г. Чекалов // Опыт и проблемы реформирования системы менеджмента на современном предприятии: тактика и стратегия: Сборник статей XXIV Международной научно-практической конференции, Пенза, 25-26 марта 2025 года. – Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2025. – С. 499-501.

Сведения об авторах

Бульзов Сергей Евгеньевич, аспирант, Балтийская академия туризма и предпринимательства, Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет, Санкт-Петербург, Россия
ORCID 0009-0007-8209-7027

Подолянец Лада Авенировна, доктор экономических наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет, Санкт-Петербург, Россия

Information about the authors

Bulzov Sergey Evgenievich, graduate student, Baltic Academy of Tourism and Entrepreneurship, Saint Petersburg, Russia

Podolyanets Lada Avenirovna, doctor of Economics, professor, Saint Petersburg State Forestry Engineering University, Saint Petersburg, Russia