

УПРАВЛЕНИЕ, ВЫЧИСЛИТЕЛЬНАЯ ТЕХНИКА И ИНФОРМАТИКА

8. ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ

8.1. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПЕРСПЕКТИВНЫХ ЦЕЛЕЙ И КЛЮЧЕВЫХ ЗАДАЧ ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИМ БИЗНЕСОМ

Игнатъев А.В., к.э.н., доцент

Государственная академия профессиональной и повышения квалификации руководящих работников и специалистов инвестиционной сферы

В начале XXI в. туризм приобрел по-настоящему глобальные масштабы. Мировая тенденция глобализации туризма пока еще в меньшей степени коснулась России, но необходимость отстаивания российских коммерческих интересов на мировом рынке туризма диктует нам необходимость выработки стратегии интеграции в этот огромный и очень доходный сегмент мирового рынка услуг. Туризм должен стать одной из опорных отраслей национального экономического развития, отвечая вызовам глобализации. При рассмотрении вопросов формирования концепции управления инвестиционно-инновационной деятельностью в туристическом бизнесе в эпоху глобализации на первом этапе решается вопрос определения перспективных целей и ключевых задач инвестиционно-инновационной стратегии управления туристическим бизнесом. В этой связи формирование такой стратегии управления туристическим бизнесом в эпоху глобализации представляется весьма актуальной задачей.

В начале XXI в. туризм приобрел по-настоящему глобальные масштабы. Туристские услуги стали самым «продаваемым» в мире продуктом, оставив позади себя важнейшие товары, определявшие до последнего времени структуру международной торговли. Туристическая деятельность получила распространение практически во всех странах мира, за исключением лишь тех, которые охвачены военными конфликтами. Индустрия туризма и смежные отрасли (так называемый туристский сектор) дают работу все большему количеству людей, и для все большего числа жителей планеты туристские поездки и путешествия становятся основным видом проведения отдыха. Для многих государств, в том числе тех, которые входят в категорию мировых лидеров, туризм является важнейшим направлением экономического развития и главным источником финансовых доходов.

Мировая тенденция глобализации туризма пока еще в меньшей степени коснулась России, но необходимость отстаивания российских коммерческих интересов на мировом рынке туризма диктует нам необходимость выработки стратегии интеграции в этот огромный и очень доходный сегмент мирового рынка услуг. Таким образом, российский туризм стоит на пороге коренных преобразований, и те туристические компании, которые не только осознают это одними из первых, но и своевременно подготовятся к стратегической интеграции в глобальную туристическую систему, получат возможность максимально выгодно использовать сложившуюся ситуацию в своих коммерческих интересах.

Таким образом, туризм должен стать одной из опорных отраслей национального экономического развития, отвечая, таким образом, вызовам глобализации. Это объективная необходимость, обусловленная особенностями экономического мироустройства и проблемами адаптации к ним хозяйственной системы России, а значит, соответствующей трансформации национальной экономики. Безусловно, конкурентоспособность на мировом рынке туристических услуг может быть обеспечена только при наличии внедрения отечественными компаниями инноваций, которые в большинстве случаев сопряжены с крупными инвестиционными вложениями. В этой связи формирование инвестиционно-инновационной стратегии управления туристическим бизнесом в эпоху глобализации представляется весьма актуальной задачей.

При рассмотрении вопросов формирования концепции управления инвестиционно-инновационной деятельностью в туристическом бизнесе в эпоху глобализации на первом этапе решался вопрос определения перспективных целей и ключевых задач такой стратегии управления туристическим бизнесом. Для определения стратегических целей и задач управления этим бизнесом были выявлены основные принципы управления, отражающие общие закономерности для различных туристических компаний. К ним в современных условиях глобализации экономики относятся следующие.

Принцип международной конкурентоспособности, означающий, что в условиях глобализации экономики туристические компании для обеспечения стратегических возможностей осуществления своей деятельности должны ориентироваться на мировой уровень туристических услуг. Принцип новых задач означает, что в условиях ускорения отраслевых производственных циклов стратегически система управления туристическим бизнесом должны обеспечивать решение качественно новых задач на последующих этапах развития, а не механическое повторение традиционных услуг. На практике это приводит к необходимости ориентироваться на инвестиционно-инновационный путь развития с применением метода маршрутных карт. Принцип системного подхода и комплексности задач. Проектирование систем стратегического управления инвестиционно-инновационной деятельностью в туристическом бизнесе должно основываться на системном анализе как объектов инноваций, так и процессов инвестирования при управлении ими. Это означает необходимость определения целей и критериев эффективности функционирования системы стратегического управления, анализа структуры процесса управления, вскрывающего весь комплекс вопросов, которые необходимо решить для того, чтобы проектируемая система наилучшим образом соответствовала установленным целям и критериям. При этом большинство процессов управления инвестиционно-инновационной деятельностью взаимосвязаны и поэтому не могут быть сведены к простому независимому набору отдельных задач.

Принцип реинжиниринга. Этот принцип означает непрерывное развитие туристической компании как системы.

**ПРИНЦИПЫ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ
УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИМ БИЗНЕСОМ**

| Принципы | Перспективные цели | Ключевые задачи |
|--|--|--|
| <p>1. Принцип международной конкурентоспособности.</p> <p>2. Принцип новых задач.</p> <p>3. Принцип системного подхода и комплексности задач.</p> <p>4. Принцип реинжиниринга.</p> <p>5. Принцип единства и актуализации информационной базы.</p> <p>6. Принцип согласования пропускной способности различных звеньев системы.</p> <p>7. Принцип рационального сочетания унификации и эксклюзивности услуг</p> | <p>1. Обеспечение долгосрочной стабильной прибыльности в деятельности туристической фирмы путем рациональной и гибкой к изменяющимся условиям мировой конъюнктуры туристических услуг организации инвестиционно-инновационной деятельности, включая управление производством и развитие технико-технологической базы за счет минимизации затрат и максимизации доходов от реализации туристических услуг.</p> <p>2. Эффективное использование партнерского потенциала туристических компаний при повышении творческой активности и лояльности каждого участника туристического бизнеса.</p> <p>3. Создание за счет прибыли гарантий дальнейшего функционированию туристической фирмы, через различные резервные фонды позволяющие ограничивать и преодолевать риски, связанные с реализацией услуг на рынке.</p> <p>4. Определение рационального сочетания централизации и децентрализации управления при предоставлении менеджерам определенной степени свободы и самостоятельности в хозяйственной деятельности в целях быстрого реагирования и адаптации к изменяющимся условиям и преодолению рисков</p> | <p>1. Организация производства услуг с учетом международного уровня запросов потребителей на основе комплекса имеющихся инвестиционно-инновационных ресурсов и обеспечение рентабельности деятельности туристической компании и ее стабильного положения на рынке.</p> <p>2. Разработка стратегии инвестиционно-инновационной деятельности туристической компании.</p> <p>3. Ранжирование целей инвестиционно-инновационного развития туристической компании для определения очередности их решения.</p> <p>4. Выработка системы мероприятий для достижения намеченных целей на долгосрочные временные периоды с учетом прогнозов глобальной трансформации социально-экономического развития.</p> <p>5. Определение необходимых инновационных и инвестиционных ресурсов и источников их обеспечения для предоставления туристических услуг мировой конкурентоспособности.</p> <p>6. Создание систем контроля выполнения поставленных задач и их корректировки в соответствии с динамикой мировой рыночной конъюнктуры.</p> <p>7. Стимулирование работы сотрудников туристической фирмы путем создания для них лучших условий труда, достижения ими высокой квалификации, подчеркивающей эксклюзивность услуг, и установления конкурентоспособной заработной платы.</p> <p>8. Постоянный контроль эффективности деятельности туристической компании и координация работы всех подразделений фирмы и партнеров.</p> <p>9. Постоянный поиск и освоение новых рынков</p> |

При этом основные идеи построения, структура и конкретные решения системы управления должны позволять относительно просто настраивать туристическую компанию на решение задач, возникающих уже в процессе предоставления комплекса услуг, в результате подключения новых направлений деятельности, расширения и модернизации уже предоставляемых услуг, их информационного обеспечения и т.д.

Принцип единства и актуализации информационной базы означает, что в системе стратегического управления должна накапливаться и постоянно обновляться информация о спросе и предложении туристических услуг, необходимая для решения не какой-то одной или нескольких задач, а всей совокупности задач управления туристической компанией.

Принцип согласования пропускной способности различных звеньев системы. Скорость предоставления услуг в различных звеньях туристической компании должна быть согласована таким образом, чтобы избежать «узких мест»: перегрузок звеньев системы или существенных простоев, приводящих к неэффективному их использованию в туристическом комплексе.

Принцип рационального сочетания унификации и эксклюзивности услуг. Разрабатывая систему управления инвестиционно-инновационной деятельностью, необходимо стремиться к тому, чтобы предлагаемые решения подходили возможно более широкому спектру задач организации. Необходимо в каждом случае определять разумную степень унификации, при которой стремление к широкому охвату систем управления не приведет к существенному усложнению типовых решений, но при этом сохранится исключительность (эксклюзивность) предоставляемых услуг.

Исходя из выделенных принципов, были определены перспективные цели и ключевые задачи реализации инвестиционно-инновационной стратегии управления туристическим бизнесом (табл. 1).

Литература

- Игнатъев А.В. Российский туризм в эпоху глобализации: стратегия, конкурентоспособность, перспективы. – 2-е изд., стереотип. – М.: Палеотип, 2008.
- Александрова А.Ю. Международный туризм: Учеб. пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2001.
- Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.: Невский фонд, 2000.
- Авдокушин Е.Ф. Международные экономические отношения. – М.: Юрист, 2001.

Игнатъев Андрей Владимирович

РЕЦЕНЗИЯ

Статья А.В. Игнатъева посвящена весьма актуальной и недостаточно разработанной теме – российскому туризму. Сейчас, в эпоху мировой глобализации, необходимость отстаивания российских коммерческих интересов на мировом рынке туризма диктует нам необходимость выработки стратегии интеграции в этот огромный и очень доходный сегмент мирового рынка услуг. При рассмотрении вопросов формирования концепции управления инвестиционно-инновационной деятельностью в туристическом бизнесе в основу ставится вопрос определения перспективных целей и ключевых задач инвестиционно-инновационной стратегии управления туристическим бизнесом. В связи с этим формирование инвестиционно-инновационной стратегии управления в этом секторе национальной экономики представляется весьма актуальной задачей.

Рецензируемая статья является интересным и весьма актуальным теоретическим исследованием, выполнена на высоком научном уровне и может быть рекомендована к публикации.

Авдокушин Е.Ф., д.э.н., профессор, зав. кафедрой мировой экономики Российского университета кооперации

8. PROBLEMS OF INVESTMENT

8.1. DEFINITION OF THE PERSPECTIVE PURPOSES AND KEY TASKS OF THE INVESTITIONNO-INNOVATIVE STRATEGY OF CONTROL OF TOURIST BUSINESS

A.V. Ignatev, Candidate of Science (Economic),
Senior Lecturer GASIS

In the beginning XXI century tourism has got rather global scales. The world tendency of globalization of tourism for the present has to a lesser degree concerned Russia, but necessity of upholding of the Russian commercial interests in the world market of tourism dictates to us necessity of development of strategy of integration into this huge and very profitable segment of the world market of services. Tourism should become one of basic branches of national economic development, answering calls of globalization. By consideration of questions of formation of the concept of management by investment innovative activity in tourist business during an epoch of globalization at the first stage solves a question of definition of the perspective purposes and key problems of investment innovative strategy of management of tourist business. In this connection formation of investment innovative strategy of management by tourist business during an epoch of globalization is represented rather actual problem.

Literature

1. A.V. Ignatyev. The Russian tourism during a globalisation epoch: the strategy, competitiveness, perspectives. – the second issuing, a stereotype. – M: Paleotip, 2008.
2. A.J. Aleksandrova. The international tourism: Studies. The manual for high schools. – M: Aspect the Press, 2001.
3. M.B. Birzhakov. Introduction in tourism. – SPb.: the Neva fund, 2000.
4. E.F. Avdokushin. The international economic rationes. – M: The lawyer, 2001.