

## 10.22. МОДЕРНИЗАЦИЯ И РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ЦЕНТРА В ПОЛИФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПРИ ЭФФЕКТИВНОМ ВНЕДРЕНИИ ИННОВАЦИЙ

Трамова А.М., к.ф.-м.н., доцент, докторант кафедры прикладной математики

*Московский государственный университет экономики, статистики и информатики*

Статья посвящена разработке методологии создания единого полифункционального информационного аналитического центра (ЕПИАЦ) управления туристской отраслью в Кабардино-Балкарской Республике (г. Нальчик). Данный проект предполагает реструктуризацию и модернизацию действующего информационного центра с целью расширения его функций и обеспечения эффективного внедрения инноваций. Разработана структурно-функциональная схема нового центра, в которой нашли воплощение сформулированные в работе методологические основы инновационной стратегии развития туристской отрасли.

### ВВЕДЕНИЕ

Внедрение новых видов туристических продуктов обусловит вовлечение в туристический бизнес новые слои населения. Одним из направлений совершенствования туризма в Кабардино-Балкарской Республике состоит в интеграции информационного пространства в данной сфере услуг. В настоящее время туристская индустрия в КБР представлена большим числом малых турфирм. Курс на преимущественное развитие малого бизнеса в КБР является стратегически верным решением. Малый бизнес содействует обеспечению занятости в регионе с наличием значительной доли незанятого населения, содействует росту благосостояния граждан. Малые фирмы не требуют большого стартового капитала при их организации, пользуются налоговыми льготами (упрощенная система налогообложения), хорошо удовлетворяют дифференцированный спрос и т.д. В то же время такая раздробленность индустрии туризма создает информационные проблемы. С целью координации деятельности этих фирм целесообразно создание единого центра, выполняющего информационные, координационные и диспетчерские функции. Работа такого центра улучшила бы такие аспекты туристского бизнеса, как бронирование и продажа путевок, получение справочной информации, мониторинг деятельности фирм и др.

### СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА РЕГИОНА

Эффективная реализация инновационной стратегии развития туризма в регионе невозможна без единого центра управления, интегрирующего различные задачи оперативного и перспективного планирования и координирующего функционирование системы организационно-экономических механизмов. Проект разработки такого центра предполагает учет:

- специфики туристской отрасли, в том числе – особенностей процесса оказания туристских услуг и функционирования туристских компаний;
- специфики региона, где предполагается его размещение.

В работе выделено восемь важнейших особенностей туристских услуг:

1. Композитный характер. Для производства продукта в этой сфере (оказания туруслуг) требуются туристские ресурсы трех типов: целевые (природные, оздоровительные, исторические, этнографические, культурные и т.д.); обеспечивающие (инфраструктура, определяющая уровень

комфортности – гостиницы, отели, дороги, трансферт, учреждения питания); трудовые (сервис, планирование и реализация услуг).

2. Неспособность к хранению. Места в отеле или самолете в случае отсутствия на них спроса на текущий момент не могут быть складированы с целью продажи их в будущем; таким образом, невостребованные услуги – это прямые убытки туристического бизнеса.
3. Виртуальный характер услуг на момент их продажи. Покупатель, как правило, не имеет возможности непосредственной оценки будущей услуги до ее потребления. Представление об услуге создается средствами рекламы, в частности – через Интернет-рекламу.
4. Сезонный характер. Данная особенность определяет различные режимы процесса оказания услуг. В «низкий» сезон требуются дополнительные меры стимулирования спроса (диверсификация предложений, снижение цен, инновации).
5. Локализованность. Оказание туристских услуг привязано к заранее определенному месту: природному источнику, побережью, турбазе в горах и т.д. и обладает ограниченной способностью к мобильности.
6. Наличие значительного временного лага между приобретением и потреблением услуги, который может составлять несколько недель или месяцев.
7. Территориальная разобщенность потребителя и производителя услуг, предъявляющая определенные требования к достоверности информации и трансферту потребителя.
8. Инверсия в процессе преодоления разобщенности потребителя и производителя: потребитель преодолевает расстояние, отделяющее его от продукта и места его потребления, а не наоборот.

Схема функционирования предприятий на рынке туруслуг (как системе экономических отношений купли – продажи особого товара – туристского продукта) отображена на рис. 1. В соответствии с ней в туристическом бизнесе взаимодействуют следующие субъекты:

- покупатель (потребитель туруслуги, турист);
- продавец оптовый (туроператор) и розничный (турагент);
- производитель (исполнитель услуги – контрагент, агент по приему туриста);
- транспортная компания, осуществляющая трансферт потребителя к производителю.

Таким образом, сложный, композитный характер туристской услуги предопределяет сложность процессов взаимодействия субъектов рассматриваемого рынка. Эти взаимодействия характеризуются такими особенностями, как налаженная связь, гибкость (возможность взаимозаменяемости и взаимодополняемости услуг, оперативность и т.д.). В ходе этих взаимодействий экономические интересы субъектов рынка могут вступать в конфликт. Так, рентабельность транспортных компаний зависит от загрузки и качества средств перемещения потребителей; а выживаемость продавцов определяется спросом на туруслуги и привлекательностью того или иного пункта назначения туризма.

При организации туристического бизнеса кроме общих его закономерностей и структуры взаимодействия его основных субъектов (рис. 1) необходим учет региональных особенностей. В частности, должен быть определен наиболее востребованный спектр туристских услуг для данного региона, определяемый его наличными туристскими ресурсами; пропускная способность основных объектов – производителей услуг, наличие подготовленного и обученного персонала и т.д. Речь идет по сути о формировании в регионе туристического кластера. Сформулированный комплекс задач еще более усложняется в том случае, если в регионе предполагается реализация инновационной стратегии развития туризма, особенности которой были рассмотрены ранее.

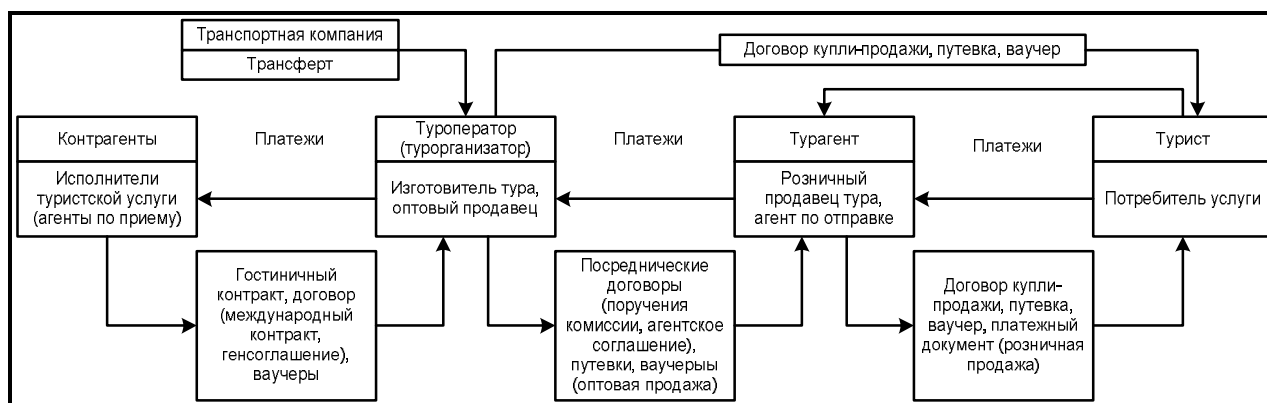


Рис. 1. Схема взаимодействия основных субъектов рынка оказания туристских услуг

В работе вопросы практической реализации туристического бизнеса рассматриваются для условий КБР. Показано, что в ситуации большого числа функционирующих на рынке мелких турфирм, деятельность которых плохо координирована, туристический бизнес работает неэффективно. Обеспечение большей скоординированности в работе фирм, улучшение маркетинговой и рекламной их деятельности на рынке, внедрение инноваций, а также преодоление выявленных в исследовании факторов, тормозящих развитие турбизнеса в Республике, можно достичь в рамках Единого Полифункционального Информационного Аналитического Центра (ЕПИИАЦ). Его основная структура отображена на рис. 2.

Предлагаемый центр должен отвечать целой совокупности требований. Он должен быть:

1. Полифункциональным, то есть выполнять многие функции (оперативного и стратегического планирования, диспетчерские и справочные функции и т.д.).
2. Аналитическим, то есть производить анализ ситуации в отрасли и на предприятии и выработать рекомендации по наиболее эффективным решениям.
3. Информационным, то есть осуществлять мониторинг, являясь поставщиком актуализированной и постоянно обновляемой информации, классифицированной по широкому набору признаков. В частности, в структуре центра должно быть два информационных блока для оперативной и стратегической деятельности.
4. Инструментальным, то есть содержать различные инструменты принятия и поддержки принятия решений (методы и модели).
5. Инновационным, то есть включать в своей структуре блок инноваций и методов их внедрения в практику, что обеспечивает модернизацию его инструментальной составляющей.
6. Специфицированным, то есть учитывающим особенности туристских услуг (см. перечисленные выше восемь особенностей).
7. Технологичным, то есть отражающим всю технологическую цепочку взаимодействия субъектов рынка (см. рис. 1).

Созданный при участии автора и функционирующий в настоящее время в туристическом бизнесе КБР (г. Нальчик) единый инфоцентр ориентирован, главным образом, на выполнение справочно-информационных функций и системы бронирования туристских путевок. Его функционирование направлено на выполнение следующих задач:

- предоставление клиентам доступа к единой системе бронирования туристских услуг, бесплатные on-line консультации (как соотечественников, так и зарубежных туристов);

- формирование единого информационного пространства в целях создания внутреннего рынка предоставления туристских услуг;
- расширение сферы влияния туризма КБР на зарубежном рынке туристских услуг;
- внедрение информационно-компьютерных технологий в сферу туристических услуг;
- повышение конкурентоспособности действующих в КБР туристских предприятий.

В настоящее время в ЕИС инновационная составляющая туристской деятельности представлена слабо. Требуется серьезная трансформация ЕИС (являющегося, по сути, первым этапом описанного проекта центра) в полифункциональный центр ЕПИИАЦ. Сформулированные методические основы могут рассматриваться как пути модернизации и развития инфоцентра в более сложную организационную структуру, какой является ЕПИИАЦ.

Важным блоком в составе ЕПИИАЦ является блок экономико-математических моделей и методов (рис. 2). В числе этих методов может быть использован широкий спектр как уже имеющихся методов планирования и управления, адаптированных к условиям туристской отрасли, так и новые методы.

Таким образом, использование информационных технологий является одним из наиболее важных направлений в сфере туризма, обеспечивающие рост производительности в туристской отрасли.

На основе информации об устойчивом спросе на туры турфирмы разрабатывают маршруты. Изучая информацию, клиент выбирает маршрут и формирует представление о фирме и распространяет информацию о ней, принимая участие в создании имиджа фирм. Информация и скорость ее предоставления являются ключевыми факторами конкурентоспособности туристских предприятий.

Технологический процесс деятельности турфирм можно представить в виде функциональных областей: планирования, продвижения и реализации. В настоящее время формирование турпродукта характеризуется недостаточной методологической поддержкой процесса формирования продукта и отсутствием отраслевых стандартов, достаточных для формализации операций и необходимостью реализации автоматизированной информационной системы на базе современной глобальной сети, ориентированной как на организацию взаимодействия участников туристического бизнеса продвижения и реализации, так и на поддержку и оптимизацию функций планирования турпродукта.

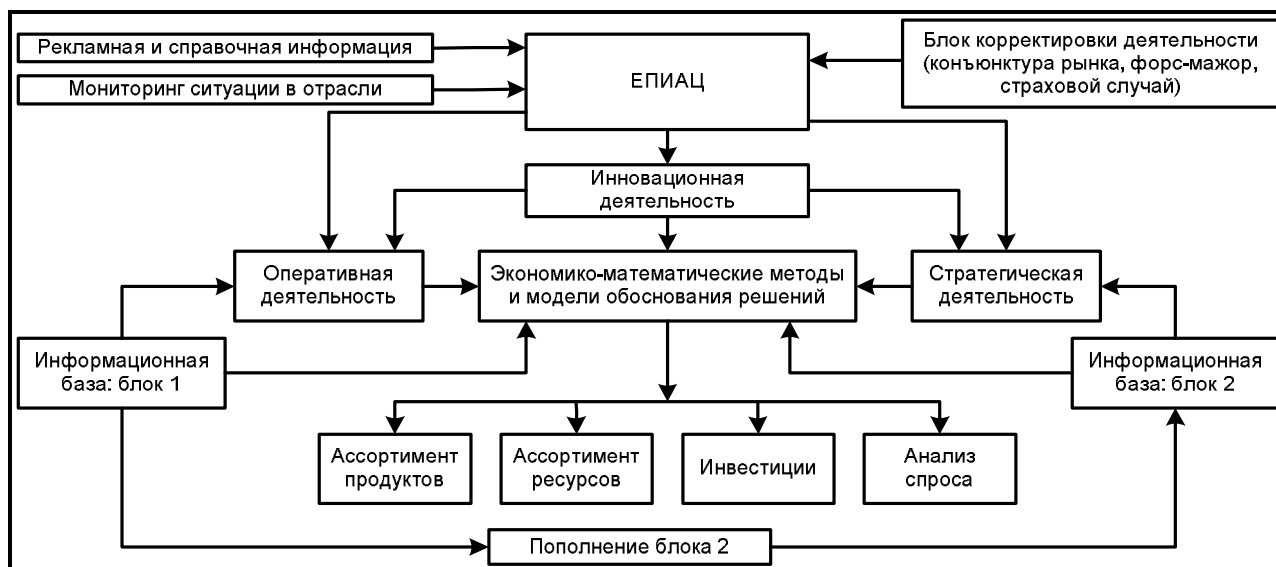


Рис. 2. Структурно-функциональная схема ЕПИАЦ

Процесс реализации является ключевым с точки зрения взаимного обмена информацией между участниками туристического бизнеса.

Анализ технологического и организационно-экономического аспектов информационного поля туристического бизнеса дает возможность сделать стратегический анализ направлений оптимизации деятельности турфирм.

В настоящее время туристический рынок развивается интенсивно, с увеличением спроса растет число предложений услуг и количество новых туристских фирм, тем самым усиливается конкуренция на рынке. Сегодня на рынке КБР существует мало компаний, занимающихся автоматизацией деятельности турфирм, разработкой сайтов и продвижением корпоративных систем бронирования.

Таким образом, максимально эффективное использование новых информационных технологий является одним из наиболее важных направлений в сфере туризма, обеспечивающих рост производительности труда в туристской отрасли.

Результатом конкурентоспособности турфирм является умелое использование данной получаемой информации, т.е. ЕПИАЦ предоставляет полную информацию о ТРК КБР и возможность работы в on-line режиме, что упрощает работу туристских предприятий.

ЕПИАЦ дает полную картину деятельности туристско-рекреационного комплекса КБР и рекомендации по его развитию. ЕПИАЦ доступен как для турфирм, так и для частных лиц (туристов), а также содержит информацию о турфирмах, турпредприятиях и предоставляемых ими турпродуктах.

ЕПИАЦ может использоваться и в других регионах РФ при формировании туристско-рекреационных комплексов.

**Литература**

1. Воскресенский В.Ю. Международный туризм. Инновационные стратегии развития [Текст] / В.Ю. Воскресенский. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 255 с.
2. Киселева И.А. и др. «Единый info-centr» по КБР [Электронный ресурс] / Киселева И.А., Трамova А.М., Трамova И.М., Трамova Л.Х. // Системные проблемы надежности, ка-

чества, информационных технологий. Сетевой электронный научный журнал «Систематехника». – 2010. – №9.

3. Киселева И.А., Трамova А.М. Стратегия инновационного развития туристского рекреационного комплекса региона [Текст] / Киселева И.А., Трамova А.М. – М.: МЭСИ, 2011. – 172 с.

**Ключевые слова**

Инновации; туристская отрасль; полифункциональный; информационно аналитический.

*Трамova Азиза Мухамадияевна*

**РЕЦЕНЗИЯ**

Актуальность темы предопределена важностью совершенствование управления сложными экономическими процессами, которые невозможны без применения новейших информационных технологий. Разработка новых инновационных подходов и концепций к управлению туристским комплексом крупного региона.

Научная новизна и практическая значимость. В статье освещена методология создания единого полифункционального информационного аналитического центра (ЕПИАЦ) управления туристской отраслью в КБР (г. Нальчик). Данный проект предполагает реструктуризацию и модернизацию действующего информационного центра с целью расширения его функций и обеспечения эффективного внедрения инноваций. Разработана структурно-функциональная схема нового центра, в которой сформулированы методологические основы разработки инновационной стратегии развития туристской отрасли.

Заключение: рецензируемая статья отвечает требованиям, предъявляемые к научным публикациям и может быть рекомендована к опубликованию.

*Касаев Б.С., д.э.н., профессор, проректор по науке, институт экономики и предпринимательства*

## 10.22. MODERNIZATION AND INFORMATION CENTER DEVELOPMENT IN MULTIFUNCTIONAL AT EFFECTIVE INTRODUCTION OF INNOVATIONS

A.M. Tramova, K.F.-M. of Science, the Senior Lecturer, the  
Doctoral Candidate

*Moscow state university of economy,  
statistics and computer science*

Article is devoted working out of methodology of creation of the uniform multifunctional information analytical center managements of tourist branch in KBR (Nalchik). The given project assumes re-structuring and modernization of operating information center for the purpose of expansion of its functions and maintenance of effective introduction of innovations. The scheme of the new center in which have found an embodiment the formulated is developed structurally-funktsionalnaja In work methodological bases of innovative strategy of development of tourist branch.

### Literature

1. I.A. Kiseleva, A.M. Tramova, I.M. Tramov, L.H. Tramova. «uniform info-centr» on KBR [the Electronic resource] / Kiseleva I.A., Tramova A.M., Tramov I.M., Tramova L.H. // System problems of reliability, quality, information technology. Network electronic scientific magazine «Sistematelnika», 2010, №9.
2. I.A. Kiseleva, A.M. Tramova. Strategy of innovative development of a tourist recreational complex of region [Text] / Kiseleva I.A., Tramova A.M. – M: MESI, 2011. – 172 p.
3. V.J. Voskresensky. The international tourism. Innovative strategy developments [Text] / V.J. Voskresensky. – M: it JUNITI-DANA, 2007. – 255 p.

### Keywords

Innovations; tourist branch; multifunctional; it is information analytical.