

Системный подход к оценке потенциала роста предпринимательской активности хозяйствующих субъектов индустрии туризма

Изучая тенденции в индустрии туризма следует отметить, что динамика развития въездного, выездного и внутреннего туризма развивалась разнонаправленно.

Выездной туризм за последние годы, показывавший устойчивый рост, в 2014 г. демонстрирует спад туристской активности. Сократились туры в Европу, что обусловлено значительным их подорожанием из-за курса евро. Обострение политической ситуации в мире, нестабильность политической обстановки в ряде стран, издавна рассматриваемых национальными туроператорами как наиболее востребованными и доходными направления их бизнеса, привело к резкому спаду туристской активности по некоторым направлениям. Приостановлены туры в Египет, отменены на неопределённое время в Турцию. Негативные тенденции просматриваются и во въездном туризме. Так, численность иностранных туристов сократилась в 2014 г. по сравнению с 2013 г. на 3 %, а по данным некоторых аналитических компаний снижение составило до 40 %. Сократилась численность туристов из стран Евросоюза примерно на 25-30 %, из США – на 18 %, Зато вырос турпоток из стран Юго-Восточной Азии, особенно из Китая.

Во внутреннем туризме наблюдается обратная картина: по данным Ростуризма он вырос на 40 %, основной прирост был обеспечен Крымским направлением. Ряд предприятий в турбизнесе, почувствовав спад выездного турпотока попытались реализовать политику взвинчивания цен. Это привело к значительным потерям для них. Так рост цен на гостиничные услуги обусловил спад спроса на них на курортах Краснодарского края. Так, при росте цен на 10-20 % потери от снижения спроса составили до 30 %. Такая яркая неэластичность была ожидаемой ещё и потому, что в целом в России наблюдается рост предпринимательской активности в туристской индустрии. Устойчивый рост показывают регионы, долгие годы не пользовавшиеся спросом на туристские услуги. Россия обладает значительными туристскими ресурсами: историческими, культурными и природными, что позволяет развивать все виды туризма.

Туристское предприятие в процессе оценки его предпринимательской активности рассматривается как субъект рынка услуг.

Следует выделить факторы, которые необходимо при этом учитывать:

- в процессе оказания туристских услуг, как правило, задействованы значительные материальные активы,
- услуга реализуется в процессе её производства, это требует глубокой её проработки на стадии проектирования
- туристская услуга, как единичный продукт, мало востребована, она является составной частью турпакета, на основании которого формируется тур.

Эти и ряд других факторов являются основополагающими при формировании бизнес-процессов, происходящих на внутрифирменном уровне.

Проектирование бизнес-процессов в целях обеспечения качества предоставляемых услуг и повышения предпринимательской активности требует выявления элементов как внешней, так и внутренней среды, установления их взаимного влияния, анализа состояния и прогнозирования развития. При этом субъект туристского предпринимательства рассматривается как сложная организационно-технологическая система, формируемая путем оптимального сочетания взаимоувязанных подсистем, состоящих из элементов, каждый из которых характеризуется технологией и организацией бизнес-процессов, их качественными и количественными параметрами. Подсистемы субъекта, в свою очередь, рассматриваются как сложная организационно-технологическая взаимосвязь составляющих ее подсистем второго порядка. Основополагающими условиями их выделения являются:

- их функциональная и организационно-технологическая однородность;
- четко выраженная иерархия внутреннего построения;
- внутренняя логическая взаимосвязь и многовариантность развития.

В соответствии с этим выделены подсистемы субъекта первого порядка: I - проектирование услуги; II - оказание услуги; III – подсистема поддержки, обеспечивающая функционирование

Секция 16. Современные тенденции развития экономики

системы в целом. Каждая из этих подсистем рассматривается также как сложная система, представляющая собой совокупность взаимосвязанных подсистем второго порядка. К ним относятся подсистемы организационно-технологических схем, характеризующихся совокупностью количественных и качественных параметров.

Можно выделить следующие подсистемы второго порядка:

- услуги средств размещения; услуги транспорта;
- услуги питания;
- услуги по организации досуга и спорта;
- торговые услуги.

Структурные элементы подсистем второго порядка могут быть представлены следующими бизнес-процессами:

а) проектирование услуги:

- исследование услуги
- разработка технологии предоставления услуги
- разработка и конструирование процесса предоставления услуги
- технологическая подготовка оказания услуги (разработка технологической документации).

б) оказание услуги:

- непосредственное оказание услуги согласно разработанной технологической схеме;
- контроль качества услуги;
- разработка мероприятий по устранению и недопущению брака.

в) обеспечение функционирования:

- финансовый менеджмент;
- управление трудовыми ресурсами;
- информационное обеспечение;
- текущий ремонт и обслуживание оборудования;
- медицинский контроль персонала;
- сохранение окружающей среды, обеспечение безопасности;
- расширение материально-технической базы;
- расширение внешних связей;
- текущее и стратегическое планирование.

Показателем эффективности функционирования системы может служить интегральный показатель качества, который характеризует величину процентного отклонения фактического показателя качества функционирования системы при отклонении параметров подсистем от величины, представляющей собой максимально (минимально) возможную качественную характеристику при реализации варианта развития хозяйствующего субъекта.