

УДК 334.7

*О. Е. Лебедева*ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ», Москва,
e-mail: OELebedeva@fa.ru

МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Ключевые слова: предпринимательство, потенциал, индустрия, туризм, инновации, менеджмент, надежность, оценка, бизнес, предприятие.

В статье рассмотрены подходы к методическому обеспечению предпринимательского потенциала в индустрии туризма. Установлено, что предприимчивость постепенно превращается в решающий фактор сохранения эффективности и надежности туристского бизнеса. Доказано, что носителями фактора предприимчивости являются люди, а потому предпринимательство необходимо рассматривать как особый трудовой процесс собственников капитала и менеджеров. Развитие этого фактора требует создания комплексной оценки его потенциала в триединой сути: как набора количественных показателей, как процесса, как основы принятия решений. При этом каждая форма проявления предприимчивости сводится к созданию своего набора существенных характеристик для измерения развития потенциала. Поэтому динамичность и надежность экономических процессов связана с развитием их инновационности в сочетании с сохранением традиций. Выяснено, что типология потенциала предприимчивости в индустрии туризма возможна на основе многомерного статистического анализа, и она позволяет определить характерные особенности управления развитием каждого типа. В то же время инновационность менеджеров связана с их ориентацией на предпринимательскую философию хозяйствования. Внедрение такого менеджмента взаимодействует с перестройкой отношения персонала туристского предприятия к изменениям.

*О. Е. Lebedeva*Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: OELebedeva@fa.ru

METHODOLOGICAL SUPPORT OF ENTREPRENEURIAL POTENTIAL IN THE TOURISM INDUSTRY

Keywords: entrepreneurship, potential, industry, tourism, innovation, management, reliability, assessment, business, enterprise.

The article considers approaches to methodological support of entrepreneurial potential in the tourism industry. It has been established that entrepreneurship is gradually becoming a decisive factor in maintaining the efficiency and reliability of the tourism business. It is proved that the bearers of the entrepreneurial factor are people, and therefore entrepreneurship must be considered as a special labor process of capital owners and managers. The development of this factor requires the creation of a comprehensive assessment of its potential in a triune essence: as a set of quantitative indicators, as a process, as a basis for decision-making. At the same time, each form of entrepreneurship is reduced to creating its own set of essential characteristics to measure potential development. Therefore, the dynamism and reliability of economic processes is associated with the development of their innovativeness in combination with the preservation of traditions. It was found out that the typology of entrepreneurial potential in the tourism industry is possible on the basis of multidimensional statistical analysis, and it allows us to determine the characteristic features of development management of each type. At the same time, the innovativeness of managers is associated with their orientation towards the entrepreneurial philosophy of management. The introduction of such management interacts with the restructuring of the attitude of the staff of the tourist enterprise to changes.

Введение

Характеристики предприимчивости включают четко выраженную потребность достижения успеха в любой деятельности, чувство хозяина своей судьбы, желание свободы и независимости, инициативность,

настойчивость в достижении цели, способность к разумному риску, способность не бояться брать на себя ответственность за принятые решения, умение спокойно анализировать ситуацию, умение убеждать партнера, работоспособность, умение получать

и использовать информацию о собственной выгоде, способность четко формулировать свои экономические цели.

Поскольку динамичность и надежность поведения туристской организации зависит от поведения ее менеджеров, то нами определена необходимость ввести в практику термин «инновационный менеджер». Его функции сводятся к внедрению инновационных методов решения проблем туристской организации. Он легко выходит на контакты с деловыми партнерами, использует самостоятельно наработанные правила принятия решений, делегирует полномочия, легко приспосабливается к новым условиям труда, ориентирован на творчество подчиненных, делает ставку на их чувство собственного достоинства.

При этом различным проблемам формирования туристских отношений посвящены труды Р. Вануса [2], Д.М. Евдокимовой [3], И.С. Иванова [7], Л.Г. Кутаревой [8], П.А. Рахманова [12], Д.В. Саврасовой [13], Т.В. Ухиной [14] и др. Однако многие проблемы, связанные с развитием туристского предпринимательского потенциала, требуют дальнейшего развития.

Целью исследования является обоснование рекомендаций по методическому обеспечению туристского предпринимательского потенциала.

Материал и методы исследования

Методологическую основу составили работы ученых в области туризма [1, 5, 16]. В работе использованы законы Российской Федерации, нормативные акты государственных учреждений и туристской сферы, данные статистической и оперативной отчетности, результаты специальных исследований и наблюдений автора.

В исследовании использованы общие методы: сравнения, наблюдения, обобщения, измерения, формализации. В рамках специальных методов были использованы: экономические и математические, метод главных элементов для установления связей между показателями сервисной деятельности туристских предприятий, а также анализ для определения резервов функциональных направлений управления.

Результаты исследования и их обсуждение

Создание команды на рабочем месте – основная цель руководителя туристского

предприятия. За счет использования коллективного интеллекта он предупреждает проблемы по слабым сигналам; удачно выбирает стратегии, умело рискует. В отношениях с персоналом он открыт для критики, ориентирован на внутренние мотивы и творческий потенциал подчиненных, развивает их способность к самоменеджменту.

Хотя постоянные изменения – гарантия успеха руководителя туристского предприятия и инновационного менеджера, все же они не должны стать единственной установкой их деятельности. Любое туристское предприятие может выдержать ограниченное количество инноваций. Сейчас каждая прогрессивная туристская компания сочетает стабильный и инновационный процессы, потому что они дополняют друг друга.

Состояние стабильного процесса обуславливает содержание инновационных задач, а результаты инновационной деятельности реализуются в стабильном процессе [4, 6, 10]. А потому на каждом туристском предприятии должно быть определено соотношение между сохранением стабильности и инновациями. Поэтому нами для сопоставления развития традиций и инновационности туристских предприятий обоснована необходимость оценки следующих характеристик: способы решения проблем; факторы, влияющие на постановку целей; характерные особенности системы поощрения к высокопроизводительному труду; виды информации, используемой для принятия решений; характеристики персонала, на которые делается ставка при управлении им; особенности построения организационных структур управления; способность к ситуационному способу принятия решений.

Предприимчивость как сложное массовое явление неоднородно. Эта неоднородность вызвана двумя причинами. Первая – особенностями среды, в которой формируются проявления предприимчивости. Вторая – неравномерностью развития потенциала отдельных единиц массового явления. Исходя из этого, нами была сформулирована и доказана гипотеза о необходимости типологии потенциала предпринимателей, менеджеров. Без нее природа, условия и факторы их эффективной работы не могут быть раскрыты достаточно точно и глубоко.

Исследования показали, что выделение типов в сфере предпринимательства позволяет определить специфику управле-

ния развитием потенциала каждого из них. Конкретно в рамках учета требований системного подхода и возможностей использования статистических методов нами обоснован следующий порядок определения и комплексной характеристики типов потенциала предпринимательства в туризме: 1) определение набора частичных характеристик факторов и условий функционирования потенциала предпринимательства; 2) формирование выборки респондентов (частных предпринимателей или менеджеров – носителей фактора предприимчивости); 3) количественная экспертная оценка респондентами характеристик потенциала предпринимательства; 4) разделение совокупности потенциалов на однородные группы средствами многомерной классификации; 5) определение в каждой выделенной группе существенных факторов, формирующих целостность их потенциала и определяющих качественное своеобразие управления его развитием.

Информация для реализации указанного алгоритма собирается методом интервью в два этапа. На первом – каждому респонденту (частному предпринимателю или менеджеру) было предложено определить перечень факторов и условий, которые определяют состояние и развитие потенциала их туристского бизнеса. Во время второго этапа обследования каждый респондент оценивал количественно состояние характеристики своего потенциала по десятибалльной шкале. Причем оценка ноль означала, что характеристика отсутствует, десять – наиболее развита. Созданный таким образом статистический массив оценок был использован в работе для типологической классификации 53 частных предпринимателей. Подобным образом был сформирован перечень характеристик и оценок потенциала предприимчивости менеджеров и выполнена их типология на примере анализа 61 менеджера.

Типология потенциала частных владельцев капитала дала такие результаты. Они были разделены на две группы: в первую вошли предприниматели, работающие индивидуально, во вторую – те, которые используют наемный труд. Обобщенные факторы, смоделированные в каждой подгруппе средствами статистического факторного анализа, определили специфику каждого типа потенциала предпринимателей. При этом выделенные факторы описывают

71,7% дисперсии предпринимательского потенциала первого типа. Причем все они связаны в основном с налаживанием связей с внешней средой. Такие характеристики потенциала предпринимательства как качество бухучета, бизнес-планирование и прогнозирование, использование резервов снижения затрат, повышение деловой квалификации, наличие высшего образования пока не определяют существенно возможности его наращивания и развития.

Про вторую группу частных собственников капитала можно отметить, что эти люди создали свой бизнес, используя предыдущий опыт работы, старые связи. Поэтому состав существенных факторов отличается от факторов первого типа. Они описывают 68,6% дисперсии потенциала и в основном определяют возможности управления существующими связями туристского предприятия, усиление их гибкости и стабильности.

Для предпринимателей, использующих наемный труд, менее существенными, чем для первого типа являются такие характеристики как материально-техническое снабжение, условия сбыта туристских услуг, качество бухгалтерского учета и финансового анализа, характерные особенности туристского рынка, возможность управления налоговыми отчислениями, наличие и использование резервов снижения затрат, повышение деловой квалификации, самооценка, профессионализм, личные коммуникативные качества, наличие высшего образования [9, 11, 15].

Практика показала, что творчество в туристском менеджменте постепенно начинает рассматриваться не только как способность нарушать стабильность и внедрять инновации, сколько как сочетание стабильности, традиций и инноваций, умение реализовать так называемый ситуационный подход к решению проблем. Пока мало разработанными как в теоретическом, так и в практическом плане являются вопросы оптимизации сочетания традиционного и инновационного стиля управления туристского предприятия.

Особенно осторожно следует подходить к нарушению существующих эффективных экономических связей и традиций. Предложенная методика количественной оценки развития традиционного и предпринимательского (инновационного) стиля поведения туристских предприятий, на взгляд автора, может стать началом решения этой проблемы. Методика проверена на мате-

риалах, характеризовавших деятельность шести туристских предприятий. Информация собиралась методом анкетирования, количественная оценка параметров имела интервал 0-10.

Обобщающая оценка традиционных и инновационных подходов к управлению туристскими предприятиями показывает растущую роль последних. Такая тенденция вызвана в первую очередь изменением характера экономических отношений с партнерами, развитием конкуренции, повышением требований к качеству туристских услуг. При этом практически ни одно из туристских предприятий не отказывается от традиционных элементов, которые в силу своей практической надежности позволяют сохранить целостность сервисной системы. Если между показателями традиционного и инновационного подхода в текущий момент почти нет разницы, то по прогнозам, как показывает анализ, они существенно отличаются.

Заключение

Подводя итоги можно отметить, что предприимчивость постепенно превращается в решающий фактор сохранения эффективности и надежности туристского бизнеса. Носителями фактора предприимчивости

являются люди, а потому предпринимательство необходимо рассматривать как особый трудовой процесс собственников капитала и менеджеров. Развитие этого фактора требует создания комплексной оценки его потенциала в триединой сути: как набора количественных показателей, как процесса, как основы принятия решений. При этом каждая форма проявления предприимчивости требует создания своего набора существенных характеристик для измерения развития своего потенциала. Поэтому динамичность и надежность экономических процессов связана с развитием их инновационности в сочетании с сохранением традиций.

Типология потенциала предприимчивости в индустрии туризма возможна на основе многомерного статистического анализа, и она позволяет определить характерные особенности управления развитием каждого типа. В то же время инновационность менеджеров связана с их ориентацией на предпринимательскую философию хозяйствования. Внедрение такого менеджмента связано с перестройкой отношения персонала к изменениям. Кроме того, стратегия инновационного менеджмента базируется на управляемом изменении системы целей туристского предприятия, тактика – на изменении трудовой мотивации.

Библиографический список

1. Агамирова Е.В., Кожина В.О., Лебедев К.А., Лебедева О.Е. Совершенствование подходов к реструктуризации предприятий в современных условиях // Экономика и предпринимательство. 2016. № 12-4 (77). С. 353-356.
2. Ванус Р., Прядко И.А. Транспортный комплекс как составляющая туристской инфраструктуры страны // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2024. № 1. С. 11-16.
3. Евдокимов Д.М. Социально-экономические проблемы туризма в период пандемического кризиса // Научный Лидер. 2024. № 52 (150). С. 65-67.
4. Захарова М.В. Инструменты развития рынка услуг туризма и гостеприимства Российской Федерации // Инновации и инвестиции. 2024. № 1. С. 400-403.
5. Зонова А.В., Ливанова Р.В. Бухгалтерский учет операций по страхованию в сельском хозяйстве. Киров: Изд-во ВятГГУ, 2010. 167 с.
6. Зонова А.В., Ливанова Р.В. Целевая государственная помощь сельскохозяйственным организациям по страхованию урожаев сельскохозяйственных культур // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2009. № 2. С. 50-52.
7. Иванов И.С. Оценка туристско-рекреационного потенциала территории Северного Кавказа // Научный Лидер. 2024. № 52 (150). С. 60-64.
8. Кутарева Л.Г., Швецова В.В. Подходы к устойчивому развитию туризма Свердловской области в условиях «зеленой» экономики // Актуальные исследования. 2024. № 2-3 (184). С. 13-21.
9. Лебедева О.Е. Развитие маркетинговой инфраструктуры на рынке молокопродукции // Проблемы и перспективы развития предпринимательства: сборник материалов IV международной научно-практической конференции. 2010. С. 86-87.

10. Ливанова Р.В., Бачаева А.Х. Основные аспекты о внедрении электронного документооборота в организации // Перспективные направления научных исследований: сборник статей по материалам V ежегодной научно-практической конференции. 2019. С. 88-93.
11. Матюнина О.Е., Завалько Н.А., Кожина В.О., Соколов А.А., Лебедева О.Е. Развитие финансовой инфраструктуры в системе государственного регулирования цифровой экономики // Экономика и предпринимательство. 2018. № 12 (101). С. 26-29.
12. Рахманов П.А., Атаева М.Э., Аннаев Г.М. Туризм: открытие мира после ковида и его влияние на экономику и природу // Вестник науки. 2024. Т. 3, № 1 (70). С. 110-113.
13. Саврасова Д.В. Влияние регионального туризма на социально-экономическое развитие Омской области // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2024. № 1. С. 137-141.
14. Ухина Т.В., Троицкая Н.Г., Подсевалова Е.Н., Зикирова Ш.С., Лебедева О.Е. Совершенствование управления персоналом в туристской индустрии // Экономика и предпринимательство. 2017. № 12-4 (89). С. 1194-1197.
15. Хоружий Л.И., Каратаева О.Г., Шитикова А.В., Манохина А.А. и др. Организация агробизнеса. Цифровая трансформация: учебное пособие. М.: Ай Пи Ар Медиа, 2022. 189 с.
16. Levchenko T.P., Koryagina E.V., Rassokhina T.V., Shabalina N.V., Lebedeva O.E. A project-based approach to ensuring the competitiveness of a region's tourism-recreation complex // Journal of Environmental Management and Tourism. 2018. Vol. 9. № 8 (32). P. 1707-1713.