

УДК 338.48:005

Л. А. Пониматкина

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ», Москва,
e-mail: LAPonimatkina@fa.ru

А. А. Штепа

ФГБОУ ВО «Государственный морской университет имени адмирала Ф.Ф. Ушакова»,
Новороссийск, e-mail: shtepa.andre@mail.ru

Н. А. Козлова

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», Москва,
e-mail: zubkovatalja@mail.ru

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ СТОИМОСТЬЮ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Ключевые слова: информация, обеспечение, управление, стоимость, туризм, предприятие, трансформация, бизнес, ценность, механизм.

Рассмотрены подходы по формированию информационного обеспечения управления стоимостью туристского предприятия. Установлено, что стоимостно-ориентированное управление туристским предприятием начинается с постановки целей, где и определяется суть стоимости туристского предприятия и его потенциал. Доказано, что стоимость туристского предприятия зависит, с одной стороны, от способности эффективно удовлетворять требования и потребности соответствующего сегмента клиентов, эффективно распределяя имеющиеся ресурсы и организуя группы сотрудников, а с другой – как минимум удовлетворять минимальные требования владельцев и кредиторов, то есть ценность туристского предприятия увеличивается при эффективном удовлетворении заинтересованных сторон. Выяснено, что общая модель структуры туристского предприятия должна быть направлена на максимизацию ценности, отражающую механизм трансформации высшей цели – миссии – в ценность бизнеса, и учитывать основные уровни формирования ценности бизнеса, а также факторы с помощью которых происходит создание ценности, что даст возможность туристским предприятиям качественно сформировать действенный механизм трансформации идеи в ценность бизнеса на разных уровнях управления. Определено, что модель туристского предприятия в качестве информационной системы должна содержать основные центры формирования управленческой информации, которые влияют на принятие управленческих решений.

L. A. Ponimatkina

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: LAPonimatkina@fa.ru

A. A. Shtepa

Admiral Ushakov Maritime State University, Novorossiysk,
e-mail: shtepa.andre@mail.ru

N. A. Kozlova

Russian State University of Tourism and Service, Moscow,
e-mail: zubkovatalja@mail.ru

INFORMATION SUPPORT FOR THE MANAGEMENT OF THE COST OF A TOURIST ENTERPRISE

Keywords: information, provision, management, cost, tourism, enterprise, transformation, business, value, mechanism.

The approaches to the formation of information support for the management of the cost of a tourist enterprise are considered. It is established that cost-oriented management of a tourist enterprise begins with setting goals, where the essence of the value of a tourist enterprise and its potential are determined. It is proved that the cost of a tourist enterprise depends, on the one hand, on the ability to effectively meet the requirements and needs of the relevant segment of customers, effectively allocating available resources and organizing groups of employees, and on the other – at least to meet the minimum requirements of owners

and creditors, that is, the value of a tourist enterprise increases with the effective satisfaction of interested parties. It was found out that the general model of the structure of a tourist enterprise should be aimed at maximizing value, reflecting the mechanism of transformation of the highest goal – mission – into business value, and take into account the main levels of business value formation, as well as the factors by which value is created, which will enable tourist enterprises to qualitatively form an effective mechanism for transforming an idea into business value on the different levels of management. It is determined that the model of a tourist enterprise as an information system should contain the main centers of formation of management information that influence management decision-making.

Введение

В современных условиях управление стоимостью бизнеса является необходимой предпосылкой жизнедеятельности туристского предприятия, которое непосредственно обеспечивается использованием информации о внешней и внутренней среде. Эффективное управление стоимостью туристского предприятия возможно лишь тогда, когда оно имеет соответствующую интегрированную учетную систему, которая предоставляет полную, исчерпывающую информацию всем заинтересованным группам об использовании имеющихся ресурсов по всем направлениям деятельности.

Управление с помощью сбалансированной системы показателей позволяет эффективно использовать имеющийся потенциал туристского предприятия и осуществлять оперативное и стратегическое планирование с целью максимизации стоимости бизнеса и удовлетворения интересов государства, собственников, кредиторов и общества в целом.

При этом сбалансированный рост и развитие туристского бизнеса с целью поддержания необходимого уровня ликвидности является результатом надлежащего информационного обеспечения процесса управления. Этой проблеме свойственна определенная неопределенность в принятии оптимальных управленческих решений. Поскольку стоимость туристского бизнеса максимизируется в результате принятия оптимальных и взаимосвязанных стратегических, операционных, финансовых, инвестиционных и аналитических управленческих решений, то критерии и механизмы формирования этих решений чрезвычайно важны для стоимостно-ориентированного управления.

Одним из методов формирования целеориентированных оптимальных управленческих решений является применение интегрированного сбалансированного организационно-экономического механизма ключевых показателей, который бы предоставлял

менеджменту туристского предприятия необходимую комплексную релевантную управленческую информацию, трансформировал стратегию туристского предприятия в конкретные взаимосвязанные показатели и позволил принимать управленческие решения, которые бы способствовали увеличению стоимости бизнеса.

Вопросом исследования подходов по развитию туризма посвящены труды Д.М. Амет-Устаевой [1], О.Е. Афанасьева [2], А.Ю. Барановой [3], Л.А. Гамидуллаевой [4], Т.Л. Краснодед [6], В.Т. Панаёт [10], А.В. Таниной [12], И.В. Шевердиной [13], Е.Е. Юдашкиной [14] и др. Вместе с этим, изучение и анализ опубликованных по этой проблематике научных работ позволили сделать вывод о том, что вопросы формирования теоретических и практических подходов по построению и использованию системы информационного обеспечения процесса принятия управленческих решений на основе сбалансированных показателей деятельности туристского предприятия в современных условиях хозяйствования недостаточно разработаны как в научном, так и в организационно-экономическом аспектах.

Целью исследования выступает информационное обеспечение управления стоимостью туристского предприятия.

Материал и методы исследования

Теоретической основой работы выступили положения современной экономической теории, законы Российской Федерации, указы Президента Российской Федерации, постановления и решения Правительства Российской Федерации. При этом применялись методы сравнения (для раскрытия содержания и сущности стоимостно-ориентированной концепции управления туристским предприятием, формализации, комплексного анализа (для разработки прикладных рекомендаций по формированию интегрированной системы менеджмента).

Информационной базой исследования выступили законодательные и нормативные

акты по экономическим вопросам, официальные статистические данные Федеральной службы государственной статистики, материалы специальных периодических изданий, отчетно-статистические данные туристских предприятий.

Результаты исследования и их обсуждение

Дальнейшее углубление научных исследований связано с совершенствованием методики формирования стоимостно-ориентированного управления бизнесом, которая бы обеспечила возможность создания системы интегрированного менеджмента на туристском предприятии. Также необходимо создать оптимальную систему целей, эффективно сконцентрировать и распределить ресурсы бизнеса для оптимального достижения целей бизнеса, определить стоимость бизнеса и рычаги управления стоимостью бизнеса, сформировать эффективный механизм мотивации управленческого персонала и дать объективную оценку его работе на туристском предприятии.

В то же время в настоящее время не существует единого мнения относительно понятия «управление» [5, 8, 16]. Разнообразие определений управления приводит к нечеткой или слишком узкой трактовке этого термина. При этом можно рассматривать управление как функцию, которая присуща сложным и сверхсложным системам, к которым относятся туристские предприятия, и направлена на сохранение, поддержку, рост и развитие такой системы вследствие процесса переработки и передачи информации.

Кроме того, модель процесса управления отражает процесс принятия решений на основе информационного обеспечения, включает в себя анализ информации внутренней и внешней среды и охватывает функции управления, а также составляющие стоимостно-ориентированного управления туристским бизнесом. Такая модель должна состоять из основных элементов стоимостно-ориентированного управления, которые основываются на переработке и передаче информации – процесс планирования целей туристского предприятия и процесс регулирования и контроля по достижению поставленных целей.

Также эта модель раскрывает все возможные варианты координации и результат процесса управления – туристское предприятие как совокупность организацион-

ной структуры, процессов, распределения ресурсов, организационной культуры. Это позволяет менеджменту туристского предприятия сформировать процесс управления соответственно для оптимального достижения поставленных целей.

Практика показала, что стоимостно-ориентированное управление туристским предприятием начинается с постановки целей, где и определяется суть стоимости туристского предприятия и его потенциал [7, 9]. Стоимость туристского предприятия зависит, с одной стороны, от способности эффективно удовлетворять требования и потребности соответствующего сегмента клиентов, эффективно распределяя имеющиеся ресурсы и организуя группы сотрудников, а с другой – как минимум удовлетворять минимальные требования владельцев и кредиторов, то есть ценность туристского предприятия увеличивается при эффективном удовлетворении заинтересованных сторон, что и побудило к формированию локальной системы целей в рамках высшей цели туристского предприятия.

Общая модель структуры туристского предприятия направлена на максимизацию ценности, отражающую механизм трансформации высшей цели – миссии – в ценность бизнеса, и учитывает основные уровни формирования ценности бизнеса, а также факторы с помощью которых происходит создание ценности, что даст возможность туристским предприятиям качественно сформировать действенный механизм трансформации идеи в ценность бизнеса на разных уровнях управления.

Модель туристского предприятия в качестве информационной системы содержит основные центры формирования управленческой информации, которые влияют на принятие управленческих решений – управленческий учет, маркетинг и организационная культура, и раскрывает их взаимосвязь с операционными процессами, процессом стратегического развития туристского предприятия, внутренними пользователями информации и бухгалтерским учетом, который направлен на информирование внешних пользователей.

Однако, уровень информационного обеспечения управления туристским предприятием напрямую влияет на его конкурентоспособность. Это зависит от степени интеграции информации в цепочку создания ценности бизнеса. Чем качественнее турист-

ское предприятие будет отвечать интересам заинтересованных лиц-собственников, земщиков, клиентов, государства и т.п., тем большей будет его стоимость. Именно для достижения соответствия интересам, процесс информационного обеспечения управления туристским предприятием играет ключевую роль.

Для того, чтобы выявить потенциал туристских предприятий, их узкие места и комплексно охарактеризовать их состояние, можно использовать модель анализа эффективности управления по цепи создания ценности, учитывающей основные параметры деятельности туристского предприятия [11, 15]. Это позволит разработать меры по устранению недостатков, что приведет к улучшению финансовых результатов и повышению стоимости туристского предприятия.

Исследование туристских предприятий показало, что существующие проблемы обусловлены традиционной системой менеджмента, которая оперирует лишь краткосрочным эффектом и не имеет целостной картины о состоянии предприятия, использует лишь финансовые показатели. Проведенный таким образом анализ является комплексным, отражает целостную картину и позволяет сформулировать комплексные решения.

В то же время модель интегрированной системы менеджмента туристского пред-

приятия основывается на сбалансированной системе показателей, включает в свой состав систему планов и имеет связь с бизнес-процессами. В существующих моделях интегрированной системы менеджмента непосредственная связь сбалансированной системы показателей и бизнес-процессов отсутствует, что является неполным изображением влияния информации на бизнес-процессы.

Заключение

Подводя итоги можно отметить, что трансформация миссии туристского предприятия в ценность происходит по соответствующей системе целей и наличию необходимых факторов, генерирующих ценность – персонал, сервисная инфраструктура, процессы, система планирования и управления. Это позволило сформировать общую модель структуры туристского предприятия, которая направлена на максимизацию ценности, отражающую механизм трансформации высшей цели – миссии – в ценность бизнеса и учитывает основные уровни формирования ценности бизнеса и факторы, с помощью которых происходит создание ценности, что даст возможность туристским предприятиям качественно сформировать действенный механизм трансформации идеи в ценность бизнеса на всех уровнях иерархии.

Библиографический список

1. Амет-Устаева Д.М. Специализированное программное обеспечение для туристической сферы // Информационно-компьютерные технологии в экономике, образовании и социальной сфере. 2024. № 1 (43). С. 84-93.
2. Афанасьев О.Е., Шаркова Л.А., Волков В.Е. Особенности информационного обеспечения безбарьерной среды в пространствах городских объектов культуры в контексте развития экскурсионного туризма (на примере ГАУК ЦПКИО им. М. Горького) // Сервис в России и за рубежом. 2024. Т. 18, № 1 (110). С. 189-211.
3. Баранова А.Ю. Инновационная деятельность санаторно-курортного комплекса в контексте рынков национальной технологической инициативы // Инновации и инвестиции. 2023. № 1. С. 9-13.
4. Гамидуллаева Л.А., Финогеев А.Г. Методические подходы к управлению развитием отраслевых экосистем (на примере туристской индустрии) // *π-Economy*. 2023. Т. 16, № 2. С. 7-23.
5. Кожина В.О., Матюнина О.Е., Жакевич А.Г., Афанасьева Ю.С., Лебедева О.Е. Совершенствование организации финансов субъектов хозяйствования // Экономика и предпринимательство. 2017. № 4-2 (81). С. 509-512.
6. Краснодар Т.Л. Развитие кадрового потенциала индустрии туристских услуг Приазовья России // Векторы благополучия: экономика и социум. 2024. Т. 52, № 2. С. 110-124.
7. Лебедев К.А. Обзор украинского рынка экспортоориентированных молокопродуктов // Вестник аграрной науки Причерноморья. 2002. № 5 (19). С. 49-54.

8. Лебедев, К.А. Повышение эффективности производства сливочного масла в Крыму // Экономика и управление. 2002. № 1. С. 18-19.
9. Лебедева О.Е. Формирование механизма функционирования регионального продовольственного рынка // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Серія Економічні науки. 2007. № 6. С. 245-250.
10. Панаёт В.Т., Коцюба И.Ю., Панаёт Р.Т., Шиков А.Н. Система поддержки развития визуального типа репрезентации как составной модуль приложения для образовательного туризма // Russian Economic Bulletin. 2023. Т. 6, № 3. С. 359-364.
11. Рыбак М.В., Королева Е.В., Кичуткина К.Н., Лебедев К.А. Структурно-функциональные аспекты развития международного рынка туристских услуг // Экономика и предпринимательство. 2017. № 12-1 (89). С. 751-754.
12. Танина А.В. Цифровые технологии в продвижении экомаршрутов на особо охраняемых природных территориях Санкт-Петербурга и Ленинградской области // Журнал правовых и экономических исследований. 2023. № 2. С. 261-269.
13. Швердина И.В. Технологии искусственного интеллекта в туристской индустрии // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. 2023. № 2. С. 114-118.
14. Юдашкина Е.Е., Никазаченко А.Л., Лебедев К.А. Стратегическое планирование социально-экономических процессов на основе когнитивного подхода // Экономика и предпринимательство. 2017. № 8-2 (85). С. 1062-1065.
15. Markova O.V., Zavalko N.A., Kozhina V.O., Panina O.V., Lebedeva O.E. Enhancing the Quality of Risk Management in a Company // Espacios. 2018. Т. 39, № 48. P. 25.
16. Nikolskaya E.Y., Lepeshkin V.A., Kulgachev I.P., Matveev A.A., Lebedeva O.Y. Perfection of quality management of hotel services // Journal of Environmental Management and Tourism. 2020. Vol. 11, № 2 (42). P. 417-421.