

На правах рукописи

Геворгян Артур Самвелович

**Повышение конкурентоспособности туристской дестинации на
основе развития малого предпринимательства
(на примере города Сочи)**

08.00.05 — экономика и управление народным хозяйством
(менеджмент)

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Сочи - 2011

Работа выполнена в Сочинском государственном университете

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор
Боков Михаил Алексеевич

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
Никитина Ольга Александровна

доктор экономических наук, профессор
Григорьян Виктор Михайлович

Ведущая организация: Государственный университет управления

Защита состоится 9 декабря 2011 года в 16.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.255.02 при Сочинском государственном университете по адресу: 354000, г. Сочи, ул. Советская 26-а, зал заседаний диссертационных советов.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Сочинского государственного университета, с авторефератом - на сайте <http://vak.ed.gov.ru>.

Автореферат разослан 9 ноября 2011 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета

Н. С. Матющенко

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. В настоящее время возникла необходимость создания механизмов управления конкурентоспособностью туристских дестинаций. С одной стороны конкурентоспособность туристской дестинации является важным показателем и одним из преимуществ дестинации, с другой – важнейшим инструментарием и объектом управляющего воздействия со стороны местных органов управления.

Обретение местными органами власти Российской Федерации экономической самостоятельности вызывает необходимость переоценки их положения и функций в экономическом пространстве, отражает стремление каждого из них к самоутверждению, выбору экономической структуры, способной обеспечить надежное положение дестинации в рыночном пространстве федерации. В борьбе за экономическое пространство обостряется конкуренция между предприятиями, отраслями, дестинациями. Предметом конкурентной борьбы между дестинациями становятся государственные программы и национальные проекты, связанные с размещением и территориальной организацией хозяйства, а также с решением социальных проблем. В рыночном пространстве страны сталкиваются интересы всех субъектов федерации, и преимущества получает лишь та туристская дестинация, у которой сильнее конкурентные позиции, определяемые во многом ее отраслевой специализацией, в частности, уровнем развития предоставляемых услуг. Процесс развития туристской дестинации в контексте сопровождающего ее управленческого процесса понимается как повторяющиеся циклы четырех ключевых этапов: анализа и оценки текущего экономического положения, выработки стратегических целей и задач для развития, предвидения и выявления барьеров, определения и выполнения стратегии и действий по их преодолению. В соответствии с положениями теории успешного проведения перемен, четвертая фаза этого повторяющегося цикла включает инициацию структур исполнительной власти, представителей законодательного собрания, структур общественного сектора и, наконец, самих предпринимателей, непосредственное проведение изменений и упорядочивание новых системных взаимосвязей. Таким образом, необходимость повышения конкурентоспособности туристской дестинации на основе развития малого предпринимательства не вызывает сомнения, а тема диссертационной работы представляется **актуальной**.

Степень научной разработанности проблемы. Различные аспекты конкурентоспособности на федеральном, региональном и муниципальном уровнях активно обсуждаются и являются предметом изучения многих отечественных и зарубежных ученых теоретиков и практиков.

Среди зарубежных ученых, занимающихся проблемами конкурентоспособности в различных отраслях и сферах деятельности, можно выделить И. Ансоффа, Дж. Боуэна, А. Браймера, Ф. Букерель, В. Вонга, П. Друкера, Ф.Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, Д. Мильгрома, Дж. Мейкенза, А. Олливе, М. Портера и других ученых.

Основной вклад в развитие конкурентоспособности отечественных предприятий малого бизнеса внесли следующие авторы: В.П. Блинов, О.А. Варга, А.Л. Глухов, Е.А. Горбашко, В.М. Мишин, Н.К. Моисеева, Р.В. Нестерова, Р.А. Фатхутдинов, А.Ю. Юданов и др.

Изучением различных форм интеграции предприятий и организаций занимались С.Н. Арифалин, С.А. Галичий, Д.В. Гололобов, А.В. Дягилев, Н.П. Забудько, А.Д. Кварц, Е.А. Писарева, В.Д. Федчук и др.

Проблемы конкурентоспособности в санаторно-курортной сфере рассматривались в работах С.И. Берлина, М.Б. Биржакова, М.А. Бокова, А.О. Варвашяна, А.М. Ветитнева, И.В. Зорина, Н.И. Кабушкина, В.А. Квартального, В.И. Криворучко, Л.В. Криворучко, В.Б. Сапруновой, В.К. Скрыпкина и др., однако часто это делалось в рамках административного подхода без серьезного анализа возможностей этого сектора экономики. Актуальность и недостаточная разработанность перечисленных задач предопределили выбор темы диссертационного исследования, его цель, задачи и логику исследования.

Гипотеза научного исследования. Конкурентоспособность туристской дестинации определяется на основе положения о том, что чем больше конкурентоспособных малых предприятий индустрии гостеприимства расположено на территории туристской дестинации, тем с большей уверенностью можно говорить о конкурентоспособности дестинации в целом.

Целью диссертационной работы является создание методических основ системы управления факторами повышения конкурентоспособности туристской дестинации на основе развития малого предпринимательства города Сочи.

Поставленная цель потребовала последовательного решения основных **задач**, включающих:

- характеристику туристской дестинации, исследование основных методических подходов оценки ее развития; анализ рекреационных территорий РФ; рассмотрение соответствия г. Сочи понятию «туристская дестинация»;
- определение влияния социально-экономических и политических факторов на развитие туристской дестинации;
- исследование вопросов, касающихся конкуренции и конкурентоспособности туристской дестинации в РФ, в том числе, ее основных аспектов;
- выявление факторов и методов создания конкурентоспособной туристской дестинации;
- разработку проекта программы поддержки малого предпринимательства в г. Сочи на основе новых подходов определяющих повышение его конкурентоспособности.

Объектами исследования явились система органов и институтов публичного управления туристско-рекреационным комплексом г. Сочи, функционирующего в современных условиях экономики, а также горизонтально интегрированные объединения предприятий индустрии туризма,

малые предприятия индустрии туризма и закономерности их функционирования с учётом внешней среды.

Предметом исследования явились управленческие отношения, возникающие в процессе реализации мероприятий по повышению уровня конкурентоспособности туристской дестинации, на основе развития малого предпринимательства.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что она вносит определенный вклад в развитие теории конкурентных отношений в туристском комплексе дестинации, позволяет глубже осмыслить понятие и сущность структур малого предпринимательства, их роль в повышении конкурентоспособности туристской дестинации, точнее обосновать направления формирования конкурентоспособного туристского комплекса г. Сочи.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования результатов работы государственными органами и хозяйствующими субъектами при совершенствовании процессов управления в туристском комплексе г. Сочи и повышении его конкурентоспособности. Предложенные в работе приоритетные направления развития малого бизнеса, формы горизонтальной интеграции малых предприятий и способы обеспечения их конкурентоспособности могут быть применены в практической деятельности туристских организаций других туристских дестинаций, а также при разработке федеральных и муниципальных целевых программ повышения конкурентоспособности туристских комплексов дестинаций.

Методология исследования. Теоретические исследования диссертации посвящены развитию положений системного подхода к экономической деятельности предприятий индустрии туризма г. Сочи и теории принятия решений, проблемам научного планирования и мониторинга результатов хозяйственной деятельности. Основные методологические принципы, лежащие в основе данного исследования, базируются на фундаментальных положениях ведущих отечественных и зарубежных экономистов двадцатого столетия. В исследовании широко используются концепции современной науки управления.

Теоретической основой диссертационного исследования служат труды отечественных и зарубежных ученых, практиков в области экономики, теории управления, маркетинга, конкуренции и конкурентного поведения предприятий на рынке, экономики и управления на предприятиях индустрии гостеприимства; методы эмпирического и теоретического исследования (системный подход, методы экономико-организационного моделирования, метод иерархической декомпозиции, опрос, статистический анализ, логический и структурный анализ, наблюдение и сравнение, контент-анализ первичных документов организаций и законодательных актов).

Информационную основу диссертационной работы составляют статистические данные о развитии экономической ситуации в РФ, в Краснодарском крае и г. Сочи; плановые и отчетные данные о деятельности предприятий индустрии туризма г. Сочи, в основном за период 1990-2010гг.;

аналитические материалы научно-исследовательских организаций; экономическая литература и материалы периодической печати, конференций.

В качестве организационно-правовой базы были приняты действующие законы, законодательные и нормативные акты Правительства РФ, Администрации Краснодарского края и местных органов власти г. Сочи по вопросам функционирования предприятий индустрии туризма г. Сочи.

Соответствие темы диссертации требованиям паспорта специальности ВАК. Исследование выполнено в соответствии с п. 10.8. «Управление экономическими системами, принципы, формы и методы его осуществления. Зависимость управления от характера и состояния экономической системы. Управление изменениями в экономических системах. Теория и практика управления интеграционными образованиями и процессами интеграции бизнеса» Паспорта специальности 08.00.05 - экономика и управление народным хозяйством (менеджмент).

Научная новизна диссертационной работы заключается в системном подходе к разработке методологического аппарата, обеспечивающего формирование механизма повышения конкурентоспособности туристской дестинации на основе развития малых форм предпринимательства.

В рамках диссертационной работы получены наиболее важные результаты, определяющие новизну проведенного исследования:

1. При исследовании основных методических подходов оценки развития туристской дестинации усовершенствована методика оценки и условий формирования конкурентоспособной среды туристской дестинации, что позволяет повысить степень обоснованности программных решений;

2. На основе системного подхода предложен принципиально новый подход к оценке влияния социально-экономических и политических факторов на развитие туристской дестинации, что делает возможным снизить соответствующие риски при принятии управленческих решений на уровне г. Сочи;

3. Впервые сформулировано определение конкурентоспособности туристской дестинации, обусловленное рекреационным потенциалом, экономическими, социальными, политическими и другими факторами туристской дестинации и предприятий индустрии туризма на внутреннем и внешнем рынках, отражаемое через индикаторы, адекватно характеризующие такое состояние и его динамику;

4. При изучении вопросов конкуренции и конкурентоспособности туристской дестинации в РФ доказана возможность оценки конкурентоспособности туристской дестинации с точки зрения экономических факторов, которые представляют собой ресурсы дестинации, в нашем случае, рекреационные;

5. Посредством проведения структурно-функционального анализа разработана методика формирования этапов процесса развития малого предпринимательства, как фактора конкурентоспособности дестинации, что позволяет говорить о повышении конкурентоспособности туристской дестинации в целом.

Основные результаты исследования, выносимые на защиту.

1. На основе исследования основных фаз развития туристской дестинации совершен вывод о возможности безусловного отнесения г. Сочи к типичной туристской дестинации. Предприятия туристской дестинации, в частности г. Сочи, не могут быть ориентированы только на местных жителей или только на туристов, они должны ориентироваться на тех и других.

2. Анализ влияния малого бизнеса на развитие туристской дестинации указывает на, что в настоящий момент, малое предпринимательство способно содействовать эффективному разукрупнению и диверсификации крупных производств в индустрии туризма, оптимизации размеров производственных систем, процессу адаптации практики предприятий индустрии туризма к условиям меняющейся рыночной конъюнктуры. В России сложилась и действует определенная система государственной поддержки малого предпринимательства. Вместе с тем, сложившаяся к настоящему времени система государственного управления еще недостаточно приспособлена к осуществлению целенаправленной экономической политики поддержки и развития предпринимательской деятельности.

3. Методика оценки условий формирования конкурентоспособной среды туристской дестинации позволяет повысить степень обоснованности программных решений. При анализе региональных систем горизонтальной управленческой интеграции в индустрии туризма установлено, что под организацией индустрии туризма следует понимать такую организационно-хозяйственную единицу, которая посредством объединения необходимых производственных средств осуществляет подготовку, исполнение и предоставление услуг туристам, используя для этого весь арсенал существующих методов управления.

4. Конкурентоспособность туристской дестинации - это обусловленное рекреационным потенциалом, экономическими, социальными, политическими и другими факторами положение туристской дестинации и предприятий индустрии туризма на внутреннем и внешнем рынках, отражаемое через показатели (индикаторы), адекватно характеризующие такое состояние и его динамику. Малое предпринимательство является стратегическим фактором повышения конкурентоспособности туристской дестинации, в связи с чем, предложен алгоритм процесса развития систем поддержки предпринимательства г. Сочи в контексте управления этим процессом.

5. В отличие от ранее действующих программ, создание системы реализации Программы поддержки малого предпринимательства г. Сочи сводится к формированию действенных местных фрагментов малого бизнеса, построенных по аналоговым организационным схемам, что позволяет, с одной стороны, эффективно согласовывать формирующиеся сегодня субинфраструктуры, а в будущем дополнять их новыми. С другой стороны, на следующем этапе будет обеспечено естественное объединение (и самосогласование) местных фрагментов в систему реализации Программы поддержки малого бизнеса г. Сочи.

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные концептуально-теоретические положения и выводы, а также прикладные рекомендации докладывались на заседании кафедры менеджмента СГУ, на международной конференции (IV международной научно-практической конференции «Подготовка кадров для XXII Олимпийских и XI Паралимпийских Зимних Игр: проблемы и перспективы» - 23-26 октября 2011г.). Основные положения диссертации апробированы, внедрены и используются в хозяйственной деятельности предприятий малого бизнеса рекреационной направленности, в работе Торгово-промышленной палаты г.Сочи, нашли применение в учебных программах и в методическом оснащении учебного процесса при преподавании учебных дисциплин «Основы менеджмента», «Стратегический менеджмент», «Производственный менеджмент» Сочинского государственного университета.

Публикации. По теме диссертационного исследования опубликовано 7 работ, отражающих основные положения проведенного исследования, общим объемом 3,77 п.л. (в т.ч. авторских – 2,87 п.л.), 2 из которых опубликованы в изданиях, рекомендованных ВАК РФ, общим объемом 1 п.л. (в т.ч. авторских – 0,8 п.л.).

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения приложений и списка использованной литературы, содержит 18 таблиц и 21 рисунок, включает выводы и рекомендации.

Во «Введении» обоснована актуальность темы, определены цели и задачи исследования, раскрыта научная новизна и практическая значимость выводов и результатов работы.

В первой главе «Анализ влияния малого бизнеса на развитие туристской дестинации» изучена понятие и роль малого бизнеса в развитии сферы услуг, рассмотрены проблемы и перспективы развития малого бизнеса в индустрии туризма, а также проведен анализ региональных систем горизонтальной управленческой интеграции в индустрии туризма.

Во второй главе «Основные аспекты конкурентоспособности туристской дестинации» рассмотрены основные аспекты конкурентоспособности туристской дестинации, определены факторы и методы создания конкурентоспособной туристской дестинации. Доказано, что малое предпринимательство является стратегическим фактором повышения конкурентоспособности туристской дестинации.

В третьей главе «Малый бизнес как стратегический фактор повышения конкурентоспособности туристской дестинации» предложены алгоритм процесса развития систем поддержки предпринимательства г. Сочи в контексте управления этим процессом, а также процедуры формирования инфраструктурных механизмов поддержки малого предпринимательства г.Сочи и методические основы разработки программы поддержки малого предпринимательства г. Сочи.

В «Заключении» сформулированы основные выводы и результаты диссертационного исследования.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Деятельность малых предприятий ориентирована, главным образом, на местный рынок, решение проблем локальных экономик и хорошо вписывается в общую концепцию развития хозяйственной и финансовой самостоятельности территориальных образований. В настоящее время растут пессимистические настроения в бизнес-среде относительно возможностей ведения бизнеса в России.

На Российском деловом портале «Альянс Медиа» в 2008, 2010 и 2011 годах проводился опрос на тему «Как Вы оцениваете возможности ведения бизнеса в России?»

Согласно данным опроса, в 2008 году предприниматели с большим оптимизмом, чем в 2010 и 2011 гг., смотрели на положение дел в России относительно ведения бизнеса.

Сегодня большая часть региональных программ представляет собой комплекс, включающий нормативно-правовое, кадровое и финансово-кредитное обеспечение; создание элементов инфраструктуры; совершенствование систем учета и налогообложения; информационное и техническое содействие малым предприятиям. В частности, во многих регионах создаются такие элементы малой инфраструктуры, как бизнес-парки, бизнес-инкубаторы, предпринимательские центры, научные парки, агентства поддержки предпринимательства. В некоторых уже действуют специализированные элементы инфраструктуры, оказывающие предпринимателям комплекс разнообразных услуг, включая предоставление производственных и служебных помещений, действуют фонды поддержки предпринимательства. Основными источниками их финансирования стали соответствующие бюджеты, средства от приватизации государственных предприятий, имущества учредителей, доходы от деятельности фонда, возврат кредитных сумм заемщиков, добровольные взносы юридических и физических лиц.

В организационно-правовом отношении фонды представляют собой либо государственное учреждение, государственное предприятие, либо некоммерческую организацию, либо общественное объединение, либо общество с ограниченной ответственностью, акционерное общество. Так что единообразия здесь нет. В дестинациях, где фонды поддержки предпринимательства начали действовать, уже отработан механизм отбора, экспертизы и финансирования проектов, в том числе, включенных в региональные программы.

Немаловажным является вопрос о том, в каком разрезе рассматривать проблему повышения конкурентоспособности Сочи, как региона определенной специализации или все же как туристской дестинации. Общеизвестно то, что туристская дестинация - решающий элемент туристской системы. Ее можно охарактеризовать как центр (территорию) со всевозможными удобствами, средствами обслуживания и услугами для обеспечения всевозможных нужд туристов. Другими словами, туристская дестинация включает в себя наиболее

важные и решающие элементы туризма, необходимые для туристов. Регион туристской дестинации является одним из самых важных в туристской системе, так как сами туристские дестинации и их имидж привлекают туристов, мотивируют визит, таким образом, активизируют всю туристскую систему.

Рассматривая город Сочи с этих позиций, мы в большой степени приближаемся к его действительному предназначению.

Для того чтобы территория была дестинацией, необходимо выполнение следующих условий:

- наличие на этой территории мест размещения различного уровня, системы общественного питания, набора развлечений и высокоразвитой транспортной системы;

- наличие достопримечательностей или природных факторов (море, горы, природа), интересующих туристов;

- наличие информационных (например, глобальных информационных систем "Amadeus", "Galileo", "Worldspan", "Sabre") и коммуникационных систем, так как это необходимый инструмент информирования туристского рынка о дестинации.

Услугами и удобствами дестинации пользуются не только туристы, но и другие люди: местные жители и работники данной дестинации. Таким образом, предприятия дестинации не могут быть ориентированы только на местных жителей или только на туристов, они должны ориентироваться на тех и других.

Большинство авторов считает, что условно можно выделить восемь фаз развития туристской дестинации. В определенной степени эти фазы присутствовали и при создании и развитии города Сочи.

1. Дотуристская фаза, на этой фазе привлекательность дестинации состоит в том, что она еще не подверглась изменениям под воздействием туризма.

2. Рост численности туристов, в этот период реагирует сектор бизнеса, т. е. красота нетронутой природы и культура дестинации начинают привлекать туристов, в результате формируются основы туристской инфраструктуры.

Первые две фазы переживались городом Сочи трижды – до 1917 года, в 30-ые годы и в послевоенный период.

3. Продвижение, местные власти начинают предпринимать усилия по обеспечению отдыха туристов и рекламе дестинации, следствием чего является устойчивый рост туристских потоков.

Для Сочи эта фаза также носила специфический характер, но развитие происходило в условиях плановой, административной экономики, что вносило свои особенности. Например, инфраструктура дестинации формируется за счет так называемого «долевого участия».

4. Инвестиции в туризм, инфраструктура не справляется с объемом прибытий туристов: строятся магазины, пабы, бары, гостиницы, казино, т.е. все необходимые средства обслуживания, способные изменить облик дестинации.

5. Создание новых рабочих мест, в дестинацию приезжают работать люди из других регионов и даже стран, оседают там, продолжают прибывать туристы, внося свои обычаи, культуру. В результате начинаются конфликты

между ними и местными жителями (возникают социальные, экологические, экономические проблемы). Эта дестинация уже более не является модной и становится, как и остальные, унифицированной.

Для Сочи аналогичный период характерен примерно с 1980 по 1990 годы, хотя здесь пока неуместны рыночные термины, но тенденция к некоему «угасанию» имеется.

6. Сокращение потоков туристов, туристы хотят посещать интересные, необычные места, а не типичные дестинации.

7. Средства обслуживания практически не используются (например, пустуют гостиницы) и, как следствие, несут убытки.

Для Сочи снижение заполняемости рекреационных объектов также связывается с общей обстановкой в стране. Период с 1992 по 2002 годы.

8. Скидки, новая ценовая политика или новая идея развития дестинации, поиск или создание нового фактора привлекательности.

Для Сочи это идея Зимней Олимпиады и создание курорта мирового уровня.

Таким образом, мы можем с уверенностью сказать, что в территориальном отношении Сочи - это типичная туристская дестинация.

Основу экономики туристской дестинации определяет сложившаяся структура индустрии туризма (ИТ) (рисунок 1), привнося в нее присущие ей неэффективность и консерватизм. В этих условиях малое предпринимательство выступает в качестве решающего фактора ее реформирования.

В настоящий момент малое предпринимательство способно содействовать эффективному разукрупнению и диверсификации крупных производств в индустрии туризма, оптимизации размеров производственных систем, процессу адаптации практики предприятий индустрии туризма (ПИТ) к условиям меняющейся рыночной конъюнктуры.

В настоящее время малое предпринимательство в индустрии туризма охватывает такие направления, как:

- сетевое развертывание малых предприятий по пуско-наладке, сервисному, послепродажному и ремонтному обслуживанию на предприятиях индустрии туризма эксплуатируемой техники;

- создание сети малых предприятий, обеспечивающих производственно-коммерческую кооперацию поставщиков, производителей, смежников, посредников и потребителей по базовым для туристской дестинации видам услуг, продукции или видам деятельности;

- создание сети внутрифирменных бизнес-инкубаторов на базе существующих средних и крупных ПИТ для внедрения новых экономических отношений и механизмов управления на предприятиях индустрии туризма, а в итоге - для их качественной диверсификации и разукрупнения;

- создание и развитие малых предприятий, удовлетворяющих узкоспециализированный или специфический спрос на товары и услуги туристского назначения, включая внедрение и тиражирование современных подходов в части типовых гостиничных услуг;

- выделение малых инновационных предприятий внутри крупных предприятий индустрии туризма;
- создание сети малых предприятий для информационного, консалтингового, рекламного обеспечения ИТ, оказания деловых и экспертных услуг.



Рисунок 1 – Структура индустрии туризма

Программы развития малого бизнеса в сфере ИТ ориентированы на поиск путей удовлетворения спроса на услуги ПИТ, что предполагает необходимость изучения состояния рынка ИТ.

Предварительный анализ положения дел в этой сфере призван помочь оценить размеры потребительского спроса на основные виды услуг ПИТ.

Для этого разрабатывается баланс туристской дестинации с учетом туристских потоков, наличия местных источников рекреационных и других ресурсов, а также производственно-территориальной структуры действующих в этой сфере ПИТ. Результаты анализа сопоставляются с положением дел в других дестинациях и их опытом, зарубежным опытом, действующими программами регионального и местного развития, организационно-

финансовыми возможностями интегрирования в данную сферу интересов и ресурсов участников системы поддержки малого предпринимательства на различных уровнях (администраций регионов, городов, районов, объединений предпринимателей, профильных предприятий, частного капитала).

Сегодня в г. Сочи строительство является одним из основных производственных сфер развития малого бизнеса. При определении направлений региональной поддержки малого строительного предпринимательства необходимо придерживаться существующей структуры и баланса ресурсов стройматериалов, производственных мощностей и состава техники стройиндустрии, а также кредитно-финансового обеспечения строительно-монтажных работ.

В рамках конверсионных и других программ освоено производство широкого спектра мини-комплексного оборудования и малых технологических линий для выпуска стройматериалов, производства строительно-монтажных и отделочных работ. Стоит обратить внимание на то, что исследование рынка оборудования, организация и поддержка малых строительных предприятий, налаживание кредитно-финансовых механизмов в сфере жилищного, коммунально-бытового и офисного строительства должны проходить комплексно, что обусловлено, прежде всего, высокой капиталоемкостью строительных работ, важностью этой сферы для создания рабочих мест, а также развития производственной и коммунально-бытовой инфраструктуры.

В целом региональная программа поддержки малого предпринимательства обеспечивает преемственность и взаимодействие его институциональной и производственной инфраструктур. Следует, однако, помнить, что конечная эффективность определяется инвестиционными показателями, по которым оцениваются переход стадии формирования региональной системы малого бизнеса в стадию его воспроизводства, стадии воспроизводства - в стадию рыночной адаптации, а последней - в стадию развития.

Известно, что положительная обратная связь формируется, если прямое усиление управляющих воздействий стимулирует правильное развитие системы; если же при этом контрольные показатели ухудшаются или искажаются, формируется отрицательная обратная связь.

Таким образом, можно сказать, что в России сложилась и действует определенная система государственной поддержки малого предпринимательства. На федеральном и региональном уровнях сформирована структура органов власти и управления, обеспечивающая поддержку малого предпринимательства. Еще в 1994 году образована Российская ассоциация развития малого предпринимательства (РАРМП), сейчас она называется Российской ассоциацией развития малого и среднего предпринимательства. Целью ассоциации являлось создание региональных структур поддержки малого бизнеса, формирование активной региональной политики, учитывающей специфику регионов. Большую работу проводят и учебно-деловые центры, школы бизнеса, консультационные центры и аудиторские конторы, которые подготавливают кадры для сферы бизнеса.

Вместе с тем, сложившаяся к настоящему времени система государственного управления еще недостаточно приспособлена к осуществлению целенаправленной экономической политики поддержки и развития предпринимательской деятельности.

Причинами такого положения являются:

- рассредоточенность управления теми или иными направлениями экономической политики по разным министерствам и ведомствам, что неизбежно ведет к дублированию функций и полномочий с одновременным снижением ответственности;

- нечеткая постановка задачи поддержки малого бизнеса в каждой отрасли и в каждом звене народного хозяйства;

- слабая межведомственная координация и противоречивые действия различных ведомств при осуществлении тех или иных мер экономической политики.

В результате происходит снижение, как количества зарегистрированных малых предприятий, так и числа занятых на них. Особенно быстрыми темпами снижается количество малых предприятий в непроизводственных сферах бытового обслуживания населения, науке и научном обслуживании, в здравоохранении, образовании, информационно-вычислительном обслуживании. Не оправдались надежды и на расширение налогооблагаемой базы в ответ на снижение налоговой нагрузки на малые предприятия.

Вопрос о необходимости и важности существования в туристской дестинации систем горизонтальной управленческой интеграции не дискутируется. Обычно системы горизонтальной управленческой интеграции, реализуются в виде определенных организаций. Такая организация должна взять на себя выполнение кооперативных задач в своей дестинации. Для удобства изложения назовем эти организации «туристскими организациями». Хотя в различных источниках туристские организации называются по-разному и выполняют достаточно разнообразные функции менеджмента.

С одной стороны, туристскую организацию можно определить как особый вид организационной структуры управления, которая берет на себя функцию координатора в туристской дестинации. Для менеджмента важно, чтобы различные функции, как отдельного предприятия, так и туристской дестинации координировались специальными организационными структурами.

Таким образом, организационные структуры, предназначенные для туристского менеджмента, охватывают государственные и частные организации на региональном, национальном и международном, а также частично на местном уровне (рисунок 2). Такие организации необходимы для планирования развития туризма в дестинациях и странах, координации сбыта туристского продукта.

На муниципальном уровне в Германии туристские организации получают серьезную поддержку. Так, например, «Городская организация туризма» города Вильгемсхафена получает из городского бюджета 17 миллионов евро ежегодно, а аналогичная организация города Аурих - 7 миллионов евро ежегодно.



Рисунок 2 - Иерархическая структура различных уровней управления региональными туристскими организациями

Следовательно, для различных территориальных уровней — областей, территориальных единиц, дестинаций, стран (групп стран) туристские организации необходимы.

Эта краткая характеристика различных туристских организаций показывает наличие у них нескольких проблем:

1) нет единого подхода к определению туристской организации: частично данное понятие относится к совместным туристским организациям в дестинации, иногда употребляется для обозначения организаций, которые выполняют общие задачи по развитию туризма в дестинации — кооперативное туристское предприятие, транспортное объединение и др.;

2) для того чтобы дестинация могла функционировать, вырабатывая единый туристский продукт, в ней необходимо создать организацию, которая бы выполняла различные общие функции; такая организация объединяет государственных и частных исполнителей;

3) частные исполнители объединяются преимущественно в союзы и объединения;

4) эти частные исполнители должны выполнять в своей дестинации разнообразные функции (маркетинг, формирование предложения, защиту окружающей среды, планирование и т.д.).

Изложенное выше определяет конкурентоспособность туристской дестинации, по крайней мере, необходимые, но естественно недостаточные условия формирования конкурентоспособной туристской дестинации. На самом деле, конкурентоспособность - это способность системы выполнять свое предназначение с требуемыми стоимостными и качественными параметрами в условиях действующего рынка. В основу определения конкурентоспособности

туристской дестинации может быть положено несколько понятий. Поскольку по конкурентоспособности туристских дестинаций до сих пор не опубликовано каких-либо значимых работ, а дискуссии в основном ведутся вокруг самого определения туристской дестинации, мы позволили себе обратиться к определению конкурентоспособности туристского региона и уже на его основе сформулировать искомое понятие.

Одно из этих определений, предложенное А.З. Селезевым, другое предложенное М. Портером, и, наконец, третье - методика Всемирного банка.

Нас может особенно интересовать оценка конкурентоспособности туристской дестинации с точки зрения природных (рекреационных) ресурсов. Итак, подход А.З. Селезнева позволяет включать в оценку конкурентоспособности экономические факторы, в частности, конкурентоспособность предприятий индустрии туризма, подход М. Портера позволяет включить в их состав ресурсы дестинации, в нашем случае рекреационные, а подход Всемирного банка подтверждает наше предположение о влиянии рекреационных ресурсов на конкурентоспособность туристской дестинации. Таким образом,

Конкурентоспособность туристской дестинации – это обусловленное рекреационным потенциалом, экономическими, социальными, политическими и другими факторами положение туристской дестинации и предприятий индустрии туризма на внутреннем и внешнем рынках, отражаемое через показатели (индикаторы), адекватно характеризующие такое состояние и его динамику.

Роль туристской дестинации в создании конкурентных преимуществ предприятий индустрии гостеприимства (ПИТ) можно исследовать по четырем взаимосвязанным направлениям (детерминантам), образующим «ромб туристской дестинации»: параметры факторов (рекреационные ресурсы, квалифицированные кадры, капитал, инфраструктура и др.); условия спроса (уровень дохода, эластичность спроса, требовательность покупателей к качеству туристских услуг и др.); родственные и поддерживающие отрасли (обеспечивают предприятия индустрии туризма необходимыми ресурсами, комплектующими, информацией, банковскими, страховыми и другими услугами); стратегии ПИТ, их структура и соперничество (создают конкурентную среду и развивают конкурентные преимущества). В свою очередь каждый из детерминантов анализируется по составляющим, степени воздействия на конкурентное преимущество туристской дестинации, а также необходимости развития.

Конкурентное преимущество туристской дестинации обеспечивается (таблица 1):

— на первой стадии – благодаря факторам производства: природным, в нашем случае рекреационным ресурсам, благоприятным условиям для производства товаров, квалифицированной рабочей силе (обеспечивается одним детерминантом);

— на второй стадии – на основе агрессивного инвестирования (в основном национальных предприятий) в образование, технологии, лицензии

(обеспечивается тремя детерминантами);

— на третьей стадии – за счет создания новых видов продукции и услуг, производственных процессов, организационных решений и других инноваций путем действия всех составляющих «ромба»;

— на четвертой стадии – за счет уже созданного богатства и опирается на все детерминанты, которые используются не полностью.

В создании конкурентного преимущества дестинации немаловажное значение имеют научные знания, образование — и как факторы развития производства, и как факторы формирования инновационного потенциала дестинации.

Таблица 1 - Формирование конкурентного преимущества туристской дестинации на разных стадиях экономического развития

Стадии	Детерминанты			
	Факторы	Стратегии	Условия спроса на услуги ПИТ	Родственные отрасли индустрии туризма
Факторов производства туристических услуг	+++++			
Инвестиций	+++++	+++++	+++++	
Инноваций	+++++	+++++	+++++	+++++
Богатства	+++++	+++++	+++++	+++++

- Детерминант не используется

+++++

- Детерминант используется частично

+++++

- Детерминант используется полностью

Для формирования конкурентоспособности туристской дестинации можно использовать программно-целевой подход (ПЦП), как форму реализации системного подхода. При решении проблемы создания и повышения конкурентоспособности туристской дестинации ПЦП может быть представлен следующим образом. Путем декомпозиции главной цели «Создание конкурентоспособного рынка туристических услуг» осуществляется структуризация проблемы формирования конкурентоспособности дестинации и разрабатывается «дерево целей» для двух уровней (в укрупненном виде представлено в таблице 1).

Дерево целей, представленное на рисунке 3, может быть основой для построения иерархии целей для каждой конкретной туристской дестинации.

Главная цель

Создание конкурентоспособного рынка

Цели 1-го уровня

Формирование факторов производства в индустрии туризма S_1

Стимулирование спроса на услуги индустрии туризма S_2

Развитие комплексов отраслей индустрии туризма S_3

Формирование стратегий малых предприятий индустрии туризма S_4

Цели 2-го уровня

Подготовка квалифицированных кадров (развитие высшего образования) $S_{1,1}$

Обеспечение рекреационным и ресурсами $S_{1,2}$

Привлечение капитала (инвестиций) $S_{1,3}$

Повышение доходов $S_{2,1}$

Повышение конкурентоспособности услуг в индустрии туризма $S_{2,2}$

Поддержка конкурентоспособности приоритетных отраслей $S_{3,1}$

Обеспечение прогрессивных форм организационного развития $S_{3,2}$

Проведение реформы малых предприятий индустрии туризма $S_{4,1}$

Повышение уровня менеджмента предприятий индустрии туризма $S_{4,2}$

Совершенствование конкурентных стратегий малых предприятий индустрии туризма $S_{4,3}$

Рисунок 3 - Фрагмент модели («дерева целей») формирования конкурентоспособности дестинации

Для оценки значимости детерминантов и факторов развития, их влияния на формирование конкурентоспособности туристской дестинации на основе дерева целей разрабатываются две матрицы: матрица оценки целей первого уровня и матрица оценки целей второго уровня. Затем подготавливаются анкеты и производится опрос экспертов, рассчитываются параметры дерева целей и заполняются матрицы. Фрагмент матрицы оценки целей второго уровня представлен в таблице 2.

Таблица 2 - Матрица оценки целей (фрагмент)

Критерии оценки	Веса критериев	Цели второго уровня			
		S _{1,1} Подготовка кадров (развитие высшего образования)	S _{1,2} Обеспечение рекреационными ресурсами	S _{1,3} Привлечение капитала (инвестиций)	S _{4,2} Повышение уровня менеджмента малых предприятий ИТ
Увеличение доли туроператоров инновационного типа	0,60	0,12	0,01	0,20	.. 0,12
Увеличение доли услуг для интуристов	0,40	0,14	0,02	0,25	.. 0,14
Коэффициенты относительности важности целей		R _{1,1} = 0,128	R _{1,2} = 0,014	R _{1,3} = 0,220	.. R _{4,3} = 0,128

Далее определяются полнота и непротиворечивость целей соответствующих уровней. Суммарный коэффициент важности каждой цели для достижения главной цели осуществляется путем перемножения соответствующих коэффициентов относительной важности: $R_{ij} = r_{ij} \times r_i$. Например, общий коэффициент важности образования будет равен: $R_{ij} = r_{ij} \times r_i = 0,128 \times 0,275 = 0,0352$. Рассчитанные таким образом и пронормированные общие коэффициенты важности будут характеризовать оценку влияния каждого фактора на конкурентоспособность дестинации.

Механизмы ПЦП способствуют интеграции и координации всех уровней, ветвей и органов управления, туристских организаций, их ресурсов, создают условия для получения количественно измеримых результатов управления, т.е. способствуют повышению эффективности управления созданием конкурентоспособной дестинации.

Конкурентоспособность туристской дестинации обеспечивает рост экономики по пути инновационного развития. Поэтому в современных условиях повышение конкурентоспособности становится одной из главных стратегических целей экономического развития туристских дестинаций.

Анализ организационного развития показывает, что условием решения этих задач является рациональное распределение полномочий на федеральном и местном уровнях. В условиях российской действительности оптимальное саморегулирующееся сочетание вертикальных и горизонтальных управленческих структур возможно лишь в рамках организационно жестких, зонтичных структур на местах, в которых центральные (стержневые) элементы

управляются и финансируются административно, а периферия обладает достаточной юридической и финансовой самостоятельностью. В наибольшей степени таким структурам, на наш взгляд, соответствует разработанная на основе предыдущих положений система реализации Программы поддержки малого предпринимательства города Сочи (Рисунок 4).

В отличие от ранее действующих программ, в нашем случае создание системы реализации Программы поддержки малого предпринимательства г. Сочи сводится к формированию действенных местных фрагментов малого бизнеса, построенных по аналоговым организационным схемам, что позволяет, с одной стороны, эффективно согласовывать формирующиеся сегодня субинфраструктуры, а в будущем - «навешивать» на них новые. С другой стороны, на следующем этапе будет обеспечено естественное объединение (и самосогласование) местных фрагментов в систему реализации Программы поддержки малого бизнеса г. Сочи.

На местах функции управления этим процессом могут взять на себя центры поддержки малого бизнеса, социально-деловые центры или же бизнес-инкубаторы (рисунок 4). В отличие от региональных структур местные центры ориентированы на непосредственную работу с предпринимателями и малыми предприятиями.

Для формирования инфраструктурной политики и обеспечения договорной базы создания местной инфраструктуры малого бизнеса, в соответствии с рассмотренной моделью на данном этапе, необходимо создание ассоциации поддержки малого бизнеса или же иной организационной структуры, способной обеспечить более тесное взаимодействие местной администрации, ведомственных служб и фондов, торгово-промышленной палаты, частных компаний, а также предприятий и организаций инфраструктуры малого бизнеса.

Для решения широкого круга возникающих проблем необходимо вокруг местных центров создать (привлечь на конкурсной основе) по 15-20 малых предприятий или организаций, реализующих основные рыночные функции: рыночную адаптацию и обучение, консалтинг, маркетинг, рекламу, дизайн, информатику, торговлю, лизинг, инжиниринг, организационно-финансовое и технологическое сопровождение. Эти предприятия, являясь звеньями сервисной сети, будут обеспечивать непосредственную поддержку и развитие малых предприятий, а также прохождение учебной практики начинающими предпринимателями. Таким образом, местный фрагмент инфраструктуры будет включать административно управляемый центр, его сервисную систему и собственно малые предприятия.

Дальнейшее развитие инфраструктурной сферы связано с переориентацией институциональной поддержки малого бизнеса на стимулирование услугпроизводящих и товаропроизводящих предприятий, в первую очередь, с активизацией работы по созданию бизнес-инкубаторов и центров предпринимательства, формированию субподрядной и лизинговой базы, а также дальнейшим совершенствованием механизмов обеспечения малого бизнеса инвестиционными ресурсами.

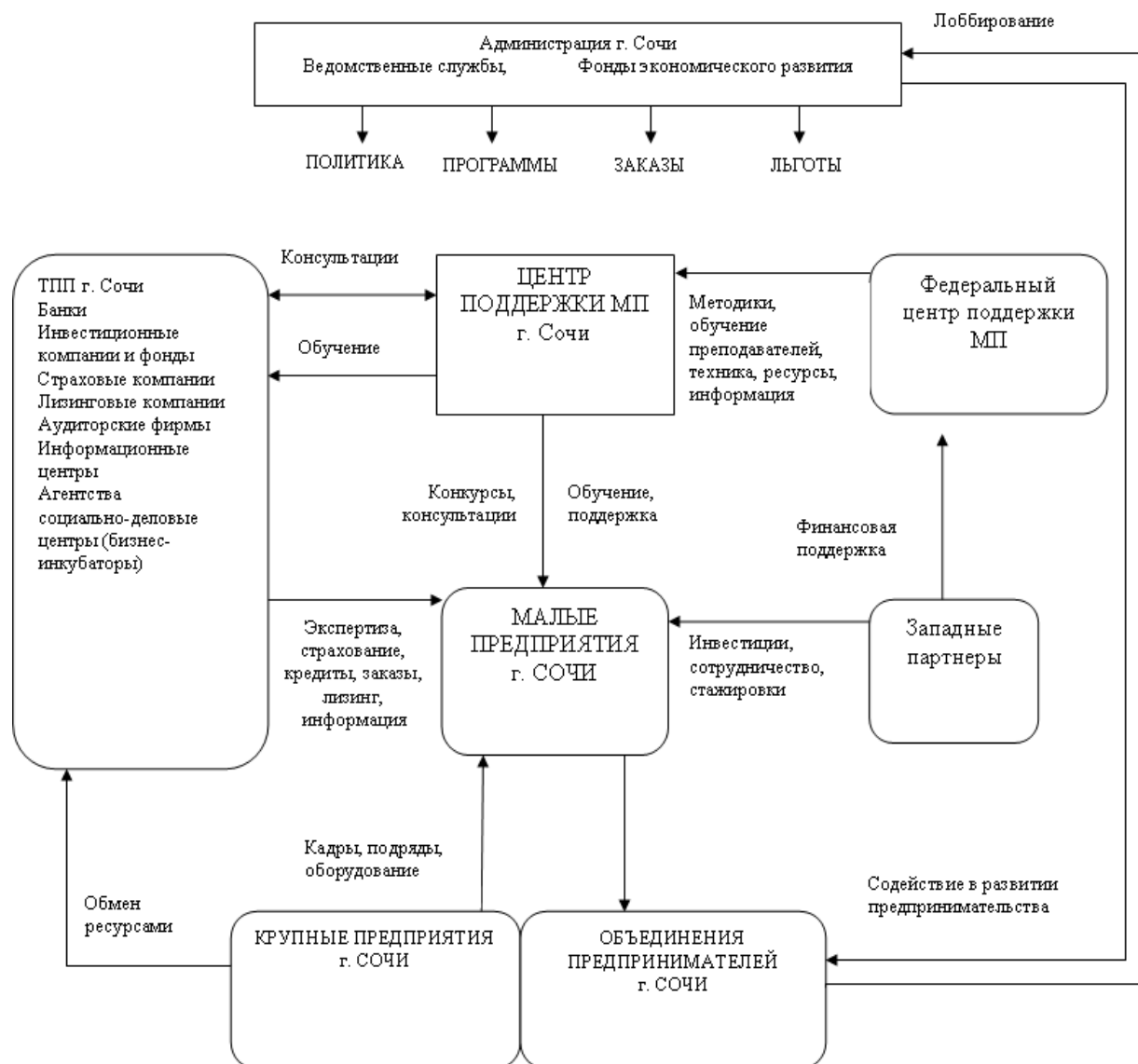


Рисунок 4 - Система реализации Программы поддержки малого предпринимательства г. Сочи

В основу разработки программы должен быть положен системный подход, что означает, что все элементы, обеспечивающие эффективность реализации программы должны быть рассмотрены во взаимной связи и взаимной обусловленности.

Предлагаемые положения были разработаны на основе и с учетом особенностей функционирования малого бизнеса в г. Сочи. Использование наших методических подходов позволит:

- за счет оценки влияния каждого фактора на конкурентоспособность дестинации планируется оптимальным образом перераспределить ограниченные ресурсы;

- за счет реализации системы горизонтальной управленческой интеграции увеличивается правовая и финансовая защищенность малого предпринимательства, что приведет к увеличению основных социально-экономических показателей, характеризующих развитие малого предпринимательства в г. Сочи (возможны корректировки в ходе принятия

(изменения) федерального и краевого законодательства в части снижения налоговой нагрузки). В первую очередь это увеличение количества субъектов малого предпринимательства, рост числа работающих в сфере малого предпринимательства, рост налоговых поступлений в городской бюджет.

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Публикации в ведущих рецензируемых журналах и изданиях, определенных ВАК

1. Геворгян, А.С. Стратегия развития г. Сочи как курорта мирового уровня или туристской дестинации [Текст] / А.С. Геворгян, М.А. Боков, Н.С. Демерчян // Вестник СГУТ и КД. - 2011. - Выпуск - 1(15) - 0,6 п.л. (авт. - 0,4 п.л.)
2. Геворгян, А.С. К вопросу о территориально-пространственном делении рекреационно-туристского региона г. Сочи [Текст] / А.С. Геворгян // Обозрение прикладной и промышленной математики, Нальчик: ОПиПМ, т. 17, 2010. – Выпуск 6 - 0,4 п.л.

Публикации в других изданиях

3. Геворгян, А.С. Повышение конкурентоспособности туристского региона на основе развития малого предпринимательства [Текст] / А.С. Геворгян, М.А. Боков // в материалах IV международной научно-практической конференции «Подготовка кадров для XXII Олимпийских и XI Паралимпийских Зимних Игр: проблемы и перспективы» - 23-26 октября 2011.- 0,55 п.л. (авт. - 0,4 п.л.)
4. Геворгян, А.С. Инновационные методы подготовки менеджеров для малого бизнеса [Текст] / А.С. Геворгян, М.А. Боков, А.А. Третьяков // в материалах IV международной научно-практической конференции «Подготовка кадров для XXII Олимпийских и XI Паралимпийских Зимних Игр: проблемы и перспективы» - 23-26 октября 2011.- 0,5 п.л. (авт. - 0,4 п.л.)
5. Геворгян, А.С. Проблемы развития курортно-туристского комплекса г. Сочи в условиях подготовки и проведения Зимней Олимпиады 2014 года [Текст] / А.С. Геворгян, Н.С. Демерчян, Е.В. Попова // Теория и практика управления современной организацией - Сборник научных трудов кафедры менеджмента СГУТ и КД – 2009. - Выпуск 4 - 0,57 п.л. (авт. - 0,42 п.л.)
6. Геворгян, А.С. Стратегические факторы развития рекреационно-туристского комплекса г. Сочи [Текст] / А.С. Геворгян, Е.В. Попова Е.В., В.Г. Торосян // Вестник СГУТиКД. –2010. - Выпуск 1 (10) - 0,55 п.л. (авт. - 0,4 п.л.)
7. Gevorgyan, A.S. Enhancing the process of managerial staff training in the framework of hastening the 2014 Winter Olympics [Текст] / A.S. Gevorgyan, R.A. Bekhteneva, A.L. Tumasyan // Теория и практика управления современной организацией.- Сборник научных трудов кафедры менеджмента СГУТиКД. – 2008. - Выпуск 3 - 0,6 п.л. (авт. - 0,45 п.л.)