

DOI: 10.12731/2218-7405-2014-3-22

УДК 338.48

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДИАГНОСТИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ТУРИСТСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Чабанюк О.В.

В статье сгруппированы основные проблемы, влияющие на инновационные процессы в туристской организации. Туристская деятельность настолько разнообразна, что в ряде случаев ограничение круга изучения не ведет к формулированию представительных выводов. Считая диагностирование элементом превентивного упреждения сбоев в инновационном процессе, автором статьи предлагается возможные виды диагностирования модели инновационного потенциала и структуризация методов диагностирования инновационного потенциала туристской организации. Предлагается различать три ориентации диагностирования: исследование реальных инновационных потенциалов туристских организаций; построение и исследование моделей инновационных потенциалов туристских организаций; исследование диагностических систем и их связей с инновационным потенциалом. Отмечено, что существенным моментом подготовки диагностирования является выбор информативных признаков для описания инновационного потенциала, а так же установление временных и финансовых параметров его проведения.

Ключевые слова: проблема; показатель; диагностирование; оценка; модель; менеджмент; метод; инновационная возможность; инновационный потенциал; информация; система; туристская организация; цель; элемент.

METHODOLOGICAL BASES FOR DIAGNOSIS OF INNOVATION OPPORTUNITIES TOURISM ORGANIZATION

Chabanuk O.V.

The major problems affecting the innovative processes in the tourist organization are grouped in the article. The tourist activity is so diverse that in some cases the restriction of the study does not lead to the formulation of representative findings. Considering diagnosing as the element of the preventive failure in the innovative process, the author of the article offered the possible types of model diagnostic of innovative potential and structuring of the diagnostic techniques of innovative tourist organization. It is proposed to distinguish three diagnostic orientation: a study of real innovation potential tourist organizations, the construction and study of models innovative potentials tourist organizations and the study of diagnostic systems and their links with the innovative potential. Noted that the essential point of preparing diagnosis is the selection informative signs for description of the innovation potential and the establishment of temporary and financial parameters of its holding.

Keywords: problem; indicator; diagnosing; assessment; model; management; method; innovative opportunity; innovative potential; information; system; the tourist organization; aim; element.

Выбор конкретного типа и вида диагностирования связан с решаемыми в туристской организации проблемами.

Согласно [15, с. 103-104], различают три типа проблем организации: сущностные, социокультурные и ситуационные. Сущностные проблемы в принципе являются неразрешимыми, усилия менеджеров направляются на снижение их масштабности. К таким проблемам относится противоречие между

стабильностью и развитием организации. Успешное выполнение текущих задач, традиции консерватизма требуют стабильности организации, тогда как внешние условия диктуют изменения в целях, структуре управления, методах работы на рынке. Количество социокультурных проблем зависит от уровня развития культуры организации, с течением времени они могут быть решены путем обучения персонала и преобразования культуры. Ситуационные проблемы возникают вследствие ошибочных решений менеджеров, стечения обстоятельств. Они разрешимы, хотя в ряде случаев отличаются сложностью. Обычно в организации присутствует «клубок» проблем. В связи с этим, представляется уместным иное распределение проблем – на регулярные, возможные, базовые.

Регулярные проблемы возникают систематически в инновационной деятельности туристской организации. Для их распознавания целесообразно развивать диагностирование инновационных возможностей как элемент регулярного инновационного менеджмента. Возможные проблемы для своего решения требуют упреждающих действий менеджеров и соответствующего данной организации превентивного диагностирования инновационных возможностей. Базовые проблемы, накопившиеся к данному моменту времени, уже вызвали нежелательные последствия, сбои инновационного процесса. В этом случае диагностирование направлено на исследование антиинновационного состояния организации. Таким образом, в зависимости от круга решаемых проблем следует выделить три направления и три типа диагностирования.

При рассмотрении диагностирования в качестве элемента регулярного менеджмента, сопоставив изучаемую характеристику с базовым состоянием, управленец может осуществлять необходимые изменения инновационных возможностей, но может и не вмешиваться в инновационный процесс. Считая диагностирование элементом превентивного упреждения сбоев в инновационном процессе, диагностирование позволяет определить принадлежность инновационных возможностей к конкретному классу или группе.

Соответствующая информация позволяет скорректировать инновационный потенциал, заранее ориентируя его на более точное выполнение поставленной задачи. Диагностирование антиинновационного состояния объекта дает возможность составить исчерпывающее представление о параметрах рассогласований инновационных возможностей. В этом случае диагностирование позволяет оценить объект как уникальное сочетание признаков и соответствующих проблем. Задача менеджеров – разобраться в «клубке» проблем, выявить симптомы их возникновения и реализовать соответствующее решение.

В исследовании [17, с. 321-322] выделены два подхода к оценке инновационных возможностей организации - диагностический и детальный. Различие проводится по кругу анализируемых показателей и в основном на стадии обоснования инновационного проекта. На наш взгляд, в туристских организациях при определенном сочетании внутренних и внешних факторов, формирование новых направлений деятельности, новых рынков может выполняться по ограниченному кругу показателей. С другой стороны, туристская деятельность настолько разнообразна, что в ряде случаев ограничение круга изучения не ведет к формулированию представительных выводов [10]. Представляется необходимым выделение видов диагностирования в зависимости от круга изучаемых показателей и приоритетности используемых принципов диагностирования (табл. 1).

Экономический анализ деятельности туристской организации проводится по обширному кругу показателей [16]. Однако полное диагностирование не дублирует аналитические работы.

Таблица 1

**Возможные виды диагностирования инновационных возможностей
туристской организации**

Круг показателей	Реализация комплекса принципов диагностирования	Реализация совокупности принципов диагностирования с превалированием		
		Системного подхода	Комплексного подхода	Технологического подхода
Ограниченный	Общая экспресс-диагностика	Системная экспресс-диагностика	Комплексная экспресс-диагностика	Технологическая экспресс-диагностика
Полный	Общая диагностика	Системная диагностика	Комплексная диагностика	Технологическая диагностика

Экономический анализ туристской организации базируется на уровнях показателей хозяйственной деятельности, сложившихся на изучаемый момент. Подчеркнем констатирующую направленность экономического анализа. При диагностировании показатели хозяйственной деятельности используются для того, чтобы оценить инновационные возможности в связи с поставленными целями. Анализ текущей деятельности увязывается с получением будущей прибыли организации от внедрения новшества. В какой-то части диагностирование стыкуется с работами, выполняемыми в рамках финансового менеджмента, поскольку также исследуются доступность финансовых ресурсов, возможные источники средств. Однако диагностирование выполняется иным комплексом методов, охватывает не только финансовые показатели [1, 6, 7, 10, 12]. Работы по диагностированию отличны и от конкурентного анализа, поскольку они более сконцентрированы на анализе прибыли, более обширные и, что самое главное, в меньшей степени обращены за пределы организации.

Полное диагностирование способствует получению более обширной информации, но связано с большими затратами на его проведение. В условиях

несформированной системы показателей диагностирования туристской организации видится проблематичность его осуществления. В этом плане экспресс–диагностирование инновационных возможностей дает более надежный материал, создающий базу для развертывания дальнейших работ по детальному анализу инновационного потенциала туристской организации.

Инновационные возможности туристской организации можно представить в трех измерениях. Первое измерение содержит перечень ресурсов, второе – перечень способностей реализовать каждый вид ресурсов, третий - перечень сфер деятельности туристской организации [10] (рис. 1).

Конкретное содержание составляющих модели изменяется при изменении внешней среды организации, направлений анализа и других факторов. Обычно в перечень ресурсов входят те, которые обеспечивают достижение конкурентных преимуществ организации. Повышение эффективности деятельности организации основывается на улучшении использования материальных активов организации. Инвентаризация материальных активов и принятие решений по рационализации их структуры являются важнейшими мероприятиями при создании инновационной стратегии. Нематериальные активы (или качественные особенности организации) играют в туристской организации значительную роль. К ним относят: торговую марку, имидж организации, качества человеческого ресурса (в частности, квалификацию, опыт, компетенцию персонала).

Предельные возможности организации расширяют ее способности: обеспечивать внутреннюю гибкость фирмы, производство туристского продукта в объеме, соответствующем потенциальному спросу, а также уровень конкурентоспособности продукта; эффективно использовать финансовые возможности организации; изменять ранее принятые решения, принимая во внимание динамику целей туристской организации.

В отношении выделения сфер деятельности туристской организации преждевременно рекомендовать один какой-либо подход. В зарубежных

исследованиях применяются «цепочка ценностей» М. Портера, система «Маккинси», подход Р. Омаэ [5, с. 225].

В «цепочке ценностей» М. Портера деятельность организации делится на основную (включая производство, маркетинг и сбыт) и вспомогательную (развитие технологий, управление персоналом, управленческая инфраструктура). Увязка между собой отдельных видов деятельности является фактором повышения конкурентоспособности организации. Однако в туризме разграничение деятельности на основную и вспомогательную не представляется перспективным. В системе «Маккинси» специально не выделяются финансовые и трудовые ресурсы, организация управления. Подход Р. Омаэ исходит из необходимости увеличения рентабельности организации. Общая цель делится на две подцели: увеличение прибыли на рыночном сегменте от производства конкретного товара и снижение соответствующих затрат. Далее конкретизация подцелей выполняется до тех пор, пока не будет представлена вся изучаемая система. По сравнению с предыдущими подходами подход Р. Омаэ более ориентирован на финансовую сторону деятельности. Но его использование в туризме не охватит социальные аспекты деятельности.

В отечественной практике рекомендовано сферы деятельности представлять следующими блоками: продуктовый блок в виде направлений деятельности фирмы и их результатов; функциональный блок как оператор преобразования ресурсов; ресурсный блок в виде комплекса материально-технических, трудовых, информационных и финансовых ресурсов; организационный блок, включающий организационную структуру и культуру, технологию процессов по функциям; блок управления, охватывающий систему и стиль управления, руководство организацией [17, с. 318]. Такой подход может служить отправной точкой для установления структуры сфер деятельности при диагностировании инновационных возможностей туристских организаций. По мере накопления опыта диагностирования инновационных возможностей туристских организаций

можно будет перейти и к более узким подходам. В связи с этим схема «7-с», предложенная консультационной фирмой «Маккинси», может считаться приемлемой для структурирования инновационных возможностей туристской организации.

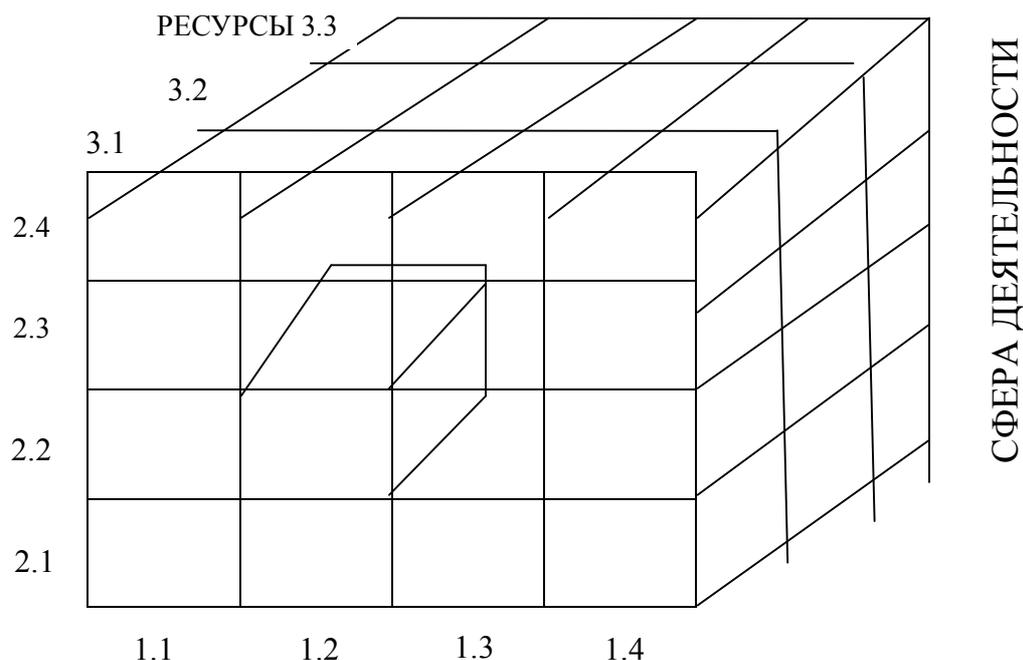


Рис. 1. Пример модели инновационных возможностей туристской организации

Диагностирование инновационных возможностей может считаться эффективным в случае, если оно отвечает требованиям, вытекающим из рассматриваемой ситуации и инновационных целей. Соответствующие решения должны обеспечивать достижение поставленной цели с минимальными затратами (экономичность решения). Диагностирование инновационных возможностей должно способствовать своевременному достижению инновационных целей, а также быть обоснованным и реальным.

Необходимым аспектом рассмотрения диагностирования является характеристика его как процесса распознавания состояния инновационных возможностей с помощью комплекса исследовательских процедур.

Диагностирование одновременно выступает исследовательским, поисковым, познавательным процессом [2, с. 16-26]. Посредством реализации комплекса процедур устанавливается состояние объекта. В итоге формулируется управленческое решение, направленное на регулирование работы элементов объекта за счет устранения влияния вредных и усиления прогрессивных воздействий [10]. Место в системе менеджмента и взаимосвязи диагностирования инновационных возможностей туристской организации иллюстрирует рис. 2.

Структура методов диагностирования инновационных возможностей туристской организации представлена на рис. 3 [10].

В зависимости от этапов исследовательской работы в науке традиционно применяется три класса методов: сбор информации, ее систематизация и анализ. Представляется уместным также классифицировать методы в зависимости от характера изучаемых признаков (получение количественной и описательной информации). Методы работы с количественной информацией более очевидны и традиционны в отличие от методов сбора и анализа описательной информации. Основными методами получения описательной информации являются беседы с руководителями и менеджерами организации, экспертами, письменные или устные опросы персонала, а также различные методы групповой работы.

Информация, получаемая при опросах персонала, формируется под сильным воздействием внутриорганизационной среды [4, с. 34; 9, с. 18; 15, с. 104]. Исследователь должен быть готов к стереотипности суждений, субъективизму, недостаточному развитию саморефлексии отвечающих.

Методы формализованного представления инновационных возможностей опираются на схемы, допустимость применения которых в исследовании социально-экономических систем остается недоказанной. В связи с этим безусловную ценность представляет применение методов, основанных на использовании интуиции и знаний специалистов. Различные экспертизы, «мозговые атаки», «сценарии» позволяют не только нивелировать недостатки

формализованных моделей, но и в ряде случаев получить уникальную информацию. Положительной тенденцией следует считать разработку и комплексирование методов диагностирования, в частности развитие методов портфельного, ситуационного анализа [3, с. 63-70; 8, с. 62; 11, с. 116-137; 14, с. 30; 18, с. 30].

Особенностью методов диагностирования инновационных возможностей является тот факт, что большинство из них являются косвенными измерителями. Обычно характеристики, интересующие исследователя, недоступны для непосредственного наблюдения и измерения. Приходится измерять не параметры элементов инновационных возможностей, а параметры процессов, порожденными элементами инновационных возможностей и оказывающимися доступными для измерения. Предполагается различать три ориентации диагностирования: 1) исследование реальных инновационных возможностей туристских организаций; 2) построение и исследование моделей инновационных возможностей туристских организаций; 3) исследование диагностических систем и их связей с инновационными возможностями [1, 6, 7, 10, 12]. При изменении предмета исследования меняется комплекс используемых методов.

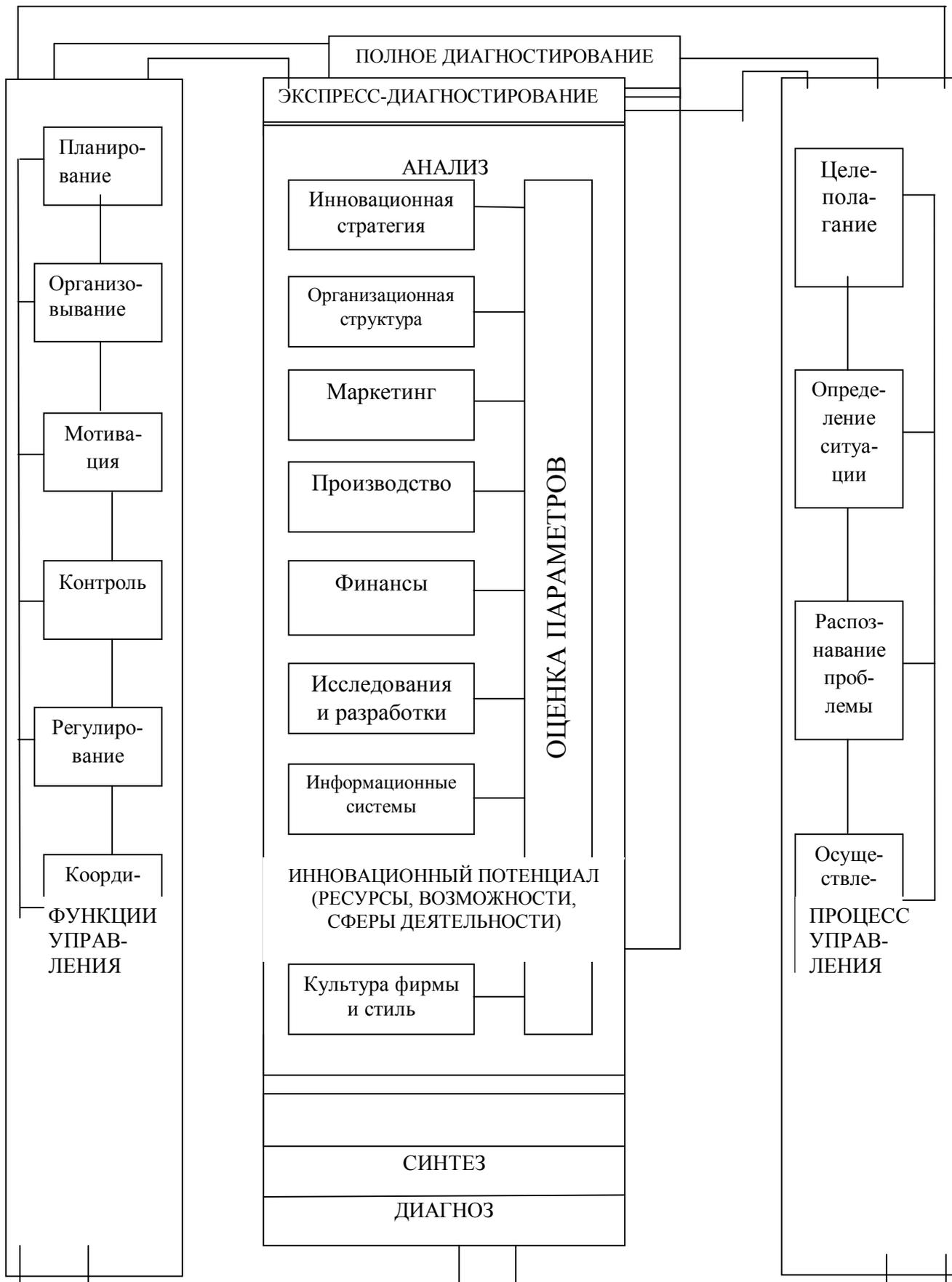


Рис. 2. Диагностирование инновационных возможностей в системе менеджмента



Рис. 3. Структуризация методов диагностирования инновационных возможностей туристской организации

При первой ориентации диагностирования используются методы исследования условий функционирования и состояния инновационных возможностей туристской организации, исследования возможных состояний потенциала и его элементов; анализ признаков, характеризующих состояние инновационных возможностей. Применяются методы сбора и обработки информации, позволяющие определить распределение вероятностей возможных состояний инновационного потенциала.

Вторая ориентация диагностирования связана с моделированием инновационных возможностей, с разработкой правил построения соответствующих моделей. Выделенные ориентации диагностирования инновационных возможностей тесно связаны. С одной стороны, эмпирический материал, полученный при анализе конкретных инновационных возможностей, необходим для построения моделей и оценки соответствия этих моделей тому или иному классу возможностей. С другой стороны, решение теоретических задач, сформулированных применительно к построению моделей инновационных возможностей, расширяет границы эмпирических исследований.

Третья ориентация диагностирования опирается на методы анализа диагностических систем, обоснования принципов их построения и оценки оптимальности. Ориентация осуществима по мере накопления опыта диагностирования инновационных возможностей.

Важнейшим моментом подготовки диагностирования является выбор информативных признаков для описания инновационных возможностей [10]. Во многих случаях это связано с трудностью получения информации или стоимостью диагностирования, временем на поиск, систематизацию и анализ информации. Кроме того, параметры элементов инновационных возможностей равноценны по информационной отдаче. Одни представляют сведения о многих свойствах элементов потенциала, другие – только о некоторых или иного качества. Предпочтение следует отдавать параметрам, имеющим динамический характер, а не тем, которые стабильны или медленно меняются.

При организации диагностирования инновационных возможностей устанавливаются временные и финансовые параметры его проведения, выбираются исполнители. В качестве таковых могут выступать лица, привлеченные со стороны, – консультанты, а также персонал фирмы. Привлечение консультантов дает туристской организации более широкое видение инновационных возможностей, однако при этом обостряется проблема сохранения конфиденциальности информации. Использование персонала туристской организации для выполнения диагностирования видится в связи с этим альтернативным вариантом. Осуществление перманентного процесса диагностирования требует в туристской организации постоянного контингента специалистов, в том числе для ведения каталогов изменений. «Рабочим» вариантом кадрового обеспечения диагностирования инновационных возможностей следует принять сочетание усилий консультантов (на временной основе) и постоянного персонала для текущего диагностирования инновационных возможностей туристской организации.

Список литературы

1. Баясгалан Цэцгээ. Моделирование развития туризма в Монголии. Диссертации на соискание уч. ст. докт. экономических наук. М.: МЭСИ, 2006. 274 с.
2. Гительман Л.Д. Преобразующий менеджмент: Лидерам реорганизации и консультантам по управлению. М.: Дело, 1999. 176 с.
3. Глушенко В.В., Глушенко И.И. Исследование систем управления. г. Железнодорожный Моск. обл., ООО НПЦ «Крылья», 2000. 416 с.
4. Голубков Е.П., Голубкова Е.Н., Секерин В.Д. Маркетинг: выбор лучшего решения. М: Экономика, 1990. 234 с.
5. Гончаров В.В. В поисках совершенства управления. Руководство для высшего управленческого персонала. В 2 т. М.: МНИИПУ, 1996, т. 2. 438 с.
6. Демин А.А. Семенова Ю.А. Практическое использование адаптивных моделей в туризме // Культура народов Причерноморья. №16. 2001. http://tourlib.net/statti_tourism/demin.htm.
7. Демин А.А., Семенова Ю.А. Экономико-статистическое моделирование и прогнозирование в туризме. Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского, №13(52), Том 1. 2001.
8. Игнатъева А.В., Максимцов М.М. Исследование систем управления. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. 157 с.
9. Красовский Ю.Д. Управление поведением в фирме: эффекты и парадоксы. М.: ИНФРА-М, 1997. 368 с.
10. Медведева Е.А. Инновационная концепция туризма. Диссертации на соискание уч. ст. канд. экономических наук. М.: ГОУ ВПО «ГУУ», 2001. 147 с.
11. Моисеева Н.К. Стратегия управления туристской фирмой. М.: Финансы и статистика, 2000. 201 с.

12. Лебедев В.В. Управление инновационным развитием индустрии туризма на основе эволюционного подхода. Диссертации на соискание уч. ст. канд. экономических наук. М.: ГОУ ВПО «ГУУ», 2010. 142 с.
13. Лебедев В.В. Математическое и компьютерное моделирование экономики / В.В. Лебедев, К.В. Лебедев. М.: НВТ - Дизайн, 2002. 256 с..
14. Острейковский В.А. Теория систем. М.: Высшая школа, 1997. – 240 с.
15. Пригожий А.И. Нововведения: стимулы и препятствия. Социальные проблемы инноватики. М.: Политиздат, 1989. 188 с.
16. Соболева Е.А., Соболев И.И. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы. М.: Финансы и статистика, 2001. 122 с.
17. Управление организацией / Под ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина. М.: ИНФРА-М, 2000. 668 с.
18. Ушамирский Э.Я., Шиповская Т.А. Товарный портфель предприятия: проблемы оценки эффективности. В сб.: Стратегия и тактика управления предприятием в переходной экономике. Волгоград: РПК Политехник, 2000, С. 29-37.

References

1. Bajasgalan Cjecgjeje. *Modelirovanie razvitija turizma v Mongolii*. [Modeling the development of tourism in Mongolia.] Moscow, MJESI, 2006. 274 p.
2. Gitelman L.D. *Preobrazujushhij menedzhment: Lideram reorganizacii i konsul'tantam po upravleniju* [The transforming management: to the leaders of the reorganization and to the management consultants]. М.: Business, 1999. 176 p.
3. Glushenko V.V., Glushenko I.I. *Issledovanie sistem upravlenija* [The research of the control systems]. Zheleznodorozhniy, Moscow. reg., Ltd. SPC "Wings", 2000. 416 p.

4. Golubkov E.P., Golubkova E.N., Sekerin V.D. *Marketing: vybor luchshego reshenija* [Marketing: the best selection of the solution]. M: Economy, 1990. 234 p.

5. Goncharov V.V. *V poiskah sovershenstva upravlenija. Rukovodstvo dlja vysshego upravlencheskogo personala* [In the Search of the excellent management. The guide to the senior management personnel. In 2 t. M.: MNIIP, 1996, the 2. 438 p.

6. Demin A. A., Semenova JU. A. Prakticheskoe ispol'zovanie adaptivnyh modelej v turizme [The practical use of adaptive models in tourism]. *Kul'tura narodov Prichernomor'ja* [Culture of Black Sea Region], №16 (2001). http://tourlib.net/statti_tourism/demin.htm

7. Demin A. A., Semenova JU. A. Jekonomiko-statisticheskoe modelirovanie i prognozirovanie v turizme [Economic and statistical modeling and forecasting in tourism]. *Uchenye zapiski Tavricheskogo nacional'nogo universiteta im. V. I. Vernadskogo*, no. 13(52), Kn. 1. 2001.

8. Ignatiev A.V., Maksimtsov M.M. *Issledovanie sistem upravlenija* [The research of the control systems.] M.: UNITY-DANA, 2000. 157 p.

9. Krasovskiy Y.D. *Upravlenie povedeniem v firme: jeffekty i paradoksy* [The behavior management in the firm: the effects and the paradoxes]. M.: INFRA-M, 1997. 368 p.

10. Medvedeva E.A. *Innovacionnaja koncepcija turizma* [The innovative concept of tourism]. M.: GOU VPO «GUU», 2001. 147 p.

11. Moiseeva N.K. *Strategija upravlenija turistskoj firmoj* [The strategy of tourist firm management]. M.: The finance and statistics, 2000. 201 p.

12. Lebedev V.V. *Upravlenie innovacionnym razvitiem industrii turizma na osnove jevoljucionnogo podhoda* [Management of innovative development the tourism industry on the basis of the evolutionary approach]. M.: GOU VPO «GUU», 2010. 142 p.

13. Lebedev V.V., Lebedev K.V. *Matematicheskoe i komp'yuternoe modelirovanie jekonomiki* [Mathematical and computer modeling of the economy]. M.: NVT - Dizajn, 2002. 256 p.

14. Ostreikovskaya V.A. *Teorija sistem* [The theory of systems]. M.: High School, 1997. 240 p.

15. Prigogiy A.I. *Innovation: Novovvedenija: stimuly i prepjatstvija. Social'nye pro-blemy innovatiki* [The Incentives and the barriers. The social problems of innovation]. M. Politizdat, 1989. 188 p.

16. Soboleva E.A., Sobolev I.I. *Finansovo-jekonomicheskij analiz dejatel'nosti turfirmy* [The financial and economic analysis of the tourist firm activity. M.: The finance and statistics, 2001. 122 p.

17. *Upravlenie organizaciej* [The organization Management] / Ed. Piston A.G., Rumjantsevoj Z.P., Salomatina N.A. M.: INFRA-M, 2000. 668 p.

18. Ushamirskiy E.Y., Shipovskaya T.A. *Tovarnyj portfel' predpriyatija: problemy ocenki jeffektivnosti. V sb.: Strategija i taktika upravlenija predpriyatiem v perehodnoj jekonomike* [The product portfolio of the enterprise: the problems of effectiveness assessment. In collection: The strategy and tactics of the enterprise management in the transitive economy]. Volgograd Polytechnic RPK, 2000, P. 29-37.

ДАнные ОБ АВТОРЕ

Чабанюк Олег Васильевич, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления

Воскресенский институт туризма – филиал НОУ ВПО Российской международной академии туризма

ул. Советская, д. 9, г. Воскресенск, Московская область, 140200, Россия

Chabanuk_oleg@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Chabanuk Oleg Vasilevich, PhD, Assistant professor

*Voskresensk Institute for Tourism - of the Russian International Academy for
Tourism, Department of Economics and Management*

9, Sovetskaya Str., Voskresensk, Moscow region, 140200, Russia

Chabanuk_oleg@mail.ru