

УДК 519.715

А.А. МалыхинаДонецкий национальный технический университет, г. Донецк
кафедра системного анализа и моделирования**СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ****Аннотация**

Малыхина А.А. Системный анализ деятельности туристического предприятия. Исследована деятельность туристического предприятия с помощью методов системного анализа, разработана модель «черный ящик», выполнен SWOT и PEST-анализ.

Ключевые слова: системный анализ, моделирование, туристическое предприятие.

Постановка проблемы. Рынок туристического бизнеса один из самых развивающихся на сегодняшний день. Но удержать на рынке свою позицию сложно в связи с высокой конкуренцией. Одним из решений проблемы может являться улучшение стратегического планирования. Стратегическое планирование — это одна из функций [стратегического управления](#), которая представляет собой процесс выбора целей организации и путей их достижения. Стратегическое планирование обеспечивает основу для всех управленческих решений. Функции организации, мотивации и контроля ориентированы на выработку стратегических планов.[1]

Одним из этапов стратегического планирования является анализ исследуемого объекта, который можно формализовать с помощью методологии системного анализа.

Системный анализ — научный [метод познания](#), представляющий собой последовательность действий по установлению [структурных связей](#) между переменными или элементами исследуемой [системы](#). Опирается на комплекс общенаучных, экспериментальных, естественнонаучных, статистических, математических [методов](#). [2]

Для решения хорошо структурированных количественно выражаемых проблем используется известная методология исследования операций, которая состоит в построении адекватной математической модели (например, задачи линейного, нелинейного, динамического программирования, задачи теории массового обслуживания, теории игр и др.) и применении методов для нахождения оптимальной стратегии управления целенаправленными действиями.

Системный анализ предоставляет к использованию в различных науках, системах следующие системные методы и процедуры:

— абстрагирование и конкретизация;

- анализ и синтез, индукция и дедукция;
- структурирование и реструктурирование;
- реинжинеринг;
- алгоритмизация
- моделирование и эксперимент;
- программное управление и регулирование;
- распознавание и идентификация;
- кластеризация и классификация;
- экспертное оценивание и тестирование;
- формализация и конкретизация;
- композиция и декомпозиция;
- линеаризация и выделение нелинейных составляющих;
- и другие методы и процедуры.

Цель статьи — формализовать деятельность туристического предприятия с использованием методов системного анализа, как одного из этапов моделирования стратегического развития.

Постановка задачи исследования. Туристическая компания - предприятие, осуществляющее сбыт туристических услуг потребителям. В зависимости функций, выполняемых туристическими фирмами, их разделяют на турагентов и туроператоров.

Туристское агентство - розничная туристическая фирма, занимающаяся реализацией туров населению, организуемых оптовыми туристическими фирмами, а также продажей потребителям отдельных туристических услуг (транспортных билетов, экскурсий и т.п.).[3]

Туроператор - оптовая туристическая фирма, занимающаяся разработкой туров, рассчитанных на массовый потребительский спрос, их рекламой и сбытом через сеть розничных турагентов. Для усовершенствования работы туристического предприятия необходимо на первом этапе провести системный анализ предприятия. [4]Для достижения поставленной задачи необходимо:

- разработать модель «черный ящик» системы «туристическое предприятие»;
- провести SWOT- и PEST-анализ туристического предприятия;[5]
- выявить перспективы разработки модели стратегического развития предприятия.

Первым шагом в построении системы формализованных моделей любого объекта (в данном случае туристического предприятия) является построение модели «черный ящик».

Модель «черный ящик» системы «туристического предприятия» представлена на рисунке 1.

Модель входов:

- I1 – Клиент;
- I2 – Информация о возможных турах.

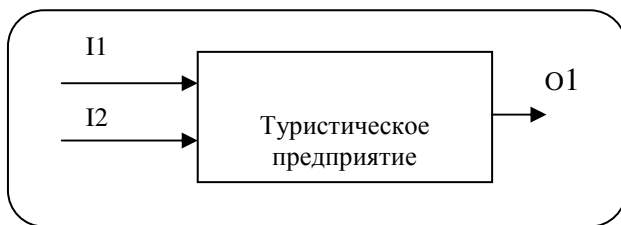


Рисунок 1- Модель «черный ящик»

Модель выходов:

- O1 – Проданный тур.

Модель границы туристического предприятия:

- Офис;
- Информационные связи с клиентами, осуществляемые через интернет (веб-сайт фирмы, с информацией о возможных турах, отзывах и ценами).

Модель внешней среды туристического предприятия:

Внешней средой являются:

- клиенты этой туристического предприятия;
- туристические операторы, которые составляют туры и маршруты, реализуемые данной туристической фирмой;
- страховое агентство, заключающее договор с фирмой о страховании отдыха клиента;
- транспортные компании (авто и авиа), отвечающие за транспортировку клиента (трансферт).

Для более детального ознакомления с туристическим рынком, проведен PEST и SWOT-анализы, определены сильные, слабые стороны, а так же выявлены возможности и угрозы. (см. табл. 1, табл. 2).

Таблица 1 – PEST-анализ предприятия

Р-политика	Е-экономика
<ul style="list-style-type: none"> – изменение законодательства; – организация внутреннего туризма; – организация зарубежного туризма; – экскурсионная деятельность. 	<ul style="list-style-type: none"> – экономический кризис в стране; – высокий уровень безработицы; – высокая стоимость кредитов; – уровень инфляции.
S-социум	Т-технология
<ul style="list-style-type: none"> – демографические изменения; – изменение структуры доходов; – социальная мобильность населения. 	<ul style="list-style-type: none"> – высокий уровень конкуренции; – оформление туров через социальную сеть; – создание единой информационной базы.

Таблица 2 – SWOT- анализ предприятия

S-сильные стороны	W-слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> – высокое качество продукции; – оперативность реагирования на заявку; – организационная структура. 	<ul style="list-style-type: none"> – высокая себестоимость продукции; – информационное обеспечение; – стратегическое управление.
O-возможности	T-угрозы
<ul style="list-style-type: none"> – увеличение доли рынка; – применение ИТ; – развитие филиальной сети. 	<ul style="list-style-type: none"> – высокий уровень конкуренции; – высокая стоимость туристических путевок в связи с высокими транспортными издержками; – низкий спрос населения на услуги въездного и внутреннего туризма.

Выводы: В результате анализа деятельности туристического предприятия разработана модель «черный ящик». Входами для данной модели являются клиент и информация о возможных турах, а выходами – проданный тур. С помощью SWOT-анализа выявлены возможности, угрозы, сильные и слабые стороны предприятия. Одной из слабых сторон является стратегическое управление. Политические, экономические, социальные, технологические факторы окружающей среды выявлены с помощью PEST-анализа.

Перспективой является разработка модели стратегического развития туристического предприятия.

Список литературы

- 1 Корчагин А. П. Стратегическое планирование/ Корчагин А. П., Соловьев В.В. – М.: МИИТ, 2011. – 176 с.
- 2 Теория систем и системный анализ в управлении организациями: Справочник. / Под ред. Волковой В.Н. и Емельянова А.А.. – М.: Финансы и статистика, 2006.– 848 с.
- 3 Буйленко В.Ф. Туризм. В.Ф -Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 416с.
- 4 Дмитриев М.Н. Экономика туристского рынка/ Дмитриев М.Н., Забаева М.Н., Малыгина Е.Н. - М.: Юнити-Дана, 2010. – 312 с.
- 5 Зайцев Л. Г. Стратегический менеджмент/ Зайцев Л.Г., Соколова М.И. – М.: Экономика, 2007. – 416 с.