

УДК 519.715

А.А. Малыхина, А.А Замула

Донецкий национальный технический университет, г. Донецк
кафедра системного анализа и моделирования

РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

Малыхина А.А., Замула А.А. Разработка модели управления конкурентоспособностью туристического предприятия. Исследована деятельность туристического предприятия с помощью разработки процессной модели, выполнена формализация переменных модели.

Ключевые слова: конкурентоспособность, туристическое предприятие, модели управления конкурентоспособностью.

Постановка проблемы. Удержать на туристическом рынке свою позицию сложно в связи с высокой конкуренцией. Одним из решений проблемы может быть усовершенствование конкурентных преимуществ предприятия путем разработки модели управления.

Конкурентоспособность - это свойство объекта, характеризующее степень реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Конкурентоспособность определяется по конкретному объекту на конкретном рынке.

Конкурентоспособность может быть стратегической и фактической. На стадиях стратегического маркетинга, стратегического и инновационного менеджмента формируются и постепенно уточняются нормативы стратегической конкурентоспособности, а после изготовления товара изыскиваются методы и средства максимального использования конкурентных преимуществ готового объекта и системы сервиса, то есть. реализуется фактическая конкурентоспособность [1].

Анализ литературы. Вопросами конкурентоспособности занимались такие ученые как: Р.А.Фатхутдинов, Г.П.Воронин, В.Н.Гунин, Б.Ф.Зайцев, Е.И.Мазилкина, Г.Г.Паничкина. В области моделирования процессов управления конкурентоспособностью большой вклад внесли С.И.Сотникова, С.Д. Штовба, А.А.Чурсин, В.Г.Питеев.

Цель статьи — повышение конкурентных преимуществ туристического предприятия на основе разработанных моделей управления конкурентоспособностью.

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.) [2].

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 построить процессную модель [3].

Процессная модель предприятия – это состав бизнес-процессов, закрепленных за структурными подразделениями, обеспечивающих жизненный цикл ресурсов предприятия, устав предприятия, положения о структурных подразделениях и должностные инструкции. Процессная модель предприятия включает в себя множество бизнес-процессов, участниками которых являются структурные подразделения и должностные лица иерархической организационной структуры предприятия. Под бизнес-процессом понимается совокупность различных видов деятельности, которые создают результат, имеющий ценность для потребителя, клиента или заказчика [4].

Для достижения поставленной задачи необходимо:

- разработать процессную модель;
- выявить факторы влияющие на конкурентоспособность;
- сформулировать этапы разработки модели управления

конкурентоспособностью туристического предприятия.

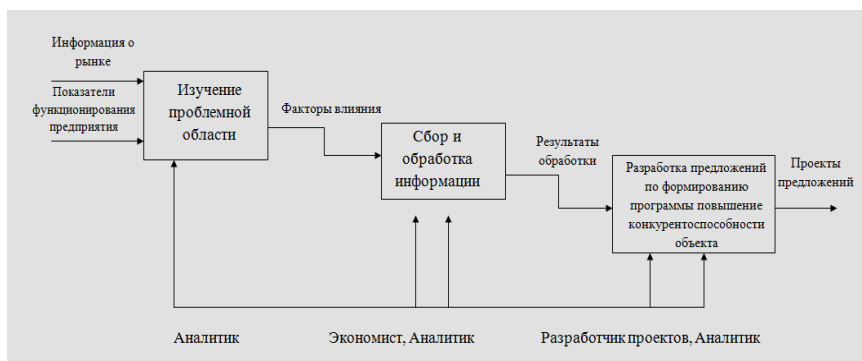


Рисунок 1- Процессная модель оценки конкурентоспособности туристического предприятия

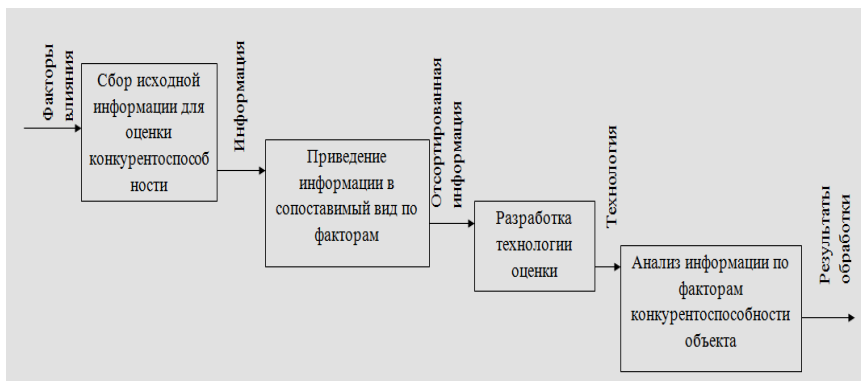


Рисунок 2- Декомпозированная процессная модель сбора и обработки информации

Для построения модели управления конкурентоспособностью туристического предприятия на первом этапе необходимо выявить факторы.

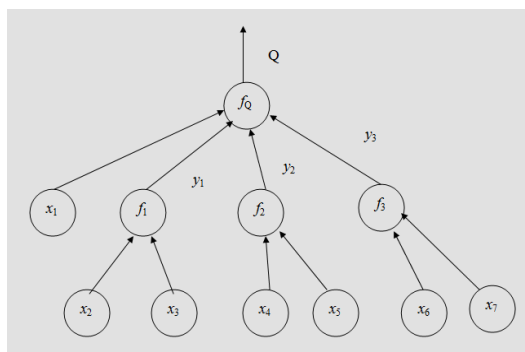


Рисунок 3- Иерархическая классификация факторов, влияющих на конкурентоспособность

Элементы дерева интерпретируется так:

- корень дерева - конкурентоспособность туристического предприятия (Q);
- терминальные вершины - частные влияющие факторы влияния (x_1, \dots, x_7);
- нетерминальные вершины (двойные круга) - свертки факторов влияния;
- дуги графа, выходящие из нетерминальных вершин - укрупненные факторы влияния (y_1, y_2, y_3).

Таблица 1 - Влияющие факторы

Наименование фактора	Описание фактора
----------------------	------------------

y_1 - качество услуг	Совокупность потребительских свойств, способность удовлетворять ожидаемые потребности потребителя.
y_2 - имидж	Целостная совокупность ассоциаций и впечатлений, представляет туристическое предприятие в сознании потребителя.
y_3 - сервис	Множество услуг, скидок и льгот, предоставляемых настоящим и потенциальным клиентам туристического предприятия.
x_1 - цена	Розничная цена туристической путевки на рассматриваемом рынке.
x_2 - качество проектных решений	Потенциальное качество, заложенное в туристическую путевку.
x_3 - кадровое обеспечение	Субъективные ограничения достижения потенциального качества, обусловленные квалификацией, дисциплинированностью персонала.
x_4 - ранг туроператора	Уровень доверия к туристическим операторам, наиболее выгодные сделки.
x_5 - рекламное обеспечение	Информация, которая распространяется в интересах туристического предприятия. Состоит из рекламного обеспечения всего предприятия и конкретного тура.
x_6 - удобность покупки	Легкость совершения покупки, обусловлена доступностью точек продаж, а также сервисным обслуживанием при приобретении услуги (консультации при подборе тура).
x_7 - бонусы	Дополнительные льготы, скидки и услуги, доступные клиентам туристического предприятия.

Далее необходимо разработать нечеткие базы знаний. Значение факторов будем выражать как отклонение (в процентах) от усредненных показателей по аналогичным услугами конкурирующих фирм на рассматриваемом рынке. Для моделирования укрупненных факторов, влияющих используются экспертные нечеткие базы знаний типа Мамдани. Элементы antecedентов (причин и последствий) нечетких правил связаны логической операцией И [5].

Конкурентоспособность туристического предприятия будем моделировать с учетом трех типов сбыта, когда для клиента показатели и цены услуг и имиджа И сервиса являются: 1) плохими, 2) средними и 3) хорошими.

Следующим шагом будет нечеткий вывод. Используются алгоритмы нечеткого вывода Мамдани и Сугено. В качестве треугольной нормы выбрано

умножения. Результаты нечеткого вывода в Мамдани дефаззифицируются по методу центра тяжести, а результаты нечеткого вывода по алгоритму Сугено – по методу взвешенного среднего. При нечетком моделировании необходимо уметь определять степени принадлежности входов к термам из базы знаний. Они рассчитывается по-разному при четких и нечетких входных значениях.

На последнем этапе происходит обучение нечеткой модели конкурентоспособности. Модель конкурентоспособности туристического предприятия построена на основе только экспертных знаний, поэтому возможны расхождения результатов нечеткого вывода (теория) с экспериментальными данными. Для обеспечения достоверных результатов необходимо провести параметрическую идентификацию нечеткой модели по экспериментальным данным маркетинговых исследований. В нечетких моделях настраивают параметры функций принадлежности термов из баз знаний. Кроме того, в нечеткой базе знаний Сугено настраивают и коэффициенты в выводах правил [6].

Выводы: В результате анализа деятельности туристического предприятия с целью исследования его конкурентных преимуществ была разработана процессная модель. Были выделены факторы влияния на конкурентоспособность, а именно: качество услуг, имидж, сервис, цена, качество проектных решений, кадровое обеспечение, ранг туроператора, рекламное обеспечение, удобность покупки, бонусы.

Перспективой является разработка модели управления конкурентоспособностью туристического предприятия в среде Fuzzy Logic Toolbox (Matlab).

Список литературы

- 1 Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебник.-2-е изд., испр. и доп. / Р.А Фатхутдинов.-М.:Эксмо, 2005. – 544с.
- 2 В.Ф Буйленко Туризм/ В.Ф Буйленко -Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 416с
- 3 Дмитриев М.Н. Экономика туристского рынка/ Дмитриев М.Н., Забаева М.Н., Малыгина Е.Н. - М.: Юнити-Дана, 2010. - 312 с.
- 4 Калинина Н.М Моделирование деятельности предприятия в системе интегрированного контроллинга / Н.М Калинина. – М.: Инновации, 2006. – 113с.
- 5 Чурсин А.А Исследование предпосылок к созданию теории управления конкурентоспособностью объектов / А.А Чурсин. – Спектр 2008.- 90с.
- 6 Штовба С.Д "Проектирование нечетких систем средствами Matlab" / С.Д. Штовба. М.: Горячая линия – Телеком, 2008. – 288 с.