

« Крымский горный клуб», « Танита», Крымская контрольно- спасательная служба, которые разработали горно-пешеходные маршруты с отдыхом на лесных стоянках и у моря. Туроператор «Мида», комплектует группы за рубеж. В последние годы на туристском рынке появились предприятия, оказывающие отдельные услуги, например, катание на лошадях, дегустацию вин, национальную кухню, экскурсии.

По своему содержанию новый закон « О туризме» не только не стимулирует появление форм – туроператоров, имеющих возможность создавать турпродукт, а вовсе затормозил этот процесс. Следовательно, для того, чтобы, действительно, на туристском рынке появился национальный турпродукт, необходима комплексная программа. В ее логическую структуру необходимо включить следующие операции:

- 1 Исследование потенциала туристских ресурсов региона[2].
- 2 Определение главной специализации региона [3].
- 4 Разработка генерального плана развития и застройки туристского региона [4].

Особенностью данного плана будет являться то, что заказчиком этой работы должны выступать существующая сейчас региональная структура управления, т.е. Министерство курортов и туризма АРК.

Выводы. Вопросы создания , продвижения турпродукта на рынок рассматривается традиционно в рамках туристского маркетинга. Методология экономической, социальной географии позволяет смоделировать процесс планирования национального турпродукта с учетом наличия туристских ресурсов и специализации региона. В связи с тем, что идет стихийное – экстенсивное формирование курортных и туристских центров, назрела острая необходимость научно обосновать пути специализации рекреационных зон, туристских центров.

Менеджмент туристского предприятия выполняет двойную задачу. С одной стороны, с его помощью решаются управленческие проблемы и достигаются цели туристского предприятия, а с другой – он служит целям развития туристского региона. Из этой особенности вытекают и двойные цели менеджмента в туризме.

Первая цель – на основе рационализации управления трудовыми процессами обеспечить устойчивое развитие турфирмы. Вторая цель – оказать содействие в обеспечении жизнеспособности (конкурентоспособности) своего региона на рынке туристских услуг. Важное место в этом процессе занимает управляемый на региональном уровне процесс создания национального турпродукта. Одно из главных отличительных свойств турпродукта- неотделимость от объекта позволяет назвать экспортной операцией реализацию турпродукта иностранным туристам, а сам турпродукт, реализованный иностранным туристам- *национальным*.

На туристском рынке Автономной Республики Крым сложилась угрожающая ситуация- нормативно-правовая база в туризме стимулирует стратегию выживания и постепенного уход с рынка фирм-турагентов. Деятельность существующих туроператоров сведена к оптовой реализации санаторно-курортных путевок. Разработкой национального турпродукта занимается только несколько турфирм-энтузиастов, в развитии и поддержке которых не заинтересованы местные, региональные органы государственного управления.

Политика государства по отношению к стимулированию турфирм, занятых разработкой национального турпродукта должна коренным образом измениться, что практически невозможно без изменения самой системы управления и без подбора профессиональной управленческой команды .

Источники и литература

- 1 Гончарук В.А. Развитие предприятия. – М. Дело, 2000 – 149 с.
2. Карташевская И.Ф. Оптимизация процессов управления туристскими ресурсами на региональном уровне // Культура народов Причерноморья. –№ 45. – Ноябрь 2003. – С. 49–53.
3. Карташевская И.Ф. Географические особенности регионального управления земельно- рекреационными ресурсами (на примере АРКрым) // Культура народов Причерноморья. –№ 55. – Т. 3. – Ноябрь 2004. – С. 86–91.
4. Карташевская И.Ф. Методические принципы формирования зон и территорий приоритетного развития в туристской отрасли (на примере Автономной республики Крым) // Культура народов Причерноморья. – № 59. – Март 2005. – 26-29.
5. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме. – М.: Финансы и статистика. – 2000. –160 с.
6. Толковый словарь туристских терминов. Туризм. Туристская индустрия. Туристский бизнес\ Авт.-сост. И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. – М.; Афины: INFOGROUP. 1994. – С. 159.

Климчук С.В.

МЕТОДИКО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ РЕСТРУКТУРИЗАЦИОННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Введение. Быстрая смена текущих задач и высокая степень неопределенности являются характерными чертами осуществления большинства проектов финансовой реструктуризации предприятий и компаний. В данных условиях доступность точной и своевременной информации часто определяет успех проекта реструктуризации в целом. Многие авторы уделяют достаточное внимание методико-информационным основам реструктуризационных мероприятий. Так Батенко Л.П, в своей монографии " Философия и методология реструктуризации", определяет основные направления по аксиологии и антропологии реструктуризационных мероприятий в контексте информационного обеспечения [1], Бутник – Сиверский А. С. в

**МЕТОДИКО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ
РЕСТРУКТУРИЗАЦИОННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ**

своей статье "Реорганизация, реструктуризация и деномополизация предприятий в условиях переходной экономики" определяет среду, формирующую информационное поле реструктуризационных мероприятий [2]. Друкер П. в книге "Эффективность управления" показывает методологические основы реструктуризации, сформированные на специфической информационной базе [3].

Постановка задачи *Управление коммуникациями проекта финансовой реструктуризации (управление взаимодействием, информационными связями)* – управленческая функция, направленная на обеспечение своевременного сбора, генерации, распределения и сохранения необходимой проектной информации [5].

Мы рассматриваем информационные технологии как форму взаимосвязи между специфическим типом явления (процесса) и познавательными и вычислительными возможностями пользователя, его способностью использовать информацию в управленческих решениях. Поэтому разработка и воспроизведение определенных правил и процедур будут способствовать повышению эффективности управления, более действенному привлечению информации к проведению реструктуризации. С учетом этого появляется потребность определить, во-первых, задачи, которые ставит формирование системы стратегического управления, во-вторых, институты, способные обеспечить применение современных информационных технологий. Такими задачами, по нашему мнению, являются:

1. Определение информационных потребностей стратегической финансовой реструктуризации – типа и объемов информации, необходимой для проведения комплекса действий, направленных на повышение рыночной стоимости акционерного общества, увеличение дохода акционеров, формирование и непрерывный рост конкурентоспособности предприятия. Цели предприятия при этом сосредоточиваются на определении направлений развития хозяйственного портфеля и путей роста.

2. Разработка рациональной технологии сбора, обработки, использования и хранения информации, касающейся наращивания конкурентных преимуществ и повышения эффективности производства в послеприватизационный период.

3. Использование приемов риск-менеджмента (диверсификация, объединение рисков или страхование, распределение риска, поиск дополнительной информации) с целью предотвращения или уменьшения отрицательного эффекта от использования недостоверной информации.

4. Формирование условий обязательного использования необходимой информации для принятия стратегических решений при проведении реструктуризации.

Результаты. Обследование ряда предприятий позволяет утверждать, что информационное обеспечение стратегической финансовой реструктуризации там не носит системного характера, так как ограничивается преимущественно сбором и обработкой сведений о внутренней среде предприятия (характеристика его материально-технической базы, технологий, финансового положения, динамики показателей хозяйственной деятельности и пр.). Полученную информацию руководители используют чаще всего как основу для стратегического или текущего планирования, опираясь на тенденции прошлых периодов и потенциальные возможности предприятия.

Такая практика противоречит сути деятельности предприятия в рыночных условиях и не позволяет реализовать цель стратегической реструктуризации, то есть способствовать максимизации богатства собственника. В условиях рыночной экономики предприятия выходят из замкнутой технико-экономической системы и включаются в открытую социально-экономическую систему. С этим связано кардинальное изменение целей, задач и стратегии, коренное преобразование механизма управления. Ведь реструктуризация означает именно изменение таких аспектов производства, которые в доприватизационный период или в обычных условиях функционирования тормозили его (табл. 1).

Таблица 1. Сравнительная характеристика деятельности предприятия до и после приватизации

| Параметр | Доприватизационный период | Послеприватизационный период |
|----------------------|---|---|
| Стратегия управления | Рост масштабов производства или хотя бы сохранение их на основе собственных возможностей | Рыночная переориентация, адаптация к внешним факторам, ориентация на использование информации о внешних условиях |
| Цели и задачи | Четко определенные, в известной мере структурированные цели и задачи на долгосрочный период | Концентрация внимания на сборе и использовании банков стратегической информации, на основе чего определяются содержание и последовательность действий по реализации стратегического реструктурирования, снижается неопределенность ситуации, отдается преимущество целям развития |
| Механизм управления | Жесткое планирование, регламентация функций управления, контроль за всеми видами деятельности | Использование системного, ситуационного и целевого подходов, своевременное выявление проблем, инновативный стиль управления, генерирование новых решений на основе информационного обеспечения |

Эффективность использования информационных технологий в большой степени определяется выбором методологического подхода к обеспечению реструктуризации. Первый подход базируется на последовательном сборе, обработке и формировании регламентированной, обязательной для пользователей информации. Причем объемы и структура информации определяются руководством для всех звеньев управления, то есть без учета стратегических и текущих потребностей конкретных пользователей. Второй подход основан на четко определенных заказах на конкретную информацию. Согласно параметрам заказанной информации подбираются механизм ее формирования и соответствующая информационная технология (табл. 2).

Таблица 2. Этапы стратегического финансового реструктурирования.

| Стратегическое прогнозирование | | | |
|---|---|--|---|
| Анализ и оценка возможных целей развития реструктурированного предприятия | Новая стратегическая направленность деятельности предприятия (конкурентная позиция) | Формирование мер по реализации возможностей и ослаблению угроз каждого из возможных вариантов реструктуризации | Оценка необходимых затрат и ресурсов |
| Стратегическое планирование | | | |
| Меры по преодолению барьеров стратегического планирования | Выбор модели стратегического планирования | Разработка содержания и структуры стратегического планирования предприятия | Определение плановых показателей |
| Адаптация структур | | | |
| Выбор структуры в соответствии со стратегией реструктуризации | Аналитическая оценка реакции структуры и ее корректировка | Организация развития отдельных сфер деятельности | Финансовая оценка реализации стратегических планов и программ |
| Адаптация процессов | | | |
| Оптимизация основных процессов реструктуризации | | Оптимизация второстепенных процессов реструктуризации | |
| Образование информационных технологий для пользователей | | | |

Несомненно, для стратегической финансовой реструктуризации исключительное значение получает своевременная внешняя информация о рыночных изменениях.

В общем и целом работы по разработке и внедрению новой информационной системы на реструктурируемом предприятии осуществляются в следующей последовательности:

1. Проведение обследования деятельности предприятия.

2. Построение моделей деятельности предприятия.

Обычно на фазе диагностики моделируется существующее со стояние предприятия в форме модели “As-Is”.

3. Оптимизация деятельности.

4. Построение оптимизированных моделей деятельности предприятия. При этом применяются подходы и методы моделирования, аналогичные тем, что используются на фазе диагностики при построении моделей существующего состояния системы. Оптимизационные модели “To-Be” являются образом будущей компании.

5. Разработка системного проекта. Данный этап является первой фазой непосредственно оптимизации информационной системы и поэтому требует более подробного описания.

Системный проект строится на основе модели “To-Be” и включает функциональную и информационную модель будущей системы в соответствии с требованиями заказчика, а также техническое задание на создание информационной системы.

6. Разработка предложений по автоматизации. На основании системного проекта осуществляются:

Работы по проектированию и внедрению единой корпоративной информационной системы необходимо проводить в комплексе с другими работами по реструктуризации. Даже в случае, если реструктуризация предприятия непосредственно не направлена на изменение информационной системы, в любом случае изменение организационной структуры, бизнес-процессов, организационной культуры или системы целей и стратегий предприятия приведет к необходимости серьезного изменения существующей системы информационных процессов. И наоборот, нельзя ограничиться исключительно внедрением или оптимизацией корпоративной информационной системы без существенного изменения структуры и процессов управления...

Современная корпоративная информационная система, являющаяся одним из основных результатов практически любых серьезных проектов реструктуризации, естественно должна базироваться на современных информационных технологиях. В зависимости от направлений развития компании, стратегии информационно-технологического обеспечения и конкретных, вытекающих отсюда целей реструктуризации следует применять те или иные из описанных ниже технологий.

Выводы. Данная последовательность работ базируется на создании информационных систем предприятия с увязкой с другими работами по финансовой реструктуризации, получила распространение во всем мире.

Информационные системы по финансовой реструктуризации расширяют круг значимых задач, решение которых приносит значительный экономический эффект. Информационные системы данного типа являются важнейшим средством в решении проблем традиционного программирования, добавляют новые качества к программным продуктам финансовой реструктуризации.

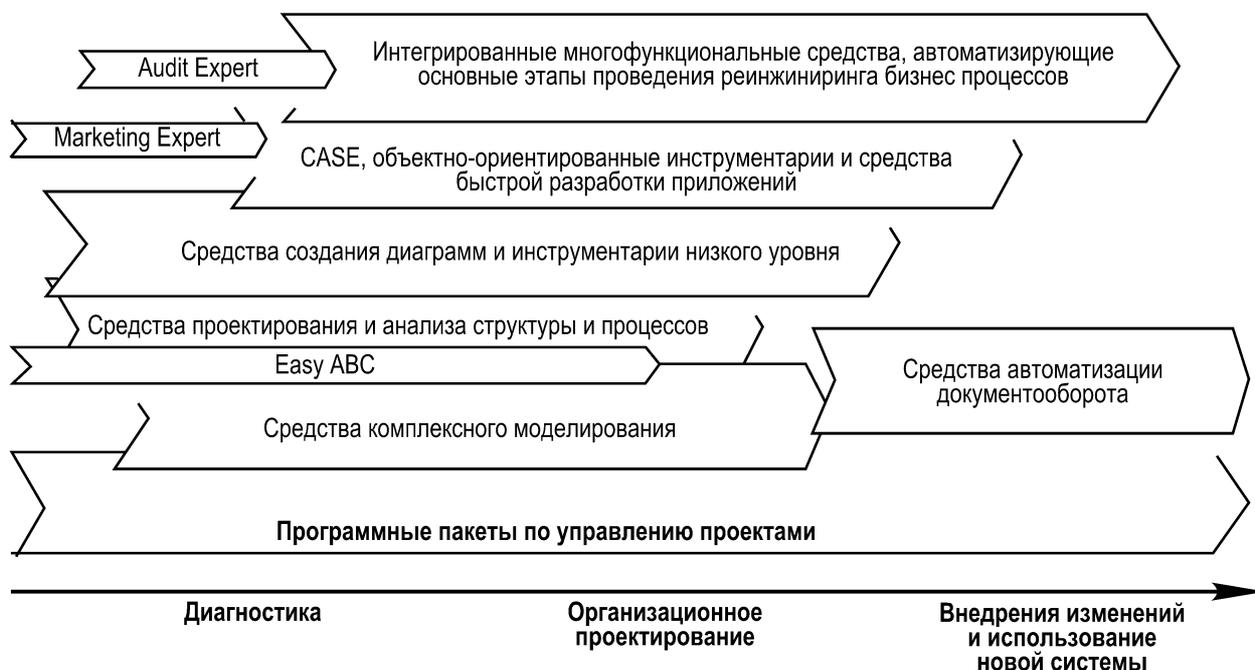


Рис. 1. Применение программных продуктов в проекте реструктуризации.

Источники и литература

1. Батенко Л.П. Філософія і методологія реструктуризації. Програма реструктуризації. – К.: Фінанси та статистика, 2000. – 451 с.
2. Бутник-Сиверский А. Лозовая Т., Донченко А. Реорганизация, реструктуризация и демонополизация предприятий в условиях переходной экономики // Бизнес. – 2002. – № 20. – С.63–69.
3. Друкер П. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения / пер с англ.. М. Котельниковой. – М.: Раир-Пресс, 2001. – 288 с.
4. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / Под редакцией Н.А. Колайко. – М.: Эксмос, 2000. – 352 с.
5. Оценка Бизнеса Учебник \ Под редакцией Грязновой М.А. Федотовой. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 512 с.