

На правах рукописи



Аль-Малики Расуль Салим Масир

**РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНТНЫХ БИЗНЕС-СТРАТЕГИЙ
ИНТЕГРАЦИОННЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ
В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА**

*Специальность: 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(менеджмент)*

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата экономических наук

Москва – 2018

Работа выполнена на кафедре организационно-управленческих инноваций
Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В.
Плеханова», г. Москва

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор
Орехов Сергей Александрович

Официальные оппоненты: **Минаев Владимир Александрович**
доктор технических наук, профессор,
ФГБОУ ВО «Московский государственный
технический университет имени Н. Э. Баумана»,
профессор кафедры ИУ 10 «Защита информации»

Харитоновна Татьяна Викторовна,
кандидат экономических наук, доцент,
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации», доцент
кафедры «Экономика организации»

Ведущая организация: Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего
образования «Российский государственный
университет туризма и сервиса»

Защита диссертации состоится «18» мая 2018 г. в 13:30 часов на
заседании диссертационного совета Д 212.196.12 на базе ФГБОУ ВО «РЭУ им.
Г.В. Плеханова» по адресу: 117997, г. Москва, Стремянный пер., д.36, корп.3,
ауд. 353.

С диссертацией и авторефератом можно ознакомиться в Научно-
информационном библиотечном центре им. академика Л.И. Абалкина ФГБОУ
ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» по адресу: 117997, г. Москва, ул. Зацепа, д.43 и
на сайте организации: <http://ords.rea.ru/>

Автореферат разослан «__» апреля 2018 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета Д 212.196.12,
кандидат экономических наук



С.В. Манафов

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Современные условия хозяйствования во всем мире характеризуются ускорением социально-экономических процессов, которые масштабно проявляются во многих сферах деятельности и отраслях экономики, в том числе в индустрии туризма. В этой сфере бизнеса существует значительное количество компаний, которые могут быть объединены в более эффективные образования, что направлено на обеспечение интеграционного взаимодействия между участниками рынка. Это позволит сформировать конкурентные многопрофильные корпоративные структуры, объединяющие различные компании, обеспечивающие инфраструктуру функционирования индустрии туризма. Однако, на сегодняшний день нельзя утверждать, что между участниками этого сегмента рынка существуют стабильные и устойчивые связи, без которых невозможно реализовать перспективные конкурентные бизнес-стратегии. При этом, можно констатировать, что индустрия туризма представляет собой ту важнейшую часть национального и мирового хозяйства, отличающуюся высоким уровнем доходности и темпами развития. В рыночных условиях большинство предприятий ведут свою хозяйственную деятельность на основе собственных конкурентных преимуществ, что повышает значимость механизмов стратегического развития и необходимости разработки конкурентных бизнес-стратегий, направленных на устойчивое развитие как в стабильной макро- и микроэкономической среде, так и в кризисных ситуациях. Для обеспечения положительной динамики социально-экономического развития хозяйственных систем на разных уровнях необходимо наличие эффективной бизнес-стратегии интеграционного взаимодействия участников совместного бизнеса. Интеграционные процессы в индустрии туризма на практике развиваются достаточно быстрыми темпами. Однако, эти процессы зачастую осуществляются не системно, что требует их теоретического концептуального обоснования и создания целостного теоретического подхода, которые позволят сформировать конкурентные бизнес-стратегии интеграционного взаимодействия между участниками совместного бизнеса, включая крупнейших авиаперевозчиков, крупные гостиничные и ресторанные сети с развитием их инфраструктурного обеспечения. Таким образом, важной научной задачей данной работы является исследование теоретических и практических вопросов разработки конкурентных стратегий интеграционного взаимодействия участников совместного бизнеса, что и определило актуальность данного исследования.

Степень разработанности темы. Исследованию вопросов общего и стратегического менеджмента посвящены труды Ансоффа И.М., Боуэна Д.Т., Бланка

И.А., Бочарова В.В., Брагина Н.А., Брауна М.Г., Варфоломеева В.П., Виханского О.С., Горемыкина В.А., Демидова С.Р., Каплана Р.С., Котлера Ф., Леонтьевой Л.С., Мейкенза Д., Мескона М.Х., Нортон Д.П., Портера М.Ю., Филина С.А., Хелферта Э.А., Эйкена Д.В.

Различные аспекты исследования особенностей менеджмента в индустрии туризма как в специфической экономической системе, а также проблемы формирования туристических дестинаций были исследованы в работах Балабанова И.Т., Батлера Р.О., Бокова М.А., Ветитнева А.М., Восколович Н.А., Гончаровой Н.А., Егорова Е.В., Жильцова Е.Н., Казакова В.Н., Карповой Г.А., Кирьяновой Л.Г., Кускова А.С., Лайко М.Ю., Левченко Т.П., Лейпера Н., Милла Р.К., Минаева В.А., Молчанова И.Н., Морозова М.А., Моррисона А.Г., Мысляевой И.Н., Панкратовой В.П., Платоновой Н.А., Пирса П.Л., Романовой Г.М., Саранча М.А., Скоробогатых И.И., Смирнова Е.Б., Харитоновой Т.В., Чудновского А.Д. и др.

Проблемы, связанные с исследованием проблем интеграции предприятий, развитием корпоративного бизнеса, формированием бизнес-стратегий интеграционного взаимодействия участников совместного бизнеса были рассмотрены в работах Асаула А.Н., Бандурина А.В., Винслава Ю.Б., Землякова Д.Н., Мильнера Б.З., Орехова С.А., Рубина Ю.Б., Сафроновой А.А. и других авторов.

Отдельные направления исследований по обеспечению конкурентоспособности предприятий и реализуемых ими стратегий развития в современных экономических условиях рассматривалась в работах Азоева Г.Л., Багиева Г.Л., Егорова А.Ю., Кулапова М.Н., Кузнецова В.И., Панкрухина А.П., Попкова В.П., Рубина Ю.Б., Стукаловой И.Б., Уткина Э.А., Фатхутдинова Р.А., Чубакова Г.Н., Шмелева А.Г., Юданова А.Ю. и др.

Однако многие теоретические и методические вопросы, связанные с исследованием проблем формирования эффективных бизнес-стратегий интеграционных взаимодействий в индустрии туризма, разработкой механизма стратегического развития данных взаимодействий, а также оценкой их конкурентоспособности, изучены не до конца, а ряд положений носит дискуссионный характер. В связи с этим особенную важность приобретает научное исследование методов повышения уровня интеграционного взаимодействия, направленных на эффективное социально-экономическое развитие индустрии туризма в России в целом, и в ее отдельных регионах в частности. Актуальность и недостаточная разработанность перечисленных проблем, связанных с формированием конкурентных бизнес-стратегий интеграционного взаимодействия в индустрии туризма, инструментов, механизмов и методов управления, послужили основанием для выбора темы дис-

сертации, формулировки её цели, постановки задач и определения направлений исследований.

Цель и задачи. Цель диссертационного исследования заключается в разработке механизма формирования конкурентных стратегий интеграционного взаимодействия участников совместного бизнеса, направленных на эффективное социально-экономическое развитие индустрии туризма на мезоуровне.

Достижение поставленной цели потребовало решить следующие задачи:

- выявить специфические группы факторов, влияющих на развитие конкурентных бизнес-стратегий интеграционных взаимодействий;
- обосновать критерии и провести ранжирование факторов развития конкурентных бизнес-стратегий интеграционного взаимодействия;
- разработать принципы интеграционного взаимодействия участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма;
- предложить модель формирования бизнес-стратегии интеграционного взаимодействия в рамках функционирования туристско-рекреационных кластеров;
- разработать методику оценки эффективности интеграционного взаимодействия участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма.

Объектом исследования являются системы управления интеграционными взаимодействиями в условиях формирования конкурентных бизнес-стратегий.

Предметом исследования являются организационно-экономические отношения в управлении интеграционными взаимодействиями участников совместных бизнес-процессов в индустрии туризма.

Гипотеза исследования заключается в предположении, что на современном этапе для эффективного социально-экономического развития регионов России необходимо создание, совершенствование и укрепление потенциала туристических дестинаций, который может быть реализован наиболее эффективным образом при внедрении конкурентных бизнес-стратегий интеграционного взаимодействия в индустрии туризма.

Теоретическую базу исследования составили труды ведущих российских и зарубежных ученых, изучавших проблемы устойчивого и эффективного функционирования и развития индустрии туризма на основе экономической теории, теории конкуренции, теории менеджмента и теории организации, в том числе монографии, диссертации, статьи в периодических научных изданиях и тезисы в сборниках материалов научно-практических конференций.

Методологическую базу исследования определило применение в работе общепhilosophических методов, методов ситуационного и антикризисного управле-

ния, методов логического анализа, приемы и методы сравнительного и нормативного анализа, методы экспертных оценок, системного подхода, статистические методы обработки данных и проверки выдвигаемых гипотез, аналитические и другие классические и современные методы исследования, эмпирические методы.

Информационную базу диссертационной работы составили законодательные и нормативно-правовые акты, данные Федеральной службы государственной статистики, результаты исследований, опубликованные международными туристическими организациями, рейтинговыми агентствами, аналитические статьи, российская и зарубежная монографическая литература, международные стандарты в индустрии туризма, результаты авторского аналитического исследования рынка туризма в России, информация, представленная в сети интернет.

Область данного исследования соответствует Паспорту научных специальностей ВАК при Минобрнауки России по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: п. 10.8. ... Теория и практика управления интеграционными образованиями и процессами интеграции бизнеса; п. 10.15. Стратегический менеджмент, методы и формы его осуществления... Процесс и методы разработки и реализации стратегии. Развитие форм стратегического партнерства... Корпоративные стратегии, оптимизация размера фирмы и вертикальная интеграция, стратегии диверсификации.

Научная новизна диссертации состоит в решении научной задачи разработки механизма стратегического развития интеграционного взаимодействия участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, базирующегося на конкурентной модели формирования бизнес-стратегии этого взаимодействия на основе использования многопараметрической методики оценки эффективности влияния потенциала индустрии туризма на развитие различных социально-экономических дестинаций.

Основные результаты исследования, составляющие его научную новизну и полученные лично автором:

1. Выявлены и дополнены специфические группы факторов, влияющие на формирование и реализацию конкурентных бизнес-стратегий интеграционного взаимодействия: экономические факторы; обеспечение экологической устойчивости; уровень развития человеческого потенциала; наличие и состояние ресурсного потенциала; уровень развития инфраструктуры туризма в России. К новым группам факторов относятся: управление качеством туристских услуг в дестинации; мотивирование спроса на услуги индустрии туризма в дестинации; формирование и развитие взаимодополняющих индустрию туризма отраслей такой дестинации. Проведенная классификация специфических групп факторов интеграционно-

го взаимодействия позволяет определить влияние этого взаимодействия на формирование российских туристских дестинаций в соответствии с намеченными приоритетными направлениями социально-экономического развития регионов.

2. Систематизированы и ранжированы признаки факторов, характеризующих развитие конкурентных бизнес-стратегий интеграционного взаимодействия и определена многопараметрическая функциональная зависимость вида и форм бизнес-коммуникаций от каждого из этих факторов. Предложенные признаки конкурентных стратегий подобного взаимодействия дают возможность определить степень воздействия каждого из факторов, влияющих на развитие интеграционного взаимодействия, что позволяет не только разделить их по специализированным классам, но и сформировать из них кластерные группы туристско-рекреационного профиля. Обоснованы критерии ранжирования факторов, влияющих на развитие конкурентных бизнес-стратегий интеграционного взаимодействия, определяющие уровень эффективности данных стратегий. Обоснование критериев позволяет выявить возможные целесообразные сочетания различных видов и форм интеграционного взаимодействия с учетом уровня развития туристско-рекреационных кластеров и методов оценки потенциала их инфраструктурного обеспечения при интеграции в эти кластеры смежных видов деятельности (гостиничный и ресторанный бизнес, транспортные услуги). Подобный способ интеграции корпоративных интересов делает возможным выделение приоритетов и стратегических направлений социально-экономического развития регионов с учетом потенциала сформированных кластерных групп туристско-рекреационного профиля. Таким образом, предложенный подход, то есть форма организации интеграционного взаимодействия участников индустрии туризма в различных сферах деятельности, вовлеченных в совместный бизнес, может послужить дополнительным мотиватором социально-экономического развития регионов России.

3. Сформулированы ключевые принципы интеграционного взаимодействия участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, как основы формирования и реализации конкурентных бизнес-стратегий на базе формализованного сочетания трех следующих компонентов: *критериальной базы* (как результата оценки совокупности эффектов в зависимости от степени интеграции участников совместного разнопрофильного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, для региона в целом (на макро- и мезоуровне) или для отдельно взятой интегрированной структуры (на микроуровне), то есть дать оценку целесообразности базовых форм интеграционного взаимодействия – горизонтальной или вертикальной интеграции, диверсификации, конгломерации или кластеризации); *системы показателей* (как возможности формализовать степень принадлежности

туристской организации к определенному виду интеграции, которая представляет собой упорядоченную последовательность этапов определения формы интеграции и условий развития индустрии туризма в каждой конкретной дестинации); *системы индикативной оценки* конкурентоспособности (как способности определить результативность и уровень адаптивности бизнес-стратегии к условиям ее реализации). Предложенная упорядоченная совокупность принципов интеграционного взаимодействия участников совместного бизнеса при сочетании сформулированных компонентов разрабатываемой стратегии взаимодействия позволяет сформулировать конкретную конкурентную бизнес-стратегию как вектор-функцию развития интеграционного взаимодействия в определённых туристских дестинациях, что позволит стимулировать потенциал социально-экономического развития регионов России.

4. Предложена многопараметрическая модель формирования бизнес-стратегии интеграционного взаимодействия в рамках функционирования туристско-рекреационных кластеров, представляющая собой определенное сочетание этапов выбора вида интеграции входящих в кластер туристских компаний и компаний смежных отраслей, а также определяемые видом интеграции методы создания и развития управляющей компании, реализующей организационные аспекты внутрикорпоративного взаимодействия. Разработанная модель позволяет определить функциональную зависимость уровня социально-экономического развития региона от соотношения, имеющегося и необходимого инфраструктурного обеспечения, и целесообразности формирования туристической дестинации определенного вида.

5. Разработана методика оценки эффективности применения многопараметрической модели стратегии интеграционного взаимодействия, представляющая собой регламентированную последовательность процедур подобного взаимодействия; определению критериев, обеспечивающих стратегические интересы интеграции; расчету показателей, характеризующих эффективность выбранной стратегии интеграции; формированию принципов интеграции, обеспечивающих ее экономическую эффективность; идентификации результатов оценки, отражающих степень и качество интеграции. Определение подобных параметров позволяет установить неиспользованный до интеграции потенциал путем сравнения плановых и фактических расчетных показателей до и после применения бизнес-стратегии интеграционного взаимодействия и учесть эффект от интеграции. Данная методика обеспечивает выявление возможных сочетаний видов интеграции с уровнем развития участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма в каждой конкретной дестинации, что позволяет получить синергетический

эффект за счет оптимизации уровня интеграции.

Теоретическая значимость работы заключается в развитии теории науки менеджмента с целью повышения эффективности процессов интеграции хозяйствующих субъектов, в развитии теоретических исследований на уровне отрасли туризма с целью повышения ее конкурентоспособности, в возможности использования теоретических положений работы в учебном процессе высших учебных заведений.

Практическая значимость результатов исследования. Результаты исследования могут быть использованы Федеральным агентством по туризму Российской Федерации для организации стратегического развития отрасли туризма как интегрированной части российской экономики. Выводы и результаты исследования позволяют использовать систему параметризации механизмов интеграционных взаимодействий в индустрии туризма для развития туристических организаций и органов местного и муниципального управления конкретных регионов с целью совершенствования туристической инфраструктуры, что в конечном итоге будет способствовать эффективному социально-экономическому развитию как региона, так и всех задействованных в данных процессах объектов.

Основные положения диссертационного исследования могут использоваться при подготовке профильных специалистов для индустрии туристической деятельности по программам подготовки бакалавров и магистров по направлению «Менеджмент».

Апробация результатов исследования. Основные положения диссертационного исследования обсуждались и получили положительную оценку на научных конференциях в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Результаты диссертационного исследования были заслушаны и одобрены на IV Международном научном конгрессе «Предпринимательство и бизнес: теория, методология и практика эффективного управления» (23-27 июня 2016 г., ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», на конференции «Эколого-ориентированные и социально-экономические проблемы развития спорта в условиях геополитических реалий» (4-11 октября 2016 г., Международный независимый эколого-политологический университет).

Отдельные результаты диссертации использованы при разработке перспективных направлений повышения эффективности деятельности АО «ТРАНСПРОЕКТ Групп», а также ООО «СНП Капитал», что подтверждается соответствующими справками о внедрении.

Отдельные положения диссертации использованы в образовательном процессе в РЭУ им. Г.В. Плеханова при подготовке специалистов по направлению «Менеджмент» (дисциплины «Стратегический менеджмент», «Организация туристической деятельности», «Теория корпоративного управления»).

Публикации. По теме диссертации автором опубликовано 10 научных работ общим объемом 4,64 п.л., (в т. ч. авт. – 3,56) в том числе 4 статьи в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК при Министерстве образования и науки Российской Федерации – общим объемом 1,76 п.л., (в т. ч. авт. – 1,48).

Структура диссертации обусловлена целью и задачами исследования, отражает его логику и состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы из 137 источников, 1 приложения. Диссертация изложена на 163 страницах машинописного текста, содержит 48 рисунков, 17 таблиц.

Во введении обоснована актуальность темы диссертации, сформулированы цели и задачи исследования, раскрыта научная новизна и практическая значимость результатов исследования. *В первой главе* «Интеграционные взаимодействия как механизм стимулирования устойчивого развития социально-экономических систем» выявляется роль индустрии туризма и уровня интеграции в ней в формировании позитивных условий социально-экономического развития региона. *Во второй главе* «Интеграционное взаимодействие в индустрии туризма как способ повышения конкурентоспособности бизнес-стратегий» формируется авторская система параметризации и рассматривается возможность социально-экономического развития региона за счет совершенствования методических подходов повышения конкурентоспособности участников интеграционного взаимодействия индустрии туризма. *В третьей главе* «Использование бизнес-стратегий интеграционных взаимодействий для повышения конкурентоспособности туристских дестинаций» исследуется результативность авторских методических новаций в реальных условиях хозяйствования и оценивается их возможное влияние на социально-экономическое развитие региона. *В заключении* сформулированы основные выводы и даны авторские рекомендации по научным результатам исследования.

II. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

В рамках первого научного результата выявлены специфические группы факторов, влияющих на развитие конкурентных бизнес-стратегий интеграционного взаимодействия. *В дополнение к общеизвестным факторам* определены но-

вые группы факторов, влияющие на развитие интеграционного взаимодействия. Осуществленная классификация выявленных факторов интеграционного взаимодействия влияет на формирование российских туристских дестинаций в соответствии с намеченными приоритетными направлениями социально-экономического развития регионов.

Туристический комплекс представляет собой специфический рынок, на который наибольшее влияние будут оказывать факторы, связанные с общемировыми тенденциями: глобализацией туристических процессов, заключающейся в процессе формирования массовых видов отдыха, унификацией и стандартизацией туристических услуг, концентрацией капитала транснациональными компаниями, развитием информационных технологий, способствующих стимулированию продаж туристического продукта. Особенностью индустрии туризма является мультипликативный эффект, выражающийся в том, что данная отрасль способствует развитию многих связанных с ним областей деятельности, например, гостиничного и ресторанного бизнеса, пищевой промышленности, транспортной сферы, информационно-коммуникационных технологий и многих других видов хозяйственной деятельности.

Прогноз развития мировой индустрии туризма в абсолютном выражении свидетельствует о возможности увеличения показателей международных туристических прибытий с 2010 по 2030 год с 940 млн. долл. до 1809 млн. долл., то есть почти в 2 раза. В Африке и Азиатско-тихоокеанском регионе увеличение составит до 3 раз. Однако, относительные показатели свидетельствуют о замедлении темпов прироста. Так сравнительный анализ темпов роста 2010-2020 гг., и 2020-2030 гг., показал, что в первом случае рассматриваемый показатель составил 3,8%, во втором случае – 2,9%, что соответствует снижению на 0,9 процентных пункта.

В диссертационном исследовании были установлены 2 группы факторов влияния (табл. 1): к основным относятся экономические факторы, обеспечение экологической устойчивости, развитие человеческого потенциала, наличие и состояние ресурсного потенциала, уровень развития инфраструктуры туризма; к специфическим – объем доступных для потенциальных потребителей ресурсов, качество предлагаемых услуг, много- или монообразие видов бизнеса в различных дестинациях, уровень стимулирования спроса на предлагаемые услуги, наличие взаимодополняющих институтов индустрии туризма, формирование мотивации потенциальных потребителей к посещению туристического кластера.

Таблица 1 – Оценка влияния факторов, определяющих развитие участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, на конкретный вид туризма*

Факторы, определяющие развитие участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма	Виды туризма				
	деловой	лечебно-оздоровительный	отдых	экологический	активный
Обеспечение экологической устойчивости	4	10	9	8	9
Экономические факторы	10	9	9	4	3
Наличие и состояние ресурсного туристического потенциала	3	8	10	8	8
Развитие человеческого потенциала	9	10	10	9	8
Уровень развития и совершенствования инфраструктуры туризма	3	4	9	3	8
Качество туристических продуктов в дестинации	4	3	7	3	7
Стимулирование спроса на продукцию индустрии туризма в дестинации	3	7	9	9	9
Формирование и развитие взаимодополняющих индустрий туризма отраслей в туристской дестинации	10	4	9	4	3
Формирование мотивации туристов к посещению дестинации	1	8	6	7	4

* разработано автором

Анализ таблицы 1 показывает, что каждый из факторов, определяющих развитие участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, является причиной формирования различных видов туризма в дестинации, причем степень влияния каждого из факторов будет неодинакова в зависимости от вида туризма. Оценка влияния факторов развития участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, а также их ранжирование по признаку значимости этих факторов для создания кластерной группы, является основой для формирования кластерных групп туристско-рекреационного профиля, при использовании оптимальной стратегии менеджмента повышающих конкурентоспособность интеграции в каждом регионе.

В рамках второго научного результата проведено ранжирование факторов развития интеграционного взаимодействия и определена многопараметрическая функциональная зависимость вида и форм бизнес-коммуникаций от каждого из этих факторов. Доказано, что предложенный подход, то есть форма организации интеграционного взаимодействия участников индустрии туризма различных сфер деятельности, вовлеченных в совместный бизнес, может послужить катализатором социально-экономического развития региона.

Автором выявлено, что оценка факторов развития индустрии туризма и их влияния на развитие туристских дестинаций в значительной степени определяет возможность реализации интеграционных взаимодействий участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, обуславливая взаимосвязь степени развития туризма в определенной дестинации и вида или формы интеграции

предприятий. В качестве конечного результата здесь будет выступать реализация неиспользованного до интеграции резерва и достижение синергетического эффекта интеграции, проявляющегося в социально-экономическом аспекте развития российских регионов.

В диссертации было проведено ранжирование факторов развития участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, по признаку их значимости для создания кластерной группы, реализуемое с помощью упорядочивания каждым экспертом факторов по убыванию значимости, путем присваивания им значения 1, 2, ..., 5, а также оценена согласованность действий экспертов с помощью коэффициента конкордации Кендалла. Результаты приведены в табл. 2.

Таблица 2 – Ранжирование факторов, влияющих на развитие участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма *

№ п/п	Наименование фактора	Опрошенные эксперты										Среднее арифметическое	Ранг
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	Обеспечение экологической устойчивости	0,4	0,3	0,4	0,3	0,4	0,1	0,3	0,2	0,1	0,4	0,29	2
2	Экономические факторы	0,2	0,4	0,2	0	0,1	0,4	0,2	0,3	0,4	0,2	0,24	3
3	Развитие человеческого потенциала	0,1	0,1	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,16	4
4	Наличие и состояние ресурсного потенциала	0,3	0,2	0,1	0,4	0,3	0,3	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	1
5	Уровень развития инфраструктуры туризма в России	0	0	0	0,1	0	0	0	0	0	0	0,01	5
	Итого (Σ)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		

* разработано автором

Проведенная оценка показала, что каждый из рассмотренных факторов является причиной формирования различных видов интеграции, причем степень влияния каждого из факторов будет неодинакова в зависимости от вида туризма.

Оценка влияния факторов развития участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, а также их ранжирование по признаку значимости этих факторов для создания кластерной группы, является основой для формирования кластерных групп туристско-рекреационного профиля (таблица 4), при использовании оптимальной стратегии менеджмента повышающих конкурентоспособность интеграции в каждом регионе.

В таблице 3 признаками отнесения к кластерной группе выступают средний (5-7 баллов) и сильный (8-10 баллов) уровни зависимости фактора развития участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, от конкретного вида туризма. Одним из способов укрепления конкурентных позиций биз-

нес-партнеров является применение бизнес-стратегий интеграционного взаимодействия участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, представляющих собой объединение нескольких разнопрофильных компаний с целью увеличения полноты и качества интегрированного туристского продукта.

Таблица 3 – Кластерные группы туристско-рекреационного профиля*

Кластерная группа	Виды туризма	Признаки отнесения к кластеру	
		Количественные	Качественные
Кластер делового туризма	деловой	10	Экономические факторы Развитие человеческого потенциала Формирование и развитие взаимодополняющих отраслей
		9	
		10	
Экологический кластер лечебно-оздоровительного туризма	лечебно-оздоровительный, экологический	8-10	Обеспечение экологической устойчивости Экономические факторы Наличие и состояние ресурсного туристического потенциала Развитие человеческого потенциала Стимулирование спроса на услуги туризма Формирование мотивации туристов к посещению дестинации
		9	
		8-8	
		9-10	
		7-9	
Кластер активного туризма	активный	9	Обеспечение экологической устойчивости Наличие и состояние ресурсного туристического потенциала Развитие человеческого потенциала Уровень развития и совершенствования инфраструктуры туризма Стимулирование спроса на услуги туризма Качество туристических услуг в дестинации
		8	
		8	
		8	
		7	
Кластер туризма с целью отдыха и культурного развития	отдых, в т.ч. культурно-познавательный и культурно-развлекательный	9	Обеспечение экологической устойчивости Экономические факторы Наличие и состояние ресурсного туристического потенциала Развитие человеческого потенциала Уровень развития инфраструктуры туризма Стимулирование спроса на услуги туризма Формирование и развитие взаимодополняющих отраслей Формирование мотивации туристов к посещению дестинации
		9	
		10	
		10	
		7	
		9	
		9	
6			

* разработано автором

Эффективное применение таких стратегий может осуществляться лишь в том случае, когда интегрированная компания обладает финансовой устойчивостью, стремится к расширению своей деятельности, имеет потенциал и ресурсы для дальнейшего развития.

В исследовании автором предложены критерии ранжирования факторов, влияющих на развитие конкурентных бизнес-стратегий интеграционного взаимодействия, определяющие уровень эффективности данных бизнес-стратегий. Обоснование предложенных критериев представляет собой выявление возможных сочетаний определенных видов и форм интеграционного взаимодействия с учетом уровня развития туристско-рекреационных кластеров и методов оценки потенциала их инфраструктурного обеспечения в части целесообразности интеграции в эти кластеры смежных видов деятельности, а также формирование способов построения внутрикорпоративных коммуникаций между участниками интегриро-

ванной структуры с учетом территориальных и функциональных приоритетов развития данной туристской дестинации.

Общая структура механизма стратегического развития интеграционных взаимодействий участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, представлена на рисунке 1*.

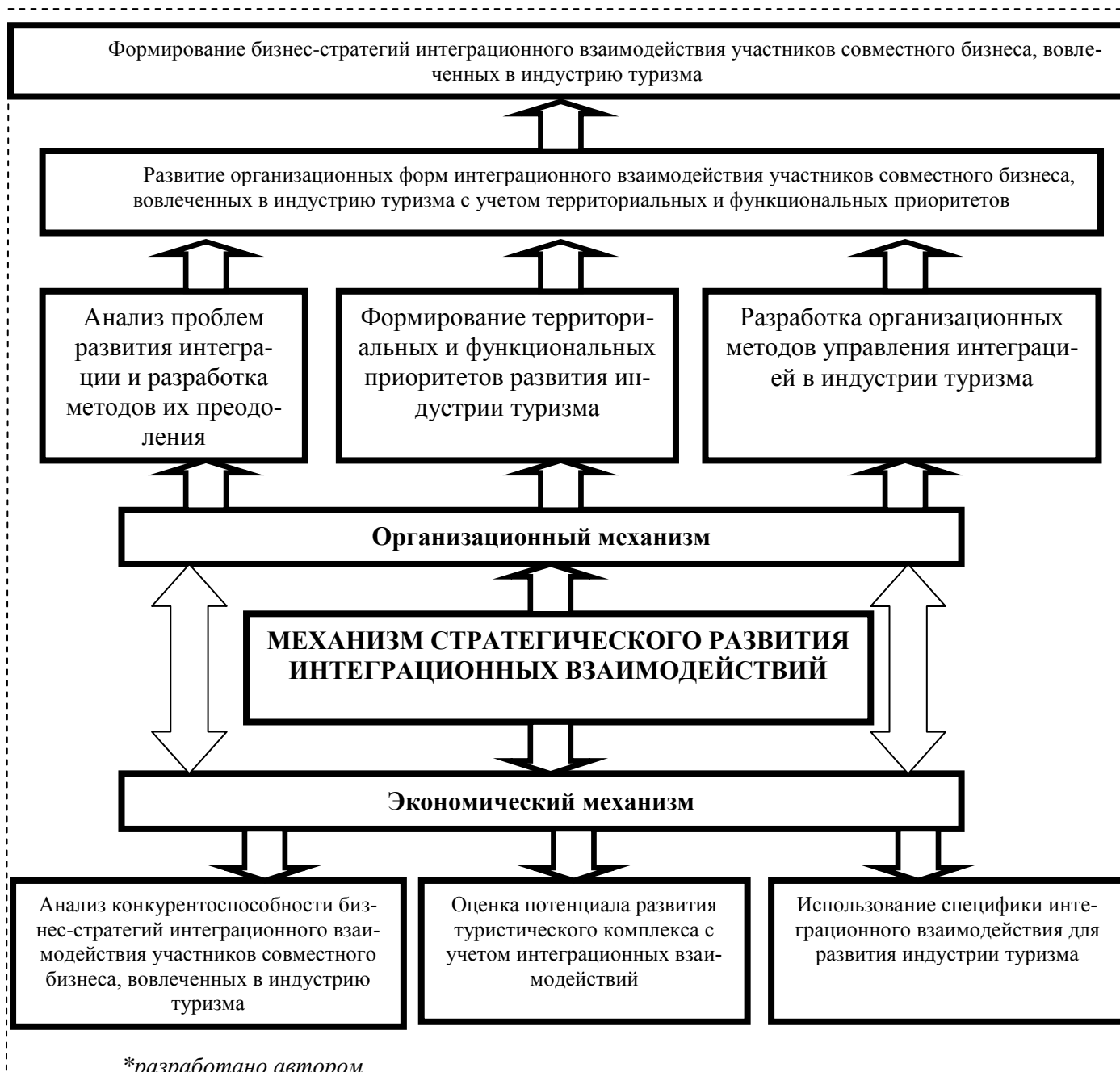


Рисунок 1 – Общая структура механизма стратегического развития интеграционных взаимодействий участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма

Проведенный анализ механизма стратегического развития индустрии туризма позволил нам выделить организационную и экономическую составляющую формирования механизма развития интеграционных взаимодействий.

Как показывают исследования, организационная составляющая позволяет локализовать проблемы развития интеграции в индустрии туризма и, соответственно, предложить методы их преодоления, сформировать территориальные и функциональные приоритеты развития туристического бизнеса, а также разработать организационные методы управления интеграцией участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма.

Эффективные формы интеграции могут быть выявлены с учетом территориальных и функциональных приоритетов их участников, в результате чего стратегии интеграционного взаимодействия могут позитивно повлиять на обеспечение развития туристического бизнеса в целом по России.

Не менее важной составляющей в структуре механизма стратегического развития интеграционных взаимодействий участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, выступают экономические элементы, к которым, на наш взгляд, следует отнести анализ конкурентоспособности бизнес-стратегий интеграционного взаимодействия в индустрии туризма, оценку потенциала развития туристических комплексов с учетом интересов участников интеграционных взаимодействий и использование их специфики для развития как самих участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, так и для социально-экономического развития регионов России.

В рамках третьего научного результата сформулированы ключевые принципы интеграционного взаимодействия участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, как основы формирования и реализации конкурентных бизнес-стратегий на базе формализованного сочетания в заданном признаковом пространстве критериальной базы, системы показателей, системы индикативной оценки уровня конкурентоспособности механизмов интеграционного взаимодействия, которые позволяют сформулировать конкретную конкурентную бизнес-стратегию, как вектор-функцию развития интеграционного взаимодействия в определённых туристских дестинациях, что дает возможность стимулировать потенциал социально-экономического развития регионов России.

Как показывают проведенные исследования, формирование бизнес-стратегий интеграционных взаимодействий участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, должно осуществляться на основе предложенной системы их параметризации (Таблица 4).

Таблица 4 – Система параметризации бизнес-стратегий интеграционных взаимодействий*

№ п/п	Компонент системы	Детализация
1	Критериальная база	Критерии горизонтальной интеграции
		Критерии вертикальной интеграции
		Критерии диверсификации
		Критерии конгломерации
		Критерии кластеризации
2	Показатели	Количество кластеров на территории дестинации
		Количество направлений туризма в кластере
		Количество организаций взаимодополняющих индустрию туризма отраслей на территории дестинации
3	Индикаторы	Макроэффект – совокупный эффект от интегрированного взаимодействия социально-экономических систем в целом
		Мезоэффект – совокупный эффект от функционирования интегрированной структуры на уровне региона
		Микроэффект – эффективность интеграционного взаимодействия участников рынка
4	Вектор-функция	Направление развития и глубина интеграционных взаимодействий в социально-экономической дестинации

* разработано автором

В таблице 5 автором предложена критериальная база, с помощью которой возможно установить различные виды интеграционных взаимодействий – горизонтальную и вертикальную интеграцию, диверсификацию, конгломерацию, туристический кластер.

Таблица 5 – Критериальная база бизнес-стратегий интеграционных взаимодействий в индустрии туризма*

№ п/п	Детализация	Показатель	Элементы показателя
1	Критерии горизонтальной интеграции	Доля организаций, интегрированных по территориальному признаку $D_{giter} = (V - V_{ter}) / V * 100\%$	V – кол-во организаций в регионе, V_{ter} – кол-во организаций, интегрированных по территориальному признаку
		Доля организаций, интегрированных по виду туризма $D_{givr} = (V - V_{vr}) / V * 100\%$	V – кол-во туристических организаций в регионе, V_{vr} – кол-во туристических организаций, интегрированных по виду туризма
2	Критерии вертикальной интеграции	Доля интеграции взаимодополняющих индустрию туризма отраслей $D_{vi} = V_j / V$	V_j – кол-во интегрированных организаций взаимодополняющей отрасли V – кол-во туристических организаций в регионе
3	Критерии диверсификации	Доля интеграции туристических организаций в другие отрасли $D_d = V_{otr} / V$	V_{otr} – кол-во туристических организаций, интегрированных в другие отрасли V – кол-во туристических организаций в регионе
4	Критерии конгломерации	Доля интеграции туристических предприятий в конгломерате $D_d = V_{kg} / V$	V_{kg} – кол-во туристических организаций, интегрированных в конгломерат V – кол-во туристических организаций в регионе
5	Критерии кластеризации	Доля интеграции туристических предприятий в кластере $D_k = V_{kl} / V$	V_{kl} – кол-во туристических организаций в кластере V – кол-во туристических организаций в регионе

* разработано автором

В таблице 6 автором предложена система показателей, формализующая возможность принадлежности организации к определенному виду интеграции, способствующая формированию оптимальной бизнес-стратегии интеграционных взаимодействий участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма.

Таблица 6 – Система показателей, формализующая возможность принадлежности организации к определенному виду интеграции*

№ п/п	Детализация	Показатель	Элементы показателя
1	Количество интегрированных организаций на территории дестинации	$V_{int} = V_{int1} + \dots + V_{intn}$	V_{int} - количество интегрированных организаций на территории дестинации
2	Количество комплексных продуктов, реализуемых интегрированной структурой	$V_{kp} = V_{kp1} + \dots + V_{kpn}$	V_{kp} – вид комплексного продукта
3	Количество организаций взаимодополняющих отраслей на территории дестинации	$V_{otr} = V_{otr1} + V_{otrn}$	V_{otr} – количество организаций в отрасли

* разработано автором

Система показателей, формализующая возможность принадлежности организации к определенному виду интеграции, должна быть применимой на различных уровнях экономической иерархии.

Таблица 7 – Система индикативной оценки конкурентоспособности и эффективности бизнес-стратегии в случае ее реализации*

№ п/п	Детализация	Показатель	Элементы показателя
1	Макроэффект – совокупный эффект от интегрированного взаимодействия социально-экономических систем в целом	коэффициент увеличения объемов реализации комплексных услуг в регионе $K_{vju} = (V_{ju1} - V_{ju2}) / V_{ju1} * 100\%$	V_{ju1}, V_{ju2} - объем реализации комплексных услуг в регионе до и после создания интегрированной структуры
		Коэффициент увеличения доли комплексных услуг в структуре валового регионального продукта $K_{juvrp} = (D_{ju1} - D_{ju2}) / D_{ju1} * 100\%$	D_{ju1}, D_{ju2} - доля комплексных услуг в структуре валового регионального продукта до и после создания интегрированной структуры
		коэффициент ув. въездных потоков $K_{vt} = (K_{entry1} - K_{entry2}) / K_{entry1} * 100\%$	K_{entry1}, K_{entry2} – кол-во въездных потоков в дестинацию до и после интеграции
		коэффициент замещения выездных потоков въездными потоками $K_z = (K_{entry} - K_{departure}) / K_{entry} * 100\%$	$K_{entry}, K_{departure}$ – кол-во въездных потоков в дестинацию и выездных потоков после интеграции
2	Мезоэффект – совокупный эффект от функционирования интегрированной структуры на уровне региона	коэффициент увеличения рабочих мест в дестинации $K_{zani} = (V_{rmit1} - V_{rmit2}) / V_{rmit1} * 100\%$	V_{rmit1}, V_{rmit2} – количество рабочих мест в дестинации до и после интеграции
		коэффициент увеличения рабочих мест в смежных с индустрией туризма отраслях $K_{zanso} = (V_{rmso1} - V_{rmso2}) / V_{rmso1} * 100\%$	V_{rmso1}, V_{rmso2} – количество рабочих мест в смежных с индустрией туризма отраслях до и после интеграции
		коэффициент прироста видов и форм туризма $K_{ft} = (K_{ft1} - K_{ft2}) / K_{ft1} * 100\%$	K_{ft1}, K_{ft2} – количество видов и форм туризма до и после интеграции
		коэффициент расширения географии туризма $K_{gt} = (K_{gt1} - K_{gt2}) / K_{gt1} * 100\%$	K_{gt1}, K_{gt2} – кол-во рынков сбыта комплексных услуг до и после интеграции
3	Микроэффект – эффективность интеграционного взаимодействия участников рынка	коэффициент прироста прибыли $K_{pr} = (K_{pr1} - K_{pr2}) / K_{pr1} * 100\%$	K_{pr1}, K_{pr2} – объем прибыли интегрированной структуры в отчетном и за предшествующий отчетному год
		коэффициент активизации инновационной туристической деятельности $K_{innov} = (K_{innov1} - K_{innov2}) / K_{innov1} * 100\%$	K_{innov1}, K_{innov2} – доля инноваций в турдеятельности в отчетном и за предшествующий отчетному год

* разработано автором

В таблице 7 представлена система индикативной оценки эффективности и конкурентоспособности бизнес-стратегии в случае ее реализации.

Таким образом, на наш взгляд, конечным результатом применения системы индикативной оценки конкурентоспособности и эффективности бизнес-стратегии в случае ее реализации выступает векторная функция, определяющую направление развития и глубину интеграционных взаимодействий, которую можно представить в виде следующей формулы:

$$R(t)=x(t)_i+y(t)_j+z(t)_k, \quad \text{где:}$$

$x(t)$ – направление развития видов интеграции,

$y(t)$ – направление развития форм и видов туризма,

$z(t)$ – направление развития туристско-рекреационного кластера.

Рассматриваемые как радиус-векторы, значения вектор-функции образуют в пространстве траекторию развития интеграционных взаимодействий в индустрии туризма, для которой t является параметром.

Система параметризации стратегий интеграционного взаимодействия участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, включает различные элементы как стратегического, так и операционного характера, комплексная взаимосвязь которых обеспечивает эффективное функционирование индустрии туризма не только на национальном, но и на мировом рынке туризма. Вид стратегии интеграционного взаимодействия, используемой для развития регионов России, должен соответствовать государственным приоритетам и ориентирам не только в экономической, но и в социальной сфере каждой страны.

В рамках четвертого научного результата предложена многопараметрическая модель формирования бизнес-стратегии интеграционного взаимодействия в рамках функционирования туристско-рекреационных кластеров, представляющая собой упорядоченную последовательность этапов выбора вида интеграции входящих в кластер туристских компаний и компаний смежных отраслей, а также определяемые видом интеграции методы создания и развития управляющей компании, реализующей организационные аспекты внутрикорпоративного взаимодействия.

Разработка концепции создания интегрированных структур туристического бизнеса, по мнению автора, должна включать процедуры работы как компаний, работающих в индустрии туризма, так и инвесторов, вкладывающих свой капитал в коммерциализацию услуг данных предприятий, в развитие транспортного обслуживания, гостиничные и ресторанные комплексы для аккумуляции своих активов. В диссертации была представлена в общем виде схема концепции созда-

ния интегрированных структур туристического бизнеса. Проявление каждого из факторов, влияющих на конкурентоспособность в индустрии туризма, целесообразно рассмотреть применительно к каждому из видов интеграционных взаимодействий, имеющих свою специфику (Таблица 8).

Таблица 8 – Проявление факторов конкурентоспособности в интеграционных взаимодействиях *

№ п/п	Наименование фактора	Горизонтальная интеграция	Вертикальная интеграция	Диверсификация	Конгломерация	Туристический кластер
1	Цена турпакета	2	1	4	4	5
2	Наличие туристических объектов	6	5	9	5	10
3	Масштабы турбизнеса	7	7	9	8	9
4	Репутация / брэнд дестинации	5	10	4	7	9
5	Наличие квалифицированного персонала	10	9	5	7	6
6	Качество туристических услуг	8	9	6	5	9
7	Эффективность рекламы и маркетинга	6	5	4	9	8
8	Ассортимент туристических услуг	8	9	10	8	8

* разработано автором

Для выявления и ранжирования ключевых факторов, влияющих на конкурентоспособность в индустрии туризма, в диссертационном исследовании была проведена экспертная оценка наиболее значимых, по мнению потребителей, факторов, определивших их выбор и сформировавших общее мнение о посещении дестинации. По результатам экспертного сравнения факторов конкурентоспособности предлагается определить относительный индекс – долевое значение от суммы полученных баллов.

Таким образом, для проведения оценки конкурентоспособности бизнес-стратегий развития интеграционных взаимодействий в современных туристических дестинациях необходимо привлекать значительное количество показателей, явным и косвенным образом определяющих конкурентное преимущество формируемых дестинаций.

В рамках пятого научного результата разработана методика оценки эффективности применения многопараметрической модели функционирования бизнес-стратегии интеграционного взаимодействия, представляющая собой упорядоченную последовательность процедур по выбору бизнес-стратегии интеграционного взаимодействия; определению критериев, обеспечивающих стратегические интересы интеграции; расчету показателей, характеризующих стратегическую интеграцию; формированию критериев, обеспечивающих степень и каче-

ство интеграции; расчету показателей, отражающих экономическую эффективность интеграции.

В диссертации была разработана бизнес-стратегия позиционирования туристской дестинации в рамках функционирования туристско-рекреационного кластера, основанная на вертикальной интеграции входящих в кластер туристических компаний и компаний смежных отраслей, а также на создании управляющей компании, реализующий организационные аспекты интегрированной структуры.

На наш взгляд, для эффективной реализации политики кластерного развития российских регионов следует использовать специфику интеграционного взаимодействия как механизма аккумуляции ресурсов туристских дестинаций и туристских организаций, а также организаций смежных им отраслей с целью реализации интегрированного менеджмента ресурсов и оказания высококачественных туристских услуг.

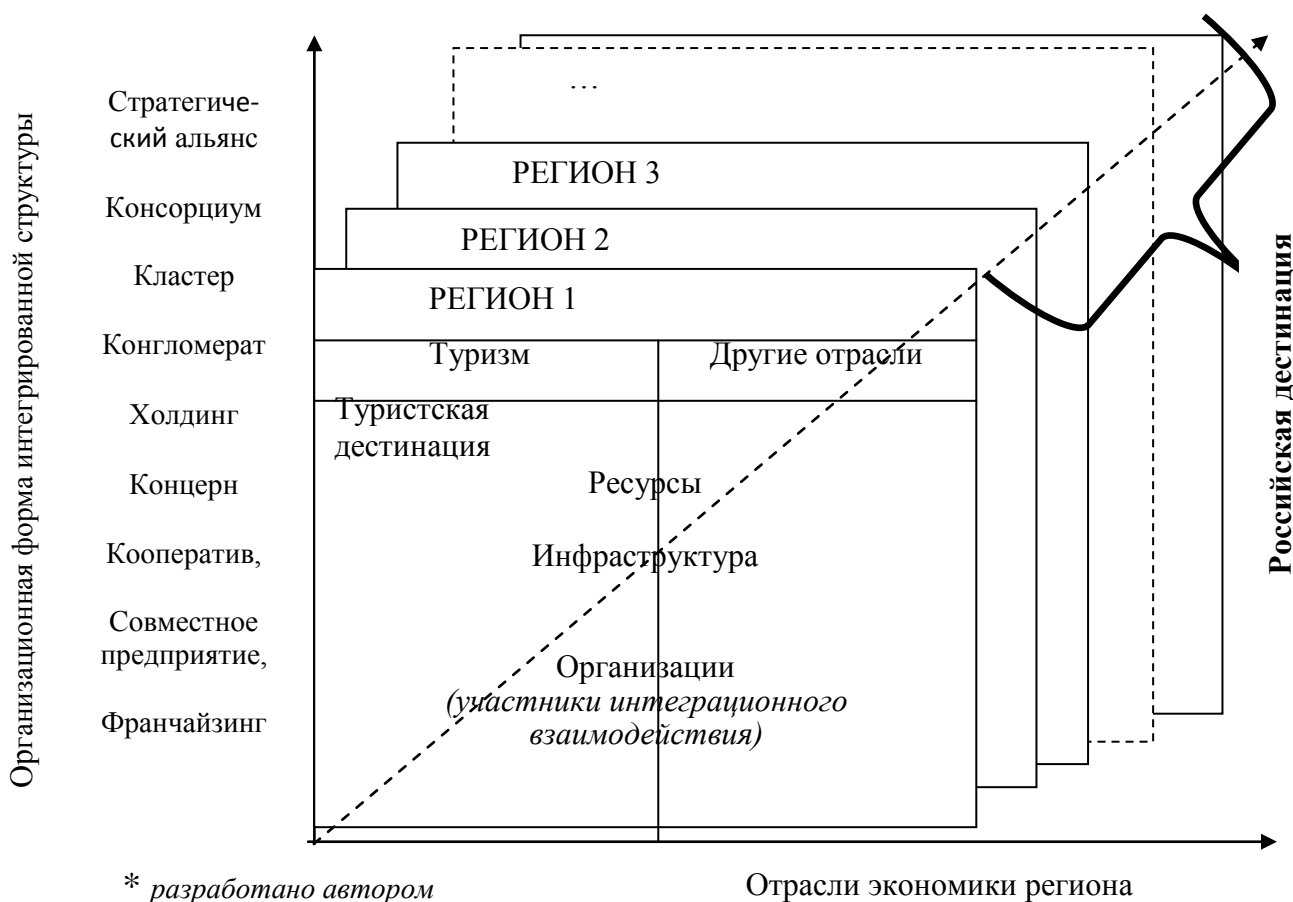


Рисунок 2 – Специфика и особенности интеграционных структур различных видов в развитии индустрии туризма в российских регионах

Специфика и особенности интеграционных структур различных видов на основе развития индустрии туризма в российских регионах приведены на рисунок 2.

На наш взгляд, наиболее эффективной интегрированной структурой регионального развития на основе создания туристских кластеров, а также одной из приоритетных форм экономической интеграции следует считать вертикально-интегрированные холдинги, которые в основном в России представлены в сырьевых отраслях.

Однако, как показывают исследования, эффективность данных интегрированных структур в туризме также достаточно высока.

Принятие решений о целесообразности создания холдинга как механизма корпоративного управления может осуществляться путем проведения оценки степени целесообразности и предпочтительности интегрирования предприятий в рассматриваемый холдинг, которая должна осуществляться по определенной системе критериев, характеризующей наиболее важные для регионов Российской Федерации аспекты эффекта от создания холдинговой структуры.

В соответствии с алгоритмом управления развитием интеграции в индустрии туризма в диссертации были выделены четыре группы критериев, которые необходимо включить в указанную систему:

- критерии, обеспечивающие стратегические интересы интеграции;
- критерии, обеспечивающие экономическую эффективность интеграции;
- критерии, определяющие структурные характеристики интеграции;
- критерии, характеризующие структуру интегрированного капитала.

Таким образом, каждая группа критериев обеспечивает необходимые параметры управления развитием интеграции, позволяющие установить неиспользованный до интеграции резерв и учесть эффект от интеграции, оказывающий влияние туристических дестинаций на социально-экономическое развитие российских регионов.

Для построения методики оценки эффективности интеграционного взаимодействия участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, представляющей собой упорядоченную последовательность процедур по формированию, расчету и оценке параметров, обеспечивающих стратегические интересы и экономическую эффективность предполагаемой интеграции, необходимо обобщить приведенные выше критерии и показатели не только на холдинговую структуру, но и на все бизнес-стратегии интеграции. Показатели эффективности интеграционного взаимодействия участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, приведены в таблице 9.

Таблица 9 – Показатели эффективности интеграционного взаимодействия участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма*

Группа критериев		Показатели	Методика расчета
Первая группа критериев	Критерии, обеспечивающие стратегические интересы интеграции	Коэффициент бюджетной эффективности от создания интегрированной структуры (K_{beff})	$K_{beff} = (D_{b2} - D_{b1}) / D_{b1}$, где D_{b1}, D_{b2}^{**} - доходы федерального бюджета, включая налоги и иные обязательные платежи в государственные внебюджетные фонды до и после создания интегрированной структуры
		Коэффициент лояльности цен на туристические продукты к государственным (региональным) интересам (K_{zg})	$K_{zg} = (K_{zg2} - K_{zg1}) / K_{zg1}$, где K_{zg1} - цена на туристический продукт, сформированная участниками совместного бизнеса, вовлеченными в индустрию туризма, в составе интегрированной структуры K_{zg2} - цена на туристический продукт, отвечающая интересам государства (региона)
		Коэффициент возможности развития приоритетных направлений внутреннего туризма, в т.ч. новых видов и направлений туризма (K_{nur})	$K_{nur} = (K_{nur2} - K_{nur1}) / K_{nur1}$, где K_{nur2} - количество новых видов и направлений туризма в интегрированной структуре K_{nur1} - количество видов и направлений туризма до создания интегрированной структуры
Вторая группа критериев	Критерии обеспечивающие экономическую эффективность интеграции	Коэффициент снижения издержек (K_{izd})	$K_{izd} = (K_{izd2} - K_{izd1}) / K_{izd1}$, где K_{izd1}, K_{izd2} - уровень издержек участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма до и после создания интегрированной структуры
		Коэффициент расширения рынков (K_{rr})	$K_{rr} = (K_{rr2} - K_{rr1}) / K_{rr1}$, где K_{rr1}, K_{rr2} - количество рынков сбыта туристических продуктов, предлагаемых туристическими компаниями, до и после создания интегрированной структуры
		Коэффициент снижения цен ($K_{snijeniezen}$)	$K_{snijeniezen} = (K_{snijeniezen2} - K_{snijeniezen1}) / K_{snijeniezen1}$, где $K_{snijeniezen1}$ - цена на туристический продукт, сформированная туристическими компаниями без образования интегрированной структуры $K_{snijeniezen2}$ - цена на туристический продукт, сформированная туристическими компаниями, при их вхождении в состав интегрированной структуры
		Коэффициент повышения конкурентоспособности интегрированных туристических продуктов (K_{konk})	$K_{konk} = (K_{konk2} - K_{konk1}) / K_{konk1}$, где K_{konk1} - доля продаж туристических компаний и компаний, принадлежащих к смежным отраслям, без создания интегрированной структуры K_{konk2} - доля продаж участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, в составе интегрированной структуры
		Коэффициент повышения уровня занятости персонала (K_{zan_per})	$K_{zan_per} = (D_{bzan_per2} - D_{zan_per1}) / D_{zan_per1}$, где D_{zan_per2} - доля занятого персонала туристических компаний и компаний, принадлежащих к смежным отраслям, без образования интегрированной структуры D_{zan_per1} - доля занятого персонала участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, в составе интегрированной структуры
		Коэффициент возможности привлечения дополнительных инвестиций в сферу туристического бизнеса (K_{inv})	$K_{inv} = (V_{inv2} - V_{inv1}) / V_{inv1}$, где V_{inv2} - объем инвестиций в сферу туристического бизнеса без образования интегрированной структуры V_{inv1} - объем инвестиций в сферу туристического бизнеса при создании интегрированной структуры

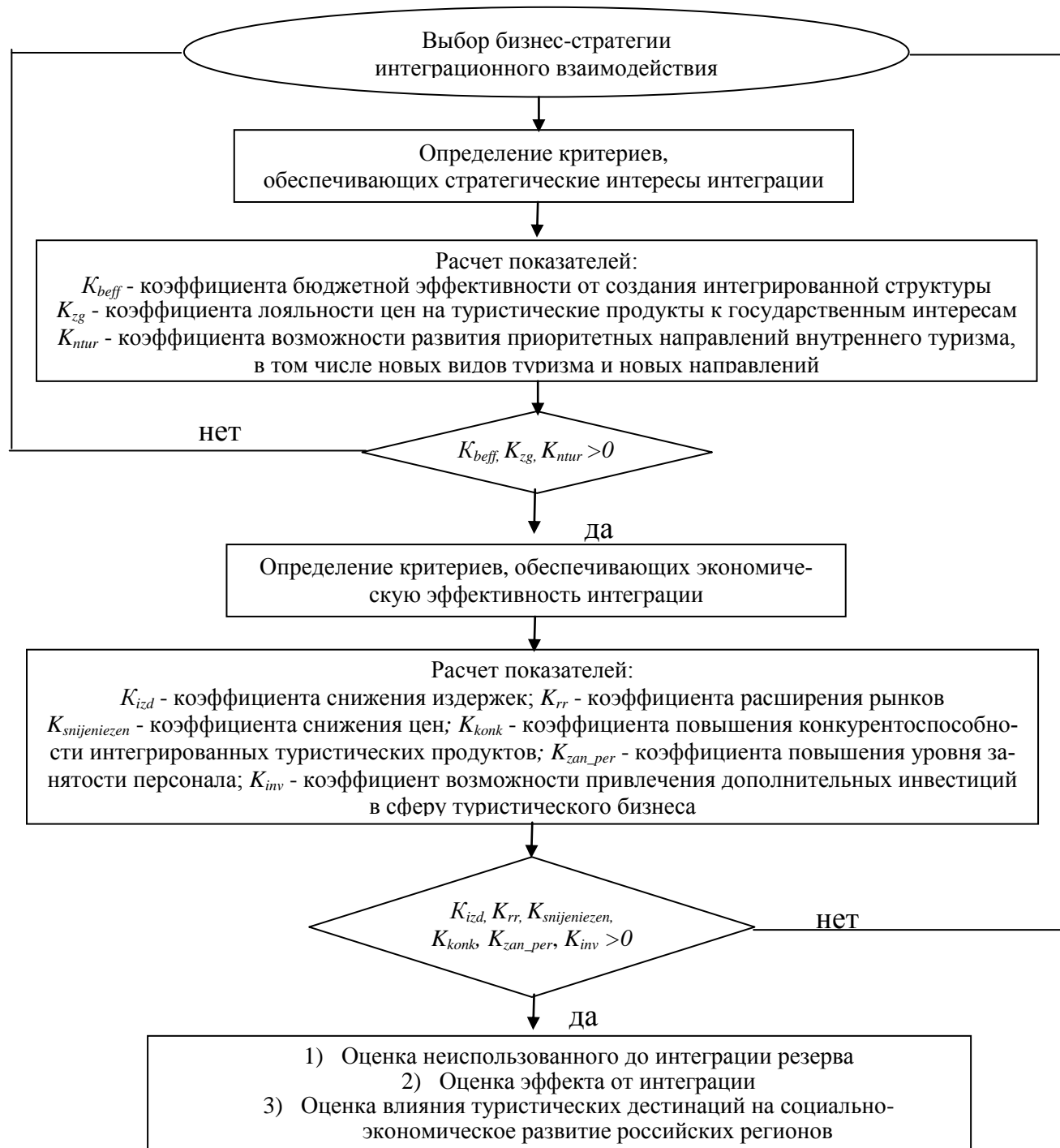
* разработано автором

** за вычетом расходов на создание интегрированной структуры

На рисунке 3 представлена методика оценки эффективности интегрированной структуры, характеризующая упорядоченную последовательность процедур по формированию, расчету и оценке параметров интегрированной структуры.

Отметим, что критерии, отражающие структурные характеристики и структуру аккумулирования капитала, будут характерными только для холдинговой структуры, поэтому в обобщенную методику оценки эффективности интеграци-

онного взаимодействия участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма, на наш взгляд, их следует включать только при конкретной форме интеграции.



разработано автором

Рисунок 3 – Методика оценки эффективности интегрированной структуры

Таким образом, разработанная методика оценки эффективности применения многопараметрической модели функционирования бизнес-стратегии интеграции

онного взаимодействия, позволяет выявить и определить параметры, имеющие отношение к установлению неиспользованного до интеграции резерва, и учету эффекта от интеграции, проявляющегося во влиянии туристических дестинаций на социально-экономическое развитие российских регионов.

Данная методика обеспечивает выявление возможных сочетаний видов интеграции с уровнем развития участников совместного бизнеса, вовлеченных в индустрию туризма в регионе, что позволяет получить синергетический эффект за счет оптимизации уровня интеграции на территориях данных социально-экономических дестинаций.

III. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Таким образом можно сделать вывод, что оценка и учет проявления специфических факторов, влияющих на развитие российских туристических дестинаций, будут способствовать формированию конкурентной бизнес-стратегии развития индустрии туризма в России в целом. Определение специфических групп факторов, влияющих на развитие российских туристических дестинаций, позволяет провести их классификацию и систематизацию, которая направлена на формирование структуры классификационных признаков в соответствии с намеченными приоритетными направлениями социально-экономического развития регионов.

Разработанная в работе многопараметрическая система ранжирования факторов развития индустрии туризма в России, обеспечивающая формирование кластерных групп туристско-рекреационного профиля и выделение приоритетов стратегических направлений социально-экономического развития регионов позволяет стимулировать социально-экономическое развитие регионов. Предложенная система параметризации механизмов интеграционных взаимодействий в индустрии туризма обуславливает возможность моделирования вектор-функции, определяющей стратегическое направление развития интеграционных взаимодействий в социально-экономической дестинации, что позволяет концентрировать потенциал на социально-экономическом развитии регионов России.

Предложенный механизм стратегического развития интеграционных взаимодействий в индустрии туризма позволяет ранжировать факторы развития туризма, что позволяет учесть территориальные и функциональные приоритеты развития потенциала в выделенных туристско-рекреационных кластерах и социально-экономических дестинациях. Разработанная многопараметрическая модель формирования бизнес-стратегии интеграционного взаимодействия в рамках функционирования туристско-рекреационных кластеров направлена на социаль-

но-экономическое развитие региона и туристической дестинации определенного вида. Предложенная методика оценки эффективности применения данной модели направлена на получение синергетического эффекта на территориях определяемых социально-экономических дестинаций.

IV. ОСНОВНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ:

Статьи в рецензируемых научных журналах и изданиях, включенных в перечень ВАК Минобрнауки России

1. Аль-Малики, Р.С. Роль экологического туризма в социально-экономическом развитии общества [Текст] / И.А. Меркулина, Р.С. Аль-Малики // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» – сентябрь-октябрь 2014 г. – Выпуск 5 (24). – 0,56 п.л. (авт. – 0,28 п.л.)

2. Аль-Малики, Р.С. Стратегия развития экологического туризма на особо охраняемых природных территориях [Текст] / Р.С. Аль-Малики // Транспортное дело России. – 2015 г. – №6. – С.88-90. – 0,4 п.л.

3. Аль-Малики, Р.С. Технологии повышения спроса на туристические услуги [Текст] / Р.С. Аль-Малики // Транспортное дело России. – 2015 г. – №5. – С.46-48. – 0,3 п.л.

4. Аль-Малики, Р.С. Особенности формирования и развития современных туристических дестинаций в России [Текст] / Р.С. Аль-Малики // Экономика и предпринимательство. – № 2 (ч.2), 2017 г. – С. 653-656. – 0,5 п.л.

Публикации в других научных журналах и изданиях:

5. Аль-Малики, Р.С. Региональные тенденции развития экологического туризма [Текст] / Р.С. Аль-Малики // Модель менеджмента для экономики, основанной на знаниях. Материалы VI Международной научно-практической конференции: сборник статей. 20-21 мая 2014 г.; Том II. – М.: МЭСИ, 2014 г. – С.110-116. – 0.37 п.л.

6. Аль-Малики, Р.С. Основные факторы, влияющие на выбор стратегии туристической компании [Текст] / Баатар Тувшинтур, Р.С. Аль-Малики // Инновационная экономика и современный менеджмент. – №1. – 2014 г. – С.48-53. – 0,31 п.л. (авт. – 0,16 п.л.)

7. Аль-Малики, Р.С. Анализ отдельных показателей мировой и российской индустрии туризма [Текст] / Р.С. Аль-Малики // Статистическая методология территориальных сопоставлений: сборник научных трудов / под ред. В.Н. Салина,

Е.И. Ларионовой – М.: Издательская торговая Компания «Наука-Бизнес-Паритет», 2016 г. – Выпуск 2. – С. 7-13. – 0,5 п.л.

8. Аль-Малики, Р.С. Роль индустрии туризма в современной экономике [Текст] / Р.С. Аль-Малики // Статистическая методология территориальных сопоставлений: сборник научных трудов / под ред. В.Н. Салина, Е.И. Ларионовой – М.: Издательская торговая Компания «Наука-Бизнес-Паритет», 2016 г. – Выпуск 2. – С. 116-119. – 0,4 п.л.

9. Аль-Малики, Р.С. Теоретические основы исследования факторов развития предпринимательства в сфере туризма [Текст] / И.А. Меркулина, Р.С. Аль-Малики // Предпринимательство и бизнес: теория, методология и практика эффективного управления: Материалы IV Международного научного конгресса 23-27 июня 2016 г, г. Москва. – С. 31-34. – 0,3 п.л. (авт. – 0,15 п.л.)

10. Аль-Малики, Р.С. Формирования конкурентоспособности бизнес-стратегии развития интеграционных взаимодействий в индустрии туризма [Текст] / И.А. Меркулина, Р.С. Аль-Малики // Развития предпринимательства и бизнеса в современных условиях: методология и организация. Монография. М.: Издательско- торговая корпорация «Дашков и Ко» 2017 г. – С. 151-168. – 1,0 п.л. (авт. – 0,5 п.л.)