

9. Крикавський Є. Логістика. Для економістів: підруч. / Є. Крикавський.– Львів: Вид-во Національного університету “Львівська політехніка”, 2004. – 448 с.
10. Новиков Д.Т., Соколов И.А. Логистика туристического предприятия : учеб. пособ. / Д.Т. Новиков, И.А. Соколов. – М.: Изд-во Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова, 2006. – 72 с.
11. Карнаухов С.Б. Концепции логистики (системный анализ) / С.Б. Карнаухов.– М.: Изд-во Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова, 2003. – 162 с.
12. Николайчук В.Е. Логистика / В.Е. Николайчук – СПб.: Питер, 2001. – 160 с.
13. Миротин Л.Б., Ташбаев Ы.Э. Системный анализ в логистике: учеб. / Л.Б. Миротин, Ы.Э. Ташбаев. – М.: Изд-во «Экзамен», 2002. – 480 с.
14. Демидова А.С. В глубине зеркал / А.С. Демидова. – М.: Вагриус, 2008. – 352 с.

65.14

*Гонтарь Т.Н., аспирант,
ТНУ им. В.И. Вернадского, г. Симферополь*

ПРИМЕНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ СРЕДСТВ МОДЕЛИРОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Эффективность и конкурентоспособность работы предприятий туристического бизнеса в Украине не может быть обеспечена без учета сложившихся в мире тенденций. Характерная для мировой экономики всеобъемлющая кооперация и глобализация рынков, подразумевает широкое сотрудничество и интеграцию между предприятиями туристического бизнеса. В связи с этим, стратегия развития каждого туристического предприятия должна ориентироваться на максимальное использование не только существующего туристско-рекреационного потенциала, но и на использование современных технологий управления, обеспечивающих дополнительные возможности повышения эффективности, такие как логистические информационные технологии. Сегодня уже недостаточно концентрировать усилия только на совершенствовании внутриоперационной деятельности предприятий, на базе систем класса ERP, CRM и др. Резервы эффективности предприятий, особенно предприятий туристической сферы, лежат в сфере интеграции предприятий, вовлеченных в предоставления туристической услуги. Такая концепция требует и новых подходов к управлению бизнес-процессами предприятий, и их реинжинирингу с учетом интеграционных процессов на рынке.

Решающий вклад в разработку теории и практики современного реинжиниринга и управления бизнес-процессами предприятия внесли американские специалисты М. Хаммер и Дж. Чампи, по их словам, реинжиниринг означает “создание компании заново” и определяется как “фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование бизнес-процессов для достижения существенных улучшений в таких ключевых для современного бизнеса показателях результативности: затраты, качество, уровень обслуживания и оперативность” [7, с. 217]. Рассмотрению вопросов моделирования бизнес-процессов при внедрении информационных технологий посвящены также работы других зарубежных исследователей, таких как: М. Альбанезо [6, с. 75], Ф. Ванг, М. Арчер [8, с. 378].

Многогранно раскрыт вопрос процессного управления и реинжиниринга бизнес-процессов в работе российских авторов Мазур И.И., Шапиро В.Д., которые под процессным подходом к управлению понимают ориентацию деятельности предприятия на бизнес-процессы, а системы управления предприятия на управление как каждым бизнес-процессом в отдельности, так и всеми бизнес-процессами предприятия [3, с. 229]. А также в публикациях таких отечественных авторов, как Д.А. Черноморец [5, с. 19] который подчеркивает, что для эффективной реализации проекта по описанию логистических процессов необходимо изначально определиться со стандартом описания, при этом выбирать нужно между интеллектуальными стандартами, такими как IDEF или ARIS.

Вместе с тем, ряд аспектов этой многогранной области исследований не получил должного отражения в литературе. Недостаточно изучены вопросы разработки новых методических подходов, которые позволили бы реорганизовать предприятия с учетом потребностей развивающихся интеграционных процессов на туристическом рынке. Методика подобного рода должна подразумевать применение интеллектуальных стандартов моделирования логистических бизнес-процессов. Создание комплексной методики моделирования бизнес-процессов при построении

логистической информационной системы на предприятии позволит реализовать проект реинжиниринга на научной основе с минимальным риском и затратами.

Целью исследования является обоснование необходимости применения современных методических подходов к описанию бизнес-процессов предприятия с учетом потребностей развивающихся интеграционных процессов на туристическом рынке.

Основное назначение средств бизнес-моделирования - обеспечение взаимосвязи на всех уровнях организации, а также преодоление разрывов между стратегическим видением бизнеса и его практической реализацией. С этой целью в современных средствах бизнес – моделирования используются специальные языки, понятные и менеджерам высшего звена, включая финансовых директоров, и аналитика, и руководителям ИТ–департаментов. С помощью таких языков строятся графические модели, диаграммы, наглядно демонстрирующие уровень за уровнем, шаг за шагом, как построены в компании бизнес – процессы, как организовано взаимодействие между людьми и что необходимо изменить для оптимизации ИТ – архитектуры организации в целом. Это значит, что современные средства бизнес – моделирования являются уже средствами проектирования и анализа бизнеса, а не технологий, призванных обеспечить информационную поддержку его успешного функционирования. Главное назначение бизнес – модели дать целостную картину деятельности организации, согласовать разные точки зрения на постоянно развивающийся и меняющийся бизнес [1, с. 129].

Сегодня существует множество продуктов, предназначенных для описания бизнес – архитектуры организации. По словам Д.А.Черноморец, для эффективной реализации проекта по описанию логистических процессов необходимо выбирать между интеллектуальными стандартами, такими как, IDEF или ARIS [5, с. 17-18]. Оба стандарта достаточно популярны в мире и реализованы в виде ряда программных продуктов. Так как актуальной является задача формирования моделей логистических бизнес-процессов туристического предприятия, анализ функциональных возможностей предлагается провести, исходя из возможностей каждой методологии, обеспечить в результате соответствие логистической модели предприятия требованиям рынка туристической индустрии. Сравнение функциональных возможностей данных интеллектуальных стандартов описания приведено в табл. 1.

Таблица 1

Сравнение функциональных возможностей ARIS и IDEF

ВОЗМОЖНОСТИ	ARIS	IDEF
Поддерживаемый стандарт	ERM, UML	IDEF0, IDEF3, DFD
Моделирование функций и процессов	Да	Да
Техническое задание на проектирование	Да	Нет
Система хранения данных модели	Объектная база данных	Файловая система
Ограничение на размер базы данных	Нет	Нет
Возможность групповой работы	Есть – ARIS Server	Есть - Model Mart
Ограничение на количество объектов на диаграмме	Нет	От 2 до 8
Возможность декомпозиции	Неограниченная	Неограниченная
Формат предоставления моделей	Не регламентируется	Стандартный бланк
Сложность описания	Сложная панель управления	Простая панель управления
Возможность анализа стоимости процессов	Есть возможность использования ARIS ABC	Упрощенный анализ стоимости по частоте использования в процессе.
Возможность оптимизации бизнес-процессов	Да	Нет
Имитационное и событийно-управляемое моделирование	Да	Нет
Стандартное представление основных бизнес-процессов	Да	Нет
Ведение библиотеки основных бизнес-моделей	Да	Нет
Выдача встроенных отчетов по стандарту ISO 9000	Да	Нет
Поддержка стратегического управления	Есть – ARIS BSC	Нет
Генерация кода приложения	Нет	Да
Поддержка формата XML	Да	Нет

Семейство ARIS включает широкий спектр тесно интегрированных программных продуктов, предназначенных для решения разнообразных задач, связанных с моделированием деятельности и построением бизнес-архитектуры организаций, входящих в логистическую систему:

- построение системы стратегического управления цепочки поставок на основе системы сбалансированных показателей;
- описание, анализ и совершенствование логистических бизнес – процессов;
- регламентация деятельности логистической системы;
- сертификация организации на соответствие международным стандартам качества ISO 9000;
- построение системы процессного управления;
- внедрение ИТ – решений на базе систем класса ERP, CRM, SCM,
- CALS, Workflow;
- разработка приложений и интеграция систем предприятий-участников логистической системы;
- управление знаниями и др [2, с. 25-26].

Наиболее важным аспектом, который нужно учитывать при реализации проекта реинжиниринга, является соответствие конечной модели бизнеспроцессов организации ее стратегическим целям. Программный продукт ARIS в своем составе имеет инструмент для поддержки построения и управления стратегией предприятия, основанный на методологии Balanced scorecard (BSC) - ARIS BSC. Это дополнительный модуль ARIS Toolset, который можно использовать, если это позволяет имеющийся лицензионный ключ. Применение данного модуля позволяет упростить создание системы BSC путем автоматизации отдельных этапов ее построения. Появляется возможность наглядного представления стратегического управления компанией с выделенными целями и ключевыми показателями результативности. Появляется возможность привязать конкретные бизнес-процессы к стратегическим целям. И самое главное иметь на одном листе всю информацию необходимую для оценки состояния компании и принятия решений. При подключении ARIS BSC, появляется возможность строить диаграммы BSC и получать по ним различные отчеты[4, с.36].

Для эффективной реализации проекта по описанию логистических процессов необходимо определяться со стандартом описания, который в большинстве случаев реализован в виде программных продуктов, дающих возможность проведения эффективного процесса реинжиниринга, на основе логистического подхода и с учетом стратегических целей предприятия. На наш взгляд, наиболее эффективных результатов при моделировании бизнес-архитектуры туристических предприятий можно достигнуть с использованием методологии ARIS, так как ее основу составляет концепция интеграции, что в наибольшей степени отвечает современным тенденциям на рынке туристического бизнеса. В соответствии с этой концепцией при описании деятельности предприятия сначала детально описываются все логистические подсистемы (организационная, информационная, подсистема целей, управления и др.), а затем строится единая модель, отражающая все связи как между элементами внутри организации, так и между организациями, входящими в логистическую систему, конечным результатом работы которой является туристический продукт. Интеллектуальная методология ARIS включает широкий спектр тесно интегрированных программных продуктов, которые позволяют решать разнообразные задач, связанные с моделированием деятельности и построением бизнес-архитектуры организаций, входящих в логистическую систему. Как показал анализ существующих систем, наибольший интерес в данной методологии, при моделировании бизнес-процессов туристического предприятия, представляют возможности стратегического планирования, анализ стоимости бизнес-процессов, а также поддержка формата обмена данными XML, который сегодня обеспечивает технологическую базу для интеграции предприятий туристической отрасли и формирования единого информационного пространства.

Литература

1. Балабанов И.Т. Экономика туризма / И.Т. Балабанов – М.: РМАТ, 2003. – 246 с.
2. Информационная логистика. Теория и практика: учеб. пособ. / [Е.К. Нагина, В.А. Ищенко]. – Воронеж, 2007. – 86 с.
3. Реструктуризация предприятий и компаний: учеб. пособие для вузов / [И.И. Мазур, В.Д. Шапиро] – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2001 г. – 456 с.
4. Соколов И.А. Логистика туристического предприятия / И.А. Соколов.– М.: Изд-во Рос. экон. акад., 2006. – 258 с.
5. Черноморец Д.А. Немного правды об описании и реинжиниринге бизнес-процессов / Д.А. Черноморец // Главный экономист. – 2009. – №6. – С. 15 – 21.
6. Albanizou M. Applying crm analytics in the tourism industry: A data miningperspective : 13th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services ScienceIn / M. Albanizou, S. Symeonidis, G. Vlavianos // The European Institute of Retailing and Services Studies (EIRASS)– Budapest, 2006. – 274 p.

7. Hammer M. Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution. / Hammer M., Champy J. – London: Nicholas Brealey Publishing, 2002. – 445 p.
8. Wang F. The relationship building model for the web retail market place/ F.Wang, M. Head, N. Archer // Harvard Press. – 2003. – No.5, – pp.374-378.

Рецензент докт. экон. наук, профессор В.А. Василенко

38.482.12

*Вань Мяо, аспирант,
ТНУ им. В.И. Вернадского, г. Симферополь*

ВЛИЯНИЕ МАССОВОГО СПОРТИВНОГО ИВЕНТА НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ

Спортивно-событийный (event) туризм (ССТ) является важнейшей и составной частью экономических преобразований, направленных на либерализацию экономического развития. В настоящее время можно говорить о том, что в мире сформировалась целая система развития спортивно-событийного туризма. Определенное развитие она получает и в Украине. Мощным побуждающим мотивом к этому явилось решение Европейской Федерации футбола (УЕФА) о проведении финала чемпионата Европы в 2012 г. в Украине и Польше. Восемь городов двух стран (по четыре города с каждой стороны) будут задействованы в играх чемпионата.

Сложившаяся практика проведения Олимпийских игр, мировых и континентальных футбольных чемпионатов показывает, что подобные события дают значительный рост экономики в подготовительный и основной периоды. Поэтому развитие сферы услуг Украины и ее инфраструктуры на ближайшие годы неразрывно связано с важным событием – организацией и проведением Евро-2012. Естественно, это влечет за собой значительные затраты, связанные с резким увеличением объема строительства основных и сопутствующих зданий и сооружений, необходимых для проведения чемпионата. Требуется создание развитой сети объектов гостиничного хозяйства и надлежащего уровня всей инфраструктуры, которые, в свою очередь, будут способствовать росту числа рабочих мест, усилению экономического потенциала городов-организаторов принимающих Евро-2012.

Анализ научных исследований и публикаций говорит о том, что в настоящее время событийный туризм исследован недостаточно. Имеется мало научных публикаций по проблемам его развития и эффективности. Исследования С. Богдановой [1], Г.П. Долженко [2], Р.И. Сухова [3], О. Костюк [4] показывает, что существуют разные точки зрения на развитие ССТ. Так, например, С. Богданова в своей работе выделяет эмоциональный характер туристов, посетивших спортивный ивент: «Потребитель, побывав на событии, получает уникальный опыт – впечатления, которые затем повлияли бы на его потребительский выбор. Выстраивается эмоциональная связь между аудиторией и брендом». Г.П. Долженко [2] и Р.И. Сухова [3] уделяют внимание ССТ местного, ограниченного масштаба, рассматривая средства размещения прибывающих туристов. О. Костюк [4] рассматривает историю и эволюцию ивента и говорит о необходимости дальнейших исследований. Обобщение взглядов авторов указанных работ показывает, что успешное развитие ССТ возможно только на основе общего взаимодействия предприятий, задействованных в спортивном ивенте. Это разновекторное развитие, по нашему мнению, возможно лишь при выполнении главного требования системности П.К. Анохина, как «комплекса избирательно вовлеченных компонентов, у которых взаимодействие и взаимоотношение приобретает характер взаимодействия компонентов на получение фокусированного полезного результата» [5, с. 17]. Именно достижение «полезного результата» становится главной составляющей деятельности предприятия или мероприятия (события).

Нерешенными аспектами затронутой проблемы являются обоснование целесообразности и необходимости проведения ивента массового характера, который не всегда связан с реальным коммерческим успехом. В связи с этим основной целью статьи является анализ и выявление экономической или социальной (прямой либо косвенной) составляющей проводимых значимых спортивных событий в преддверии проведения Евро-2012.

Как показал анализ, чемпионаты, олимпийские игры являются стимулятором экономического роста организующей страны. Они позитивно сказываются на повышении и улучшении