

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Ялтыхов Д. В., Белорусский государственный университет

Стратегическое управление конкурентоспособностью туристского предприятия представляет собой систему воздействия субъекта (высшего руководства организации) на объект (конкурентоспособность) с целью перевода этого объекта в желаемое состояние посредством развития параметров объекта. Данная система предназначена для воздействия на элементы и процессы, обеспечивающие формирование конкурентных преимуществ и развитие конкурентного потенциала предприятия с целью повышения его устойчивости в условиях роста конкурентного давления и изменения факторов внешней среды. Сущность управления конкурентоспособностью туристского предприятия представляет собой деятельность по установлению перспективных целей предприятия и эффективному их достижению на основе удержания конкурентных преимуществ и адекватного реагирования на изменение внешней среды.

Инновационные технологии являются одним из устойчивых факторов долгосрочной конкурентоспособности туристского предприятия в условиях рыночной экономики. Инновационные и технологические конкурентные преимущества обеспечиваются высоким уровнем или качеством параметров и характеристик оказываемых туристских услуг, а также применением совершенных технологий и средств технологического обеспечения. Автором предлагается следующий алгоритм управления конкурентоспособностью предприятий на основе их инновационных преимуществ:

— управление маркетинговыми исследованиями по выбору продукции — прототипа или эталона, представляющий собой один из наиболее ответственных этапов процедуры оценки конкурентоспособности продукции;

— определение критериев оценки качества продукции, которыми оперирует потребитель;

— разработка интегрального показателя конкурентоспособности организации (туристского предприятия);

— определение факторов и зависимостей влияния внутренней структуры организации на ее интегральный показатель конкурентоспособности;

— стимулирование ситуационного подхода в качестве основного к организации управления;

— стимулирование наращивания инновационных конкурентных преимуществ;

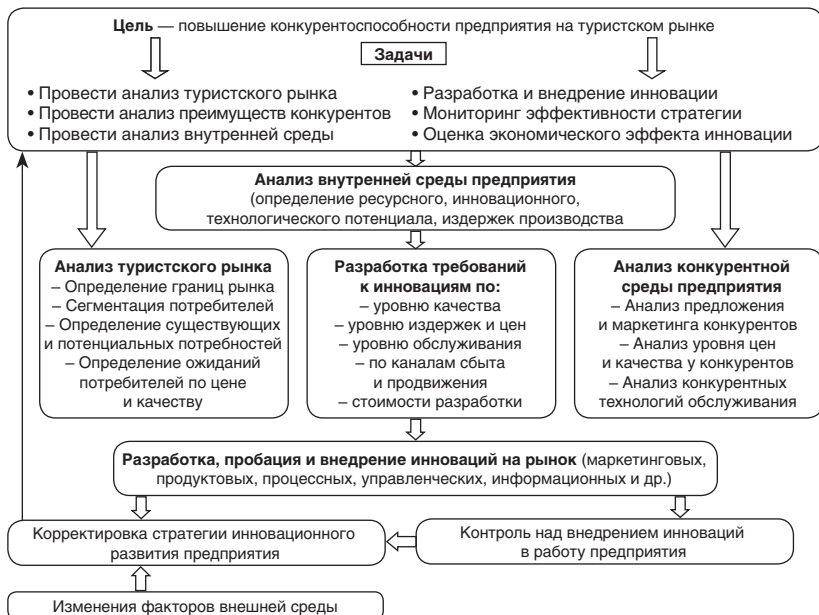
— применение лицензионных технологий;

— управление правовой защитой интеллектуальной собственности и прав персонала организации;

— стимулирование научно-технической кооперации;

— управление конкурентоспособностью должно обладать свойством генерации управленческих реакций на изменение внешней среды.

Данный алгоритм следует рассматривать как составную часть стратегии управления конкурентоспособностью туристского предприятия на основе инновационных технологий. Предложенная стратегия управления конкурентоспособностью отражена на рисунке.



Стратегия управления конкурентоспособностью туристского предприятия на основе инновационных технологий

Целью предложенной стратегии является повышение конкурентоспособности туристского предприятия на туристском рынке посредством разработки и внедрения инновационных технологий. Повышение конкурентоспособности обеспечивается за счет приобретения дополнительных конкурентных преимуществ. При этом конкурентные преимущества, приобретаемые за счет вновь разработанных инновационных технологий, должны быть значимыми, видимыми, устойчивыми, уникальными и прибыльными.

Таким образом, инновационные технологии являются основой устойчивости конкурентоспособности туристского предприятия в условиях рыночной экономики. Инновации являются основой стратегического планирования развития туристского предприятия в долгосрочном периоде. Стратегия управления туристским предприятием на основе инновационных технологий предполагает выявление рыночных, конкурентных и организационных характеристик на этапе стратегического анализа. При планировании стратегии формируются требования к инновационным технологиям, определяются критерии конкурентоспособности предприятия и его эффективности в будущем.