

УДК 378.017

В.Н.Филипова

## МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИЗМА

*Воронежский институт высоких технологий*

*В данной работе проанализированы подходы, которые могут быть полезны при оценке эффективности туризма. Указаны некоторые факторы, определяющие влияние на туристический потенциал региона.*

**Ключевые слова:** моделирование, туризм, инновация.

В настоящее время наблюдается усиление интереса во всем к построению эффективных методов исследования и прогнозирования туризма. Индустрия туризма представляет собой одним из довольно сильно развивающихся секторов экономики.

Необходимо проводить совершенствование и стандартизацию методик сбора различных данных и способов исследований.

Когда рассматриваются условия развития рынка туризма, то в этом случае в связи с особенностями индивидуального потребительского спроса необходимо большую роль отвести стратегии, планированию и исследованиям.

Целью данной работы является анализ методов, которые применяются при моделировании процессов планирования продвижения туризма.

Прежде всего, отметим экспертный метод. Необходимо выделить факторы, которые влияют на развитие туризма. В большинстве случаев основными факторами являются: социально-экономические, природно-ресурсные, а также политические. С точки зрения развития туризма отмечают наличие многих условий, начиная от уровня развития транспорта и заканчивая качеством медицинских услуг.

Использование данных, из эксперимента в данном случае рассматривается для подтверждения определенных теоретических выводов или сформулированных гипотез. Результаты эксперимента представляют собой следствие общего влияния совокупности как управляемых, так и неуправляемых, а также неконтролируемых факторов. Число факторов может быть довольно большим (10, 20 и т.д.).

На основе полученных экспериментальных результатов есть возможность количественного восстановления степени воздействия по каждому из управляемых факторов.

Структуру многофакторного уравнения регрессии для общего случая исследователь не может назвать. Но, вообще говоря, к настоящему времени исследователями разработаны различные экономические модели поведения туристской организации для информационного пространства

при учете совокупности факторов, относящихся к инфраструктурному обеспечению и доступа к информационным ресурсам, например при этом можно опираться на функцию полезности.

Исходя из общей теории решения многофакторных задач, мы можем считать, что цель достигнута, если соблюдены несколько условий:

1. Решение есть и оно единственно.
2. При небольших изменениях во входных данных получаются небольшие изменения в выходных результатах.

Многофакторная статистическая модель характеризуется устойчивой структурой, в которой наблюдается неизменность совокупности основных эффектов и взаимодействий при проведении изменений значений результатов, которые обусловлены случайными ошибками в результатах данных эксперимента. С целью оценки устойчивости коэффициентов модели можно использовать, например, критерий Неймана-Голдстейна.

Необходимо осуществлять более детальное выделение факторов, показывающих потенциальные возможности в развитии туризма. Для исследования таких возможностей могут проводиться анкетные опросы. Исходя из них, можно прояснить, какой же туристический потенциал у региона.

В анкетах, например, могут быть отмечены такие составляющие:

- количество достопримечательностей,
- уровень развития экономики,
- степень безопасности туристов,
- степень развития телекоммуникаций,
- уровень развития гостиничной сферы,
- качество сферы здравоохранения.

Далее проводится ранжирование факторов. Статистическая обработка данных анкет должна показать согласованность ответов экспертов и репрезентативность выборки. Каждый фактор имеет свой коэффициент значимости.

Эксперты могут выбираться из различных представителей населения. Таким образом, факторная модель отражает позиции различных групп людей, определяются самые значимые направления развития туризма в данном регионе. Необходимо проводить по истечении определенного времени коррекцию этой модели, поскольку существует влияние как внутренних, так и внешних факторов.

Исходя из существующей факторной модели, можно определять схему планирования инвестиционной политики, позволяющей наилучшим образом использовать туристический потенциал.

При оценке инновационного потенциала туристических продуктов может быть использована оптимизационная модель. Каждый из продуктов

может быть описан в виде "черного ящика", у которого на входе рассматривается значение цены, а на выходе - определенные качественные характеристики. В данной модели происходит описание поведения потребителей, которые хотят получить продукт при заданных ценах, но при этом получить максимальное качество. Для каждого из продуктов можно ввести меру эффективности, которая характеризуется мерой удаления рассматриваемых продуктов относительно границы возможностей для пространства качественных параметров.

При исследовании состояния индустрии туризма важную роль может играть методология маркетингового исследования. Она может основываться на: системном анализе, комплексном подходе и программно-целевом планировании. То есть в методологии маркетингового исследования необходимо использовать статистические, эконометрические, социометрические, квалиметрические, бихевиористические методы.

Вывод. На основе использования соответствующих методик может быть осуществлена оценка возможностей продвижения туризма для определенного региона.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Болучевская О.А., Филипова В.Н. Вопросы современной экологической безопасности. / Современные исследования социальных проблем. 2011. Т. 5. № 1. С. 147-148.
2. Филипова В.Н., Степанова А.С. Проблемы и перспективы развития экологического туризма на территории государственного природного заповедника "Дагестанский". / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2012. № 9. С. 174-179.
3. Филипова В.Н. О разработке плана управления заповедной зоной заповедник "Дагестанский". Современные исследования социальных проблем. 2012. № 4 (12). С. 92-96.
4. Филипова В.Н., Тарасова Д.С., Олейник Д.Ю. Проблемы управления в туризме. / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 10. С. 119-123.
5. Филипова В.Н., Коренюгина А.А., Титова О.Э. Проблемы маркетинга в туристической деятельности. / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 10. С. 206-208.
6. Бессонова А.А. Управление социально-экономическими системами в условиях модернизации / А.А.Бессонова, В.В.Дубинин, И.Я.Львович, Ж.И.Лялина, А.П.Преображенский, Е.Д.Рубинштейн, М.А.Салтыков, В.Н.Филипова, И.В.Филиппова // коллективная монография / Саратов,

- Издательство: Общество с ограниченной ответственностью "Центр профессионального менеджмента "Академия Бизнеса", 2013, 110 с.
7. Землянухина Н.С. О применении информационных технологий в менеджменте / Успехи современного естествознания. 2012. № 6. С. 106-107.
  8. Олейник Д.Ю. Некоторые вопросы использования информационных технологий в туристической индустрии / Успехи современного естествознания. 2012. № 6. С. 110.
  9. Филипова В.Н. О применении информационных технологий в туристической сфере / Успехи современного естествознания. 2012. № 6. С. 112-113.
  10. Чопоров О.Н., Чупеев А.Н., Брегеда С.Ю. Методы анализа значимости показателей при классификационном и прогностическом моделировании / Вестник Воронежского государственного технического университета. 2008. Т. 4. № 9. С. 92-94.
  11. Родионова К.Ю. Глобализация мировой экономики: сущность и противоречия / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2012. № 9. С. 185-186.
  12. Сыщикова Д.С. Вопросы построения информационной системы для электронной коммерции / Успехи современного естествознания. 2012. № 6. С. 111а.
  13. Житенева В.С. О проблемах моделирования в процессах управления / Современные наукоемкие технологии. 2013. № 8-1. С. 71.
  14. Завьялов Д.В. О применении информационных технологий / Современные наукоемкие технологии. 2013. № 8-1. С. 71-72.
  15. Петрацук Г.И. Маркетинг в прикладном менеджменте / В мире научных открытий. 2010. № 4-7. С. 35-36.
  16. Щепкина О.И. Внедрение инноваций в туризме / Современные исследования социальных проблем. 2010. № 2. С. 54-56.
  17. Шишкина Ю.М., Болучевская О.А. Вопросы государственного управления / Современные исследования социальных проблем. 2011. Т. 6. № 2. С. 241-242.
  18. Щепкина О.И. Гостиничная индустрия в современной России / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2009. № 5. С. 221-228.
  19. Китаева К.А. Технологии электронного бронирования / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2010. № 7. С. 222-228.
  20. Пеньков П.В. Экспертные методы улучшения систем управления / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2012. № 9. С. 108-110.
  21. Тарасова Д.Ю. О характеристиках туристического менеджера / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2012. № 9. С. 115-117.

22. Ряжских А.М., Преображенский Ю.П. Построение стохастических моделей оптимизации бизнес-процессов / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2008. № 3. С. 079-081.
23. Кравцов Д.О., Преображенский Ю.П. Методика оптимального управления социально-экономической системой на основе механизмов адаптации / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2008. № 3. С. 133-134.
24. Лисицкий Д.С., Преображенский Ю.П. Построение имитационной модели социально-экономической системы / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2008. № 3. С. 135-136.
25. Рыбалка З.Ю., Москальчук Ю.И., Репкин Н.В. Основные принципы построения АРМ менеджера и требования к ним / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 10. С. 174-179.
26. Москальчук Ю.И., Наумова Е.Г., Киселева Е.В. Проблемы оптимизации инновационных процессов в организациях / Моделирование, оптимизация и информационные технологии. 2013. № 2. С. 9.
27. Филипова В.Н., Кайдакова К.В., Тарасова Д.С., Преображенский А.П. Вопросы прогнозирования в туристическом бизнесе / Моделирование, оптимизация и информационные технологии. 2013. № 1. С. 17.

V.N.Filipova

**MODELING OF PROCESSES OF PLANNING  
THE TOURISM PROMOTION**

*Voronezh Institute of High Technologies*

*In this paper the approaches, which can be useful in assessing the efficiency of tourism are analyzed. Some factors determining influence on the tourist potential of the region are pointed out.*

**Keywords:** simulation, tourism, innovation.