ционные ресурсы организации, в частности, структуру коммуникаций, уровень развития, степень институционализации и открытость дискуссионных практик.

Если в организации развиты коммуникационные практики коллективного осознания ценностного ядра, то ценностные изменения будут отражаться в динамике идей деятельности и миссии организации. В монографии подробно исследуется эволюция идей и миссий мировых университетов, а также трансформации моделей университетского устройства и организационной культуры вузов. В заключение рассматриваются предпосылки формирования новых идей и моделей университета в России, проблемы организационной реальности современного отечественного вуза, а также разрабатывается авторская модель определения будущего университетов, которая выражается в определенном выражении новой миссии и в системе ценностных отношений, что составляют основу динамичной организационной культуры вуза.

Достоинством монографии является то, что в ней обосновывается новый угол зрения на исследование университета, определяющий расширение возможностей его дальнейшей «мягкой» трансформации с одновременным сохранением лучших традиций российского высшего образования. При разработке предлагаемой концепции автор использует междисциплинарный подход, синтезируя методологические принципы смежных социально-гуманитарных дисциплин – социологии, философии, менеджмента, психологии и др., что увеличивает теоретическую значимость исследования.

Практическая ценность работы заключается в анализе современных российских реалий высшей школы, целью которого становится сопоставление текущего состояния институтов высшего образования с моделью университета будущего. Следует также отметить, что в работе Е.В. Строгецкой предлагаются методики прогнозирования организационных изменений, а также определяются конкретные ориентиры организационного развития для современных российских вузов, актуальные для управленцев, а также для использования в учебном процессе.

В целом положительно оценивая труд Е.В. Строгецкой, хочется высказать одно замечание. Оправдана ли замена понятий «знания», «подготовленность» понятием «компетентность». Является ли, как утверждает автор, новой методологией трансформации образования, – создания его новой модели? В той системе компетенций, которые должны, например, обладать молодые европейцы, принятого Советом Европы нет понятия фундаментального знания, как основы деятельности. Названы только компетенции, связанные с культурой восприятия и поведения. В связи с этим возникает вопрос: если университеты являются носителями подобных компетенций, то не превращаются ли они из «Храма науки» в просветительские учреждения? В связи с этим сомнением возникает ряд вопросов к интерпретации путей организационного развития современных университетов, чему посвящена работа.

М.Б. Биржаков, В.Б. Фридман

ФУНДАМЕНТАЛЬНОЕ ПОНИМАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

О серии статей А.Б. Крутика по проблеме предпринимательской деятельности в туризме

За последнее время ничего принципиально нового в области туризма как науки не появилось. Многочисленные публикации по вопросам туристской деятельности провозглашают тот факт, что в современных условиях туризм сформировался в самостоятельную отрасль экономики. В таких публикациях в основном отмечается необходимость и увлекательность туризма, описываются красоты, достопримечательности и особо обосновывается полезность туризма для здоровья человека. Естественно, доказывается экономическая эффективность туризма для предпринимательства и экономики в целом.

И тем не менее, в предпринимательстве туризма было сказано новое слово – в статьях А.Б. Крутика, посвященных предпринимательской деятельности в сфере туризма, а точнее: широкому спектру *теоретических положений* как основы предпринимательства [1–10]. Общая направленность статей указанной серии сводится к известному принципу: «Нет ничего практичнее, чем хорошая теория».

Для оценки работ А.Б. Крутика, необходимо отметить, что в предпринимательстве

туризма преобладает прагматический подход к решению оперативных и стратегических задач. Такая прагматика необходима, поскольку предпринимательство туризма должно утверждаться среди новых экономических научных и учебных дисциплин. Однако такое восприятие предпринимательства туризма явно недостаточно.

Предпринимательская деятельность в туризме достигла такого уровня, когда, с одной стороны, назрела необходимость в её теоретическом обосновании, а с другой стороны, накопленная научная информация создает необходимые условия для формирования системы основополагающих теоретических положений. Об этом говорится в статьях А.Б. Крутика.: « Системологические основы и системный подход в туристской системе управления: функции и виды обеспечения», «Маркетинг, реклама и сбытовая деятельность в туризме: научно-практический аспект», «Особенности установления и оптимизации хозяйственных связей между субъектами отрасли туризма», «Основы теории оптимизации в сфере туризма», «Научно-практические основы и особенности ценообразования на рынке туристских услуг» и др.

Руководствуясь теорией управления, А.Б. Крутик детально проработал вопрос формирования *системы управления или туристского менеджмента* как основного инструмента предпринимательской деятельности в туризме. Так, в частности, автор «насытил» все функции управления – планирование, регулирование, учет, контроль, анализ – «туристским» содержанием. При этом определены и необходимые виды обеспечения или обеспечивающие подсистемы, а именно: научное, информационное, техническое, правовое, финансовое, организационное, маркетинговое. В такой постановке управление в сфере туризма получает вполне основательный научный фундамент.

С другой стороны, предпринимательская деятельность должна учитывать сильные и слабые стороны как во внутренней, так и во внешней средах, для чего автором выполнен *SWOT-анализ туризма*. Итогом анализа, стал вывод, что конкуренция не может быть отнесена к отрицательным факторам внешней среды – наоборот, обладая необходимой полезностью, конкуренция может считаться сильной стороной. В связи с этим, А.Б. Крутик обосновывает необходимость мониторинга жизненного цикла туристского продукта и постоянной инновационной активности.

Сформулированные и обоснованные автором положения представлены в форме постулатов. Так, кроме постулата об инновационной активности, ключевое положение в предлагаемой концепции предпринимательской деятельности занимает постулат о туристском бенчмаркинге. Данный постулат предписывает каждой туристской фирме изучать информацию о деятельности фирм-конкурентов с целью выявления наиболее ценной практики в области предпринимательской деятельности на рынке туристских услуг. Кроме того, служба сбыта туристской фирмы тем или иным способом должна собирать и обобщать информацию об использовании своего туристского продукта, оценивая при этом степень удовлетворенности туристов как результативного показателя туристского предпринимательства.

Особое место в предпринимательской деятельности занимают вопросы *оптимизации* составляющих туристского менеджмента. В связи с этим А.Б. Крутик сформулировал основные положении теории оптимизации туризма. В частности, объектами оптимизации в туризме являются цена туристского продукта, численность туристской группы, длительность тура, сроки реализации туристского продукта, дистрибьюция туристского продукта, расходы на рекламу и др. При этом обосновывается положение, согласно которому перечисленные и все другие параметры должны быть оптимальны по критерию *максимума полезности*, в том числе и по модели оптимума по Парето.

Согласно разработанной теории, полезность является универсальным критерием оптимальности в туристском предпринимательстве. Естественно, что в рамках данного теоретического положения были выявлены и обоснованы конкретные показатели полезности применительно к туристской деятельности.

Важно отметить, что все представленные в статьях А.Б. Крутика теоретические положения и постулаты имеют ярко выраженную практическую направленность.

Особое место в предпринимательстве туризма занимают вопросы *качества* туристского продукта, которое оценивает субъективно самим туристом. В связи с этим постулируется необходимость в туристском менеджменте в первую очередь ориентироваться на качество, используя для этого концепцию TQM – Total Quality Management – «Всеобщее управление качеством». Указанная концепция определяет общую стратегию управления качеством, а поэтому конкретизируется для соответствующей отрасли. Стержнем концепции является «Петля качества» – и А.Б. Крутик наполнил звенья этой цепи содержанием, адаптированным применительно к условиям туристской деятельности.

Результативность принципов и методов концепции TQM в максимальной мере про-

является в том случае, когда туристские услуги выполняются специализированными компаниями в порядке аутсорсинга. Указанные компании являются субъектами рынка туристских услуг различного организационно-правового статуса. Специализация субъектов рынка туристских услуг предопределяет разделение и кооперацию их деятельности по организации и комплексному обслуживанию туристов. В целом система хозяйственных связей была сформирована эмпирическим путем, без должного обоснования. В связи с этим возникла необходимость в теоретическом обосновании такой важной составляющей туристской деятельности как хозяйственные связи, что и было выполнено в работах А.Б. Крутика.

Важным научным достижением А.Б. Крутика является разработка и обоснование такой категории как «*предпринимательский потенциал*» в отрасли туризма. Для туристской деятельности предпринимательский потенциал характеризуется, прежде всего, устойчивым положением данного туристского предприятия – туроператора и турагента – на рынке туристских услуг.

Предприниматель, оперирующий на туристском рынке, должен постоянно отслеживать свое финансово-экономическое состояние, используя для этого методы контроллинга и данные бухгалтерского учета. В связи с этим ключевую роль в туристском контроллинге играет анализ баланса. Вопросы контроллинга в туризме рассмотрены в работе автора.

Туризм – это индустрия. Однако при всей распространенности туризма его теоретические основы остаются до настоящего времени не разработанными. В связи с этим туристская деятельность осуществляется на основе опыта туристских фирм без должного научно-теоретического обоснования. Главной заслугой А.Б. Крутика как ученого несомненно является разработка основ «*Общей теории туризма*» как фундамента для всех научных и учебных дисциплин туристского цикла.

А.Б. Крутик особое внимание уделяет *подготовке* специалистов в области предпринимательства в туризме. Проанализировав содержание учебных программ, он установил, что основное внимание в них уделяется именно прагматическим вопросам: разъяснению терминологии, действующему законодательству в области туризма, оформлению документов и т.п. и при этом почти полностью игнорируются теоретическая сторона предпринимательства, что совершенно недопустимо при подготовке специалистов с высшим образованием. Поэтому в своей педагогической деятельности А.Б. Крутик постоянно усиливает научно-теоретический аспект предпринимательства в туризме. Специалист-профессионал в области предпринимательства в отрасли туризма – это не простой пользователь правил, инструкций и прочей информации, но при этом он должен знать как устроен весь сложный механизм предпринимательской деятельности на рынке туристских услуг.

Уважаемые коллеги! В своей предпринимательской деятельности в сфере туризма следуйте теории. А если практика не соответствует теории, то в этом виновата не теория, а практика. А поэтому совершенствуйте практику до уровня теории и более!

Список литературы:

[1] Гришин С.Ю., Крутик А.Б. Контроллинг в финансово-экономической деятельности туристского предприятия / Препринт. – СПб.: Астерион, 2014. – 20 с.

[2] Гришин С.Ю., Крутик А.Б. Концепция TQM – «Всеобщее управление качеством» в системе туристского менеджмента / Препринт. – СПб.: Астерион, 2014. – 16 с.

[3] Крутик А.Б. Маркетинг, реклама и сбытовая деятельность в туризме. // Современные аспекты экономики. – 2014, № 1. – 13 с.

[4] Крутик А.Б. Научно-практические основы и особенности ценообразования на рынке туристских услуг // Современные аспекты экономики. – 2014, № 2. – 14 с.

[5] Крутик А.Б. Основы управления проектами в учебном процессе подготовки специалистов туристской отрасли // Труды межд. Научн.-практ. конф. «Управление инновационной деятельности экономических систем». ИНПРОМ-2014. – СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2014. – С. 480–488.

[6] Крутик А.Б. Особенности конкурентной среды на рынке туристских услуг и конкурентоспособность туристских фирм // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2014, № 1. – 16 с.

[7] Крутик А.Б. Особенности установления и оптимизации хозяйственных связей между субъектами отрасли туризма / Препринт. – СПб.: Астерион, 2014. – 16 с.

[8] Крутик А.Б. Содержание и структура предпринимательского потенциала в туризме / Препринт. – СПб.: Астерион, 2014. – 16 с.

[9] Крутик А.Б., Решетова М.В. Предпринимательство в сфере сервиса. Учебник. 3-е издание. – М.: Академия, 2014. – 160 с.