

Баумгартен Л. В.

Стратегический менеджмент в туризме : учеб. пособие для вузов /Л. В. Баумгартен. — М.: Издательский центр «Академия», 2007. — 352 с.

Рассмотрены особенности индустрии туризма и ее влияние на развитие других отраслей экономики государства. Освещены теоретические основы стратегического менеджмента, включая современные методы анализа макросреды и отраслевого анализа, конкурентоспособности организаций и производимых ими товаров и услуг, портфельного анализа, виды используемых стратегий, способы стратегического выбора, реализации стратегии и контроля ее выполнения, а также способы оценки эффективности внедряемых стратегии и проектов. Приведены конкретные примеры стратегического выбора в области туризма.

Для студентов высших учебных заведений. Может быть полезным для аспирантов, преподавателей, специалистов по управлению, а также всех интересующихся вопросами стратегического менеджмента.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие

Глава 1. Общие сведения о тенденциях развития рынка туристических организаций, индустрии туризма, туристском продукте

1.1. Значение отрасли туризма и ее современное состояние в России

1.2. Анализ современного состояния российского рынка туристических организаций

1.3. Объединения участников туристского рынка

1.4. Индустрия туризма и туристский сектор экономики

1.5. Туристский продукт

Глава 2. Введение в стратегический менеджмент

2.1. Развитие систем управления и становление стратегического менеджмента как области управленческой практики

2.2. Основные понятия, используемые в стратегическом менеджменте

2.3. Основные этапы совершенствования методологии планирования

2.4. Школы стратегического менеджмента

2.5. Характеристика основных элементов процесса разработки стратегии

2.5.1. Стратегическое видение

2.5.2. Миссия

2.5.3. Определение целей и задач организации

2.5.4. Стратегия организации

2.6. Характеристика основных элементов процесса реализации стратегии

2.6.1. Политика организации

2.6.2. Стратегическая единица бизнеса

2.6.3. Стратегические решения

2.6.4. Система планов и основные составляющие элементы ее реализации

Глава 3. Методологические основы стратегического менеджмента

3.1. Объекты стратегического менеджмента и стратегических решений

3.2. Функции стратегического менеджмента

- 3.3. Принципы стратегического менеджмента
- 3.4. Сущность и основные составляющие стратегического менеджмента
- 3.5. Анализ концептуальных моделей стратегического менеджмента
- 3.6. Концептуальная модель стратегического менеджмента, используемая в данной работе
- 3.7. Методологические основы использования наиболее применяемых методов стратегического менеджмента
 - 3.7.1. Трудности использования методов стратегического менеджмента в современных условиях
 - 3.7.2. Направленность стратегического анализа
 - 3.7.3. Источники исходной информации для принятия правильных стратегических решений
 - 3.7.4. Требования к исходной информации и ее предварительный анализ
 - 3.7.5. Возможности принятия неправильных решений и как этого избежать
 - 3.7.6. Система FAROLJT и ее использование при проведении стратегического анализа

Глава 4. Стратегический анализ внешней среды организации

- 4.1. Цели и направления анализа внешней среды
- 4.2. Методы анализа макросреды организации
 - 4.2.1. Методы анализа макросреды организации, основанные на группировке факторов
 - 4.2.2. Метод анализа макросреды организации с использованием специальной формы EFAS
- 4.3. Методы анализа микросреды
 - 4.3.1. Отраслевой анализ
 - 4.3.2. Анализ потребителей услуг

Глава 5. Анализ внутренней среды организации (управленческий анализ)

- 5.1. Основные направления проведения управленческого анализа

- 5.1.1. Анализ основных направлений деятельности организации и ее наличных ресурсов
- 5.1.2. Анализ текущей деятельности организации и оценка этой деятельности с точки зрения получения будущей прибыли
- 5.1.3. Определение стратегических проблем, стоящих перед организацией
- 5.2. Методы управленческого анализа
 - 5.2.1. Методы экспресс-анализа внутренней среды
 - 5.2.2. Методы управленческого анализа, специфические для стратегического менеджмента
 - 5.2.3. Методы одновременного анализа внутренней и внешней среды
- 5.3. Формулировки видения, миссии и целей организации

Глава 6. Анализ методов определения и прогнозирования конкурентоспособности организаций, товаров и услуг

- 6.1. Терминология в области конкурентоспособности
- 6.2. Факторы (критерии), определяющие конкурентоспособность
- 6.3. Методы, используемые для определения комплексного показателя конкурентоспособности
- 6.4. Оценка уровня конкурентоспособности организации (товара, услуги)
- 6.5. Прогнозирование показателей конкурентоспособности организации (товара, услуги)
 - 6.5.1. Необходимость анализа состояния рынка и конкуренции на нем при прогнозировании конкурентоспособности организации (товара, услуги)
 - 6.5.2. Возможный подход к определению и прогнозированию отраслевых изменений
 - 6.5.3. Показатели емкости рынка и прогнозирование рыночных возможностей
 - 6.5.4. Прогнозирование доли рынка и уровня конкурентоспособности услуги (организации) с использованием экспертного метода

6.5.5.Пример использования экспертного метода при прогнозировании доли рынка и уровня конкурентоспособности новой услуги

6.5.6.Пример использования экспертного метода при прогнозировании доли рынка конкретной услуги

6.5.7.Использование методов классификации (распознавания образов) для прогнозирования положения организации (товара, услуги) относительно организации-конкурента (товара, услуги)

6.6. Измерение показателей конкурентоспособности и анализ шкал измерения

Глава 7. Портфельный анализ

7.1.Назначение портфельного анализа

7.2.Матрица Бостонской консультационной группы

7.3.Матрица Маккинси

Глава 8. Стратегический выбор

8.1.Классификация стратегий по уровню принятия решений.

Иерархическая структура стратегий организации

8.2.Корпоративные стратегии

8.2.1.Классификация корпоративных стратегий

8.2.2.Стратегии роста в индустрии гостеприимства

8.2.3.Корпоративные стратегии стабильности;

8.2.4.Корпоративные стратегии сокращения

8.3. Деловые стратегии

8.3.1.Базовые стратегии достижения конкурентных преимуществ

8.3.2.Другие наиболее используемые стратегии достижения конкурентных преимуществ

8.4.Функциональные стратегии

8.5.Общая схема и условия формирования стратегий организации

8.5.1.Общие соображения по формированию системы стратегий организации

- 8.5.2.Необходимость совмещения структуры управления со стратегией организации
- 8.5.3.Факторы, влияющие на совместимость стратегического процесса со структурой управления
- 8.5.4.Связь контекста организации с ее организационной структурой
- 8.5.5.Типы стратегических процессов организаций
- 8.5.6.Стратегический процесс эволюционного обновления в туризме
- 8.5.7. Варианты формирования стратегии

Глава 9. Реализация стратегии и контроль ее выполнения

- 9.1. Разработка политики организации и системы планов реализации стратегии
 - 9.1.1.Направленность политики организации на реализацию ее стратегии
 - 9.1.2.Классификация, состав и назначение системы планов организации
 - 9.1.3.Последовательность разработки стратегических, тактических и оперативных планов организации
- 9.2. Бюджетирование как основа реализации стратегии и управления ресурсами
 - 9.2.1.Взаимосвязь стратегического управления с процессом планирования
 - 9.2.2.Этапы создания и реализации системы бюджетирования
- 9.3. Примеры разработки бюджета туристической организацией и контроль его исполнения
 - 9.3.1.Разработка варианта годового бюджета
 - 9.3.2.Определение влияния объема продаж и затрат на отклонение прибыли от бюджета
 - 9.3.3 Формирование гибкого бюджета
 - 9.3.4.Установление причин снижения прибыли
 - 9.3.5.Определение влияния норм затрат на переменные издержки
 - 9.3.6.Разработка прогнозного баланса
- 9.4.Построение сбалансированной системы показателей

- 9.4.1. Пример разработки сбалансированной системы показателей для туристической организации
- 9.5. Реализация стратегии на основе разработки бизнес-планов
 - 9.5.1. Общие вопросы назначения, разработки и контроля выполнения бизнес-планов
 - 9.5.2. Методические рекомендации по созданию бизнес-плана туристической организации
- 9.6. Общие вопросы контроля реализации стратегии
 - 9.6.1. Рассмотрение возможных подходов к вопросам организации контроля реализации стратегии
 - 9.6.2. Преодоление сопротивления персонала внедрению новой стратегии
- 9.7. Оценка эффективности стратегического плана реализации стратегии и проектов (бизнес-проектов)
 - 9.7.1. Определение стоимости будущих финансовых поступлений
 - 9.7.2. Критерии эффективности инвестиционных проектов, рекомендуемые международными и российскими методиками
 - 9.7.3. Расчет эффективного варианта проекта с использованием подхода, основанный на использовании сложных процентов

Приложения:

1. Краткий обзор преимуществ и недостатков некоторых методик прогнозирования сбыта
2. Формы для проведения управленческого анализа
3. Возможный набор сильных и слабых сторон, возможностей и угроз для предприятий

Список литературы