

из любой точки, при этом возможна совместная работа над документами в режиме online. Конкурентоспособность будущих специалистов определяется их умением грамотно и эффективно использовать современные технологии. Сервисы Google дают не просто навык работы с веб-приложениями, а вполне реальный опыт работы с инструментами, которые активно используются в современной образовательной среде.

Особенностью данного образовательного ресурса является его нацеленность на теоретические основы креативного менеджмента в сочетании практическими методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в сфере управления инновационной деятельностью, что позволяет бакалаврам приобретать навыки для применения различных приемов и средств принятия решений в области реализации креативных идей [1].

Основные разделы образовательного ресурса:

- аннотация курса;
- глоссарий, содержания основной понятийный аппарат;
- конспекты лекций в pdf-формате, включающие следующие темы: креативность как категория инновационной экономики, современные креативные индустрии, взаимосвязь креативности и творчества, источники инновационных идей, технологии и приемы творческого решения проблем, понятие креативного класса и его роль в постиндустриальном развитии экономики, интеллектуальная собственность как средство интенсификации бизнеса, разработка и презентация инновационного проекта;
- презентации к темам курса;
- список литературы (в том числе Интернет-источников);
- подборка учебных видео;
- данные о разработчике.

Образовательный ресурс разработан с ориентацией на существующий российский опыт инновационного и креативного предпринимательства, коммерциализации инновационных проектов в области приоритетных направлений развития науки и техники. Предназначен для студентов, обучающихся по специальностям и направлениям подготовки в области экономики и менеджмента, управления персоналом, а также для разработчиков инновационных проектов и всех специалистов, изучающих данную проблематику.

Ссылка на ресурс: <https://sites.google.com/site/kreativnostiinnovacii>.

#### Список литературы

1. Гуремина Н.В. Креативность и инновации: создание новых идей (рабочая программа учебной дисциплины (РПУД) // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2014. – № 6. – С. 142–143.

## МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ В НАЧАЛЕ XXI ВЕКА (учебное пособие)

Коржанова А.А.

*Гжельский государственный  
художественно-промышленный институт,  
Удельная, e-mail: akorj@inbox.ru*

В данном пособии рассматриваются особенности и перспективы развития международного туризма в XXI веке, а также факторы, препятствующие его развитию.

В первой главе анализируется развитие индустрии международного туризма, в частности: совершенствование мировой транспортной системы в нынешнем столетии, состояние гостиничного бизнеса, который из индустрии малых частных предприятий превратился в современную индустрию с разнообразными способами владения и управления и появлением множества крупных гостиничных цепей с определенной специализацией гостиничных услуг, а также масштабное расширение ресторанного бизнеса, который вобрал в себя весь предыдущий опыт ресторанного дела, к которому добавилось создание индустрии общественного питания быстрого обслуживания. Подчеркивается роль международных туристских организаций в развитии международного сотрудничества в сфере туризма и описывается деятельность наиболее влиятельных специализированных организаций туризма, среди которых: Всемирная туристская организация (ВТО), Организация Объединенных наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО), Экономический и социальный Совет (ЭКОСОС), Международная организация труда (МОТ), Международная ассоциация транспортной авиации (ИАТА) и др.

Вторая глава посвящена факторам развития международного туризма, влиянию общемировых процессов на его развитие, расширению межкультурных коммуникаций и значению геополитической обстановки для формирования туристских потоков (постоянная напряженность и неопределенность в туристских маршрутах из-за всплеск насилия, терроризма, религиозного экстремизма, экстремальных погодных ситуаций др.). Развитие туризма напрямую связано с экономическим и социальным развитием общества, а также с политикой. Следовательно, в случае серьезных политических беспорядков или гражданской войны индустрия туризма не может существовать, пока не прекратятся эти беспорядки. Менее серьезные обстоятельства геополитического характера побуждают правительства и руководителей туристской индустрии искать выход из кризиса и формировать государственные или международные программы развития туризма.

Определяя в целом хорошие перспективы развития туризма, эксперты международных

и национальных туристских организаций связывают дальнейшую судьбу туризма с экономической и политической ситуацией в мире, с социодемографическими изменениями и с дальнейшей дифференциацией деятельности туристских фирм.

Анализ современного состояния мировой туристской индустрии позволил выделить определенные тенденции в ее развитии в XXI веке.

Учебное пособие содержит контрольные вопросы и задания по теме и список используемой литературы.

Данное учебное пособие предназначено для студентов, специализирующихся в области социально-культурного сервиса и туризма, а также всех тех, кто интересуется путешествиями и туризмом.

**СИТУАЦИОННО-СТРАТЕГИЧЕСКОЕ  
ПЛАНИРОВАНИЕ В ЭКОНОМИКЕ.  
ТОМ 1. МЕТОДОЛОГИЯ ОПТИМИЗАЦИИ  
ПОКАЗАТЕЛЕЙ СПРОСА  
И ПРЕДЛОЖЕНИЯ  
(монография)**

Меркулова Ю.В.

*Москва, e-mail: merkul.yuliya@gmail.com*

На современном этапе развития рыночно-го механизма хозяйствования, при повышении уровня конкуренции, нестабильности, слабой предсказуемости условий хозяйствования, динамики самих рынков особую актуальность приобретают проблемы сбалансированности показателей спроса и предложения. Важно осознавать, что для решения этих задач необходимо повышать эффективность не только текущего, но и перспективного планирования. 2-е издание научной монографии: «Ситуационно-стратегическое планирование в экономике» наиболее полно и комплексно освещает формирование принципиально нового механизма планирования, объединяющего стратегическое планирование на перспективу и ситуационное планирование в текущем периоде в единую систему. Стратегическое планирование должно определять главные цели и основные направления развития, предусматривать необходимый диапазон для маневрирования стратегиями при текущем планировании. Ситуационные (текущие) планы должны не противоречить стратегическим, а дополнять и конкретизировать их. Отличительной чертой предлагаемой ситуационно-стратегической системы планирования является её нацеленность на конечный результат – выпуск конкурентоспособной продукции, лучшее удовлетворение потребительского спроса.

В 1-м томе книги раскрывается теория повышения общественной полезности товарного предложения фирмы. Даются определения понятиям «народнохозяйственная», «хозрасчётная», «потребительская» эффективность товара, предлагаются показатели их исчисления. Раскрыва-

ются методологические подходы взаимосогласованного повышения этих показателей. Для этого анализируются жизненные циклы спроса и предложения товара, раскрывается влияние стадий изготовления продукта в их сближении.

Особое место отводится формированию ассортимента плана фирмы. В условиях динамично меняющихся рынков, появления новых покупателей и конкурентов, дифференциации потребительского спроса особую важность приобретают показатели широты товарной номенклатуры (ТН) и ассортимента, глубины, гармоничности, эластичности товарного ассортимента (ТА). В книге предлагаются конкретные матрицы ассортиментных программ и алгоритмы принятия решений по корректировке показателей ТА с учётом меняющегося спроса на рынках. Наряду с этим освещается методологический подход взаимосогласованного планирования с учётом потребительского спроса других основных показателей плана: цены, качества и объёмов товарного предложения фирмы. Исследуется их влияние на показатели хозрасчётной и потребительской эффективности конкретного товара и товарного предложения фирмы в целом.

Дается определение целевой функции товара. Эффект от товара оценивается через показатель результативности его целевой функции. Предлагаются матрицы планирования основных показателей конкурентоспособности товарного предложения и алгоритмы принятия решений по их оптимизации. В связи с этим очень важно, что в книге предпринят анализ эффективности товарного предложения той или иной отрасли с точки зрения удовлетворения не только спроса на конкретных локальных рынках, но и с точки зрения удовлетворения совокупного спроса на товары данной отрасли. Тем самым становится возможным оценить степень удовлетворения спроса в разрезе всех потенциальных потребителей товаров отрасли. Таким образом, при планировании повышения общественной полезности товарного предложения становится возможным соединить планирование на микро- и макроэкономическом уровне.

Планирование деятельности предприятия всегда должно затрагивать внешний и внутренний аспекты. В книге очень большое внимание уделяется исследованию делового окружения фирмы. Это та сторона деятельности предприятия, которая до настоящего времени очень плохо прогнозировалась. В лучшем случае фирма ограничивалась маркетинговым анализом товарных рынков. Однако не менее важен анализ ресурсных рынков, а также анализ уровня интенсивности конкуренции как на товарных, так и на ресурсных рынках. Предложенный методологический подход к такому анализу и прогнозированию изменения товарных и ресурсных рынков, конкуренции на них, покупателей