

Инновационные риски на рынке туристических услуг

Ирина А. Киселева	¹	kia1962@list.ru
Николай Е. Симонович	²	nsimoni@mail.ru
Алла В. Литвинова	³	litvinova_av@mail.ru
Юрий А. Шаповалов	⁴	meatech@yandex.ru

¹ Российский экономический Университет имени Г.В. Плеханова, Стремянный пер., 36, г. Москва, 117997, Россия

² Российский Государственный Гуманитарный Университет, Миусская пл., 6, г. Москва, 125993, Россия

³ Волжский филиал Волгоградского государственного университета, ул. 40 Лет Победы, 11, Волжский, 404133, Россия

Реферат. В статье определены методы управления инновационным риском в туристическом бизнесе. Туристическая фирма, реализующая инновационную стратегию своей деятельности, сталкивается с особыми рисками, сопровождающими инновации: низким спросом на инновационные услуги ввиду недостаточной информации о них, а также отсутствием отзывов от потребителей этих услуг; недооценкой стоимости реализации инновационной услуги; появлением, так называемых, проблемных нововведений и т. д. Цель работы заключается в исследовании особенностей функционирования туристического рынка, а также выявлении проблем и перспектив развития сферы туризма с использованием инноваций. Были решены следующие задачи: проведен анализ функционирования рынка на современном этапе; предложены рекомендации по совершенствованию развития рынка туризма с использованием инноваций. В качестве методов выступали методы познания, ретроспективного и документального анализа, а также синтез, обобщения, систематизация. В статье рассмотрен ассортимент инновационных услуг; предложен организационно-экономический механизм управления рисками в туризме и основные направления совершенствования менеджмента в туристической деятельности. В настоящее время туристическая индустрия в регионах представлена большим числом малых турфирм. Раздробленность индустрии туризма создает информационные, координационные и диспетчерские функции. Кроме того, должны быть предусмотрены мероприятия по ликвидации возникающего ущерба на основе восстановительных технологий. При этом для управления предпринимательскими рисками наибольшее значение имеет эффективный менеджмент, а для потребительских рисков – различные виды страхования.

Ключевые слова: туристические услуги, коэффициент предпочтения, моделирование рынка, инновации, риски

Innovation risks in the market of tourist services

Irina A. Kiseleva	¹	kia1962@list.ru
Nikolai E. Simonovich	²	nsimoni@mail.ru
Alla V. Litvinova	³	litvinova_av@mail.ru
Yuryi A. Shapovalov	⁴	meatech@yandex.ru

¹ Plekhanov Russian University of economics, Stremyanny alley, 36, Moscow, 117997, Russia

² Russian State Humanitarian University, Miusskaya sq., 6, Moscow, 125993, Russia

³ Volzhsky Branch of Volgograd State University, 40-let Pobedy, 11, Volzhsky, 404133, Russia

Summary. The article defines methods of managing innovation risk in the tourist business. A travel company that implements an innovative strategy of its activities faces special risks that accompany innovation: low demand for innovative services due to lack of information about them, and lack of feedback from consumers of these services; underestimation of the cost of the innovation service; the appearance of so-called problematic innovations, etc. The aim of the work is to study the features of the functioning of the tourism market, as well as to identify problems and prospects for the development of tourism using innovations. The following tasks were accomplished: an analysis of the functioning of the market at the present stage; recommendations are proposed for improving the development of the tourism market with the use of innovations. Methods of cognition, retrospective and documentary analysis, as well as synthesis, generalization, systematization were methods. In the article the assortment of innovative services is considered; proposed the organizational and economic mechanism of risk management in tourism and the main directions for improving management in tourism. Currently, the tourism industry in the regions is represented by a large number of small travel agencies. The fragmentation of the tourism industry creates information problems. In order to coordinate the activities of these firms, it is advisable to create a single center that performs information, coordination and dispatch functions. In addition, measures should be envisaged to eliminate the resulting damage on the basis of recovery technologies. At the same time, for effective management of business risks, effective management is most important, and for consumer risks different types of insurance.

Keywords: travel services, preference factor, market modeling, innovation, risks

Введение

Туризм постепенно становится одним из стратегических видов деятельности в России, постоянно расширяется сфера услуг, и ее разнообразие. Особую роль стал играть внутренний туризм. Это обусловлено экспансией новой социокультуры, выражающейся, с одной стороны,

в возврате интереса к национальным традициям, а с другой в фискальных возможностях туризма [1]. Многие воспринимают туризм как новый вид коммуникаций и демонстрации статуса. Это выражается в устойчивом повышении доли этой сферы в ВВП ведущих рыночных стран. Суммарная доля стоимости услуг в этой сфере

Для цитирования

Киселева И.А., Симонович Н.Е., Литвинова А.В., Шаповалов Ю.А. Инновационные риски на рынке туристических услуг // Вестник ВГУИТ. 2017. Т. 79. № 4. С. 344–349. doi:10.20914/2310-1202-2017-4-344-349

For citation

Kiseleva I.A., Simonovich N.E., Litvinova A.V., Shapovalov Yu.A. Innovation risks in the market of tourist services. *Vestnik VGUIT* [Proceedings of VSUET]. 2017. vol. 79. no. 4. pp. 344–349. (in Russian). doi:10.20914/2310-1202-2017-4-344-349

в ВВП стран G20 превышает 60% по данным на 2015 г. (США – 79,6%, Франция – 77,6%, Греция – 75,3%, Великобритания – 74,5%), в РФ этот показатель находится в пределах 60%.

Рост бюджетности туризма и туристических услуг коррелирует с инновационными процессами [2]. В связи с этим становится очевидной актуальность исследования инновационных процессов на рынке туристических услуг. В то же время данный аспект инновационной деятельности, касающийся именно сферы услуг, недостаточно изучен. В значительной степени это обусловлено тем, что понятие инновации, и инновационной деятельности в том числе, долгое время трактовалось узко – в основном в технологической и технической сфере, считалось, что они требуют значительных затрат. Однако уже с 2005 г., появились официальные документы, в которых зафиксирована более широкая трактовка понятия инноваций. В частности, в новом Руководстве Осло (2005 г.) в понятие инновационного процесса были включены нововведения в области организации и маркетинга, а сейчас и налоговый консалтинг, и туризм. Это создает методические предпосылки для исследования инновационных процессов в сфере услуг, в которой доля данных видов деятельности традиционно очень высока [3].

В ряде стран туристические инновации стали занимать новым источником доходов бюджета. Лидерами являются (в силу географических причин и смешения различных культур) островные государства и анклавы: Макао (89,5%), Антигуа и Барбуда (75,8%), Мальдивы (61,3%), Сейшеллы (54,5%), Багамы (53,6%). Однако и другие развитые страны характеризуются достаточно высокой долей туризма в ВВП: Греция – 15,5%, Испания – 15,3%, Австрия – 12,5%; чуть ниже доля туризма в ВВП в Турции, Египте, ОАЭ. В России эта доля составляет ≈6% ВВП, что соответствует всего лишь 138-у месту в рейтинге стран по этому показателю [4].

Основная часть

Развитие туризма является важным показателем, характеризующим открытость экономики страны, а также приоритеты государственной политики, ориентированной на учет современных тенденций к глобализации, интеграции и межкультурному взаимодействию различных стран. Кроме того, формирование эффективно функционирующего туристского комплекса является во многих странах «локомотивом» экономического роста [5]. Возможности туризма для развития российской экономики оказались нереализованными, поскольку, хотя Россия и обладает богатым туристско-рекреационным потенциалом, но он в настоящее время недостаточно востребован.

В туристическом бизнесе следует различать следующие основные группы рисков:

1. предпринимательские, сопутствующие деятельности различных турфирм, предприятий размещения, развлечений, питания и т. д., являющихся производителями туристических услуг;

2. потребительские, которым подвержены туристы, выступающие в качестве потребителей услуг;

3. политические, обусловленные международным положением, противостоянием таможенных режимов, валютных систем.

Предпринимательские риски, в свою очередь, делятся на внутренние (предполагающие принятие решений на уровне рассматриваемого предприятия) и внешние, обусловленные взаимодействием предприятия с внешней средой (экономическими и природными объектами этой среды) [6].

Процессы принятия решений (и обуславливаемые ими риски) могут осуществляться на стадиях создания, функционирования, а также модернизирования предприятия. На стадии создания (образования) фирмы наиболее часто возникают проектные риски, обусловленные излишним оптимизмом и переоценкой эффективности будущего бизнеса. При этом не всегда учитываются риски реализации негативных условий, препятствующих возникновению новой структуры: высокие барьеры вхождения в рынок, неблагоприятная ценовая конъюнктура на приобретение оргтехники и аренду помещений, неудачное размещение будущей фирмы (предопределяющее отсутствие спроса на туристические услуги) и т. д.

Для уже работающего предприятия могут возникнуть риски потери эффективности из-за плохого менеджмента (отсутствие рекламы, неправильный подбор персонала, ориентация на сегмент туристических услуг с малым спросом и т. д.).

Туристическая фирма, реализующая инновационную стратегию своей деятельности, сталкивается с особыми рисками, сопровождающимися инновации: 1) низким спросом на инновационные услуги ввиду недостаточной информации о них, а также отсутствием отзывов от потребителей этих услуг; 2) недооценкой стоимости реализации инновационной услуги; 3) появлением, так называемых, проблемных нововведений и т. д.

При взаимодействии фирмы с внешней средой возникают риски банкротства, обусловленные жесткой конкурентной борьбой, нарушения сложившихся связей между турагентом и туроператором (в случае, например, ухода с рынка одного из них), кредитные риски (угрозы невыплаты долговых обязательств) и т. п. Кроме того, у турфирмы могут возникнуть убытки от стихийных бедствий – пожара, наводнения,

цунами, которые приводят к потере имущества фирмы и гибели персонала. Фирма несет также менее масштабные убытки и в случае неблагоприятных погодных условий: например, нелетная погода, нарушающая график трансфера туристов; отсутствие связи или электричества из-за обрыва проводов и т. д.

Потребительские риски определяются как субъективными (внутренними), так и объективными (внешними) факторами. Так, запланированная туристическая поездка может не состояться из-за проблем со здоровьем, по семейным обстоятельствам (например, смерть родственника), из-за необходимости решения важных дел на работе и т. д. Внешние факторы потребительских рисков чаще всего связаны с невыполнением обязательств со стороны производителя услуг (например, условия размещения и питания туриста могут не соответствовать заявленному). Возможны также риски, с выполнением обязательств, в случае травм или болезней клиентов и т. д. [7].

При осуществлении туристской деятельности и производители, и потребители туристских услуг стремятся к снижению рисков и минимизации возникающих при этом ущербов.

Методы управления рисками и снижением возникающих при этом ущербов достаточно унифицированы (как для предпринимательских, так и потребительских рисков) и меняющиеся экономические факторы приводят к появлению все новых инструментов:

1) прогнозирование рисков и принятие рациональных решений по их избежанию (для туристических фирм, это, прежде всего эффективный менеджмент);

2) метод уклонения, это последнее требование налоговых служб, каждая организация обязана проверять надежность своих партнеров. Негативная бизнес и налоговая информация не являются коммерческой тайной; [8, с. 42].

3) распределение (диверсификация) риска между различными участниками туристской деятельности или сегментами рынка туристического продукта;

3.1) диссипация, этот метод инновационное управление временем и адресными инвестициями;

4) создание резервов для покрытия возможных ущербов;

4.1) локализация, предполагает создание полигона для рискованных проектов и инвестиционной «подушки»;

5) страхование выявленных рисков (в том числе – имущества, здоровья, жизни) в страховом бизнесе;

6) хеджирование рисков с помощью финансовых инструментов;

6.1) метод компенсаций, предполагающий использование мониторинга и агрессивного маркетинга [9].

При этом для управления предпринимательскими рисками наибольшее значение имеет эффективный менеджмент, а для потребительских рисков – различные виды страхования.

Таким образом, одной из первоочередных задач туристического бизнеса является выявление и прогнозирование рисков. В рамках данной задачи на основе когнитивно-гносеологического подхода (предполагающего использование критерия степени определенности возможных исходов или последствий различных действий, с которыми сталкивается лицо, принимающее решение – ЛПР) риски туристической деятельности классифицируются иначе:

1) риски, наступление которых предопределено спецификой набором условий, и которые достаточно хорошо прогнозируются;

2) риски, наступление которых зависит от одного из множества частных исходов, причем каждый исход имеет вычисляемую или экспертно оцениваемую вероятность появления; предполагается, что ЛПР эти вероятности известны или их можно определить путем экспертных оценок;

3) выбор решений в условиях неопределенности, когда то или иное действие или несколько действий имеют своим следствием множество частных исходов, но их вероятности совершенно не известны или не имеют смысла.

При минимизации рисков второй группы используются такие методы как: 1) определение вероятностей наступления событий экспертным способом; 2) формирование сценариев и построение деревьев принятия решений [10]. Для большей объективности экспертного способа задания вероятностей в этом процессе обычно участвует не один эксперт, а целая группа экспертов. При этом их мнения могут сильно различаться, что ставит под сомнение целесообразность такого подхода. В этих случаях обычно рассчитывается коэффициент конкордации (согласованности экспертных оценок), в том случае, если этот коэффициент меньше 0,5, значение его предъявляется экспертам и производится еще одна итерация по оценке вероятностей – до тех пор, пока значение коэффициента конкордации не будет удовлетворять условию: $\geq 0,5$. Численный пример процедуры экспертного назначения вероятностей наступления рискованных событий в туристическом бизнесе приводится в работе [11, с. 8].

Сценарный подход и (как более сложный случай) построение деревьев решений базируется на построении исходной посылки о том, что объект имеет достаточно обозримое число вариантов развития. Метод деревьев особенно полезен в том случае, когда решения, принимаемые в конкретный момент времени, с одной стороны, зависят от решений, принятых ранее, а с другой – сами определяют будущее развитие событий.

Минимизировать риски по третьей группе обычно не удастся. Данный ряд событий относится к группе так называемых непредвиденных обстоятельств. Войны, теракты и катаклизмы являются наименее прогнозируемым риском в работе турагента и туроператора. Сложно предугадать как саму проблему, так и реакцию туристов на нее. В случае войны в стране, принимающей туристов, доходы теряет и туроператор, и турагент, продававший путевки на это направление и позиционировавший себя как специалист по данной стране. Теракты и стихийные бедствия сопровождаются резким снижением цен на данное направление и, соответственно, снижением дохода агентства.

При оценке ущербов, возникающих вследствие наступления негативного события, широко применяется проектный подход, когда инвестиционный проект развития предприятия (в данном случае – турфирмы) исследуется на чувствительность к возможным негативным возмущениям внешней или внутренней среды. Этот подход сочетается обычно с экспертным методом назначения вероятностей, в результате чего рассчитывается математическое ожидание прибыли предприятия.

Важная задача, возникающая на стадии формирования фирмы, состоит в выборе будущего проекта развития. При этом выбор проекта осуществляется чаще всего на основании пары критериев – риска и дохода, которые, как правило, являются конкурирующими: наиболее доходные проекты являются и более рисковыми [12].

Наиболее часто подобная ситуация возникает у предприятий, осуществляющих инновационную деятельность. Возможные подходы и способы отбора различных проектов рассмотрены в работе. Суть этих способов состоит в следующем.

Принимается исходная гипотеза о том, что «мерой риска некоторого решения или операции является среднее квадратичное отклонение (положительный квадратный корень из дисперсии) от среднего значения показателя эффективности (прибыли) в результате принятия этого решения.

Поскольку риск обусловлен недетерминированностью исхода решения, то, чем меньше разброс (дисперсия) результата решения, тем более он предсказуем, т. е. меньше риск. Если вариация (дисперсия) результата равна нулю, риск полностью отсутствует» [13, с. 12].

Следует также учитывать современную тенденцию постепенного перехода от модели туризма “3S” к модели “3L” (“3S” – See, Sun, Sand – море, солнце, песок; “3L” – Lore, Landscape, Leisure – знание, ландшафт, досуг). То есть усиление культурно-познавательных мотивов туризма, замещающих мотивы пассивного отдыха у моря. Данная тенденция – это фактор, содействующий намеченному инновационному курсу развития туризма в регионах.

Еще одно направление совершенствования туризма состоит в интеграции информационного пространства в данной сфере услуг [14]. В настоящее время туристическая индустрия в регионах представлена большим числом малых турфирм. В то же время такая раздробленность индустрии туризма создает информационные проблемы. С целью координации деятельности этих фирм целесообразно создание единого центра, выполняющего информационные, координационные и диспетчерские функции.

К числу важных инноваций в туристическом бизнесе является внедрение ресурсосберегающих и природоохранных технологий [15, с. 35]. Туризм как отрасль имеет выраженную ориентацию на использование природных ресурсов. В отличие от других отраслей он сам вызывает мощные миграции людей к местам сосредоточения рекреационных ресурсов. Кроме того, должны быть предусмотрены мероприятия по ликвидации возникающего ущерба на основе восстановительных технологий.

Заключение

Внедрение данного ассортимента инновационных услуг невозможно, во-первых, без их экономического обоснования [16, с. 41] (на основе экономико-математических моделей и методов); а во-вторых, без разработки соответствующих организационно-экономических механизмов, обеспечивающих вхождение на рынок туруслуг и дальнейшее их функционирование.

С этой целью должны быть осуществлены инновации в области знаний – создании новых экономико-математических методов оценки эффективности используемых технологий при оказании туристских услуг, [17, с. 56], обосновании различных стратегий управления туристическими предприятиями, оптимизации

ассортимента и структуры рассматриваемых услуг, а также другие методы и модели, ориентированные на совершенствование менеджмента в туристической деятельности [18]

Необходимо разработать методику встраивания экономико-математических моделей и оптимизационных задач в функциональной области туризма в среду информационной

системы без повторного ввода информации [19]. Существуют некоторые модели по туризму, среди которых можно выделить статистические, оптимизационные и динамические. Но в настоящее время нет реализуемых динамических моделей, учитывающих рыночные элементы в туристической деятельности [20].

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. М.: Финансы и статистика, 2012. 200 с.
- 2 Черешкин Д.С. Управление рисками и безопасностью. М.: Издательская группа URSS, 2010. 200 с.
- 3 Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. М.: Финансы и статистика, 2003. 304 с.
- 4 Исмаев Д.К. Основная деятельность туристской фирмы (на примере российского турбизнеса). М.: ООО «Книгодел»: МАТГР, 2015. 158 с.
- 5 Иванов А.П., Сахарова И.В., Хрусталеv Е.Ю. Финансовые методы управления инвестиционной привлекательностью компании // Аудит и финансовый анализ. 2006. № 1. С. 124–141.
- 6 Ефремова Н.Е. Системный подход к управлению рисками на предприятиях туризма // Известия ТулГУ Экономические и юридические науки. 2013. № 5–1. С. 109–115.
- 7 Alexander C. Financial Risk Management and Analysis. Wiley, 1996.
- 8 Киселева И.А., Трамova А.М. Моделирование прогнозирования спроса на рынке туристических услуг // Интернет-журнал Науковедение. 2013. № 6 (19). С. 42.
- 9 Brigham E. Fundamentals of financial Management. The Dryden Press, 1992.
- 10 Здоров А.Б. Экономика туризма. М.: Финансы и статистика, 2004. 272 с.
- 11 Киселева И.А., Трамova А.М. Инновационная стратегия развития отраслевых комплексов как условие устойчивого экономического роста // Региональная экономика: теория и практика. 2014. № 1. С. 2–10.
- 12 Власов А. Риск-менеджмент: система управления потенциальными потерями // Бизнес. 2013. № 5. С. 25–32.
- 13 Дубров А.М., Лагоша Б.А., Хрусталеv Е.Ю. Моделирование рискованных ситуаций в экономике и бизнесе. М.: Финансы и статистика, 2003. 222 с.
- 14 Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг. М.: ИКЦ «МарТ», 2014. 416 с.
- 15 Киселева И.А., Симонович Н.Е. Инновационные методы принятия решений в условиях рисков: психологические аспекты // Аграрное образование и наука. 2016. № 2. С. 35.
- 16 Киселева И.А., Симонович Н.Е. Конкурентоспособность предприятия в условиях глобализации общества: влияние корпоративной культуры // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2014. № 11. С. 39–44.
- 17 Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. Минск: Новое знание, 2005. 408 с.

- 18 Акаев А.А. и др. Проекты и риски будущего: концепции, модели, инструменты, прогнозы. М.: Издательская группа URSS, 2011. 432 с.
- 19 Anderson C. Makers: The New Industrial Revolution. NY.: Crown Business, 2012. P. 272.
- 20 Rodoula H. Strategic Marketing in Tourism Services Business & Economics. 2012. P. 434.
- 21 Родионова Н.С., Дерканосова А.А. Анализ экономической эффективности инновационной технологии производства мучных кондитерских изделий для бортового питания // Вестник Воронежской государственной технологической академии. 2011. № 4. С. 58–60.
- 22 Ильина Т. С., Захаров Н. Ю. Управление образовательными рисками // Вестник ВГУИТ. 2016. № 4. С. 290–295. doi:10.20914/2310-1202-2016-4-290-295
- 23 Коломыцева О.Ю., Колесникова Е.Ю. Процедура параметрической оценки экономической безопасности промышленного предприятия // Экономика и предпринимательство. 2014. № 12–2 (53–2). С. 756–758.
- 24 Коломыцева О.Ю., Колесникова Е.Ю., Гнеушева Н.М. Обеспечение корпоративной экономической безопасности на основе управления изменениями // Современная экономика: проблемы и решения. 2012. № 11 (35). С. 39–44.

REFERENCES

- 1 Zhukova M.A. Industriyatuzizma: menedzhmentorganizatsii. [Tourism industry: management of the organization] Moscow, Finansyistatistika, 2012. 200 p. (in Russian)
- 2 Chereskin D.S. Upravlenieriskamiibezopasnost'yu [Risk and Security Management] Moscow, Izdatel'skayagruppa URSS, 2010. 200 p. (in Russian)
- 3 Gulyaev V.G. Turizm: ekonomikai sotsial'noerazvitie [Tourism: economics and social development]. Moscow, Finansyistatistika, 2003. 304 p. (in Russian)
- 4 Ismaev D.K. Osnovnayadeyatelnost' turistskoifirmy (na primererossiiskogoturbiznesa) [The main activity of the tourist company (on the example of the Russian tourist industry)]. Moscow, ООО «Knigodel»: MATGR, 2015. 158 p. (in Russian)
- 5 Ivanov A.P., Sakharova I.V., Khrustalev E. Yu. Financial methods of managing the company's investment attractiveness. *Audit ifinansovyanaliz*. [Audit and financial analysis] 2006. no. 1. pp. 124–141. (in Russian)
- 6 Efremova N.E. A Systems Approach to Risk Management at Tourism Enterprises. *IzvestiyaTulGU. Ekonomicheskieiuridicheskienauki* [Proceedings of TulSU] 2013. no. 5–1. pp.109–115. (in Russian)
- 7 Alexander S. Financial Risk Management and Analysis. Wiley, 1996.
- 8 Kiseleva I.A., Tramova A.M. Modeling of forecasting of demand in the market of tourist services *Internet-zhurnal Naukovedenie*. [Internet-journal Naukovedenie] 2013. no. 6 (19). pp. 42. (in Russian)

9 Brigham E. Fundamentals of financial Management. The Dryden Press, 1992.

10 Zdorov A.B. Ekonomikaturizma. [Economy of Tourism] Moscow, Finansyistatistika, 2004. 272 p. (in Russian)

11 Kiseleva I.A., Tramova A.M. Innovative strategy of development of industrial complexes as a condition for sustainable economic growth. *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika*. [Regional economy: theory and practice] 2014. no. 1. pp. 2–10. (in Russian)

12 Vlasov A. Risk Management: Potential Loss Management System. *Biznes*. [Business] 2013. no. 5. pp. 25–32. (in Russian)

13 Dubrov A.M., Lagosha B.A., Khrustalev E. Yu. Modelirovanie riskovykh situatsii v ekonomike i biznese [Modeling of risk situations in economy and business] Moscow, Finansyistatistika, 2003. 222 p. (in Russian)

14 Ushakov D.S. Prikladnoituropereiting. [Applied tourreporting] Moscow, IKTs «MarT», 2014. 416 p. (in Russian)

15 Kiseleva I.A., Simonovich N.E. Innovative methods of decision-making in the context of risks: psychological aspects. *Agrarnoe obrazovanie i nauka*. [Agrarian education and science] 2016. no. 2. pp. 35. (in Russian)

16 Kiseleva I.A., Simonovich N.E. Competitiveness of an enterprise in the context of globalization of society: the impact of corporate culture. *Natsional'nye interesy: priority bezopasnost'*. [National interests: priorities and security] 2014. no. 11. pp. 39–44. (in Russian)

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Ирина А. Киселева д.э.н., профессор, кафедра математических методов в экономике, Российский экономический Университет имени Г.В. Плеханова, Стремянный пер., 36, г. Москва, Россия, kia1962@list.ru

Николай Е. Симонович д.псих.н., профессор, кафедра психологии личности Института психологии им. Л.С. Выготского, Российский Государственный Гуманитарный Университет, Миусская пл., 6, г. Москва, Россия, nsimoni@mail.ru

Алла В. Литвинова д.э.н., зав. кафедрой, кафедра финансов и кредита, Волжский филиал Волгоградского государственного университета, ул. 40 Лет Победы, 11, Волжский, 404133, Россия, litvinova_av@mail.ru

Юрий А. Шаповалов студент, кафедра технологии продуктов животного происхождения, Воронежский государственный университет инженерных технологий, пр-т Революции, 19, г. Воронеж, 394036, Россия, meatech@yandex.ru

КРИТЕРИЙ АВТОРСТВА

Все авторы в равной степени принимали участие в написании рукописи и несут ответственность за плагиат

КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

ПОСТУПИЛА 10.10.2017

ПРИНЯТА В ПЕЧАТЬ 23.11.2017

17 Kabushkin N.I. Menedzhmenturizma [Tourism Management] Minsk, Novoeznanie, 2005. 408 p. (in Russian)

18 Akaev A.A. Proekty i riski budushchego: kontseptsii, modeli, instrumenty, prognozy [Projects and risks of the future: concepts, models, tools, forecasts]. Moscow, Izdatel'skaya gruppa URSS, 2011. 432 p. (in Russian)

19 Anderson C. Makers: The New Industrial Revolution. New-York, Crown Business, 2012. p. 272.

20 Rodoula H. Strategic Marketing in Tourism Services Business & Economics 2012. pp. 434.

21 Rodionova N.S., Derkanosova A.A. Analysis of the economic efficiency of innovative technology for the production of flour confectionery products for on-board nutrition. *Vestnik VGTA*. [Proceedings of Voronezh State Technological Academy] 2011. no. 4. pp. 58–60. (in Russian)

22 Il'ina T. S., Zakharov N. Yu. Management of educational risks. *Vestnik VSUET* [Proceedings of VSUET]. 2016. no. 4. pp. 290–295. (in Russian). doi:10.20914/2310-1202-2016-4-290-295.

23 Kolomytseva O.Yu., Kolesnikova E.Yu. Procedures for parametric estimation of economic security of an industrial enterprise. *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economics and Entrepreneurship]. 2014. no. 12–2 (53–2). pp. 756–758. (in Russian)

24 Kolomytseva O.Yu., Kolesnikova E.Yu., Gneusheva N.M. Providing corporate economic security based on change management. *Sovremennaya ekonomika* [Modern economy: problems and solutions] 2012. no. 11 (35). pp. 39–44. (in Russian)

INFORMATION ABOUT AUTHORS

Irina A. Kiseleva Dr. Sc. (Econ.), professor, mathematical methods in economics department, Plekhanov Russian University of economics, Plekhanov Russian University of economics, Stremyanny alley, 36, Moscow, Russia, kia1962@list.ru

Nikolai E. Simonovich Dr. Sci. (Psych.), professor, department of personality psychology institute named after L.S. Vygotsky, Russian State Humanitarian University, Miusskaya sq., 6, Moscow, Russia, nsimoni@mail.ru

Alla V. Litvinova Dr. Sc. (Econ.), head of department, finance and credit department, Volzhsky Branch of Volgograd State University, 40-let Pobedy, 11, Volzhsky, 404133, Russia, litvinova_av@mail.ru

Yuryi A. Shapovalov student, technology of animal products, Voronezh state university of engineering technologies, Revolution Av., 19 Voronezh, 394036, Russia, meatech@yandex.ru

CONTRIBUTION

All authors equally took part in writing the manuscript and are responsible for plagiarism

CONFLICT OF INTEREST

The authors declare no conflict of interest.

RECEIVED 10.10.2017

ACCEPTED 11.23.2017