

08.00.00 Economic Sciences

08.00.00 Экономические науки

UDC 331

LOGIC AND INTUITIVE METHODS OF MANAGEMENT SYSTEMS STUDY  
DURING DIRECTION FINDING OF COMPANIES' MODERNIZATION DEVELOPMENT  
IN HEALTH RESORT AND TOURISM SPHERE

Alexander S. Varyukhin

Sochi branch of Russian State Social University  
46 Konstitutsii Str., Sochi 354000  
PhD (Technical Sciences), Assistant Professor  
E-mail: varyukhins@mail.ru

The article analyses existing approaches to companies' management systems in health resort and tourism sphere, gives general characteristic of fundamental updating companies, representing some scheme of companies description according to certain set of characteristics, including those from cited logic and intuitive methods.

**Keywords:** management system, logic and intuitive methods, companies' strategies, fundamental updating companies.

Переход к ориентации на качественное совершенствование деятельности предприятий курортного дела и туризма невозможен без разработки соответствующих методологических и научно-методических основ, обеспечивающих проведение необходимых проектно-исследовательских работ. Это особенно важно в современных условиях существующих тенденций по обоснованию направлений модернизационного развития предприятий и их систем управления.

В свою очередь, основой методического обеспечения применяемых автоматизированных систем проектирования систем управления является ориентированный на решение стоящих перед ней задач комплекс определенным образом состыкованных по входам и выходам и исходным данным многоуровневых описаний объектов проектирования (предприятий туристических услуг) их составных частей и алгоритмов решения проектно-исследовательских задач соответственно [1, 3].

Однако, проблема обеспечения эффективного функционирования систем управления предприятий сферы туризма не может быть решена только за счет разработки базового методического обеспечения.

Для этих целей требуются специальные, обладающие высокой универсальностью и повышенным быстродействием модели, комплексные методики, в общем случае отличающиеся от моделей и методик базового обеспечения.

Рассмотрим теперь применяемые для выше изложенных целей положения логических методов. Как правило, методы исследования подразделяются на логические и интуитивные [4].

Однако такая классификация очень в рамках базового обеспечения условна, так как на практике трудно найти какой-либо процесс исследования в сфере курортного дела и туризма с четким выделением методов, основанных только на логике, или

только на интуиции, поэтому данная совокупность методов исследования выделяется в совместную отдельную группу логико-интуитивных методов.

Таким образом, логико-интуитивные методы основаны на использовании при исследовании систем управления выше указанных предприятий способов логического и интуитивного характера, причем как каждого в отдельности, так и всех одновременно, т.е. совместно [4, 5].

Сущность логических методов рассмотрим ниже.

Логические методы исследования представляют собой приемы, относящиеся к логике и соответствующими ее законам, закономерностям и принципам. Они отличаются целенаправленностью, упорядоченностью и последовательностью использования. Это позволяет применять их в исследовательских работах различного характера, например при анализе процессов управления в ретроспективном плане, управленческого учета, финансовой деятельности, маркетинга предприятий в сфере туризма и курортного дела [2, 4, 5].

Логика (как наука о человеческом мышлении и законах, которым оно подчиняется) лежит в основе всех логических методов исследования. Она является простым и практически действенным аппаратом изучения исследуемых предприятий в сфере курортного дела и туризма. Как правило основными логическими приемами исследования в настоящее время выступают:

- 1) понятия;
- 2) суждения;
- 3) умозаключения.

Рассмотрим их последовательно.

1. Понятие позволяет выделить в исследуемом предмете самое существенное и общее. Как и другие приемы исследования, понятия претерпевают диалектическое развитие, т.е. уточняются, конкретизируются, пересматриваются, в результате чего появляются новые понятия. Последние нередко могут быть следствием важнейших открытий, изобретений и как следствие появление новых форм услуг.

2. Суждение следует рассматривать как форму мышления, утверждающую или отрицающую взаимосвязь изучаемого предмета с его тем или иным признаком или отражающую отношения между различными предметами, определяя истинность или ложность этих связей и отношений. Суждение, как правило, позволяет, отрицать или подтверждать то или иное событие, явление, связь и т.п. В качестве примера можно рассматривать выявление потенциальных связей между структурными подразделениями предприятий туристических услуг. В каждом из суждений могут находить отражение единичное и комплексное, положительное и отрицательное, различия и общее, закономерное и случайное, и др.

Суждения могут быть простыми (выражают связь только двух предметов или их свойств) и сложными (имеют несколько простых суждений).

3. Доказательство, как категория исследовательской деятельности, предполагает приведение соответствующих аргументов, фактов и авторитетных точек зрения, подтверждающих на основе формальной логики истинность какого-либо суждения и (или) определенного состояния, положения объектов исследования. Следует отметить, что при проведении доказательных рассуждений часто оперируют взаимосвязанными терминами «аргумент», «тезис» и «демонстрация».

В общем случае доказательства могут быть прямыми (когда не используются противоречащие аргументы, допущения) и косвенными (когда используются противоречащие аргументы, допущения) [2, 4, 5].

К основным способам доказательства относят:

- гипотетический, основанный на доказательствах по гипотезам;

• фактологический, т.е. базирующийся на систематизированных достоверных фактах, в том числе экспериментальных;

- аксиоматический, базирующийся на аксиомах;
- ключевых категорий, которые распространяются на реальные явления и имеющийся практически опыт;
- правовой, основанный на положениях норм права;
- обратный, предполагающий использование абсурдных аргументов – противоположных доказываемому состоянию;
- анализа свойств исследуемого объекта;
- классификации факторов, влияющих на состояние и свойства объекта исследования.

Очень важно, чтобы аргументы, используемые при доказательствах, были истинными и независимыми. Доказательство, не являющееся строго аргументированным и имеющее некоторую величину вероятности, называют обычно обоснованием.

Аргумент понимается как довод или основание доказательства. Это исходное теоретическое и (или) фактическое положение которым обосновывают тезис. В качестве аргументов могут выступать теоретические и эмпирические обобщения, аксиомы, утверждения об имеющихся фактах.

Тезис здесь понимается как суждение, истинность которого обосновывается в процессе аргументации. Логический переход от аргумента к тезису осуществляется в процессе умозаключения.

Демонстрация – это логическая условная взаимосвязь между аргументом и тезисом. Она показывает, что тезис логически следует из используемых аргументов в соответствии с проводимыми умозаключениями.

Умозаключение используется для получения новых заключений из других исходных посылок. С его помощью на основе абстрактного мышления создается новое знание, являющееся следствием известных положений.

Очевидно, что логика может быть использована для получения объективного результата исследования только при точно формулируемой мысли, имеющей устойчивое и определенное содержание. При толковании одного и того же слова неоднозначно (в случае наличия омонима – слова, звучащего одинаково, но имеющего разное понимание) умозаключение может быть ошибочным. Именно поэтому следует уделять большое внимание употребляемым словам, их смыслу.

Таким образом, основополагающий закон логики – закон тождества, согласно которому любая мысль в процессе рассуждения должна быть тождественна самой себе. Данный закон исключает использование в логических рассуждениях слов многозначного понимания (омонимов). В противном случае последует ошибка в выводах преднамеренного или непреднамеренного характера. Конечно, употребление тех или иных слов запретить нельзя, но при этом следует договориться об однозначном их толковании.

Среди других законов логики необходимо отметить:

1. Закон непротиворечив – два несовместимых суждения не могут быть одновременно истинными, т.е. как минимум одно из них ложно;
2. Закон исключения третьего – два противоречащих суждения не могут быть одновременно ложными» так как одно из них истинно;
3. Закон достаточного основания – любая мысль признается истинной, если она имеет достаточное основание; достаточным основанием для признания истинности мысли может служить другая проверенная и признанная мысль, из которой она вытекает.

Один из методов логики – аналогия – представляет собой способ получения нового знания об изучаемом предмете (явлении), опирающийся на ранее приобретенные знания о другом во многом объективно подобном, сходном, но по существу различном объекте. При этом на основе умозаключения осуществляется логический переход от одного знания к другому, более глубокому. Объектами аналогий могут быть исследуемые предметы и отношения между ними.

Результатами исследования методом аналогий могут быть знания проблематичного и достоверного характера, обусловленные:

- сходством признаков уподобляемых предметов (или отношений) и различий между ними;
- характером зависимости между признаками сходства уподобляемых предметов (или отношений).

Следовательно, при использовании этого метода важно предварительно выявить сходные и различающиеся свойства и признаки объекта (предприятия), используемого при логическом переходе от одного знания к другому.

Еще одним из логических приемов, часто используемых при проведении исследования систем управления, является метод средних величин. Он применяется, например, при анализе деятельности предприятия (рентабельность гостиничного комплекса, средней заработной платы персонала гостиницы, среднего срока службы инженерных коммуникаций предприятий сферы услуг и т.д.). Наиболее употребимы такие средние величины, как средние арифметические, средние геометрические, средние квадратические. Метод средних величин лежит в основе других способов исследования, в том числе вероятностных, статистических и других.

Способ относительных величин (проценты, коэффициенты, индексы) также с определенной долей условности можно отнести к совокупности логических методов. Он позволяет абстрагироваться от абсолютных величин и сделать выводы при исследовании, например при оценке темпов роста или снижения развития в сфере туризма.

Постановку проблемы исследования систем управления можно осуществить различными методами, в том числе с помощью сформулированного исследовательского вопроса [4]. При этом вопрос можно формулировать с вопросительным знаком или в качестве констатации объекта исследования. С вопросительным знаком вопрос должен состоять, как правило, из вопросительной и исследовательской частей, например:

- почему продукция предприятия имеет низкий технико-экономический уровень качества?
- какова причина нарушения сроков исполнения заданий управленческими работниками среднего звена управления?

При констатации объекта исследования проблему следует сформулировать, отвечая на три вопроса: 1) что является объектом исследования? 2) зачем? 3) каким образом? Примером таких формулировок могут стать, например, следующие проблемы:

- повышение конкурентоспособности инноваций в сфере курортного дела и туризма на основе развития свободных экономических зон;
- обеспечение эффективного управления организацией на базе создания и функционирования логистической информационной системы;

Важную роль в исследовании систем управления играют обобщения, являющиеся результатом использования логических приемов по переходу от рассматриваемых схожих свойств отдельной группы изучаемых явлений к более глубокому пониманию и новым знаниям о целой совокупности исследуемых однородных объектов (гостиничных комплексов). Это означает, что на базе

выявленных существенных признаков отдельных объектов (предприятий) они рассматриваются уже как признаки всей однородной группы подобных объектов и позволяют определить эту совокупность объектов новым понятием.

Такие признаки, позволившие сделать то или иное обобщение, служат его основанием. Например, по признаку эффективности за определенный период времени отдельных подсистем систем управления можно сделать обобщение о банкротстве предприятий в сфере туризма в определенный период.

Методы исследования, основанные на логике, отличаются упорядоченностью, что обуславливается, как правило, алгоритмизацией процедур их использования [1, 3].

Теперь рассмотрим сущность интуитивных методов.

Интуитивный подход, как элемент творчества, всегда используется исследователями на начальных этапах изучения объектов, когда разрабатываются гипотезы и осуществляется выбор метода их подтверждения [4, 5]. То, что интуиция является способностью человека, оспаривать трудно, но правильно это только частично. Интуиция исследователя развивается, накапливается, создается и проявляется только на основе собственного опыта и работ других. Интуиция больше должна использоваться при проведении творческих исследовательских работ: чем меньше информации, чем выше ее неопределенность, тем больше потребность в использовании интуиции исследователя.

Интуитивные методы исследования систем управления предприятий в сфере туризма чаще применяются при:

- поиске новых идей;
- выявлении скрытых проблем;
- при необходимости принятия оперативных решений, когда нет ни времени, ни других ресурсов.

Процедуры использования этих методов практически не подвергаются алгоритмизации.

К одному из интуитивных методов исследования систем управления условно можно отнести метод полемики. Polemika как относительно эффективный метод исследования систем управления достаточно широко распространена при проведении различного рода исследовательских работ.

Пolemika представляет собой аргументированное обсуждение группой исследователей:

- а) актуальных проблем;
- б) возможных приемов и способов их решения.

Пolemika позволяет на основе выявления различных точек зрения:

- 1) осилить имеющиеся аргументы доказательств;
- 2) определить дополнительные.

Обратим внимание на выбор стратегии интуитивного поиска. При проведении исследований предприятий в сфере курортного дела и туризма на основе использования методов интуиции большое значение имеет выбор стратегии исследовательских работ. Среди возможных стратегий, в той или иной мере основанных на интуиции, специалисты выделяют:

- 1) целевого поиска (определение цели обработки информации, ее классификацию по целевым факторам, направлениям исследования);
- 2) систематизированный поиск (определение цели обработки информации, ее классификацию по целевым факторам, направлениям исследования, методологии систематизации информационных данных, например, методом структуризации);
- 3) интуитивный поиск (на основе разработки гипотез и идей, их анализ и отбор; проводится упрощенный анализ информации);

4) интуитивно-целевой поиск (сочетание интуитивного и целевого).

Систематизация стратегий интуитивного поиска в зависимости от их вида приведены в табл. 1. Каждую из этих стратегий надо выбирать и использовать с учетом влияния на них логики и интуиции.

Таблица 1.

Особенности стратегий интуитивного поиска  
при исследовании систем управления

Виды стратегии	Особенности стратегии			
	Характер проблемы	Что делать	Какие средства использовать	Как делать
Целевой поиск	Определенный	Определить цели обработки информации и классифицировать ее по целевым факторам	Логику, опыт, типовые методики.	Ограничивать поиск целями
Систематизированный поиск	Множественность решений	Систематизировать варианты	Логику, интеллект	Анализировать варианты
Интуитивный поиск	Сложный, поскольку проблема новая	определять и накапливать идеи	Интуицию	Мотивировать использование интуиции
Интуитивно-целевой поиск	Достижение цели	Связать проблему с целью исследования	Цели, интуицию	Ограничивать поиск целью

На основании выше изложенного отметим, что в общем случае под направлением модернизационного развития предприятий в сфере курортного дела и туризма предлагается понимать определенную группу базовых модернизируемых предприятий, представляющих некоторую схему описания предприятий по определенной совокупности признаков в том числе и из приведенных логико-интуитивных методов. В тоже время, формируя определенную матрицу на основе базовых модернизируемых предприятий, можно сформировать комплекс направлений модернизационного развития исследуемых предприятий.

**Примечания:**

1. Алексеев В.И. Информационные технологии в туризме и гостиничном менеджменте. Учебное пособие. СПб.: Д.А.Р.К., 2008. 224 с.; Потапова И.И., Видищева Е.В. Создание туристского кластера как фактор устойчивого комплексного развития туризма в регионе // Вестник СГУТиКД. 2008. № 3–4 (5–6). С. 52–65; Романова Г.М., Нубарян Г.Д. Показатели туристского центра мирового уровня // Вестник СГУТиКД. 2007. № 1–2. С. 13–24.

2. Варюхин А.С., Маркарян И.Н. Исследование систем управления. Учебно-методическое издание. Сочи РГСУ. Изд-во «СТЕРХ», 2010. 129 с.; Варюхин А.С. Логистические подходы в системе разработки управленческих решений на

предварительном этапе реализации инновационных проектов // Вестник СГУТиКД. 2008. № 3–4 (5–6). С. 66–69.

3. Брусакова И.А. Информационные системы и технологии в экономике. М.: Финансы и статистика, 2007. 352 с.

4. Мишин В.М. Исследование систем управления. Учебн. пособие для вузов. М.: «ЮНИТИ-ДАНА», 2007. 527 с.

5. Рогожин С.В., Рогожин Т.В. Исследование систем управления. Учебник. Ярославль: Ярославский Полиграф комбинат. Изд-во «ЭКЗАМЕН», 2004. 287 с.

6. Панова Т.В. Проблемы становления финансово-экономических институтов модернизационно-инновационного развития // Экономические науки. 2010. № 70. С. 49–55.

УДК 331

ЛОГИКО-ИНТУИТИВНЫЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СИСТЕМ  
УПРАВЛЕНИЯ ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИИ НАПРАВЛЕНИЙ МОДЕРНИЗАЦИОННОГО  
РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ КУРОРТНОГО ДЕЛА И ТУРИЗМА

Александр Сергеевич Варюхин

Российский государственный социальный университет, филиал в г. Сочи  
354000, г. Сочи, ул. Конституции, 46  
Кандидат технических наук, доцент  
E-mail: varyukhins@mail.ru

В статье рассмотрены существующие подходы по исследованию систем управления предприятий в сфере курортного дела и туризма. Приводится общая характеристика по определению базовых модернизуемых предприятий, представляющих некоторую схему описания предприятий по определенной совокупности признаков, в том числе и из приведенных логико-интуитивных методов.

**Ключевые слова:** система управления, логико-интуитивные методы, стратегии предприятий, базовые модернизируемые предприятия.