

- актуальные проблемы и новые направления / Г. Клейнер // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – № 1. – С. 15–22.
8. Козаченко А. В. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения : монография / А. В. Козаченко, В. П. Пономарев, А. Н. Ляшенко. – К. : Либра, 2003. – 280 с.
 9. Мішина І. Г. Економічна безпека в умовах ринкових трансформацій : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.01 «Економічна теорія та історія економічної думки» / І. Г. Мішина. – Донецьк, 2007. – 20 с.
 10. Молодецький С. Економічна безпека бізнесу як важлива складова національної системи безпекотворення / С. Молодецький // Бизнес и безопасность. – 2008. – № 6. – С. 30–32.
 11. Чернявский А. А. Промышленный шпионаж и безопасность предпринимательства : учеб.-метод. пособие / А. А. Чернявский. – К. : МЗУ-УП, 1994. – 64 с.
 12. Шкарлет С. М. Формування економічної безпеки підприємств засобами активізації їх інноваційного розвитку : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / С. М. Шкарлет. – К., 2008. – 34 с.
 13. Wilson T. Despite economy, security spending to increase in 2009 [Електронний ресурс] / T. Wilson. – 2009. – Jan. 5. – Режим доступу : <http://www.darkreading.com/story/showArticle.jhtml?articleID=212700661>
 14. International standards ISO/IEC 27001: 2005 / Specification for Information Security Management [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.iso.org>

УДК 339.5

РОЗВИТОК МЕТОДІВ І НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Р. І. Балашова, кандидат економічних наук

На даному етапі розвитку економіки України відбувається збільшення масштабів туристичної галузі, що зумовлює необхідність аналізу чинників, які формують на ефективність економічних результатів. Діючі елементи економічного механізму взаємопов'язані та впливають на туристичний ринок гнучкою системою відносин.

Нормативно-правове поле, яке поширюється і на туристичну діяльність, регламентує її для конкурентних стосунків і передбачає вивчення, контроль і своєчасне коригування їх діяльності з метою досягнення ефективних результатів виробників туристичного продукту.

Високий рівень рентабельності забезпечується завдяки зростанню обсягів туристичних послуг у межах забезпеченого попиту, обґрунтуванню і зниженню витрат на виробництво цих послуг та інших витрат.

Необхідність виявлення і ліквідації причин

неефективного функціонування туристичних підприємств зумовлює повну характеристику і оцінку їх діяльності. Для всебічного аналізу використовуються якісні критерії і кількісні показники оцінки ефективності економічних відносин з позицій її відповідності сучасним вимогам.

Основним економічним критерієм оцінки є ефективність роботи туристичного підприємства взагалі та вклад кожного контрагента в його економіку. Формування і регулювання внутрішнього економічного механізму, його подальше поглиблення та розвиток значною мірою впливають на рівень життєздатності та прибутковості підприємства. Вирішальним чинником підвищення його конкурентоспроможності та подальшого успішного розвитку стає модель ефективного господарювання.

Проблеми ефективною діяльності є темою досліджень зарубіжних учених, таких як

П. Друкер [6], А. Дурович [7], С. Жданов [8], О. Жуков [9], Ф. Котлер [13], В. Новиков [17], Г. Саймон [18], О. Чудновский [3] та вітчизняних – О. Азарян [1], О. Виноградова [4], В. Данильчук [5], М. Мальська [15], Г. Швиданенко [19].

Ефективність туристичної діяльності, яку представлено підприємствами різної спеціалізації, повинна базуватись на тому, що економічний механізм функціонування цих підприємств направлений на досягнення їх цілей і місії. В межах кожного підприємства відбувається постійна взаємодія зв'язків на всіх його рівнях на підставі поставлених перед ним виробничих завдань. Тому для туристичних підприємств є актуальним розробка напрямів по підвищенню економічної ефективності діяльності і удосконаленню методів її оцінки.

Дослідження питань ефективності наблизили своє відображення в працях учених-економістів.

Так, О. І. Момот, Є. А. Бакало, за результатами своїх досліджень відзначають, що «Відповідно до міжнародних стандартів ISO 9000:2005 результативністю (effectiveness) є ступінь реалізації запланованої діяльності та досягнення запланованих результатів, тобто розуміється відношення фактично отриманих результатів до запланованих. Таким чином, ефективність – (efficiency) досягнуте співвідношення фактичних результатів та витрачених на це ресурсів [16, с. 114].

Такий підхід співпадає з висновками М. П. Івашенка, який відзначає: «Ефективна діяльність – це максимальний результат за рахунок наявних ресурсів або отримання певного результату з мінімальними витратами ресурсів» [20, с. 361].

У роботі, де розглядається розвиток методів оцінки ефективності діяльності туристичних підприємств, автор Р. Балашова так підкреслює важливість таких методів: «Ефективність діяльності для туристичних підприємств є функцією відношення результатів від впровадження цієї діяльності до витрат, направлених на її якісне досягнення. При цьому витрати, що формують собівартість, необхідно враховувати й оцінювати згідно з нормативними документами, що діють» [2, с. 212].

Автор З. Задорожний для планування прибутку, як одного із показників ефективності,

пропонує використати концепцію обачності [10, с. 27, 28].

Аналізуючи вплив туризму на економічні результати, В. Кифяк зазначає: «Отже, відсутність єдиних критеріїв статистичної звітності від усіх суб'єктів туристичної діяльності призводить до мінімізації впливу туризму, втрат відрахувань до державного та місцевого бюджетів, неефективного використання можливостей краю щодо створення нових робочих місць» [11, с. 57].

Аналогічної позиції дотримується і В. С. Новиков, який підкреслює важливість поняття «місцеві туристичні системи, тобто правової норми, спрямованої на оновлення і розвиток туристичної галузі, яка б дала можливість створити комплексний і системний підхід до управління ресурсами території і перебороти існуючу в державі роз'єднаність у туристичній діяльності» [17, с. 28].

Об'єкт дослідження: ефективність туристичної діяльності. Предмет дослідження: діяльність підприємств туристичної галузі, напрями й оцінка її ефективності. Мета: розвиток методів і напрямів підвищення ефективності туристичної діяльності.

Завдання: розглянути сутність різних оцінок ефективності, показати вплив на ефективність результатів різних чинників, запропонувати комплекс напрямів з підвищення ефективності туристичної діяльності та показників для вдосконалення методів її оцінки.

Аналіз досліджень і публікацій показує, що результати наведених вище досліджень охоплюють такі питання, як вживання термінів «результативність» і «ефективність» на підставі міжнародних стандартів, зв'язок ефективності та мінімальних витрат ресурсів, використання методів оцінки ефективності, концепції обачності для планування прибутку, вдосконалення управління туристичною галуззю на всіх рівнях.

Наразі оцінка ефективності є складним завданням, і рішення цієї проблеми для туристичного обслуговування є необхідним. Недостатнє вивчення і вдосконалення цих питань у туристичній галузі призводить до зниження частки туризму в економічних результатах України, неефективного використання можливостей регіонів до створення нових туристич-

них об'єктів і працевлаштування населення.

Розвиток методів дозволяє не тільки оцінити ефективність роботи підприємства, проаналізувати сумарний ефект його структурних підрозділів і напрямів діяльності, а й визначити стратегію розвитку, розробити прогноз і план дій на перспективу, встановити результати використання витрачених ресурсів (засобів виробництва, робочої сили, інформації). Тому ефект пропонується виразити таким алгоритмом:

$$E_{\text{тур.гал.}} \Rightarrow \underbrace{F(E_{\text{держ.}}) \Rightarrow F(E_{\text{рег.}})}_{\text{I частина}} \Rightarrow F(E_{\text{підпр.}}) = \\ = F \underbrace{\{E_{\text{техн.}}; E_{\text{інф.}}; E_{\text{фін.}}\}}_{\text{II частина}} = F \underbrace{\left(\sum_{q=1}^{q=n} E_q \right)}_{\text{III частина}}, \quad (1)$$

де $E_{\text{тур.гал.}}$ – ефективність туристичної галузі;
 $E_{\text{держ.}}$ – ефективність туристичної діяльності від державних заходів;
 $E_{\text{рег.}}$ – ефективність туристичної діяльності на регіональному рівні;
 $E_{\text{підпр.}}$ – ефективність діяльності туристичного підприємства;
 $E_{\text{техн.}}$ – ефективність технологічних заходів;
 $E_{\text{інф.}}$ – ефективність інформаційних заходів;
 $E_{\text{фін.}}$ – ефективність фінансово-економічних заходів;
 E_q – ефективність кожного туристичного продукту.

Таким чином, запропонований алгоритм формально виражає ефективну та результативну діяльність туристичної галузі як функцію ефективності заходів на державному, регіональному рівнях і рівні підприємства (I частина алгоритму), яка відповідає функції сумарної ефективності технологічних, інформаційних, фінансово-економічних заходів (II частина алгоритму) та створюються як функція сум ефективності кожного туристичного продукту (III частина алгоритму).

У процесі свого розвитку туристична діяльність пройшла певний етап створення власної системи організації і управління. Результатом такої еволюції є формування сталого функціонального механізму в формі взаємодії ту-

ристичних підприємств, кожне з яких охоплює визначену сукупність взаємовідносин, що виникають у його структурі та між ними. Ефективність діяльності такого механізму проявляється і в таких випадках, коли «Зміни структур на таких підприємствах найчастіше відбуваються під час вибору нових технологій, пов'язаних у першу чергу зі стратегічним плануванням і його реалізацією» [12, с. 123]. Подібний механізм дає змогу ефективно здійснити процес створення та реалізації багатопрофільного туристичного продукту.

Таким чином, ефективність туристичного підприємства має чітку основу, сформовану за чинниками його участі у процесі створення та реалізації послуг. Досягти функціонування ефективно адекватної ринкової гнучкої корпоративної бізнес-системи можна за рахунок проведення цілеспрямованої систематичної роботи, пов'язаної з розробленням стандарт-еталона корпоративної бізнес-системи, оцінюванням наявної корпоративної бізнес-системи та її трансформуванням за результатами оцінювання до вимог стандарт-еталона [14, с. 41].

Тому ефективність діяльності туристичного підприємства пропонується сформулювати як економічну категорію, що формується чинниками в ході створення туристичних послуг, характеризує результати діяльності функціонального механізму підприємства, і може розглядатися як система показників і заходів, які підтримують його життєдіяльність і забезпечують подальший розвиток.

Однією з властивостей ефективності є її динамічний характер, який є результатом постійних перетворень, направлених на регулювання цінних чинників, витрат, використання методів контролю, удосконалення організаційної структури й інших, які комплексно впливають на результат, тобто на формування ефективності. Комплексна модель заходів і показників з підвищення ефективності туристичної діяльності, запропонована автором, складається з чотирьох підсистем, а для удосконалення методів оцінки ефективності пропонуються кількісний (коефіцієнт економічної результативності) і якісний (коефіцієнт ефективності) показники (рис. 1):

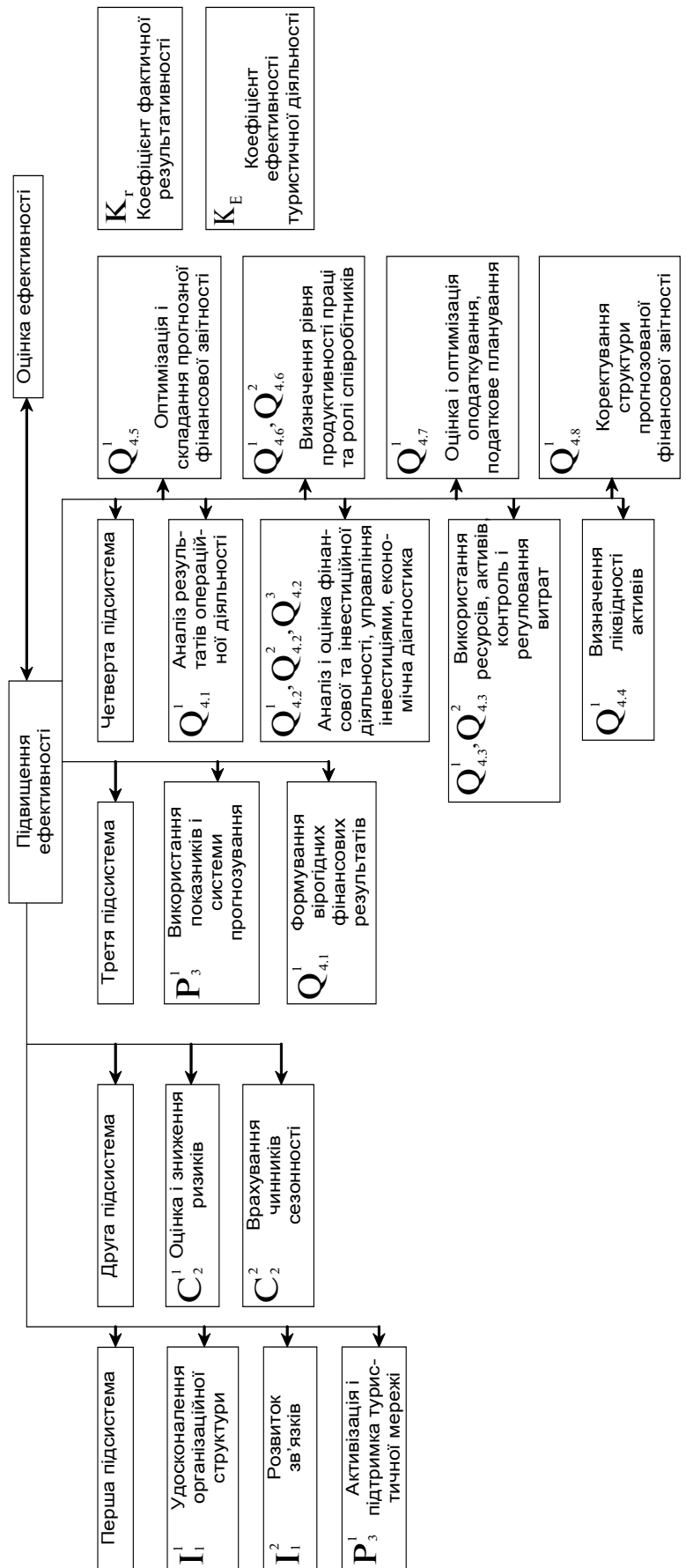


Рис. Комплексна модель підвищення ефективності і оцінки туристичної діяльності

1. Перша підсистема, організаційна: вдосконалення організаційної структури туристичної галузі (I_1^1), розвиток галузевих і міжгалузевих зв'язків (I_1^2), активізація і підтримка безперервного функціонування мережі туристичних операторів і туристичних агентів (I_1^3).

2. Друга підсистема, специфічна: оцінка і зниження ризиків, що впливають на туристичну діяльність (C_2^1), врахування чинників сезонності (C_2^2).

3. Третя підсистема, аналітична: використання показників і систем для прогнозування туристичної діяльності (P_3^1), формування вірогідних фінансових результатів (P_3^2), у яких враховано резерви на непередбачені обставини.

4. Четверта підсистема, комплексна фінансова: комплексне управління фінансово-господарською діяльністю підприємства (ΣQ), яке здійснюється за такими етапами:

4.1. аналіз (оцінка) фінансових результатів операційної діяльності підприємства ($Q_{4.1}^1$);

4.2. аналіз (оцінка) інших сторін туристичної діяльності, фінансової і інвестиційної ($Q_{4.2}^1$), управління інвестиціями ($Q_{4.2}^2$), економічна діагностика підприємств при інвестиційному кредитуванні ($Q_{4.2}^3$);

4.3. визначення і обґрунтування оптимальних умов використання та віддачі ресурсів і активів підприємства ($Q_{4.3}^1$), контроль і регулювання витрат виробництва ($Q_{4.3}^2$);

4.4. визначення рівня ліквідності активів: розрахунок і оцінка динаміки фінансових коефіцієнтів (коефіцієнтів ліквідності, фінансової стійкості, показників покриття приросту активів, рентабельності й ін.) ($Q_{4.4}^1$);

4.5. оптимізація і складання прогнозного балансу та звіту про фінансові результати діяльності підприємства з урахуванням досягнення необхідної рентабельності та встановлених нормативних значень основних економічних показників, прогнозування грошових потоків ($Q_{4.5}^1$).

4.6. визначення рівня продуктивності пра-

ці ($Q_{4.6}^1$), посилення ролі співробітників, що формують поточні та майбутні фінансові результати ($Q_{4.6}^2$);

4.7. оцінка і оптимізація оподаткування підприємства, податкове планування ($Q_{4.7}^1$);

4.8. корегування структури прогнозованої фінансової звітності за наслідками моделювання впливу господарських операцій на зміни фінансових коефіцієнтів ($Q_{4.8}^1$).

5. Як кількісний показник, який характеризує ефективність запланованого прийнятого управлінського рішення до конкретного заходу, пропонується використання коефіцієнта фактичної результативності туристичної діяльності (K_r). Цей показник являє собою функцію співвідношення фактичних витрат до запланованих за один і той же відрізок часу на ведення діяльності або впровадження заходів:

$$K_r = \frac{\sum_{i=1}^N B_{\text{факт.}}}{\sum_{i=1}^N B_{\text{пл}}}, \% \quad (2)$$

де $B_{\text{пл}}$ – сумарні заплановані витрати на здійснення діяльності, грн;

$B_{\text{факт.}}$ – фактичні витрати на впровадження, грн;

T – кількість часу в запланованому періоді на здійснення діяльності.

Якісним показником, який надає економічну оцінку ефективності діяльності для туристичного підприємства, є коефіцієнт ефективності туристичної діяльності (K_E). Цей показник виражено функцією співвідношення результату діяльності, або прибутку, і сумарних витрат на здійснення діяльності.

$$K_E = F\left(\frac{R_x}{S_b; S_n}\right) = F\left[\frac{(D - S_b; S_n)}{S_b S_n}\right], \% \quad (3)$$

де K_E – коефіцієнт ефективності туристичної діяльності;

R_x – результати або прибуток, грн;

D – дохід від здійснення діяльності, грн;

$S_b; S_n$ – виробнича, або повна, собівартість туристичних послуг, грн.

Запропоновані показники можуть бути використані для розрахунку ефективності галузі, регіону, туристичного підприємства, туристичного продукту та інших складових ефективності туристичної діяльності.

На підставі проведеного дослідження можна сформулювати наукову новизну та основні висновки:

1. Запропонований алгоритм формально виражає залежність і зв'язок ефективної та результативної діяльності туристичної галузі як функцію ефективності заходів на державному, регіональному рівнях і рівні підприємства (I частина алгоритму), яка відповідає функції сумарної ефективності технологічних, інформаційних, фінансово-економічних заходів (II частина алгоритму) та створюються як функція сум ефективності кожного туристичного продукту (III частина алгоритму).

2. Визначення показників підвищення ефективності підтвердило важливість і необхідність застосування комплексного підходу до класифікації показників і складу комплексної системи. Обґрунтовано, що найбільш важливими підсистемами підвищення ефективності є організаційна, специфічна, аналітична, комплексна фінансова.

3. Оцінку ефективності туристичної діяльності запропоновано провадити з використанням коефіцієнта фактичної результативності туристичної діяльності K_f та коефіцієнта ефективності туристичної діяльності (K_e).

Перспективи подальшого дослідження полягають в розробці необхідних методичних засобів для розвитку питань оцінки та підвищення ефективності туристичної діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Азарян О. М. Ринок туристичних послуг: моніторинг і розвиток комплексу маркетингу : монографія / О. М. Азарян, Н. Л. Жукова. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2002. – 214 с.
2. Балашова Р. І. Розвиток методів оцінки ефективності діяльності туристичних підприємств / Р. І. Балашова // Вісник ДІТБ. – 2008. – № 12. – С. 99–109.
3. Гостиничный и ресторанный бизнес : учебник / под ред. проф. А. Д. Чудновского. – М. : Ассоциация авторов и издателей «Тандем» ; Изд-во «Экмос», 1998. – 352 с.
4. Виноградова О. В. Забезпечення конкурентних переваг туристичних підприємств на світовому ринку / О. В. Виноградова // Управління підприємством: проблеми та шляхи їх вирішення: IV міжнар. наук.-практ. конф., 2009 р., 1–3 жовт., м. Севастополь : [матеріали]. – Севастополь : ДонНУЕТ, 2009. – С. 40–43.
5. Данильчук В. Ф. Методология сравнительной оценки объектов и территорий туристического назначения / В. Ф. Данильчук // Культура народов Причерноморья. – 2006. – № 74. – С. 36–39.
6. Друкер П. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения / П. Друкер. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 1998. – 288 с.
7. Дурович А. П. Организация туризма / А. П. Дурович. – Мн. : Новое знание, 2006. – 640 с.
8. Жданов С. А. Эталон нормального и кризисного функционирования предприятий / С. А. Жданов. – М. : Эдиториал УРСС, 2001. – 216 с.
9. Жуков А. А. Инновационные аспекты управленческой деятельности на предприятиях сферы туризма : монография / А. А. Жуков, Н. Д. Загорин. – СПб., 2006. – 224 с.
10. Задорожный З. В. Учет прочих расходов и доходов обычной деятельности / З. В. Задорожный // Бухгалтерский учет и аудит. – 2001. – № 6. – С. 20–23.
11. Кифяк В. Ф. Программно-цільовий метод планування та управління розвитком територіально-рекреаційної системи / В. Ф. Кифяк // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 6(73). – С. 165–170.
12. Корінько М. Д. Управлінський облік при диверсифікації / М. Д. Корінько // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 2. – С. 121–127.
13. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок : пер. с англ. В. А. Гольдича, А. И. Оганесовой / Ф. Котлер ; науч. ред. и авт. вступ. ст. Б. А. Соловьев. – М. : ООО «Издательство АСТ», 2000. – 272 с.
14. Кудря, Я. В. Особливості механізму оцінювання стану корпоративної бізнес-системи [Текст] / Я. В. Кудря // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 5. – С. 38–47.
15. Мальська М. Туристичний бізнес: теорія та практика : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / М. Мальська, В. Худо. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.

16. Момот А. И., Бакало, Е. А. Соотношение понятий «результативность» и «эффективность» при осуществлении производственной деятельности / А. И. Момот, Е. А. Бакало // Проблемы розвитку та управління систем управління якістю в регіоні : 6-а Регіональна наук.-практ. і студ. конф., 2009 р., 24–26 травня, м. Донецьк : [матеріали]. – Донецьк : Донецький нац. техн. ун-т, 2009. – С. 114–116.
17. Новиков В. С. Менеджмент в туризме : навч. посіб. / В. С. Новиков. – М. : ООО «Книгодел» ; МАТГР, 2006. – 166 с.
18. Саймон Г. Доля рынка и смерть бизнеса. Как управлять прибылью современной компании / Герман Саймон, Фрэнк Ф. Билстайн, Фрэнк Луби ; пер. с англ. Ю. В. Рябининой. – М. : Вершина, 2008. – 262 с.
19. Швиданенко Г. О. Сучасна технологія діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства : монографія / Г. О. Швиданенко, О. І. Олексик. – К. : КНЕУ, 2002. – 192 с.
20. Экономика фирмы : учебник / под ред. проф. Н. П. Иващенко. – М. : ИНФРА-М., 2006. – 528 с.

УДК 621.310

МАРКЕТИНГ УСЛУГ: СУЩНОСТЬ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ФАКТОРЫ И СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ

А. М. Ахмедова

Одной из главных тенденций развития современной экономики за последние тридцать лет является стремительно расширяющаяся сфера услуг. В экономически развитых странах количество сотрудников, работающих в данной сфере, уже несколько десятков лет превышает число занятых во всех других отраслях вместе взятых. Удельный вес сектора общественных и частных услуг в общем объеме национального производства в развитых странах превышает уровень 70 %. Также велика роль услуг и в международной торговле, составляя примерно четверть суммы общего мирового экспорта. Значение сферы услуг в социальной сфере в значительной мере определяется ее ролью главного источника дополнительных рабочих мест.

Кардинальный рост спроса на различного рода услуги в последние десятилетия объясняется влиянием целого ряда факторов. Среди наиболее важных факторов роста рынка потребительских услуг можно назвать следующие. Во-первых, рост благосостояния населения способствовал стремлению потребителей улучшить бытовые условия, что привело

к процветанию индустрии комфорта. Во-вторых, рост доходов и увеличение дополнительного свободного времени увеличили спрос на целый ряд услуг, связанных с проведением досуга и занятиями спортом. В-третьих, рост использования высокотехнологичных товаров в домашних условиях (домашние компьютеры, мультимедийная аудио- и видеотехника, системы безопасности) привел к росту рынка услуг по обслуживанию бытовой техники.

Подобная тенденция характерна и для рынка деловых услуг. Развитие рынков и технологий усиливает потребность компаний в предприятиях сферы услуг, занимающихся исследованиями рынка, маркетинговыми разработками, консалтингом и логистикой. Более того, необходимость сокращать постоянные издержки заставляет компании покупать готовую услугу, а не брать на себя дополнительные расходы, связанные с самостоятельным выполнением специализированных задач. Компании охотно покупают услуги, поскольку это позволяет избежать дополнительных капиталовложений в средства их самостоятельно производства и, таким образом, сохранять