

16. Коніщева Н.Й. Пропозиції щодо організації підготовки та підвищення кваліфікації кадрів у сфері туризму / Н.Й. Коніщева, Л.І. Давиденко // Стан і перспективи розвитку туризму в світі та Україні напередодні чемпіонату Європи з футболу Євро-2012: VII міжнар. наук.-практ. конф., 26–28 вересня 2008 р., Донецьк. – Донецьк: Донецький ін-т туристичного бізнесу, 2008. – С. 182–185.
17. Коніщева Н.Й. Кадрове забезпечення розвитку туризму в Донецькій області в контексті підготовки до Євро-2012 / Н.Й. Коніщева, Л.І. Давиденко // Сучасні технології управління туристичним і готельно-ресторанним бізнесом: II Всеукр. наук.-практ. конф., 24 вересня 2010 р., м. Маріуполь. – Маріуполь: Маріупольський держ. гуманітарний ун-т, 2010. – С. 4–8.
18. Давиденко Л.І. Підвищення кваліфікації кадрів у сфері державного управління туризмом / Л.І. Давиденко // Збірник наукових праць Національної академії державного управління при Президенті України. –К.: Нац. академія державного управління при Президенті України, 2005. – Вип. 1. – С. 73–81.
19. Статистичний щорічник України за 2008 рік. – К.: Держ. комітет статистики України, 2009. – 567 с.
20. Міжгалузева програма забезпечення захисту та безпеки туристів на 2007–2012 роки: Наказ Міністерства культури і туризму України, Міністерства внутрішніх справ України, Міністерства України з питань надзвичайних ситуацій та у справах захисту населення від наслідків Чорнобильської катастрофи від 28.11.2007 р. № 73/387/811 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/doc.aspx?id=409>.

**N. J. Konishcheva**

#### **FORMING A PERSONNEL POTENTIAL IN THE TOURIST SPHERE**

The paper presents the proposals to improve the system of a personnel potential formation in the tourist sphere. The measures on organization of training and professional improvement of civil servants and local government officials entrusted with authority to solve the problems concerning the state regulation of tourism development in regions have been grounded.

**Keywords:** state regulation of tourism development in regions, forming a personnel potential, training and professional development of personnel in the tourist sphere.

УДК 338.48

**Т. І. Ткаченко, К. О. Соколова**

#### **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ**

*Проаналізовано основні напрями дослідження туристичного потенціалу підприємств. Особлива увага приділена класифікації туристичного потенціалу за такими ознаками: природно-кліматичні компоненти, культурно-історичні ресурси, інфраструктура, матеріально-технічна база.*

**Актуальність теми дослідження.** Туристичний бізнес є глибоким соціальним та політичним явищем, що значно впливає на економіку країн і цілих регіонів. Туризм - надзвичайно прибуткова галузь, ефективність капіталовкладень якої може порівнюватися до нафтогазовидобувної, переробної промисловості та автомобілебудування. Проте на сучасному етапі функціонування підприємства недостатньо уваги приділяють процесу формування свого туристичного потенціалу. У

зв'язку зі зміною економічного стану у країні, кризовими явищами у фінансовій сфері та удосконаленням ринкової інфраструктури виникає необхідність оцінки процесу формування ресурсного потенціалу підприємства. Це також можна пояснити зміною умов подальшого функціонування туристичних підприємств, оскільки відбувається зменшення вартісного потенціалу внаслідок підвищення цін на придбання туристичних ресурсів, скорочення кількості працівників, зростання кредиторської заборгованості й обмеження в зовнішніх джерелах фінансування.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми розвитку туризму в Україні, питання планування, регулювання, організації та налагодження ефективної роботи туристичної індустрії, належного використання наявного туристичного потенціалу, формування кластерних об'єднань у галузі туризму висвітлено у роботах багатьох українських та зарубіжних вчених і фахівців туристичної галузі. Проблеми розвитку туризму досліджували у своїх працях Азар В.І., Александрова А.Ю., Ананьєв М.А., Балабанов І.Т., Гайдук А.Б., Гринів Л.С., Дурович А.П., Жук П.В., Зорін І.В., Каверін Г.П., Квартальнов В.А., Козирев В.М, Крачило М.П., Незгода А., Папірян Г.А., Сенін В.С., Школа І.М. та ін.

Проблему оцінювання туристичної привабливості території започатковано у працях вчених Ковалевського Г.В. та Омуша М.О. Науковці Бакурова Г.В. та Очеретін Д.В. пропонують методика оцінювання рекреаційної привабливості регіону. Методика оцінювання природних чи інших туристичних ресурсів розроблена авторами Бейдиком О.О., Гринів Л.С., Живицьким О.В., Кравцівим В.С., Кузиком С.П., Нудельманом М.С., Павловим В.І., Черчик Л.М та іншими авторами. Оцінка матеріально-технічної бази туризму розглядається в роботі Іванової Л.О. Але у роботах вищезазначених науковців недостатньо уваги приділено формуванню єдиної методики оцінки туристичного потенціалу підприємств.

**Мета і завдання дослідження.** Метою даного дослідження є розробка теоретичних і методологічних засад та практичних рекомендацій щодо управління туристичним потенціалом підприємств. Для досягнення поставленої мети слід вирішити наступні завдання: по-перше, уточнити зміст поняття «туристичний потенціал підприємства»; по-друге, визначити склад елементів туристичного потенціалу підприємств; по-третє, удосконалити методології формування туристичного продукту.

**Основні результати дослідження.** Опис потенціалу будь-якого об'єкту це, як правило, і його оцінка у порівнянні з потенціалом іншого об'єкту. Таким чином, туристичний потенціал об'єкту або території – це сукупність належних до нього природних та створених людиною явищ, умов, можливостей та засобів, придатних до формування туристського продукту та здійснення відповідних турів, екскурсій та програм. Тобто поняття «туристичний потенціал» є значно ширшим, ніж «туристичний ресурс» [1].

Туристичний потенціал включає в себе багато компонентів, які доцільно буде поділити на такі основні групи:

- природно-кліматичні компоненти (клімат, ландшафт, екосистеми);
- культурно-історичні ресурси (культурно-історична спадщина, витвори мистецтва, археологічні цінності, традиції, етнос);
- інфраструктура;
- матеріально-технічна база.

Світовий досвід та практика економічної та соціальної політики розвинутих країн свідчать про те, що географічне положення, природно-кліматичні ресурси та пам'ятки країни стають корисними лише завдяки туризму.

Культурно-історична спадщина, що включає в себе пам'ятки історії та культури, історико-культурні території та об'єкти, які мають значення для зберегання та розвитку

культурної самобутності народу, його внеску в світову цивілізацію, є важливою складовою туристського потенціалу території. Так само до цього ресурсу належать і культура, традиції та звичаї місцевого населення. І тому є дуже важливим не лише використання, але і захист цього ресурсу. Зберігання національних скарбів - це головний пріоритет туристських адміністрацій, бо це є прямим шляхом до зростання доходів від туризму.

Інфраструктура туризму - це комплекс споруд та мереж, що забезпечують нормальний доступ туристів до туристичних ресурсів та їх належне використання в цілях туризму. І навіть найпривабливіші місця та об'єкти країни можуть бути недосяжними для широкого кола споживачів без наявності комунікацій, засобів зв'язку та транспортної досяжності до них. Власне, саме транспортна досяжність є найважливішим критерієм оцінки туристичного потенціалу території.

Матеріально-технічна база складається з багатьох елементів. Це житловий сектор (готелі, мотелі, табори для автотуристів), сектор громадського харчування (кафе, ресторани, закусочні), транспортний сектор організації подорожей (агентства, організатори екскурсій), сектор розваг, інформаційний сектор (інформаційна туристична мережа), додаткові послуги та сервісна система.

Дуже важливими факторами є людські та соціальні ресурси, тобто люди та організації, що сприяють швидкому розвитку туризму в регіоні і мають фінансовий капітал, належний рівень освіти та відповідні знання, а також системи охорони здоров'я, оточуючого середовища, власності, інтересів місцевого населення. Саме людина є основним ресурсом туризму, адже людина є частиною послуги, і всі виробничі процеси залежать від людини, яка їх надає. Тому підготовка професійних кадрів для туризму є основною задачею установ, які займаються організацією туризму на конкретній території.

Всі перелічені структурні компоненти тісно пов'язані між собою, і відсутність хоча б одного з них робить неможливий розвиток туризму в цілому.

На сьогоднішній день існує гостра необхідність розвитку внутрішнього туризму на базі місцевих ресурсів. Для старих промислових регіонів, якими в Україні слід вважати чотири області: Дніпропетровську, Донецьку, Запорізьку та Луганську, найперспективнішим напрямом є техногенний туризм. З позицій ландшафтного підходу техногенний туризм – це туризм, де об'єктами виступають промислові антропогенні ландшафти – кар'єри, відвали, шахтні поверхневі провальні утворення, підземні шахтні ландшафти та виробничі структури (заводи, фабрики, комбінати, шахти, шурфи, електростанції). Додатковими стимулами розвитку туризму в індустріально розвинених регіонах є те, що Україна володіє цілим рядом унікальних всесвітньовідомих промислових підприємств, таких як «Міттал Стіл Кривий Ріг», Дніпрогес і «Запоріжсталь», «Південмаш» та завод ім. Петровського у Дніпропетровську, тощо; промислові регіони є потужним осередком фінансових ресурсів, що можуть бути використанні як для розвитку потужної матеріально-технічної бази, проведення інтенсивної рекламної кампанії, так і для створення атрактивних закладів культурного та пізнавального характеру [2].

Формування туристичного потенціалу підприємств – це процес ідентифікації та створення можливостей, структуризації елементів потенціалу та побудови певних організаційних форм для стабільного розвитку й ефективного відтворення. Формування туристичного потенціалу підприємств можливе лише у взаємодії з зовнішнім середовищем. Під час оцінки процесу формування потенціалу необхідно розглянути фактори, які впливають на всі його складові та забезпечують ефективне їх використання.

Фактори, що впливають на формування та розвиток туристичного потенціалу підприємств, поділяються на внутрішні та зовнішні, залежно від сфери їх впливу на складові потенціалу.

Зовнішні пов'язані із заходами державних органів, банківських установ, інвестиційних компаній тощо. До внутрішніх, перш за все, відноситься стратегія підприємства. Тому процес формування потенціалу є одним із напрямків економічної стратегії підприємства.

На наш погляд, для того, щоб краще дослідити можливості підприємств і складові ресурсного потенціалу, необхідно середовище функціонування суб'єктів господарювання туристичного бізнесу поділити на такі складові: середовище непрямого впливу, середовище безпосереднього впливу та внутрішнє середовище. Далі визначаємо фактори внутрішнього і зовнішнього впливу на процес формування потенціалу туристичних підприємств і проводимо відповідну оцінку.

У світовій практиці стратегічного управління найкращим інструментарієм такої оцінки є PEST-аналіз: P – political and legal environment (політико-правове середовище), E – economic environment (економічне середовище); S – socio-cultural environment (соціокультурне середовище); T – technological environment (технологічне середовище).

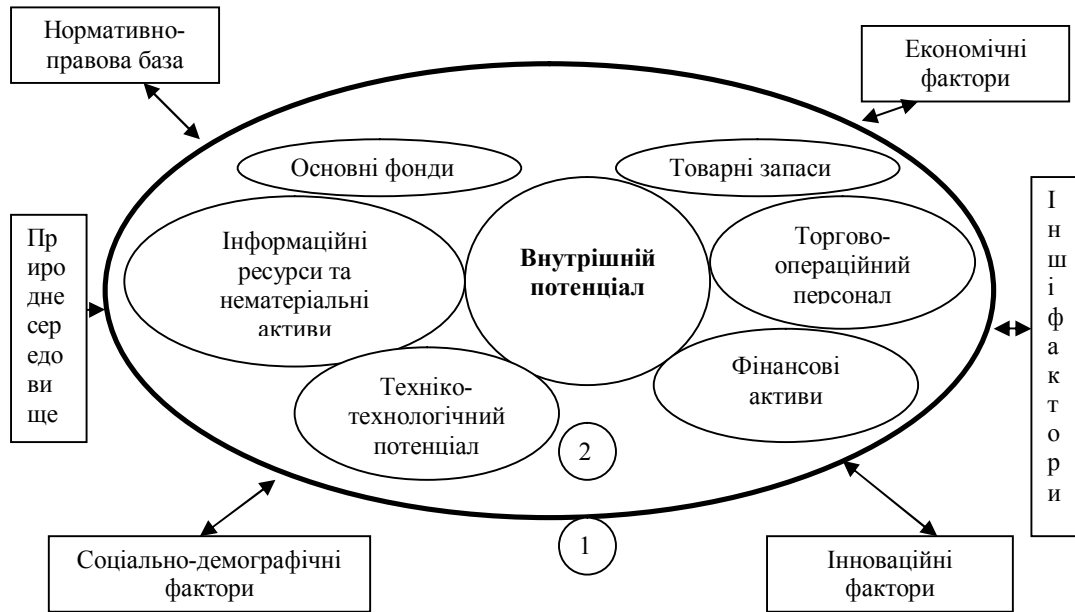
У ході визначення ступеня впливу на формування туристичного потенціалу підприємств ми пропонуємо враховувати класичну теорію надійності, що передбачає оцінку фактора в межах одиниці, а також зробити загальний висновок щодо впливу кожного елемента зовнішнього середовища на потенціал.

Для оцінки внутрішнього середовища на формування туристичного потенціалу підприємств пропонуємо використовувати так званий SNW-підхід, який базується на SWOT-аналізі та стосується лише сильних і слабких сторін підприємства, а також додається особлива нейтральна позиція. Тобто SNW - це абревіатура трьох англійських слів: S (Strength) – сильна сторона, W (Weakness) – слабка, N (Neutral) – нейтральна позиція. Перевищення сильних сторін над слабкими та нейтральними дозволяють підприємствам займати стійку позицію на регіональному ринку та реалізовувати власний потенціал із метою досягнення позитивного фінансового результату та економічної стабільності, а також забезпечення стратегічних цілей.

Для подальшого формування туристичного потенціалу підприємств, визначення його мінімального розміру, необхідно застосовувати методичний інструментарій, який базується на прогнозуванні вартості елементів потенціалу з урахуванням екстраполяції даних минулих років та інфляційних показників (індексів) у майбутньому періоді.

До основних принципів формування туристичного потенціалу підприємств нами віднесено:

- а) потенціал підприємства є економічною системою, що складається з елементів, які доповнюють один одного;
- б) туристичний потенціал підприємства не можна сформувати лише додаванням елементів, тому що він є динамічною системою;
- в) під час формування туристичного потенціалу підприємства діє закон синергії його елементів;
- г) туристичний потенціал підприємства може трансформуватися, внаслідок чого з'являються нові складові елементи;
- г) усі елементи потенціалу об'єктивно пов'язані з функціонуванням і розвитком підприємства;
- д) складові елементи потенціалу можуть доповнювати один одного через поєднання напрямів діяльності підприємства, забезпечуючи ефективне їх використання тощо [3].



- зовнішнє середовище підприємства;
- внутрішнє середовище підприємства;
- оптимальний обсяг потенціалу підприємства;
- загальний обсяг потенціалу максимізується;
- загальний обсяг потенціалу менший за внутрішній.

Рис. 1. **Формалізована схема процесу формування потенціалу підприємств**

Ураховуючи складові елементи та принципи формування туристичного потенціалу підприємств, а також внутрішнє та зовнішнє середовище функціонування, пропонується нами структурна схема формування потенціалу підприємств подана на рисунку 1.

Згідно із запропонованою схемою процесу формування туристичного потенціалу підприємств внутрішній потенціал складається з можливостей і спроможностей щодо ефективного використання та перетворення наявних на підприємстві ресурсів. Відповідно зовнішній потенціал – це можливості та спроможності підприємств використовувати ринкові переваги та сприятливі умови щодо господарської діяльності.

Внутрішні можливості потенціалу підприємств представлені їх об'єктивною складовою, а спроможності – їх соціальною складовою. У процесі господарської діяльності підприємства перебувають під безпосереднім і непрямим впливом зовнішнього середовища.

Середовище непрямого впливу може обмежувати або розширювати межі діяльності підприємств. У свою чергу, суб'єкти господарювання не мають впливу на нього.

Із середовищем безпосереднього впливу підприємства перебувають у тісному взаємозв'язку та суб'єкти господарювання можуть на нього впливати, але цей вплив незначний.

Досліджуючи фактори зовнішнього середовища, доцільно розглянути ринкові можливості та загрози. Ринкові можливості дають змогу підприємствам підвищити конкурентоспроможність загального потенціалу, покращити ринкові позиції, задовольнити потенційний обсяг попиту, підвищити рентабельність туристичної діяльності. За допомогою можливостей туристичний потенціал підприємств може підвищуватися.

Загрози зовнішнього середовища роблять негативний вплив на туристичні підприємства, та є можливою ситуація, коли загальний потенціал суб'єктів господарювання туристичного бізнесу значно нижчий за його внутрішній.

Таким чином, оцінка процесу формування підприємств дозволяє визначити фактори зовнішнього та внутрішнього середовища впливу на формування потенціалу, дослідити можливості та сильні сторони підприємства, які дозволяють сформувати загальний потенціал із метою ефективної туристичної діяльності та забезпечення конкурентоспроможності.

Методичний інструментарій прогнозування обсягу туристичного потенціалу підприємств доповнює оцінку розрахунком прогнозного значення загального потенціалу, що забезпечує подальше функціонування підприємств, задоволення потреб споживачів у послугах. Запропоновані основні принципи та структурна схема формування туристичного потенціалу підприємств дозволяють визначити оптимальний обсяг потенціалу для успішного функціонування на ринку. Поєднання та доповнення елементів туристичного потенціалу підприємств у процесі його формування та використання, а також постійний моніторинг факторів зовнішнього ринкового оточення та врахування їх у діяльності дозволяє отримати синергетичний ефект.

**Висновки.** Таким чином, туристичний потенціал підприємства являє собою сукупність належних до нього природних та створених людиною явищ, умов, можливостей та засобів, придатних до формування туристського продукту та здійснення відповідних турів, екскурсій та програм. Він складається з природно-кліматичних компонентів (клімат, ландшафт, екосистеми); культурно-історичних ресурсів (культурно-історична спадщина, витвори мистецтва, археологічні цінності, традиції, етнос); інфраструктури; матеріально-технічної бази.

Існують наступні проблеми оцінки потенціалу підприємства, які необхідно вирішити в ході подальших досліджень: необхідність розроблення інтегрального показника оцінки потенціалу підприємства; вирішення проблеми співставлення вартісних і натуральних оцінок, елементів потенціалу підприємства; розробка системи збору достовірної вихідної інформації; вилучення подвійного рахунку при оцінці; розробка нових математичних моделей оцінки потенціалу; розробка і використання коригуючих коефіцієнтів, наприклад таких, що враховують інфляційні процеси; розробка методів приведення у спів ставний вид абсолютних і відносних показників.

#### **Список використаної літератури**

1. Стеченко Д.М. Теоретичні аспекти дослідження природно-рекреаційного потенціалу регіону / Д.М. Стеченко // Національний вісник ЧДІЕУ. – 2009. – № 2. – С. 65-76.
2. Чередниченко О.Ю. Можливості та перспективи розвитку індустріального (промислового) туризму у Східному регіоні України / О.Ю. Чередниченко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2009. - № 28. – С.71-79.
3. Отенко И.П. Стратегическое управление потенциалом предприятия: [монография] / И.П. Отенко. – Х.: ХНЭУ, 2006. – 256 с.

**T. I. Tkachenko, K. A. Sokolova**

#### **THEORETICAL ASPECTS OF FORMING TOURIST POTENTIAL OF ENTERPRISES**

Main directions of research of tourism potential of enterprises are analyzed. The special attention is paid to classification of tourism potential on the following basis: natural and climate parts, cultural and historical resources, infrastructure, material and technical base.