

Р.І. Балашова (Донецький інститут туристичного бізнесу, Україна)
**КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ЕКОНОМІЧНОГО
РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

У статті надано характеристику аналітичних показників і методичних заходів щодо діяльності підприємств туризму, визначено їхній вплив на ефективність результату. Обґрунтовано і запропоновано методологічні та методичні засади і концептуальні положення економічного розвитку туристичних підприємств.

Ключові слова: методологія, методика, концептуальні положення, економічний розвиток, діяльність, туристичне підприємство.

Табл. 1. Рис. 2. Літ. 12.

Р.И. Балашова (Донецкий институт туристического бизнеса, Украина)
**КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ЭКОНОМИЧЕСКОМУ
РАЗВИТИЮ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

В статье дается характеристика аналитических показателей и методических мероприятий относительно деятельности предприятий туризма, определено их влияние на эффективность результата. Обоснованы и предложены методологические и методические основы и концептуальные положения экономического развития туристических предприятий.

Ключевые слова: методология, методика, концептуальные положения, экономическое развитие, деятельность, туристическое предприятие.

R.I. Balashova (Donetsk Institute of Travel Industry, Ukraine)
**CONCEPTUAL APPROACHES TO ECONOMIC
DEVELOPMENT OF TOURIST ENTERPRISES**

The article provides a description of analytical indices and methodical measures concerning the activities of travel enterprises and determines their influence upon the efficiency of the results. Methodological and methodical grounds are offered along with the conceptual key points in the economic development of travel enterprises.

Keywords: methodology; methodics; conceptual grounds; economic development; activity; tourist enterprise.

Постановка проблеми. Сучасний стан економічного потенціалу України є результатом структурних перетворень національного господарства та значних трансформацій на підприємствах. У ринкових умовах значення діяльності сфери послуг зростає. Особливо це стосується функціонування туристичних підприємств, які надають туристичні послуги. Їхній економічний розвиток, спрямований на підвищення обсягів і якості туристичних послуг, задоволення потреб туристів, сприятиме становленню соціально-орієнтованої туристичної галузі.

Діяльність туристичних підприємств характеризується стабільним середньорічним показником частки послуг з організації подорожувальників у загальному обсязі реалізованих послуг в Україні. За 2006–2009 рр. цей показник складав відповідно 1,0; 1,03; 1,49; 1,09% [11, 144].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки процеси, що впливають на економічний розвиток, досліджувались у працях вітчизняних і зарубіжних авторів. Так, В.В. Бурега відзначає, що внутрішня ефективність залежить від організаційної тактики (методів роботи з матеріально-технічними й

людськими ресурсами та забезпечення процесу діяльності, спрямованого на кінцевий результат) [2, 244]. Актуальним є висновок О.А. Жигуліна, який, розглядаючи механізм оцінювання методів управління підприємством у коротко-строковому та довгостроковому періодах, підкреслює, що концепція оцінювання ефективності методів управління взаємопов'язана з економічним оцінюванням операційної й фінансової системи підприємства, а також з оцінюванням відповідності основної базової конкурентної стратегії підприємства державним нормативам. Сутність загальної методичної схеми полягає у виборі послідовності використання тих чи інших видів оцінки та у формі подання результатів підсумкового оцінювання [3, 183]. Л.В. Синиця пропонує метрику цільових індикаторів стратегічної стійкості підприємства у часі, що може використовуватися для забезпечення стратегічної стійкості як процес аналізу і синтезу стратегічної інформації для визначення групи показників, які вимагають довгострокових прогнозів, розглядаються як ризики та формулюють альтернативні варіанти розвитку у майбутньому [8, 134]. У колективній праці вчених [5, 68–70] зроблено висновок, що конкурентна стратегія підприємства є функцією всіх її внутрішніх ресурсів, та існують два основних підходи до визначення його ринкових можливостей і конкурентних переваг: ступінь задоволеності своєю продукцією споживачів та характеристика можливостей і динаміка її адаптації до мінливих умов конкуренції, стабільність її господарської діяльності в цілому. Досліджуючи методологічні, організаційні та практичні питання якості систем управління підприємствами, І.В. Сіменко зауважує, що основними способами аналізу системи управління є евристичні методи, класичні способи економічного аналізу, традиційні методи математичної статистики. Як інформаційне джерело для здійснення управлінського аналізу розглядається сукупність організаційних документів, регламентів, графіків документообороту, фінансової та статистичної звітності, показники діяльності структурних підрозділів тощо [9, 82]. М.В. Фоміна, досліджуючи систему економічно безпечного розвитку підприємств, відзначає, що вплив економічного чинника слід розглядати як з урахуванням стану економіки країни в цілому, міжнародних тенденцій, так і з урахуванням фінансово-господарчої діяльності окремого підприємства [12, 79].

Слід звернути увагу на праці, в яких розглянуто економічний розвиток безпосередньо туристичних підприємств. У праці А.В. Сидорової і І.В. Димеденко використано значний обсяг статистичної інформації, на підставі аналізу якої обґрунтовано підходи до методів управління розвитком підприємств туристичного бізнесу [7, 115]. В колективному дослідженні українських вчених, присвяченому туристичному іміджу регіону, відзначено, що наявність на території значної кількості туристичних атракторів і розвиненої інфраструктури ще не означає припливу значної кількості туристів. Фактично це означає, що в нинішніх умовах господарювання туристична привабливість території залежить не тільки від її туристично-рекреаційних ресурсів, а й від конкретних комунікативних стратегій, що застосовуються з метою інформування туристів про переваги певної місцевості [10, 23–24].

Невирішені раніше частини проблеми. Аналіз результатів наведених вище праць показує, що на сьогодні ще недостатньо теоретичних досліджень, які б

узагальнювали вітчизняний і зарубіжний досвід вирішення проблем, які існують у туристичній галузі. Потребують дослідження такі питання, як обґрунтування концепції економічного розвитку туристичного підприємства, розробка моделі економічного розвитку туристичної галузі із визначенням в ній ролі і місця туристичного підприємства, урахування впливу методологічних і методичних заходів на економічний розвиток туристичного підприємства.

Метою дослідження є обґрунтування і розробка концепції економічного розвитку туристичних підприємств.

Основні результати дослідження. Досвід економічно розвинених країн свідчить про те, що діяльність туристичних підприємств, аналогічно до підприємств інших галузей економіки, відбувається відповідно до загальних економічних законів суспільства та підпорядковується державним законодавчим і нормативним документам.

Недостатність економічного потенціалу, відсутність методологічної основи та методичної бази надання туристичних послуг у багатьох створених підприємств призвели до того, що у 2008 р. працювало 4631, у 2009 р. надавало послуги 4829 туристичних підприємств, що складало 75,8%, 65,6% відповідно. Аналіз експорту, імпорту та результатів діяльності туристичних підприємств свідчить про зниження у 2009 р. та 2010 р. частки в загальному обсязі експорту до 3,1% та 3,2%, імпорту до 5,5% та 6,4% порівняно з попередніми 2007 р. та 2008 р. (експорт 3,8%, 4,2%; імпорт 6,6%, 6,6%) [11, 144].

Зазначені тенденції підтверджують необхідність розробки методологічної й методичної бази, обґрунтованих стратегічних напрямів економічного розвитку туристичних підприємств, тому автором запропоновано дефініцію «методологія і методика економічного розвитку туристичних підприємств», яка характеризується комплексним використанням засобів дослідження з формування, розвитку й управління діяльністю туристичних підприємств і розкриває сутність функцій, що виявляють проблеми економічного розвитку туристичних підприємств і шляхи їх вирішення, визначають прогнози та формують напрями підвищення їх ефективності.

На формування діяльності туристичного підприємства будуть впливати загальні та спеціальні туристичні чинники, тому на основі проведених досліджень пропонується визначення поняття економічного розвитку туристичного підприємства як сукупності ефективності всіх видів його діяльності з урахуванням особливостей і зв'язків туристичного підприємства, процесів створення туристичного продукту та його взаємодії із споживачем.

Концепція стратегії економічного розвитку туристичних підприємств побудована з урахуванням методології та методики її забезпечення, наукових положень, практичного досвіду й особливостей формування, характерних для діяльності туристичних підприємств. Сутність її полягає в комплексному підході на засаді реалізації теоретичних, аналітичних та методичних заходів до їх діяльності і ґрунтується на таких напрямках: економічна сутність діяльності туристичних підприємств, використання й розвиток фінансового аналізу, управлінський облік і економіко-математичне моделювання, цінні економічні чинники, управління собівартістю, оцінювання ефективності туристичного продукту, туристичні технології, взаємодія фінансово-економічних чинників,

методи планування і прогнозування, які є головними елементами в процесі реалізації методологічного та методичного забезпечення економічного розвитку туристичних підприємств (рис. 1).



Рис. 1. Елементи концепції економічного розвитку туристичних підприємств, авторська розробка

Дотримання принципів, мети і завдань концепції дозволяє суттєво прискорити і підняти рівень стратегічних рішень у процесі досягнення економічного розвитку в довгостроковому (або короткостроковому) періоді. Це підтверджує З.Д. Калініченко: «Цикл розвитку підприємства — це послідовна зміна стадій «зростання», «нестабільність», «виживання». Доведено, що будь-яке підприємство за термін свого функціонування проходить щонайменше перші дві стадії, термін кожної стадії та її глибина відрізняються для кожного підприємства і залежать від багатьох чинників» [4, 187]. Розробка концепції економічного розвитку дозволяє сформулювати технологічну послідовність і логічний зв'язок методологічних і методичних питань, визначити напрями вдосконалення інформаційного, організаційного та методичного забезпечення управління туристичним підприємством. Використання для характеристики туристичного підприємства певних показників, що підтверджують його економічний розвиток, формують підходи, відповідно до яких досягнення економічного розвитку, як головної мети, визначається на етапі створення, тобто в період започаткування його діяльності [6, 303].

З урахуванням положень концепції пропонується модель ефективності туристичної галузі, що розкриває послідовність формування і показує її насиченість внутрішніми структурними елементами, загальна ефективність яких є результатом ефективності на всіх рівнях, залежить від економічного розвитку підприємства й ефективності кожного туристичного продукту. Методологія та методика економічного розвитку орієнтована на врахування впливу змін параметрів, властивостей і структури туристичного продукту на економічний розвиток туристичного підприємства. Нарощування позитивних темпів у змі-

нах показників свідчить про відповідність концепції стану внутрішнього середовища підприємства вимогам практики управління.

Наведені на рис. 2 структурні частини ефективності (I–V) і елементи (1–12) пов'язані послідовно та характеризують її на всіх рівнях: загальна частина моделі характеризує ефективність туристичної галузі $E_{тур.гал.}$; перша частина показує економічний рівень і визначає структури, що є учасниками туристичної діяльності ($E_{держ}$; $E_{рег}$); друга та третя частини характеризують економічний розвиток підприємства $ER_{підпр}$ за видами його діяльності ($E_{зв}$; $E_{надзв}$); четверта представлена ефективністю туристичних ($E_{техн.}$) та інформаційних технологій ($E_{інф}$), ефективністю фінансово-економічних заходів ($E_{фін.екон.}$), яка є визначальною для економічного розвитку туристичного підприємства ($ER_{підпр}$) та кожного туристичного продукту (E_q^n); п'яту частину виражено ефективністю кожного туристичного продукту (E_q^n), який знаходиться під впливом та у зв'язку з елементами ефективності частини (IV) й туристичною індустрією (5), туристичними та суміжними підприємствами (6) та безпосередньо із чинниками власного туристичного підприємства (7). Як самостійний елемент ($ER_{підпр}$) є базовим для забезпечення ефективної діяльності туристичної галузі ($ER_{тур.гал.}$).

Розроблена методологія формування ефективності туристичної діяльності базується на використанні зв'язків ефективності туристичної галузі на державному та регіональному рівнях залежно від економічного розвитку туристичного підприємства, ефективності його технологічних, інформаційних, фінансово-економічних чинників, ефективності видів його внутрішньої діяльності й ефективності кожного туристичного продукту, що обумовлює провідне місце і роль туристичного підприємства серед елементів туристичної галузі.

Для умов туристичної компанії ТОВ «Краун», основою діяльності якої є виконання функцій туристичного оператора із внутрішнього й виїзного туризму, було оцінено вплив таких методологічних і методичних заходів, впроваджених у діяльність підприємства в 2011 році. На основі даних обліку, оперативної, статистичної та фінансової звітності оцінено такі пропозиції: методика фінансового аналізу діяльності підприємства (M1); метод оцінювання й прогнозування на основі використання економіко-математичного моделювання і статистичного аналізу даних (M2); методичні підходи та рекомендації до формування цін і надання цінової знижки з туристичного продукту (M3); методологію визначення загальної (повної) собівартості туристичного продукту (M4); метод запровадження туристичних технологій (M5); науково-практичні підходи до використання інформаційних технологій (M6); методологічні засади взаємозв'язку фінансово-економічних чинників з ефективністю туристичного продукту (M7); методика планування та прогнозування діяльності (M8); узагальнення аналітико-методичних заходів (M9); методологія розподілу та групування витрат за економічними елементами й статтями витрат (M10); методика оцінювання ефективності туристичного продукту (M11); методичне обґрунтування послідовності формування результату та планування економічного розвитку туристичного підприємства (M12) (табл. 1).

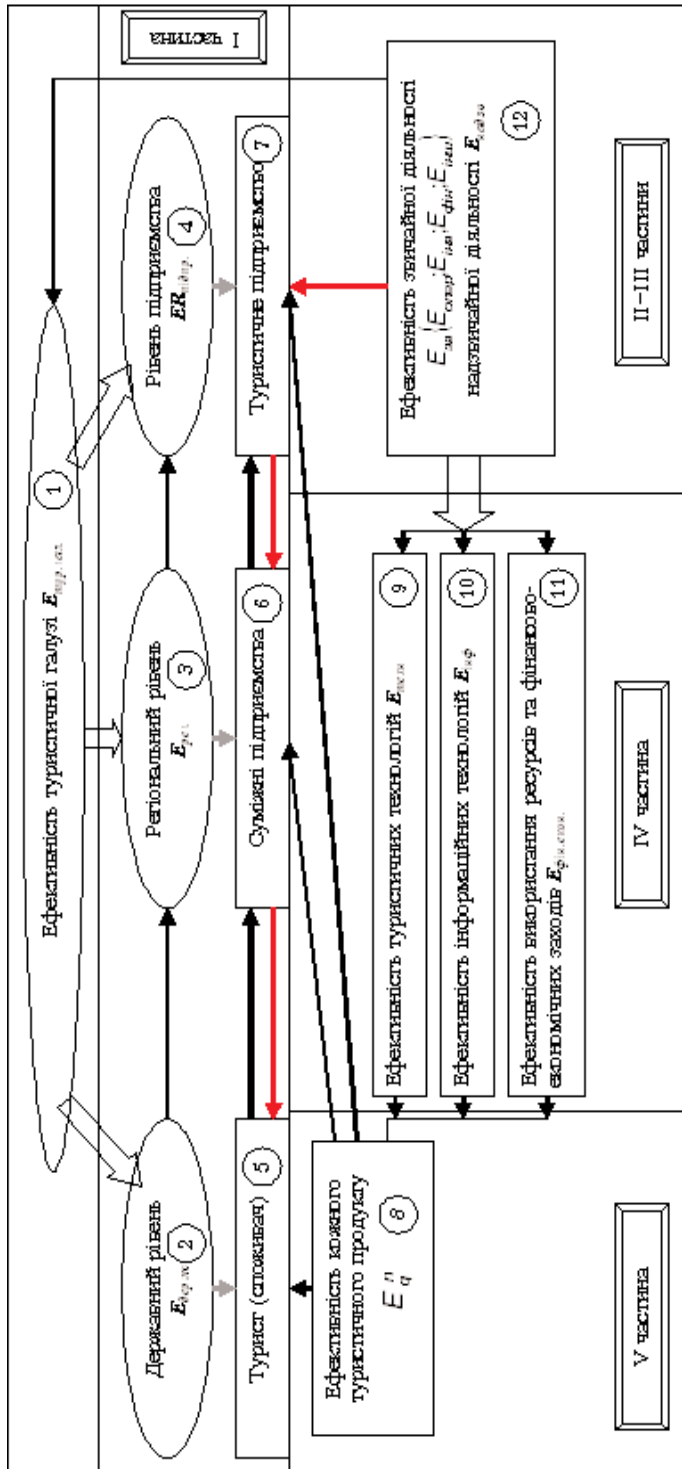


Рис. 2. Структурні частини моделі ефективної діяльності туристичної галузі, авторська розробка

Таблиця 1. Оцінювання впливу методологічних і методичних пропозицій щодо економічного розвитку у 2011 р. на туристичному підприємстві ТОВ «Краун», авторська розробка

Показники	Туристи, осіб	Вартість опієї подорож, тис. грн.	Собівартість опієї подорож, тис. грн.	Валовий дохід, тис. грн.	Загальна собівартість, тис. грн.	Чистий прибуток підприємства, тис. грн.	Рентабельність діяльності, %
Початкові показники до впровадження пропозицій станом на 01 січня 2011р.	4570	8,7	7,66	13659,00	12019,92	1639,08	13,64
Пропозиції,		%	%				
M1		-0,1	-0,1				
M2	8	0,1	-0,1				
M3	15	-0,3					
M4			-0,2				
M5	12	0,1	0,1				
M6	27	0,1	0,1				
M7		0,1	-0,1				
M8		0,1	-0,05				
M9		0,1	-0,05				
M10			-0,2				
M11		-0,05	-0,05				
M12		0,2					
Разом, з 1 по 12	62 ос.	0,35%	-0,65%				
Кінцеві значення після впровадження пропозицій станом на 31 грудня 2011 р.	1632	8,73	7,61	14248,09	12413,38	1834,72	14,78
Зміни показників, абсолютні	62	0,03	-0,05	589,09	393,46	195,64	1,14
Економічний розвиток за 2011 р., %	103,95	100,35	99,35	104,31	103,27	111,94	108,39

Впровадження вказаних пропозицій на туристичному підприємстві ТОВ «Краун» дозволило за 2011р. досягти темпів економічного розвитку за такими показниками діяльності: надання послуг (кількість туристів) – 103,95%; вартість однієї подорожі – 100,35%; собівартість однієї подорожі – 99,35%; валовий дохід – 104,31%; загальна собівартість – 103,27%; чистий прибуток – 111,94%; рентабельність діяльності – 109,3%.

Основною перевагою використання пропозицій щодо методології та методики є врахування чинників зовнішнього оточення, орієнтація на споживача, реалізація фінансово-економічних і технологічних заходів із метою підвищення внутрішнього потенціалу й досягнення економічного розвитку туристичного підприємства.

Висновки. Сутність концепції економічного розвитку туристичних підприємств полягає в комплексному підході до теоретичних, аналітичних і методичних заходів й ґрунтується на її елементах. Досягнення економічного розвитку в результаті діяльності – основне завдання туристичного підприємства, що взаємозв'язане з усіма іншими, визначає їхній зміст, обсяг ресурсів і повноважень щодо реалізації. Економічний розвиток туристичного підприємства сприяє трансформації, організаційному вдосконаленню процесу створення й реалізації, підвищенню якості й конкурентоспроможності туристичного продукту та вдосконаленню туристичної галузі.

В подальшому пропонується продовжувати дослідження в напрямі вдосконалення методологічних і методичних засобів економічного розвитку туристичних підприємств.

1. *Балашова Р.І.* Ефективність туристичної діяльності та вдосконалення методів її оцінки // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №3. – С. 131–137.

2. *Бурега В.В.* Социально-адекватный менеджмент: в поисках новой парадигмы: Монография. – К.: Академия, 2006. – 269 с.

3. *Жигулін О.А.* Ефективність методів управління підприємством у ринковій економіці: Монографія / Європейський університет. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. – 300 с.

4. *Калиниченко З.Д.* Стратегическое управление предприятием: Учеб. пособие. – Донецк: ДонНТУ, 2011. – 385 с.

5. Конкурентная диагностика фирмы: концепция, содержание, методы: Монография / А.С. Шевченко, В.И. Торкатюк, И.А. Кизим, А.Л. Шутеко. – Харьков: ИНЖЭК, 2008. – 239 с.

6. *Лебедев К.Н.* Системный подход и методология менеджмента: Монография. – М.: Красная звезда, 2008. – 837 с.

7. *Сидорова А.В., Димеденко И.В.* Управление развитием предприятий туристического бизнеса: Монография. – Донецк: Каштан, 2009. – 170 с.

8. *Синиця Н.В.* Оцінка стійкості підприємства: Монографія / Східно-укр. нац. ун-т ім. В. Даля. – Донецьк: Юго-Восток, 2010. – 183 с.

9. *Сіменко І.В.* Якість системи управління підприємством: методологія, організація, практика: Монографія / Дон. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. – 394 с.

10. Туристичний імідж регіону: Монографія / А.М. Байназаров, О.В. Бойко, О.Ф. Вишнеvsька та ін.; За ред. А.Ю. Парфіненка. – Харків: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2011. – 311 с.

11. Україна в цифрах 2009: Статистичний збірник / За ред. О.Г. Осауленка. – К.: Консультант, 2010. – 510 с.

12. *Фоміна М.В.* Проблеми економічно безпечного розвитку підприємств: теорія і практика: Монографія. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2005. – 140 с.

Стаття надійшла до редакції 8.12.2011.