

УДК 65.012

Стручок Н.М, асистент*[©]

Львівський інститут економіки і туризму

**ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ЗАГРОЗ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ
ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

У статті визначено поняття сутності та змісту економічної безпеки, проаналізовано основні види загроз для функціонування туристичного підприємства, розглядаються чинники, які формують рівень економічної безпеки сучасного туристичного підприємства.

Ключові слова: економічна безпека, загрози, туристичне підприємство, кон'юнктура туристичного ринку, чинники, рівень.

Постановка проблеми. Нові умови розвитку ринку, фінансове забезпечення, умови сезонності, розвиток інфраструктури ринку туристичних послуг та інші умови, в яких функціонує підприємство, несуть елементи ризику та виникнення загроз економічній безпеці підприємства. Досягнення стратегічних і тактичних цілей розвитку суб'єктів господарювання обумовлюють необхідність урахування ними певних особливостей економічних процесів, які пов'язані з специфікою роботи та організації туристичної діяльності.

Обираючи стратегію розвитку підприємства туристичної індустрії розглядають різні стратегії, серед яких обирають найефективнішу. Такими стратегіями можуть виступати: стратегія інтеграції, концентрації диверсифікації та забезпечення конкурентних переваг [6].

Обрана стратегія функціонування підприємства туристичної індустрії залежить від численних чинників, що формують економічну безпеку його розвитку. Тому для забезпечення відповідного рівня економічної безпеки туристичного підприємства важливе значення має визначення та аналіз її чинників та загроз.

Стан дослідження. Проблеми ефективності діяльності туристичного підприємств досліджувало багато вчених, таких як: Дж.Дейлі, Р.Дж.Долан, А.А.Жуков, В.М. Мейер [3, с.20], М.Д.Корінько, А.А.Садеков [5], А.Н.Тищенко, І.М.Школа, А.А.Шубін та інших. Проте, саме виникнення основних загроз економічній діяльності туристичних підприємств та їх виникнення та проблема їх вирішення недостатньо висвітлена. Тому метою даної статті є дослідження сутності чинників та загроз, що впливають на економічну безпеку туристичного підприємства.

Виклад основного матеріалу. Економічна безпека підприємства - це стан корпоративних ресурсів (ресурсів капіталу, персоналу, інформації і технології, техніки та устаткування, прав) і підприємницьких можливостей, за

* Науковий керівник – д.е.н., професор Васильчак С.В.

© Стручок Н.М., 2011

яких гарантується найбільш ефективно їхнє використання для стабільного функціонування та динамічного науково-технічного й соціального розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам (загрозам) [7, с. 98].

Основний зміст економічної безпеки підприємства полягає у тому, щоб протидіяти через загальні і спеціальні заходи загрозам і сприяти реалізації її економічних інтересів. Ці заходи реалізуються в усіх напрямках і видах діяльності підприємства: виробництві, фінансовій, кадровій, маркетинговій та інших сферах (рис1.) [7,с. 99].

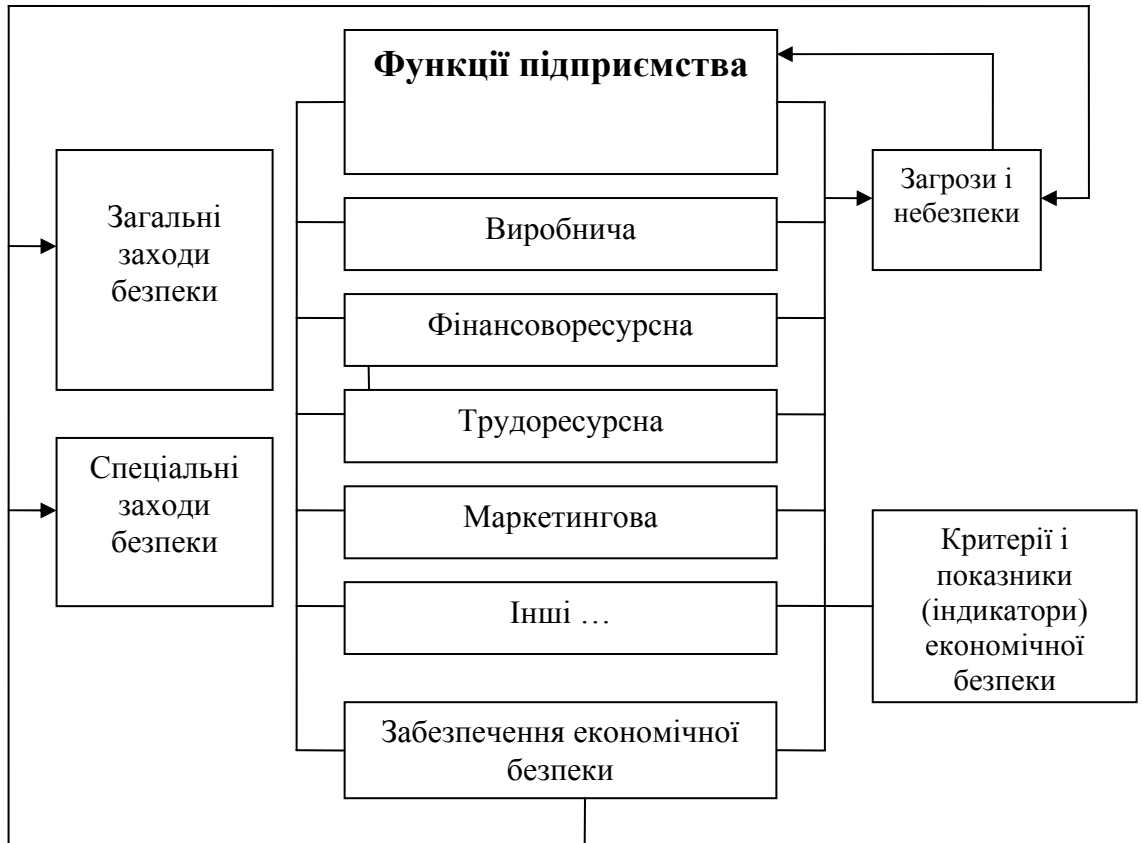


Рис.1. Загальна схема змісту економічної безпеки підприємства

Необхідність постійного дотримання економічної безпеки зумовлюється об'єктивно наявним для кожного суб'єкта господарювання завданням забезпечення стабільності функціонування та досягнення головних цілей своєї діяльності. Рівень економічної безпеки підприємства залежить від того, наскільки ефективно її керівництво і спеціалісти (менеджери) будуть спроможні уникнути можливих загроз і ліквідувати шкідливі наслідки окремих негативних складових зовнішнього і внутрішнього середовища.

Головна мета економічної безпеки підприємства полягає в тому, щоб гарантувати його стабільне та максимально ефективне функціонування в даний час і високий потенціал розвитку в майбутньому.

Під економічними загрозами розуміється сукупність умов, що зачіпають економічні інтереси суспільства та порушують відтворювальний процес [1, с.81].

Показники економічної безпеки — це найбільш значущі параметри, що дають загальне уявлення про стан економічної системи в цілому, її стійкість і мобільність.

Джерелами негативних впливів на економічну безпеку підприємства можуть бути:

1) свідомі чи несвідомі дії окремих осіб і суб'єктів господарювання (органів державної влади, міжнародних організацій, підприємств-конкурентів);

2) збіг об'єктивних обставин (стан фінансової кон'юнктури на ринках даного підприємства, форс-мажорні обставини тощо).

Під час здійснення економічної діяльності туристичні підприємства піддаються впливу ряду внутрішніх та зовнішніх загроз, а саме:

- входження на ринок конкурента;
- зростання продажів товарів-замінників;
- зменшення темпів росту ринку;
- несприятливі зміни в обмінних курсах валют;
- спад в економіці;
- протекціоністські заходи, які вживають уряди іноземних держав для захисту власних виробників;
- зміни у смаках та перевагах споживачів;
- несприятливі демографічні зміни;
- негативна екологічна ситуація;
- соціально-політична нестабільність.

Незалежно від масштабів організації (велика туристична компанія, фірма-туроператор, туристичне агентство) поряд з дослідженням зовнішнього середовища і конкуренції, необхідно проаналізувати власні сили та оцінити поточний стан.

Серед основних факторів, що впливають на економічну діяльність туристичних підприємств, виділяють наступні:

Менеджмент: організаційна структура; функціональний та ієрархічний поділ праці; централізація і децентралізація; співвідношення між лінійним і функціональним керуючим персоналом; методи і порядок прийняття основних рішень; організація системи контролю за виконанням рішень; управлінські

інформаційні системи; організація системи комунікацій; стиль управління; кваліфікація і професійні властивості вищого менеджменту; система стратегічного планування.

Персонал: структура; кваліфікація; умови найму; політика комплектації кадрів та їх плінність; навчання та підвищення кваліфікації співробітників; система оцінки персоналу; оплата праці та її мотивація.

Фінанси: склад і структура персоналу; фінансове "здоров'я" та стабільність; джерела й величина фінансових ресурсів; прибуток та його використання; рух грошової готівки; планування фінансів; стан звітності; облік зауважень ревізорів.

Організаційна культура: ціннісні пріоритети; стандарти поведінки та традиції; особливості поглядів керівників; філософія менеджменту.

Маркетинг: концепція і стратегія, що застосовуються; ринки (розміри, власна частка, конкуренти); споживачі; товар; цінова політика; канали розподілу; організація збуту; торгівельна агентура; торгівельні витрати; стан й організація інформаційного забезпечення та рекламна діяльність.

Першим етапом діяльності туристичного підприємства на ринку є визначення кон'юнктури, сегментація та прийняття певної маркетингової стратегії. Кон'юнктура ринку відтворює економічну ситуацію, що склалась на певний момент часу внаслідок сукупної дії факторів та умов, які визначають співвідношення попиту і пропозиції на туристичний продукт і характеризуються рівнем та динамікою цін на товари та послуги туризму.

Кон'юнктура є невід'ємною рисою функціонування ринку. Вона складається внаслідок сукупної дії внутрішніх та зовнішніх умов і чинників і характеризує стан ринку в даний час і в даному місці. Ознакою кон'юнктури є коливання та динамізм, підпорядковані циклічному розвитку світової економіки, що знаходить свій прояв на різних рівнях. На мікрорівні досліджуються короткотермінові коливання і зміни співвідношення попиту/пропозиції, що впливають на діяльність суб'єктів ринку, на макрорівні - середньо- та довгострокові тенденції розвитку ринку, які враховуються в галузевій та національній стратегії соціально-економічного розвитку.

Розрізняють кон'юнктуру попиту та пропозиції з подальшим поділом за конкретними ринками; цінову та товарну кон'юнктуру, форми її прояву. Залежно від співвідношення попиту та пропозиції розрізняють варіанти низької та високої кон'юнктури.

Розрізняють за характером діяльності кон'юнктуру внутрішнього та зовнішнього ринків. Кон'юнктура внутрішнього ринку характеризує врівноваження внутрішнього попиту та попиту зарубіжного туризму пропозицією індустрії туризму національного ринку туристичних послуг. Кон'юнктура зовнішнього ринку орієнтована на експортно-імпорتنі механізми ціноутворення. Рівень світових цін на певний продукт визначається експортною ціною основних постачальників даного продукту на світовий ринок та імпортною ціною його провідних покупців, що коригується на міжнародних туристичних ярмарках, виставках тощо.

Висновок. Важливим фактором управління економічною діяльністю туристичного підприємства є визначення реальної оцінки чинників економічної безпеки. Всю сукупність чинників, які формують рівень економічної безпеки сучасного туристичного підприємства, можна поділити на внутрішні і зовнішні чинники, які безпосередньо або опосередковано впливають на неї. Одержані результати аналізу є підґрунтям для створення прикладного інструментарію формування системи економічної безпеки туристичного підприємства.

Література

1. Кавун С.В., Пономаренко В.С. Концептуальні основи економічної безпеки підприємства: монографія / Пономаренко В.С., Кавун С.В. - Х.: Вид-во ХНЕУ, 2008. - 256 с.
2. Любіцева О.О. Методика розробки турів. Навчальний посібник. - К.: Альтерпрес, 2003. - 104 с.
3. Мейер М.В. Оценка эффективности бизнеса. – М.: Вершина, 2004. - 360с.
4. Методика геомаркетингового аналізу туристичного підприємства: [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ukrkniga.org.ua/ukrkniga-text/725/8/>.
5. Садеков А.А., Цурик В.В. Управление предприятием в условиях кризиса: Монография. – Донецк: % ДонГУЭТ, 2006. – 178 с
6. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монографія, - К.: КНТЕУ, 2006. – 537 с..
7. Франчук В.І. Основи економічної безпеки: навчальний посібник. / Львівський державний університет внутрішніх права. – Львів: 2008, - 203 с.

Summary

Struchok N.M.

Lviv Institute of Economic and Tourism

MAIN COMPONENTS OF THREATS ON ECONOMIC SECURITY OF TOURIST ENTERPRISES

In the article considering the main determinant of ground and resumes on economic security, analysed main types of threats on functioning tourist enterprises and main factors, which forms economic security.

Стаття надійшла до редакції 14.04.2011 р.