

ФАКТОРЫ УСТОЙЧИВОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Представлено научное обоснование разнонаправленного воздействия факторов на функционирование туристских предприятий в условиях кризисной ситуации. Выявлены специфика влияния внутривоздейственных, общенациональных и глобальных факторов, определена методика расчета их суммарного эффекта

Актуальность исследования. Преодоление последствий финансово-экономического кризиса для каждой страны, ее регионов и отраслей имеет множество особенностей. Они определяются докризисным состоянием экономики, обеспеченностью и качеством трудовых, природных и производственных ресурсов. Во многом активность процесса выхода из кризисного состояния зависит от опыта и квалификации менеджерского состава всех уровней экономики. В современных рыночных условиях хозяйствования огромное значение для экономической динамики приобретает состояние конкурентной среды. Действие этих факторов в совокупности предопределяет управленческий выбор того или иного пути развития туристских предприятий. Важно установить наиболее рациональную структуру затрат, позволяющую лучшее использование ограниченных ресурсов и получение наибольшего социально-экономического эффекта.

В числе прочих отраслей экономики, с наименьшим расходом традиционных ресурсов и быстрой окупаемостью для отдельных регионов Украины можно считать рекреационно-туристскую отрасль. Крымский полуостров имеет ряд существенных преимуществ в этой сфере, по сравнению с другими регионами.

Однако, имеющийся природно-климатический потенциал полуострова используется крайне ограниченно. Обслуживание туристов осуществляется по устаревшим технологиям. Не обеспечивается должное качество услуг и их соответствие ценовым реалиям посткризисного периода. Регион катастрофически быстро утрачивает конкурентные преимущества на мировом рынке.

Минувший кризис позволил выявить недостатки системы управления предприятиями туристского комплекса (ТК) и сформировал новые условия, которые нельзя игнорировать при определении управленческой политики турпредприятий. Прежде всего, это касается изменившейся структуры рыночного спроса на туристский продукт, значительной дифференциации платежеспособного спроса потребителей туруслуг. Одновременно возросло количество предприятий и просто неорганизованных предпринимателей, предоставляющих туристское обслуживание. Рыночное предложение турпродукта возросло, а спрос стал более дифференцированным. На рынке туристских услуг усилилось конкурентное давление иностранных предприятий. Используя более совершенную материально-техническую базу, привлекая отечественных туристов своей новизной, неизведанностью, зарубежные турпредприятия отвлекли на себя от наших турпредприятий значительную часть туристского потока.

Система управления турпредприятиями осталась в прежнем состоянии, соответствующим стабильной экономике Украины. Однако кризис привел к изменению и дифференциации платежно-способного спроса населения, переориентировке финансовых потоков государственных и частных капиталов, реструктуризации в национальном хозяйстве. Изменился ряд внутренних факторов деятельности турпредприятий. Все это в совокупности обозначило необходимость поиска новых научно обоснованных моделей управления турпредприятиями, новых методов организационно-экономического механизма, адекватных современной экономической обстановке.

Цель статьи – представить научное обоснование факторов, способствующих стабильной деятельности туристских предприятий и создающих реальную возможность преодоления кризисных проявлений на микроуровне.

Степень изученности. Научным проблемам управления туристским бизнесом уделено внимание многих отечественных и зарубежных исследователей, в частности: Вайнер Дж., Давыденко И.В., Джеффри А., Диденко А.Н.,

Кован С.Е., Клок Н.В., Маршалл А., Несторенко А.В., Нордин С., Портер М., Стиглиц Дж., Хиршман А., и др.

Особенно следует подчеркнуть вклад крымских ученых в теорию экономики и управления предприятиями рекреационно-туристского комплекса. В их числе: Ефремов А.В. [1], Подсолонко В.А. [4], Скоробогатова Т.Н. [5], Слепокуров А.С. [6], Швец И.Ю. [7] и др.

Вместе с тем, по-нашему мнению, заслуживает дальнейшей научной проработки специфика управления туристскими предприятиями в новых условиях, возникших в связи с мировым финансово-экономическим кризисом и изменившейся конъюнктурой мирового рынка туристского продукта.

Изложение основного материала. Успешное развитие сферы туризма в Крыму в значительной мере зависит от верно выбранной стратегии, от правильно выстроенных прогнозов, учитывающих влияние на туризм многочисленных факторов.

Фактор (от лат. *factor* – делающий, производящий) – причина, движущая сила какого-либо процесса, существенное обстоятельство туристской практики [2, с. 34]. Основные факторы, влияющие на развитие туризма, специалисты распределяют по группам:

- статичные и динамичные факторы;
- внешние (экзогенные) и внутренние (эндогенные) факторы;

- экстенсивные и интенсивные факторы;
- позитивные и негативные (сдерживающие) факторы.

Статичные факторы отличаются неизменностью, постоянством. Человек лишь приспосабливает их к своим туристским потребностям, делает их доступными для потребления. К этой группе относятся природно-климатические, географические, культурно-исторические факторы.

Динамичные факторы – факторы, изменяющиеся во времени и пространстве. К ним относятся политические, социально-экономические, демографические, материально-технические, институциональные факторы.

Внешние (экзогенные) факторы – факторы, не оказывающие прямого воздействия на туризм. Они учитывают политические, социально-экономические, демографические условия для развития туризма, состояние и развитие транспортной, инфраструктуры, торговли, обеспеченность безопасности путешествий. К этой же группе факторов относится изменение рыночной конъюнктуры: неожиданное появление в занимаемом сегменте рынка участников, нарушающих равновесие рынка своими предложениями, изменение тарифов перевозок, арендных платежей, нарушение договорных обязательств партнерами и отсутствие законодательных рычагов воздействия на них.

Внутренние (эндогенные) факторы – это факторы, воздействующие непосредственно в сфере туризма: соотношение спроса и предложения, появление новых туристских сегментов на рынке, развитие и укрупнение туристского бизнеса, организация объединений, рост взаимодействия в туризме, материально-технические, технологические, институциональные факторы.

Экстенсивные факторы определяют количественное увеличение: рост численности работников, увеличение количества вовлекаемых в хозяйственный оборот материальных ресурсов, создание новых туристских объектов. Появление новых заповедников – экстенсивный фактор развития экологического туризма. Инвестиционная активность – экстенсивный фактор, обеспечивающий приток инвестиций в туризм. Строительство новых гостиниц – экстенсивный фактор, укрепляющий материально-техническую базу туризма.

Интенсивные факторы определяют концентрированность, усиление, напряжение, повышение производительности труда. К этой группе факторов относятся повышение квалификации персонала, развитие материально-технической базы, компьютеризация рабочих мест, внедрение новейших технологий, реализация программ повышения качества обслуживания, рациональное использование имеющихся материальных ресурсов. Привлечение в туризм дипломированных специалистов, владеющих высокой технологической и корпоративной культурой, отвечающих потребностям современной туристской индустрии, – фактор, интенсивно воздействующий на туризм.

Позитивные факторы – развивающие факторы, положительно воздействующие на туризм. Политическая и финансово-экономическая стабильность, рост доходов населения и объемов личного потребления и т.д. – позитивные факторы, увеличивающие спрос и предложение на туристском рынке.

Негативные факторы – сдерживающие факторы, отрицательно влияющие на развитие туризма. Военные конфликты, кризисы в экономике, забастовки, терроризм, банкротство туристских фирм, неблагоприятная экологическая ситуация, ужесточение туристских формальностей и т.д. – негативные факторы, вызывающие спад в туризме.

Один и тот же фактор может оказывать положительное и отрицательное воздействие на туризм. В этом случае необходимо выстраивать приоритеты, определять, какой из показателей важнее. В качестве примера рассмотрим страхование. С одной стороны, это положительный фактор. Страхование защищает жизнь, здоровье, имущество туристов от возможных неблагоприятных воздействий (от болезни, природных катаклизмов, несчастных случаев, от участия в судебных, следственных мероприятиях в качестве обвиняемого, от кражи имущества, потери багажа, плохой погоды и т.д.). Часто условиями договоров на туристское обслуживание предусматривается невозвращение стоимости путевки в случае ее сдачи в последний день. В этом случае страхование от возможного невыезда позволяет вернуть всю сумму полностью.

С другой стороны, страховой взнос, достигающий в среднем 3 долл. в день, вызывает удорожание тура, так как стоимость страхового полиса включается в турпродукт. Для туристов с невысокими доходами это может стать препятствием к путешествию. Но, учитывая, что главное требование в организации путешествий – все-таки обеспечение безопасности туристов, защита их от возможных рисков, страхование все чаще становится обязательным условием для получения визы, хотя и усложняет визовые формальности.

Другой пример выстраивания приоритетов. Под строительство тематического парка “Дракулалэнд” в Румынии, названного в честь графа Дракулы (проброобраз его – живший в XV в. принц Влад Кровавый), была отведена территория в 120 га. Популярность парка, повышенный спрос у туристов, ожидаемое удвоение доходов от туризма – позитивные стороны этого проекта. Но проведенная экологическая экспертиза выявила возможное негативное воздействие от реализации проекта: риск нанесения значительного ущерба окружающей среде, увеличение антропогенной нагрузки на природный комплекс. Это послужило сдерживающим фактором и привело к отказу от реализации проекта.

Широко известный египетский город-курорт Шарм-эль-Шейх пользуется повышенным спросом у туристов. Там построено 117 первоклассных отелей на 23 тыс. номеров, приносящих немалые доходы. Но дальнейшее развитие курорта, несмотря на растущий спрос и высокие доходы, приостановлено в целях защиты окружающей среды.

В числе слабых сторон деятельности предприятий туристской сферы следует отметить их чрезвычайную зависимость от внешних факторов. На результаты их деятельности влияют социально-политические условия, меняющиеся в регионе, стране по своим законам. Сказывается общий уровень благосостояния граждан собственной страны и в зарубежье. Участившиеся в последние годы природные катаклизмы или просто неустойчивые погодные условия – также могут резко изменить интенсивность туристского потока.

Специфика позитивных и негативных факторов, определяющих результативность деятельности предприятий туристского бизнеса, побуждает научных исследователей и хозяйственных практиков с особым интересом и вниманием относиться к деятельности этих предприятий. Опыт отдельных предприятий и даже целых регионов становится чрезвычайно ценным в условиях затянувшегося финансово-экономического кризиса.

Тем не менее, каждый туристский регион по своему уникален. Происходящие в мире интеграционные процессы, глобализация, ужесточение конкурентной борьбы на рынках туристских услуг, капитализация экономики и значительное расслоение общества в странах СНГ на богатых, зажиточных и бедных – все это коренным образом меняет отношение к цене и качеству туристской продукции, способствует индивидуализации восприятия услуги.

Проведенное нами исследование деятельности предприятий туристского комплекса АРК позволило классифицировать факторы, влияющие на их функционирование и подразделить на три группы:

- внутрихозяйственные факторы предприятия ТК;
- общенациональные факторы ТК;
- межгосударственные, международные и глобальные факторы.

Составляющие структурные элементы отмеченных трех групп факторов отражены на рис. 1.

Так, внутрихозяйственные факторы воздействия и обеспечения динамики топ-характеристик деятельности предприятия ТК включают природно-климатический и лечебно-оздоровительный потенциал на территории расположения предприятия. Последний можно считать стабильным, не меняющимся в зависимости от состояния (кризисного или бескризисного этапа) экономики страны. Его ценность и мера воздействия на показатели предприятия связана с уникальностью природных источников или запасов данных ресурсов на территории.

Материально-техническое обеспечение, наличие и качество кадрового потенциала, организационно-технологический потенциал предприятия ТК – это факторы непостоянной силы воздействия на результаты предприятия. Их характеристики докризисного, кризисного и посткризисного этапов экономики должны кардинально меняться. Докризисные критерии отмеченных факторов были ориентированы на инерционность потоков туристов. Потребитель услуги ТК того времени, как правило, это человек “неизбалованный” роскошью, довольствующийся средним качеством обслуживания и его низкой ценой. Кризис выдал из потребительской среды этого среднего туриста.

Ухудшение материального положения большей части населения привело к спаду реального объема потребленных услуг ТК. Богатый турист потянулся в дальние страны за высоким комфортом, неизведанной экзотикой, увозя с собой из страны значительные денежные ресурсы. Изменить эту тенденцию в потоках отечественных и зарубежных туристов в посткризисном периоде становится архиважной задачей и жизненной необходимостью всех предприятий ТК. Для этого, прежде всего, необходимо изменить качество внутрихозяйственных факторов – материально-технического, кадрового и организационно-технологического.

Общенациональные факторы воздействия на предприятия ТК связаны непосредственно с состоянием экономики Украины, изменяющимся уровнем благосостояния граждан и степенью их дифференциации по семейным доходам, действующей системы нормативно-правовой базы, с существующим порядком налогообложения предприятий. Эти факторы считаются внешними или экзогенными для предприятия ТК. Однако влияние их чрезвычайно значительное и отличается в рассматриваемых периодах развития национального хозяйства страны. Например, не может быть одинаковой налоговая политика государства по отношению к предприятию в условиях кризисного спада и в условиях стабильного роста. Аналогично гибкой должна быть и банковская система кредитования, и государственное законодательное регулирование. К сожалению, желаемой гибкости в кризисный 2008-2009 годы не наблюдалось. Все законодательные акты, составленные для благополучных

2004-2006 годов, не претерпели желанных изменений в кризисный 2008-2009 годы. В итоге отечественный рынок туристских услуг (как, впрочем, и рынки многих других украинских товаров) теряет свои позиции даже на собственной

территории. Агрессивный и более эластичный зарубежный рынок завоевывает, даже просто занимает без боя, освобождающиеся позиции. Завоевывать эти рынки теперь придется нам после преодоления мирового кризиса.

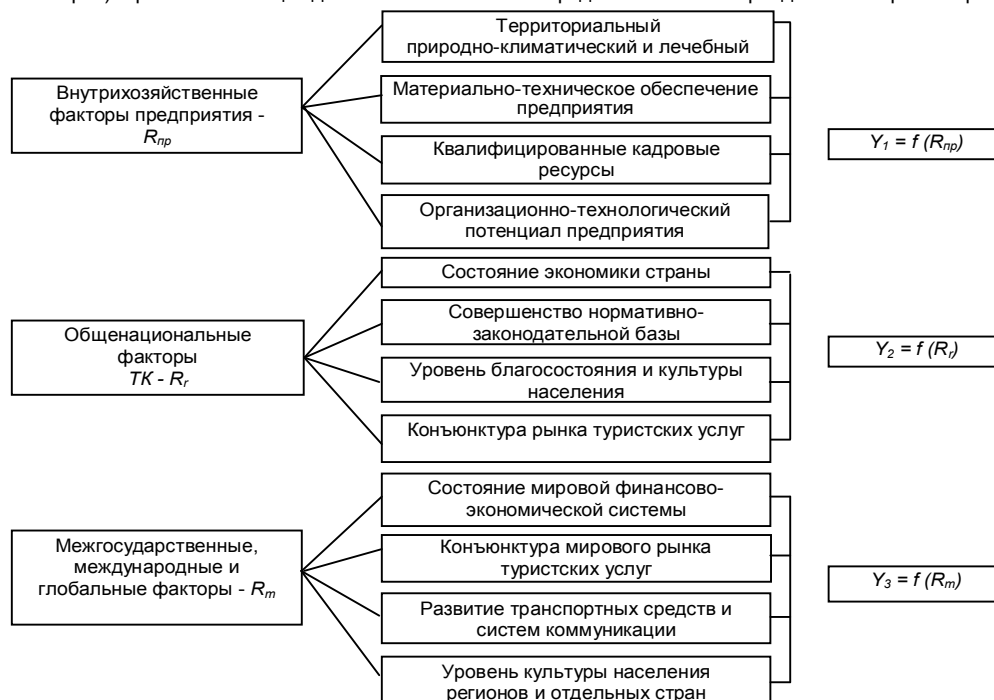


Рис. 1. Факторы воздействия на устойчивую работу предприятий ТК

Если по первым двум группам факторов, мы должны были проявить активную и гибкую политику преобразований, адекватных фазам циклического воспроизводства, то по третьей группе сфера ТК оказывается в почти пассивной зависимости от состояния мирового рынка. Это межгосударственные, международные и глобальные факторы воздействия на предприятия ТК. О процессах глобализации опубликовано огромное количество научных работ. Его воздействие на национальное хозяйство оценивается неоднозначно. С одной стороны, интернационализация, интеграция и глобализация экономики содействуют ускорению научно-технического прогресса, более быстрому распространению прогрессивных технологий, снижают общественные издержки производства. Улучшается качество мировой продукции. С другой стороны, в случаях более затратного отечественного производства, последнее не выдерживает конкуренции со стороны мирового рынка. В итоге сокращается производство в своем национальном хозяйстве, появляется и растет безработица. Ухудшается жизненный уровень, если высвободившаяся рабочая сила не перетекает в другие страны. Капитализм неизбежно ведет к дифференциации слоев населения в стране. Глобализованный капитализм со столь же неизбежной силой ведет к усилению дифференциации стран по уровню развития национальных хозяйств.

Отмеченная закономерность глобализационных процессов с особой очевидностью проявляется на мировом рынке рекреационно-туристских услуг. Наиболее продвинутые в технологиях туристского обслуживания Испания, Италия, Германия, Швейцария и даже Турция, прежде всего, выигрывают от интеграции и глобализации. Свободный перелив капитала, рекреационно-туристского бизнеса и потребителей этого продукта становятся сдерживающим фактором для отечественного ТК. У него не хватает сил противостоять активной и чрезвычайно агрессивной рекламе отдыха за рубежом даже на национальном телевидении. Современное состояние мировой экономики, сложившаяся и устойчивая конъюнктура мирового рынка услуг ТК, недостаточное развитие и дороговизна транспортных средств сообщения и коммуникаций стали сдерживающими факторами в росте объемов производства услуг ТК Украины. К сказанному следует

добавить невысокий уровень культуры населения в зонах действия предприятий ТК Украины. Нужна кропотливая и продолжительная работа по воспитанию населения-рецепианта, в духе уважения и любви к прибывшему на отдых или лечение туристу. Культура обслуживания – фактор огромной степени воздействия на потребителя. В туристской сфере он становится особенно важным на этапе кризисного состояния отрасли и всей экономики.

Таким образом, итоговый результат использования всех трех групп факторов можно для каждого этапа развития экономики определить по формуле:

$$Y_{\Sigma}^i = Y_1 \pm Y_2 \pm Y_3, \quad (1)$$

где Y_{Σ}^i – суммарный объем туристских услуг предприятия (i);

Y_1^i – результат воздействия внутрихозяйственных факторов производства услуги;

Y_2^i – результат воздействия, соответственно, положительного (+) или отрицательного (-) общенациональных факторов;

Y_3^i – результат воздействия межгосударственных, международных и глобальных факторов.

Одним из критериев устойчивого развития предприятия туристского комплекса может служить долгосрочный прирост годовых объемов услуг ТК.

$$\Delta Y_{\Sigma}^t = Y_{\Sigma}^t - Y_{\Sigma}^{t-1} > 0, \quad (2)$$

где Y_{Σ}^t – прирост годового объема суммарных услуг предприятия сферы ТК от года (t - 1) к году t.

В связи с меняющимся разнообразием видов туруслуг, групп потребителей этих услуг каждое предприятие должно иметь маркетинговую стратегию освоения различных сегментов рынка туристских услуг. Важнейшее условие устойчивого функционирования предприятия заключается в обеспечении равенства совокупного спроса рынка туристских услуг по различным сегментам и совокупного предложения этих услуг предприятием. Математическая формулировка этого условия такова:

$$Y_{\Sigma}^D = Y_{\Sigma}^S, \quad (3)$$

где
 $Y_{\Sigma}^D = \sum N_i \times P_i = \sum (k_1 \times N_1 \times P_1 + k_2 \times N_2 \times P_2 + \dots + k_i \times N_i \times P_i)$
 $Y_{\Sigma}^S = \sum Y_1^x \times P_x \times \delta = \sum (\delta \times y_1 \times P_1 + \delta \times y_2 \times P_2 + \dots + \delta \times y_x \times P_x)$
 N_i – количество туристских услуг “i” вида;
 P_i – цена туристской услуги “i” вида;
 Y_{Σ}^D – совокупный спрос на туристские услуги;
 $k_{1,i}$ – коэффициент качества запрашиваемой туристской услуги;
 Y_{Σ}^S – совокупное предложение туристской услуги;
 x – вид предлагаемых услуг;
 P_x – стоимость предлагаемой услуги “x” вида;
 y_x – количество предлагаемых услуг вида “x”;
 δ – коэффициент качества (комфортность) предлагаемой услуги вида “x”.

Функционирование туристского комплекса имеет прямой и косвенный эффекты, проявляющиеся как в оздоровлении людей, так и в повышении их работоспособности в отраслях экономики. Развитие ТК обеспечивает создание дополнительных рабочих мест, активизацию предпринимательской деятельности, улучшение инвестиционного климата. Во многих регионах Украины, наряду с промышленностью и сельским хозяйством, туристские услуги приносят существенный доход в местные бюджеты. Тем не менее, возможности этой сферы далеко не исчерпаны и при более совершенной системе управления и организации могут значительно улучшить свои финансовые и производственные показатели. Например, крымский полуостров, несмотря на свой колоссальный курортно-туристский потенциал, занимает весьма скромное место на национальном, и тем более мировом рынке туристских услуг.

Туристский комплекс Крыма – это совокупность связанных между собой санаторно-курортных, туристских и обслуживающих их промышленных, аграрных, инфраструктурных предприятий, объединенных общей целью восстановления здоровья, медицинской реабилитации и туристских потребностей населения Украины и зарубежья, на основе эффективного использования природных, лечебных, социально-культурных, исторических и производственных ресурсов региона.

В различные этапы и периоды функционирования национальной экономики основная цель развития туристского комплекса Крыма претерпевает изменения. В условиях стабильного состояния национального хозяйства страны главной задачей туристского комплекса было обеспечение потребностей рекреантов в соответствующих услугах. Рыночный спрос на услуги туркомплекса был устойчивым. Количество отдыхающих из года в год увеличивалось. Главной задачей предкризисного периода было обеспечение ритмичной загрузки предприятий туристского комплекса в течение года, за счет более активного использования мощностей в зимние и осенне-весенние периоды.

Кризис в стране для большей части населения означает снижение материального достатка. Проблема отдыха, путешествий отодвигается на второй план. Как следствие, уменьшается поток туристов. В этой ситуации у предприятий ТК два пути сохранения и развития. Первый – использовать эффект масштаба, т.е. снизить цену на свои услуги и добиться увеличения количества туристов за счет менее платежеспособной части граждан. Второй – переключиться на более состоятельных людей, привлекая их повышенным качеством и разнообразием предоставляемых услуг. В этом варианте доминирует эффект диверсификации.

Как поступают менеджеры крымских предприятий ТК в текущем году? Совсем наоборот. Увеличивают цены на туруслуги, не изменяя качество обслуживания.

В послекризисный период предстоит активная работа предприятий ТК по восстановлению утраченных позиций на мировом и национальном рынке туристских услуг. Это означает, что потребуются качественное обновление материально-технической базы, переквалификация кадрового

состава, обновление технологий обслуживания туристов. Все эти меры должны быть направлены на приведение в соответствие качества туристской услуги новым потребностям различных по материальному достатку групп населения. Кризис еще больше усиливает расслоение населения страны.

Таким образом, в докризисный период более производительными были ресурсы (Rr), входящие в общенациональные факторы роста объемов туристских услуг региона. Их производственная функция была значительно выше. В кризисный период производительность ресурсов Rr снижается. Что касается внутрихозяйственных ресурсов, входящих в фактор Rrp, их роль и производительность должна возрастать. Производственная функция данных ресурсов становится значительнее. Сдерживающим, ослабляющим деловую активность в ТК в кризисной обстановке является фактор Rm, включающий ресурсы межгосударственных и глобальных отношений в сфере ТК.

Активизация всех трех факторов с одновременным ростом производительности практически всех ресурсов должна осуществляться на этапе послекризисного функционирования ТК. Получение синергетического эффекта будет способствовать ускорению восстановления и развития всего туристского комплекса. Принимая во внимание эластичность структуры факторов воздействия на устойчивость работы предприятий ТК, появляется реальная возможность оптимизировать эту структуру для различных состояний предприятия.

Представляется объективно необходимым разрабатывать несколько моделей, адаптированных к кризисным параметрам внешней среды. Альтернативность должна включать различие целей управления, ресурсов, методов и объектов в системе кризисной модели управления.

В основу каждой модели управления туристским предприятием на кризисный период положены цели управления, соответствующий набор объектов и адаптация механизма управления применительно к внешней и внутренней среде.

В результате исследования сформированы следующие модели.

Для формулировки экономико-математических моделей введены следующие обозначения экономических показателей:

Y_0 ; Y_k – объемы годовых туристских посещений предприятия в целом, соответственно, в докризисный и кризисный периоды, чел./днях;

Y_0 ; Y_k – объемы годовых туристских посещений предприятия по видам туруслуг, соответственно, в докризисный и кризисный периоды, чел./днях;

P_0 ; P_k – цены на туристские услуги, за один чел./день в докризисный и кризисный периодах (грн.);

C_0 ; C_k – себестоимость туристской услуги в докризисный и кризисный периоды, соответственно, в грн./чел.-день;

i – туристская услуга в обобщенном виде;

j – туристская услуга в дифференцированном виде;

J_0 ; J_k – годовой доход турпредприятия в докризисном и кризисном периодах;

P_{r0} ; P_{rk} – прибыль турпредприятия в докризисном и кризисном периодах;

Φ_0 ; Φ_k – фонд оплаты труда в докризисном и кризисном периодах, соответственно, грн.;

I_0 – расходы турпредприятия на модернизацию и инновации предприятия;

\mathcal{E}_0 ; \mathcal{E}_k – годовой экономический эффект деятельности предприятия в докризисном и кризисном периодах, грн.;

$\Sigma \mathcal{C}_0$; $\Sigma \mathcal{C}_k$ – общая численность занятых работников на туристском предприятии, соответственно, в докризисном и кризисном периодах, человек;

\mathcal{C}_0 ; \mathcal{C}_k – численность высококвалифицированных и продуктивных работников турпредприятия в различных периодах, человек.

Основные характерные признаки модели 1.

Цель управления: сохранность предприятия, его выживаемость в период кризиса.

Объекты управления: процессы производства и маркетинга туристских услуг.

Методы управления: экономические (сокращение затрат, внедрение инноваций, активизация маркетинга), повышение результативности оперативного планирования.

Экономико-математическая модель преодоления кризисного периода при главной целевой функции "сохранение предприятия":

$$J_k = C_k$$

$$Y_k < Y_0 \quad J_k < J_0 \quad Y_k = \sum y_k$$

$$J_k = \sum y_j \times P_k \quad P_{rk} = 0$$

$$\sum C_k < \sum C_0 \quad \Phi_k < \Phi_0$$

Основные характерные признаки модели 2.

Цель: сохранение наиболее квалифицированного состава работников предприятия.

Объекты управления: процесс производства, который оптимизируется за счет сокращения убыточных видов деятельности; усиливается маркетинг рентабельных видов продукции (услуг).

Методы управления: совершенствование системы стимулирования наиболее результативных работников и увольнение низкорезультативных работников, совмещение видов деятельности и работ, дифференциация маркетинга.

Экономико-математическая модель преодоления кризисного периода при главной целевой функции "сохранение квалифицированного состава ведущих работников":

$$\Phi_k^{кв} = \Phi_0^{кв}$$

$$Y_k < Y_0 \quad J_k < J_0$$

$$\sum C_k^0 = \sum C_k^к \quad \Phi_k < \Phi_0$$

$$J_0 = \sum y_i \times P_0 \quad J_k = \sum y_j \times P_k$$

Основные характерные признаки модели 3.

Цель: обеспечение безубыточности деятельности предприятия на кризисный период.

Объекты управления: управление затратами и финансовыми ресурсами; активизация маркетинговой деятельности, совершенствование ценовой политики.

Методы управления: разработка эффективных проектов сохранения прибыльности; изменение структуры затрат путем сокращения непроизводительных расходов; выход на узкую специализацию сегментов рынка туристских услуг.

Экономико-математическая модель преодоления кризисного периода при главной целевой функции "обеспечение безубыточности работы предприятия"

$$P_{rk} = 0$$

$$Y_k < Y_0 \quad J_k < J_0$$

$$\sum C_k \leq J_k \quad P_k < P_0 \quad C_k > C_0$$

Основные характерные признаки модели 4.

Цель управления: инновация и модернизация производственного процесса, обеспечивающие выход из кризисного состояния.

Объекты управления: процесс производства инновационных продуктов, обеспечивающих повышение прибыли и улучшение финансово-экономических показателей предприятия.

Методы управления: укрепление инновационной базы предприятия; усиление мотивационного механизма для наиболее инициативных и творческих работников; пересмотр маркетинговой политики с целью ориентирования ее на новые технологические решения.

Модель системы управления туристским предприятием	Цель управления	Объекты управления	Методы управления	Ожидаемый эффект
Модель 1	сохранность предприятия, его выживаемость в период кризиса	процессы производства и маркетинга туристских услуг	экономические (сокращение затрат, инновации, активизация маркетинга), повышение результативности оперативного планирования	$J_x = C_x$ $Y_x < Y_0 \quad J_x < J_0$ $J_x = \sum y_i \times P_k \quad P_{rx} = 0$ $\sum C_x < \sum C_0 \quad \Phi_k < \Phi_0$
Модель 2	сохранение наиболее квалифицированного состава работников предприятия	процесс производства, который оптимизируется за счет сокращения убыточных видов деятельности; усиливается маркетинг рентабельных видов продукции (услуг)	совершенствование системы стимулирования наиболее результативных работников и увольнение низкорезультативных работников, совмещение видов деятельности и работ, дифференциация маркетинга	$\Phi_x^{кв} = \Phi_0^{кв}$ $Y_x < Y_0 \quad J_x < J_0$ $\sum C_x^0 = \sum C_x^к \quad \Phi_k < \Phi_0$ $J_0 = \sum y_i \times P_0 \quad J_k = \sum y_j \times P_k$
Модель 3	обеспечение безубыточности деятельности предприятия на кризисный период	управление затратами и финансовыми ресурсами, активизация маркетинговой деятельности, совершенствование ценовой политики	разработка эффективных проектов сохранения прибыльности; изменение структуры затрат путем сокращения непроизводительных расходов; выход на узкую специализацию сегментов рынка туристских услуг	$P_{rx} = 0$ $Y_x < Y_0 \quad J_x < J_0$ $\sum C_x \leq J_x \quad P_k < P_0$ $C_k > C_0$
Модель 4	инновация и модернизация производственного процесса, обеспечивающие выход из кризисного состояния	процесс производства инновационных продуктов, обеспечивающих повышение прибыли и улучшение финансово-экономических показателей предприятия	укрепление инновационной базы предприятия; усиление мотивационного механизма для наиболее инициативных и творческих работников; пересмотр маркетинговой политики с целью ориентирования ее на новые технологические решения	$Y_x = y_j \times P_k$ $Y_x \geq Y_0 \quad J_x > J_0$ $P_k > P_0 \quad C_k > C_0$ $C_x = \sum C_j \times y_j \quad P_{rk} > P_{r0}$
Модель 5	обеспечение конкурентных преимуществ предприятия, завоевание новых рыночных позиций	конкурентоспособность, совершенствование технологий производственного процесса, маркетинг	разработка новых проектов обеспечения конкурентоспособности и завоевание лидирующих позиций на рынке туристских услуг; использование целевого финансирования прорывных проектов, повышение качества услуг	$\sum y_j > \sum y_i$ $Y_x \leq Y_0 \quad J_x \leq J_0$ $C_k > C_0 \quad P_k < P_0$ $P_{rk} \leq P_{r0}$

Рис. 3. Сравнительная схема моделей управления туристским предприятием в кризисном периоде

Экономико-математическая модель преодоления кризисного периода при главной целевой функции "технологического прорыва":

$$Y_k = y_i \times P_k$$

$$Y_k \geq Y_0 \quad J_k > J_0 \quad P_k > P_0$$

$$C_k > C_0 \quad C_x = \sum C_j \times y_j \quad P_{rk} > P_{r0}$$

Основные характерные признаки модели 5.

Цель: обеспечение конкурентных преимуществ предприятия, завоевание новых рыночных позиций.

Объекты управления: конкурентоспособность, совершенствование технологий производственного процесса, маркетинг.

Методы управления: разработка новых проектов обеспечения конкурентоспособности и завоевание лидирующих позиций на рынке туристских услуг; использование целевого финансирования прорывных проектов, повышение качества услуг.

Экономико-математическая модель преодоления кризисного периода при главной целевой функции "обеспечение конкурентных преимуществ предприятия на рынке туруслуг"

$$\sum y_j > \sum y_i$$

$$Y_k \leq Y_0 \quad J_k \leq J_0$$

$$C_k > C_0 \quad P_k < P_0 \quad P_{rk} \leq P_{r0}$$

Указанные модели сгруппированы по ведущим признакам в сравнительную схему моделей управления туристским предприятием в кризисном периоде (рис. 3).

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Исследование факторов воздействующих на устойчивое функционирование туристских предприятий позволило классифицировать их как по источнику происхождения (внутрихозяйственные, общенациональные, межгосударственные и глобальные), так и по степени активности влияния на состояние туристской фирмы.

Формализация итогового результата воздействия всех трех групп факторов в математическом виде дает возможность установить условия равновесного состояния рыночного спроса и предложения на рынке туруслуг предприятия, что теоретически воспринимается как состояние устойчивой деятельности предприятия.

Исходя из вариаций целевой функции системы управления для различных условий деятельности турпредприятия разработаны и представлены в виде

экономико-математических моделей пять различных моделей системы управления. Для каждой из пяти предлагаемых моделей управления определены объекты управления и специфические методы управления.

Таким образом, исследование подтвердило, что реальное состояние турпредприятия и результативность его управленческой деятельности нуждаются в корректировке моделей управления, которые оказались бы адекватными кризисным условиям неравновесного (неустойчивого) функционирования.

Список использованной литературы:

1. *Ефремов О.В.* Эффективність управління туристичним комплексом / О.В. Ефремов, Н.В. Цопа // Економіка. – 2000. – № 42. – С. 8-10.
2. *Каурова А.Д.* Организация сферы туризма / А.Д. Каурова. – СПб.: "Издательский дом Герда", 2004. – 320 с.
3. *Кован С.Е.* Теория антикризисного управления предприятием: учебное пособие / С.Е. Кован, Л.П. Мокрова, А.Н. Ряховская; [под ред. М.А. Федотовой, А.Н. Ряховской]. – М.: КНОРУС, 2009. – 160 с.
4. *Підприємництво* / [В.А. Подсолонко, А.Ф. Процай, Т.Л. Миронової, В.О. Василенко]; за ред. В.А. Подсолонко і Т.Л. Миронової. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 616 с.
5. *Скоробогатова Т.Н.* Конкурентоспособность сферы услуг в аспекте экологической логистики / Т.Н. Скоробогатова // Культура народов Причерноморья. – 2001. – Т.2., № 18. – С. 153-161.
6. *Слепокуров А.С.* Геоэкологические и инновационные аспекты развития туризма в Крыму / А.С. Слепокуров. – Симферополь: СОНАТ, 2000. – 100 с.
7. *Швец И.Ю.* Стратегическое управление конкурентоспособностью туристического предприятия / И.Ю. Швец // Культура народов Причерноморья. – 2005. – Т. 2, № 57. – С. 54-58.

МАКАРОВА Оксана Анатольевна – ассистент кафедры экономической теории Таврического национального университета им. В.И. Вернадского.

Научные интересы:

– исследованием проблем антикризисного управления туристскими предприятиями.