

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕТОДОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Актуальность проблемы. Развитие мировой экономики начиная со второй половины XX в. характеризуется радикальными изменениями в различных сферах экономической деятельности, и в частности туристическом бизнесе. Так, с 1950 г. количество путешественников в мире неуклонно растет, туризм превращается в одно из наиболее развивающихся и доходных направлений человеческой деятельности. Результаты анализа тенденций ежегодных изменений прироста зарубежных туристических прибытий по средним величинам за каждые десять лет с 1950 по 2000 г. по данным Всемирной туристической организации (ВТО) показывают, что при ее сохранении число международных прибытий к 2010 г. увеличится и достигнет 1 млрд. в год. Уже в настоящее время доля туризма в большинстве стран мира составляет 10-30% ВВП. В Украине этот показатель достигает 1,5 % ВВП [1, 145].

Результаты проведенного анализа сложившегося уровня производственной деятельности туристических предприятий Украины свидетельствуют о том, что условия их функционирования и организация производства еще не соответствуют международным условиям и требованиям, представляемым и предъявляемым к хозяйствующим субъектам этой сферы деятельности, что обусловлено в основном двумя обстоятельствами.

Первое обстоятельство связано с тем, что в Украине в условиях рыночных взаимоотношений основная роль в организации и проведении оздоровительного и спортивно-

познавательного отдыха трудящихся и членов их семей принадлежала профессиональным союзам. Они имели разветвленную сеть оздоровительных учреждений (санатории, дома отдыха, пансионаты, туристические центры и базы). Кроме того, большая часть предоставляемых путевок была льготной (по цене продажи). Это давало возможность почти круглогодично получать квалифицированное лечение в специализированных санаториях, совершать водные круизы, авиационные, железнодорожные и автобусные путешествия, знакомиться с историческими ценностями, достопримечательностями и т.п., при этом чаще всего люди пользовались внутренним туризмом.

После распада СССР, образования независимых государств и вхождения их в свободный экономический рынок роль профсоюзов, особенно в период 1989-1995 гг., несколько снизилась. Это в свою очередь отрицательно повлияло на осуществление мер по восстановлению трудовых ресурсов, общему оздоровлению трудового населения.

Проводимые в нашей стране социологические исследования и опросы показывают, что практически ежегодно примерно 40% населения не оздоравливаются вообще. Причины такого положения различны: низкие ежемесячные доходы семьи (почти у 70% населения они не превышают 200-500 грн./мес.), малое количество льготных путевок, выделяемых со стороны профсоюзов (до 20-25%), низкие суммы, отчисляемые из семейных бюджетов для осуществления отдыха (в среднем 500-600

грн. на семью в год) и др. [2].

Вместе с тем активизация рыночных взаимоотношений, наметившийся рост доходов населения, а также поиск и внедрение новых форм в деятельности предприятий туристической сферы позволят более эффективно осуществлять туристический бизнес в Украине. При этом важную роль в дальнейшем развитии туризма определяет стратегическое направление, связанное с обеспечением общегосударственной и региональной поддержки туризма, привлечением к этой сфере как государственных, так и предприятий других форм собственности, частных предпринимателей, что будет содействовать повышению жизненного уровня трудящихся и активизации туризма.

Ко второму обстоятельству сложившегося положения в стране относится то, что формирование туристических предприятий в настоящее время осуществляется на переходном этапе от командно-административной экономики к рыночной, когда еще не учитывается мировой опыт становления постиндустриального общества, процессов глобальной интеграции, диверсификации и интернационализации производства, а также тенденций к созданию мировой инфраструктуры и углублению международного разделения труда, зафиксированных в рекомендациях Всемирной торговой организации (World Tourism Organization – WTO). Планируемое вступление Украины во Всемирную торговую организацию и развитие отношений со Всемирной туристической организацией могут создать предпосылки для развития нового национального рынка туристических услуг.

Кроме того, в настоящее время еще отсутствует научно обоснованная

методология формирования туристических предприятий, которая представляла бы собой совокупность методов и методических подходов, применение которых позволило бы, с одной стороны, учесть мировой опыт развития сферы туризма, а с другой – принять во внимание особенности становления рыночной экономики в Украине и своеобразие трансформационных процессов организации национального хозяйства.

В связи с указанным целью исследования является обоснование направлений совершенствования методологии формирования туристических предприятий, которые бы включали обобщение опыта организации деятельности отечественных хозяйствующих субъектов переходного этапа к рынку с учетом результатов проявлений становления высшей степени цивилизованного прогресса в развитых странах – постиндустриального общества, использование диверсификации и интернационализации производства, рекомендаций Всемирной торговой организации и Всемирной туристической организации, относящихся к туризму, реализация которых стала бы основой активизации деятельности туристических предприятий, т.е. национального туристического бизнеса страны в целом.

Изложение основного материала исследования. Выявление необходимости и возможности обоснования направлений повышения эффективности деятельности крупных хозяйствующих субъектов правомерно рассмотреть на примере развития туризма в мире, в частности в развитых странах, где формируется постиндустриальное общество и население активно включено в туристические процессы. Состояние международных туристических рынков

позволяет сделать вывод о том, что туризм в настоящее время превратился в глобальное явление, которое приводит к перераспределению капитала в эту сферу рынка услуг из традиционных индустриальных областей экономики. Это обусловлено тем, что общие процессы глобализации, связанные с концентрацией и интернационализацией капитала в мировой экономике, повсеместно затронули и туристический

бизнес, что привело к образованию туристических предприятий – гигантов.

Свидетельством глобализации, концентрации и диверсификации туристических предприятий может служить, например, деятельность корпораций, которые на мировом рынке туристических услуг входят в первую десятку транснациональных компаний, при этом занимаясь и другими видами производственной деятельности (см. таблицу).

Таблица. Глобальные туристические корпорации [3]

Компания	Штаб-квартира	Объем продаж, млрд. дол. США	Доля туризма, %	Продажа туруслуг, млрд. дол. США
American Express	США	22,1	79	17,4
Preussag	Германия	19,2	48	9,3
Rewe (Touristik)	Германия	35,5	10	3,7
Accor	Франция	6,6	94	6,2

При этом следует отметить, что если American Express за длительное время существования позиционируется как крупная туристическая корпорация, а Accor начинала с гостиничной деятельности, то такие компании, как Preussag и Rewe, вышли на рынок туристических услуг совсем недавно.

Немецкая промышленная группа Preussag до 1997 г. занималась деятельностью в области судостроения, угледобычи, энергетики, строительства и металлургии. Начиная с 1997 г. проводит диверсификацию своей деятельности, покупая крупнейшего туроператора Германии – TUI (Touristik Union International) и превращая постепенно сектор туризма в основное направление деятельности, сворачивая свою деятельность в области судостроения и угледобычи. В последующие два года, развивая деятельность в направлении туризма, добилась увеличения дохода от туризма на 50 % и покупает крупнейшего туроператора Великобритании Thomson Travels за 2,9 млрд. дол. США. Таким же

образом начинала развивать туризм и немецкая компания Rewe, владеющая сетью супермаркетов. В 1999 г. эта компания купила немецкую туроператорскую компанию DER, продолжала деятельность в этом направлении и к настоящему времени является третьим по величине туроператором Германии.

Коренным образом используемая методология формирования туристических предприятий в Украине отличается от применяемой в развитых зарубежных странах. Методология как совокупность приемов, способов, методических и практических подходов, реализация которых обеспечивает формирование туристических предприятий, деятельность которых была бы экономически оправдана, социально приемлема и экологически безопасна, требует своего совершенствования. Так, в настоящее время туристическая отрасль в нашей стране характеризуется неустойчивостью деятельности из-за

отрицательных воздействий (политических, экономических, экологических, социальных и других). Одним из путей исключения этих недостатков по образу передовых государств является создание крупных, желательных межотраслевых, компаний и объединений, позволяющих обеспечивать более высокую экономическую деятельность, осуществлять контроль на рынках сбыта.

С другой стороны, на предприятиях малого и среднего бизнеса, как правило, нет профсоюзов. Поэтому образовался вакуум в вопросах оздоровления, развлечения и отдыха трудящихся. Вместе с тем, имея высокую заработную плату, работники таких структур готовы оплачивать высокую цену за получение ими и членами их семей высококачественных услуг.

Анализ статистических, информационных и научных источников показывает, что укрупнение предприятий и отраслей путем диверсификации и централизации происходит как за счет объединения отдельных подразделений, связанных между собой функционально, например производство, продвижение и сбыт турпродукта, так и за счет слияния компаний фирм, не имеющих непосредственно производственной общности.

Примером диверсификации предприятий первой группы являются широко создающиеся в последние годы объединения авиакомпаний с туристическими фирмами и предприятиями. Так, в г. Донецке к таким объединениям относится авиакомпания «Донбасс – Восточные авиалинии Украины». К отраслям, не имеющим непосредственной общности с туризмом, но вкладывающим свои капиталы в развитие данной сферы, относятся нефтяная, металлургическая, угольная, пищевая и др.

В современных условиях в Украине наблюдается создание межотраслевых

объединений и комплексов, в структуру которых наряду с туризмом включаются следующие виды деятельности:

эксплуатация объектов гостиничного типа;

создание и эксплуатация пищевых производств, включая заготовку и переработку сельскохозяйственной продукции;

внутренние и международные перевозки грузов и пассажиров;

строительство, ремонт и реконструкция промышленных, гражданских и жилищных объектов;

оказание услуг по обеспечению безопасности, охране собственности и граждан;

коммерческая, брокерская и маркетинговая деятельность в сфере внутренней и международной торговли, транспортных перевозок, обращения ценных бумаг и валютных ценностей, страхование любых видов;

внешнеэкономическая деятельность;

организация и проведение ярмарок, выставок, конференций, презентаций и др. [4].

В последнее время наблюдается создание туристических подразделений в составе крупных предприятий и фирм (например, АОЗТ «Норд», ООО «Космос» и др.). Основными задачами таких турфирм являются: предоставление своим работникам и членам их семей и деловым партнерам возможности хорошего отдыха, лечения, различных видов турмаршрутов и экскурсий; организация и проведение качественных и недорогих приемов, мероприятий досуга деловых партнеров.

В настоящее время формирование новых предприятий туристической индустрии и эффективная работа действующих связана с использованием или созданием новых видов услуг в сфере обслуживания. Это может быть оригинальное сооружение

придорожного отеля или его расположение у автомобильной дороги с водной преградой, экзотические блюда и разнообразные закуски в ресторане, оригинальные мебель, драпировка и посуда или новые услуги, основанные на техническом нововведении или изобретении. И благодаря этому предприятие начинает интенсивно развиваться и расцветать. Соседи по бизнесу достойно оценивают все новое и используют у себя. В течение короткого срока все новое становится известно широкому кругу людей и перестает быть новым. И вскоре возникает необходимость разработки новых технических решений для создания оригинальных услуг в туризме.

Разработанное новое в туристической деятельности регистрируется в установленном законом порядке.

Так, в области, связанной с туристическим бизнесом, авторские свидетельства на изобретения можно получить на:

1) отели, их конструкции и планировку помещений, класс E 04 H 3/02, в частности:

предметы обустройства и кухонные принадлежности, класс A 47G;

приспособления для приготовления пищи, класс A 47 J 27/14 - 27/18;

рестораны, класс E04 H 3/02 - 3/4;

мебель и оборудование, класс A 47 J 27/12 - 27/14;

посуда, класс A 47 J 27/14 - 27/18;

реклама на предметах, используемых в ресторанах, класс G 09 F 23;

бытовые вещи, класс A 47 G 19/00-23/00;

2) рекламу, класс G 09 F 1/00-27/00;

3) индустрию развлечений A 63 G 3/00-31/00.

Для защиты интеллектуальной собственности в виде, например, вновь разработанных туристических

маршрутов можно воспользоваться услугами Государственного агентства Украины по авторским и смежным правам. Для этого оформляется заявка на государственную регистрацию авторского права. В процессе государственной регистрации происходит рассмотрение заявки, публикация о регистрации, выдается свидетельство о регистрации авторского права на произведение на основании Закона «Про авторські і суміжні права» от 27.12.2001 г.

Субъектами авторского права являются авторы произведения, их наследники и люди, которым авторы или наследники передали свои авторские имущественные права.

Анализ опыта деятельности диверсификационных объединений в туристическом бизнесе показывает, что при многоотраслевой структуре создаются благоприятные условия для перекрестного субсидирования, означающего, что деятельность одних отраслей, входящих в состав объединения, финансируется за счет прибылей, получаемых на предприятиях других отраслей данного объединения. Это имеет важное значение для туристических предприятий и фирм, которые в большой степени чувствительны к изменению положения на туристическом рынке.

В современных условиях, как свидетельствует опыт зарубежных стран, для сферы туризма становится характерным выход процесса диверсификации и централизации за пределы не только отдельных отраслей, но и национальных границ.

В настоящее время в Украине имеется еще ряд проблем в диверсификации туризма. Одной из них является отсутствие нормативных актов и методологических положений, определяющих наиболее эффективные пути и направления планирования

развития диверсификационной деятельности в туристическом бизнесе.

Результаты анализа процессов образования хозяйствующих субъектов в передовых в экономическом отношении зарубежных странах [5] и в Украине позволяют обосновать направления совершенствования методологии формирования туристических предприятий. Они включают в себя комплекс методологических принципов и методических подходов, касающихся государства как регулирующего начала становления туристической индустрии, регионов и непосредственно хозяйствующих субъектов. К ним в первую очередь относятся:

к государству –
приведение отечественной правовой нормативной базы и классификации туристических услуг в соответствие с правовыми положениями и требованиями Всемирной торговой организации и Всемирной туристической организации;

создание благоприятных условий для участия в производственной деятельности всем структурам, заинтересованным сферой туризма: транспорт, финансы, законодательство, объекты проживания и посещения, национальной культуры и др.;

оказание всесторонней помощи мелким и средним туристическим компаниям;

формирование партнерства государственных структур и туристической индустрии;

открытость национальной экономики;

подготовка специалистов для туристического бизнеса, для центральных и региональных органов;

участие в мировой стандартизации (интернационализации и унификации);

к регионам –
комплексное развитие мест, которые посещают или используют

туристы (гостиницы, транспорт, развлекательные объекты, туристические фирмы, банки, торговые палаты, промышленные компании);

развитие местной туристической индустрии;

заключение соглашений между предприятиями различных секторов для обеспечения туристов необходимыми продуктами и услугами (на местном, региональном, национальном и международном уровнях);

экономическое стимулирование туристической деятельности;

создание предпосылок для возникновения новых туристических направлений;

к туристическим предприятиям –
глобализация, диверсификация и интернационализация производства;

использование информационных технологий (Интернет, бронирование мест, транспорта и других услуг, возможности индивидуального обслуживания);

формирование конгломератов (снабжение, перевозки, промышленность, другие предприятия и туризм);

образование международных альянсов (союзов);

использование методов целевой стратегии маркетинга;

слияние и приобретение компаний;

развитие электронной торговли;

становление новых технологий обслуживания туристов (онлайновые агентства);

учет реструктуризации рынка туристических услуг.

Выводы. В работе доказана необходимость учета выявленных направлений совершенствования методологии формирования туристических предприятий, которые основаны на результатах обобщения опыта развития хозяйствующих субъектов сферы туризма передовых в экономическом отношении стран,

использование которых создаст
предпосылки для развития
туристического бизнеса в Украине.

Литература

1. Кушнерик М.А., Осипенко И.Н. Туристический бизнес в Донецком регионе в XXI веке // Менеджер. – 2004. – № 3(29). – С. 145-148.

2. Донецкая область в 1999 году: Стат. ежегодник. – Донецк, 2000. – 318 с.

3. Туризм в эпоху альянсов, слияний и приобретений: Пер. с фр. – Мадрид (Испания): Всемирная туристическая организация, 2002. – 169 с.

4. Данильчук В.Ф., Юрьев А.П. Диверсификационная деятельность в туристическом бизнесе // Теорія та практика управління у трансформаційний період: Тези доп. Всеукраїнської наук.-практ. конф. – Т. 4. – Донецьк: ІЕП НАН України, 2001. – С.181 – 183.

5. Данильчук В.Ф. Особенности формирования и развития туристических предприятий: Монография / НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти. – Донецк, 2006. – 240 с.