

варной позиции, при анализе эффекта от реализации экспортной продукции и рентабельности экспорта следует проанализировать их динамику по каждому виду экспортируемой продукции, что позволит выявить наиболее прибыльную и рентабельную.

Для факторного анализа эффекта от реализации отдельного вида экспортной продукции воспользуемся способом абсолютных разниц.

Факторный анализ рентабельности экспорта отдельного вида продукции проведем способом цепных подстановок. В этом случае исходная модель будет иметь вид:

$$R_{\text{экс}} = (\Pi_j / C_j) - 1,$$

Аналогичные расчеты необходимо провести по каждому виду продукции. Расчетные данные покажут по каким видам план реализации продукции на экспорт выполнен, если перевыполнен или невыполнен, то насколько, какие факторы оказали положительное влияние, какие – отрицательное, в какой степени.

После проведения анализа эффекта от реализации экспортной продукции и рентабельности экспорта по факторам первого уровня, необходимо исследовать влияние на них факторов второго и другого уровней. Можно выяснить в какой степени на цену повлияла структура платежа и валютный курс, на себестоимость реализации – транспортные, страховые затраты, налоговые платежи.

Таким образом, за счет расширения факторных моделей показателей эффективности экспортной деятельности проводится детальный анализ причин изменения их величины, что позволяет разрабатывать мероприятия по устранению отрицательного влияния факторов более широкого характера, всесторонне охватывающие экспортную систему предприятия.

Обобщающий анализ экспортной деятельности является заключительным этапом, который позволяет систематизировать полученные в предыдущих блоках итоги анализа и сделать вывод об общем состоянии экспорта предприятия. Результатом обобщающего анализа является сводный отчет об экспортной деятельности предприятия, в который заносится информация о состоянии контрактной работы, изменениях объема продаж, эффективности использования собственного и заемного капитала в экспортной деятельности, эффективности экспорта в целом и по видам наиболее прибыльной продукции. На основании данного отчета руководитель отдела внешнеэкономической деятельности может судить о соответствии развития экспортной деятельности стратегическим и оперативным планам предприятия.

Выводы. В данной статье представлена схема анализа экспортной деятельности предприятия, состоящая из 6 важных блоков, в которых проводится предварительная характеристика экспортной деятельности по системе важнейших показателей, затем детально анализируются факторы и причины, определяющие эти показатели. На основе такого анализа оценивается эффективность экспортной деятельности предприятия.

Таким образом, путем проведения комплексного анализа эффективности экспортной деятельности реализуются главные принципы анализа – системность, взаимосвязь отдельных элементов, их взаимная обусловленность и концентрация результатов анализа по каждому блоку в обобщающие показатели эффекта и рентабельности экспорта.

Источники и литература

1. Бланк А.И. Управление прибылью. – К.: Ника–Центр, 1998. – 544с.
2. Демьянченко А.Г. Формирование модели комплексного анализа эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия // Экономика. Финансы. Право. – 2005. – №2. – С. 22 – 28.
3. Логутова Т.Г. Демьянченко А.Г. Оптимальная модель оценки эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия. // Маркетинг и логистика в управлении субъектами ведения хозяйства региона. Сб. науч. тр. ДонГУУ: Том 5. – Донецк: ДонГУУ. – 2004. – Вип. 42. – С.63–68.
4. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. – М.:ИНФРА – М., 2002. – 336с.

Загорюлькин А.Н.

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ОПТИМИЗАЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЕГИОНА

Актуальность темы. Проблема анализа и оценки экономической устойчивости предприятий индустрии туризма, имеющая свои специфические особенности, в отечественной теории и практике разработана недостаточно. По утверждению профессора Кабушкина Н.И. [З.с.58] «вследствие особых требований, предъявляемых к туристическим регионам, предлагающих комплекс услуг, вырисовывается двойная ответственность туристического предприятия. С одной стороны, туристическое предприятие, как и любое другое, несет ответственность, прежде всего, за результаты своей деятельности. С другой стороны, оно выполняет функцию координирующего органа в туристическом предложении региона и, соответственно, несет ответственность и за туристическую деятельность всего региона». При этом предприятие должно вписываться в единую региональную систему управления, где необходимо не только обеспечивать длительную дееспособность и конкурентоспособность на рынке, но и «оказывать существенное влияние на социально-экономическое развитие общества» [1]. А для того, чтобы справиться с такой ответственностью, нужно быть включенным в сферу региональной деятельности, контролировать и анализировать весь туристический регион. В этих условиях с помощью механизмов, регулирующих взаимовыгодное взаимодействие основных субъектов хозяйствования территории, включенных в индустрию туризма, должны комплексно разрабатываться стратегические ориентиры оптимизации устойчивости предприятий в социально – эконо-

мическом развитии туристического региона.

Постановка задачи. Разработка комплексного подхода, который позволит обосновать критерии устойчивого развития предприятия. Появляется также необходимость оценить влияние отдельных показателей на объект в целом, повысить его устойчивость за счет выявления стратегических ориентиров оптимизации развития предприятия в условиях туристического региона.

Результаты исследования. В условиях рыночных отношений устойчивость работы предприятий зависит от известных факторов макросреды. К ним можно отнести цикличность развития экономики, особенности и условия государственного вмешательства в экономические процессы общества, отраслевые аспекты, глобальную конкуренцию и т.д. Важным фактором обеспечения устойчивости предприятия является разработка инновационной стратегии его поведения на местном туристическом рынке. «Стратегия рыночная – это выбор долгосрочной оптимальной модели поведения на туристическом рынке, исходя из его особенностей» [4, с.94].

При любом стратегическом подходе необходима разработка плана устойчивого развития региона, а также определение роли органов управления и предприятий, основанных на конкретных договорных отношениях, исключающих административный диктат и ориентированных на разработку соответствующей стратегии продвижения инновационного туристического продукта. Партнерские отношения органа управления и предприятия должны ориентироваться на выполнение взаимоувязанных функций [2].

Роль органа управления является определяющей в отношении следующих функций:

- принятие решений по разработке туристической политики развития региона, а также подготовка и принятие плана ее развития, основанного на приоритетности инновационной сферы;
- подготовка инновационных программ развития, включающая координацию соответствующих проектов, являющихся составными частями создания важнейших компонентов инфраструктуры региона;
- создание и охрана туристических достопримечательностей (природных парков, музеев), а также организация фестивалей, ярмарок и крупных мероприятий;
- предоставление льгот для стимулирования инвестиций в проекты предприятий, когда в этом есть необходимость;
- определение приоритетных мероприятий по маркетингу и рекламе туризма в интересах как туристического центра, так и конкретного туристического предприятия, реализующего инновационный проект;
- принятие правил лицензирования туристических услуг и контроль за их соблюдением, а также качеством туристических объектов и обслуживания туристов;
- принятие правил землепользования и охраны окружающей среды в случае предоставления предприятиям конкурентных преимуществ (земельных участков, расположенных в рекреационной зоне для инновационных проектов);
- разработка стандартов для системы образования и программ профессиональной подготовки кадров всех категорий туристического региона, ориентированных на инновационный тип деятельности.

Роль предприятия в обосновании инновационной стратегии развития должна основываться на следующих функциях:

- принятие решений об оценке возможностей инвестирования в инновационный проект, достижении намечаемых технико-экономических показателей с учетом принципиальных требований и условий местного органа управления, основанных на плане социально-экономического развития туристического региона;
- разработка обоснований инвестиций в инновационный проект на основе полученной информации, требований государственных органов и заинтересованных организаций в объеме достаточном для получения предварительного согласования места размещения объекта и создании проектной документации;
- проведение многоуровневой экспертизы инновационного проекта, основанной на проведении социологических исследований, опросов общественного мнения и референдумов о возможности сооружения объекта в согласованном с органом управления месте размещения;
- разработка бизнес-плана, обеспечивающего подтверждение платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия по реализации инновационного проекта предприятия;
- разработка маркетинговой стратегии предприятия индустрии туризма по реализации инновационного проекта, ориентированной на выявление и осмысление его сильных и слабых сторон, угроз и возможностей для его реализации с учетом стратегии инновационного развития конкретного туристического центра;
- обоснование целей инвестирования в инновационный проект, экономического, социального и коммерческого эффекта, ожидаемого от функционирования объекта в намеченном месте на основе требований, условий органа управления, ориентированного на итоги государственной и общественной экспертизы;
- разработка требований к месту размещения инновационного объекта рекреации с учетом социальной, экономической и экологической ситуации в регионе, наличие потенциальной емкости рынка, транспортных коммуникаций, инженерных сетей и других объектов производственной и социальной инфраструктуры, а также потребности региона в рабочих местах;
- проведение оценки инвестиций в инновационном проекте по результатам количественного и качественного анализа информации для обеспечения необходимой его рентабельности и параметров эффективности.

Предложенный механизм управления региональной инновационной деятельностью основанный на выполнении взаимоувязанных функций органа управления и предприятия, а также учете интересов конкретной территориальной громады будет способствовать формированию устойчивых взаимоотношений субъектов хозяйствования в вопросах планирования, согласования и координации стратегических программ и

проектов. Систему взаимоотношений субъектов хозяйствования, отражающей стратегию инновационного развития туристического региона, можно представить в форме модели (рис.1.) [2]. Оси или векторы (соответственно предприятие, местный орган управления и территориальная громада) означают направления жизнедеятельности (экономические, политические, социальные) или оптимальный набор позиций, необходимый для социально-экономического развития туристического региона.

На предложенной схеме эти векторы исходят из одной точки, но они разнонаправлены, что характеризует их относительно обособленные сферы деятельности. Любая точка на этих осях определяет экономическую, политическую или социальную позицию того или иного предпринимаемого действия в каждой из сфер. Уравновешенная позиция для каждой из сторон возможна только при учете мнений всех субъектов хозяйствования. Например, экономическое значение создания нового вида услуг предприятия выражается в сумме прибыли от его деятельности, социальное – в степени удовлетворенности потребностей местных жителей и туристов, приезжающих в город, в этих услугах, политическое – в рейтинге местной власти, в сумме её политических дивидендов. В этих условиях любой инновационный проект, обоснованный предприятием с точки зрения его стратегии развития, эффективности и доходности, прошедший многоуровневую государственную и общественную экспертизу, как правило, получает поддержку местных органов власти в случае целесообразности его использования для развития территории.

Системный подход по созданию адаптационной модели устойчивого управления субъектами хозяйствования туристического региона позволяет выработать стратегические ориентиры оптимизации устойчивости предприятий индустрии туризма (табл.1).

Социально – производственное направление устойчивого развития предприятия ориентированное на надежность функционирования объектов жизнеобеспечения, отдыха и развлечений должно создавать условия для обновления и модернизации основных фондов и производства на этой основе услуг и товаров на уровне мировых стандартов.

Финансово – экономическое направление основанное на анализе доходности и эффективности деятельности, финансовой устойчивости, ликвидности, эффективного использования основных фондов и достижения на этой основе коэффициента мультипликации до 3.0 должно ориентироваться на создание в условиях региона зон экономического прорыва, а также на структурные сдвиги в развитии информационных технологий.

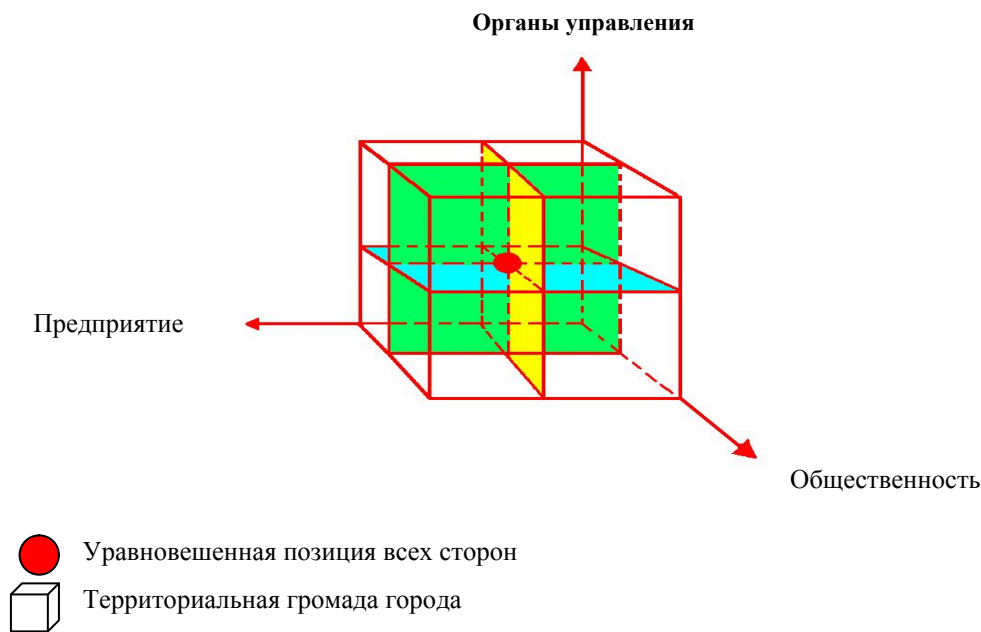


Рис.1. Трехмерная адаптационная модель устойчивого управления субъектами хозяйствования туристического региона

Управленческое направление основанное на многопараметровом подходе к управлению эффективным развитием предприятия должно подчинять миссию и цели субъекта хозяйствования задачам системы управления позволяющей сохранять максимальную гибкость предприятия в условиях региона.

Социальное направление, которое характеризуется как совокупность условий удовлетворенности кадрового потенциала своим трудом на предприятии должно обеспечивать конкурентоспособность предприятия в условиях региона за счет формирования социальных ориентиров сотрудников основанных на потребностях покупателей и клиентов.

Таблица 1. Стратегические направления оптимизации устойчивости предприятий в социально – экономическом развитии туристического региона

№ п/п	Стратегические направления	Критерии оптимизации	Основные принципы устойчивого развития
1	Социально– производственные	Надежность функционирования: объектов жизнеобеспечения, объектов питания, отдыха и развлечения	Создание условий для обновления и модернизации основных фондов и производства на этой основе услуг и товаров на уровне мировых стандартов
2	Финансово– экономические	Достижение коэффициента мультипликации до 3. 0.	Создание в условиях региона зон экономического прорыва, структурные сдвиги в развитии информационных технологий
3	Управленческие	Многопараметровый подход к управлению эффективным развитием предприятия	Соответствие миссии и целей предприятия задачам системы управления позволяющей сохранять максимальную гибкость предприятия в условиях региона
4	Социальные	Совокупность условий удовлетворенности кадрового потенциала своим трудом на предприятии	Обеспечение конкурентоспособности предприятия в условиях региона для формирования социальных ориентиров сотрудников основанных на потребностях покупателей и клиентов.
5	Социокультурные	Создание особого фирменного кодекса чести, безусловно, выполняемого всеми работниками	Формирование базы корпоративных ценностей предприятия, которые ориентированы на доминирование общечеловеческих ценностей региона.
6	Правовые	Жесткое выполнение правил, норм и процедур, предусмотренных нормативно– правовыми документами	Разработка необходимых норм безопасности при выполнении нормативных актов предусмотренных государственными и местными органами управления
7	Коммерческие	Стратегический прогноз масштабов соответствия деятельности и потребности в ресурсах.	Формирование гарантированной ресурсной базы основанной на учете потенциальных возможностей региона в потреблении выработанной продукции (услуги).
8	Квалификационные	Высокий уровень квалификации кадрового потенциала в соответствии с современными требованиями.	Разработка эффективной стратегии рациональной организации и мотивации труда, а также социальной защиты работников
9	Историко–культурные	Высокий уровень востребованности исторических и культурных ценностей территории	Формирование конкурентоспособного туристического продукта основанного на эффективном использовании потребностей туристов ориентированных на историко–культурные ценности.
10	Экономико–экологические	Соблюдение параметров природного окружения в границах предприятия и ближайшем окружении	Применение международных стандартов допустимых концентраций вредных веществ для снижения деструктивного влияния на природное окружение предприятия в индустрии туризма
11	Отраслевые	Соблюдение национальных и мировых стандартов производства туристического продукта	Формирование приоритетных направлений и государственной поддержки развития предприятий в условиях региона
12	Социально–географические	Степень соответствия географических характеристик, возможностям транспортных и туристических потоков, состоянию инфраструктуры региона	Выявление уникальных природных объектов в туристическом продукте региона для повышения конкурентоспособности предприятия в условиях местного рынка
13	Глобально–интеграционные	Наличие четкой антикризисной программы, ориентированной на формирование рыночных взаимодействий	Создание возможностей для вывода туристического продукта предприятия на международный рынок
14	Социально–политические	Гармоничное развитие сообщества: «органа местного самоуправления – предприятий бизнеса – территориальной громады»	Социализация бизнеса, переход от диких капиталистических отношений в сообществе к социальным балансам
15	Региональные	Создание необходимой туристической инфраструктуры с учетом специализации туристического продукта региона	Эффективное использование и наращивание туристического потенциала региона (экологического, экономического, культурного, исторического, социального и др.)

Социокультурное направление ориентируется на создании особого кодекса чести безусловно выполняемого всеми сотрудниками и должно основываться на формировании базы корпоративных ценностей предприятия обеспеченное доминированием общечеловеческих ценностей региона.

Правовое направление предполагает жесткое выполнение правил и процедур предусмотренных нормативно-правовыми документами, что должно основываться на разработке необходимых норм безопасности при выполнении нормативных актов предусмотренных государственными и местными органами управления.

Коммерческое направление предусматривает стратегический прогноз масштабов соответствия деятельности и потребности в ресурсах, что должно обеспечиваться гарантированной ресурсной базой, основанной на учете потенциальных возможностей региона в потреблении выработанной продукции (услуги).

Квалификационное направление предполагает высокий уровень квалификации кадрового потенциала в соответствии с современными требованиями, что должно основываться на разработке эффективной стратегии организации труда и социальной защите работников.

Историко-культурная направленность ориентируется на высокий уровень востребованности исторических и культурных ценностей, что должно обеспечиваться формированием конкурентоспособного туристического продукта основанного на эффективном использовании потребностей туристов историко-культурными ценностями региона.

Экономико-экологическая направленность обеспечивается соблюдением параметров природного окружения в границах предприятия и ближайшем окружении и основывается на применении международных стандартов допустимых концентраций вредных веществ для снижения деструктивного влияния на природное окружение предприятия в индустрии туризма.

Отраслевая направленность основывается на соблюдении национальных и мировых стандартов производства туристического продукта и должна обеспечиваться со стороны руководства формированием приоритетных направлений и государственной поддержкой развития предприятия в условиях региона.

Социально-географическая направленность характеризуется степенью соответствия географических характеристик возможностям транспортных и туристических потоков, состоянию инфраструктуры туристического региона и должна способствовать выявлению уникальных природных объектов в туристическом продукте региона для повышения конкурентоспособности.

Глобально – интеграционная направленность обеспечивается наличием четкой антикризисной программы ориентированной на формирование рыночных взаимодействий и должна создавать возможности для вывода туристического продукта на международный рынок.

Социально – политическая направленность должна ориентироваться на гармонизацию развития адаптационной модели взаимодействия основных субъектов территориального развития, что предполагает социализацию бизнеса, переход от диких капиталистических отношений в сообществе к социальным балансам.

Региональная направленность обеспечивается созданием необходимой туристической инфраструктуры с учетом специализации туристического продукта региона и основывается на эффективном использовании и наращивании туристического потенциала (экологического экономического, культурного, исторического, социального, духовного и т.д.)

Выводы.

1) Эффективное функционирование предприятий индустрии туризма требует создания простой, гибкой и способной к адаптации во внешней среде форме взаимодействия субъектов хозяйствования регионального туристического рынка, учитывающей их взаимоувязанные функции и ориентированной на инновационный тип деятельности.

2) Адаптационные механизмы устойчивого развития предприятий в условиях регионального туристического рынка, должны опираться на концепцию управления инновационной деятельностью и структурно-логическую модель государственной поддержки инновационного развития предприятий в условиях региона, основываться на стратегических ориентирах оптимизации устойчивости предприятий в социально – экономическом развитии туристического региона и регулироваться договорными отношениями его участников, исключая административное командование и диктат со стороны органов власти.

Источники и литература

1. Загорюлькин О.М. Організація інноваційного менеджменту підприємства в соціально-економічних умовах малого міста (на прикладі міста Судак Автономної Республіки Крим) // Схід . – 2004. – № 3(61). – С. 32– 34
2. Загорюлькин А.Н. Формирование и особенности функционирования механизмов управления инновационной сферой предприятий рекреации в условиях малого города // Ученые записки ТНУ. – 2004. – Том 17 (56).2. – С.80 – 91
3. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма – Минск.: БНЭУ, 1998. – 840 с.
4. Карпова А.Г. Экономика современного туризма. – М. Санкт – Петербург.: Издательство «Герда», 1998 – 410 с.