

Таким образом, реализация стратегии продвижения турпродукта на международный рынок, предполагает объединение усилий субъектов хозяйственной деятельности и органов управления, для достижения поставленных целей.

Выводы. В ходе исследования было выявлено, что составляющими крымского туристического продукта являются основные и дополнительные услуги.

Образ крымского туристического продукта для продвижения на международный рынок включает такие элементы как логотип, слоган, географическое положение Крыма, природно-климатические условия, виды предоставляемых турпродуктов, информацию о создателях туристического продукта, о комфортности и сервисе, предоставляемых в рамках туров. Образ предназначен для продвижения на региональный, национальный и международный рынок.

Для продвижения крымского туристического продукта на международный рынок выбрана стратегия привлечения потребителей, которая предполагает фокусирование усилий на потенциальных потребителях. Средства по продвижению турпродукта формируются с учетом выбранной стратегии.

Мероприятия по продвижению крымского турпродукта реализуются на четырех иерархических уровнях: на уровне формирования туристического продукта, уровне специализации, территориальном и региональном уровне.

Перспективы дальнейшего исследования. Разработка и реализация стратегии продвижения крымского турпродукта на международный рынок будет способствовать формированию устойчивого туристского спроса и положительного имиджа Автономной Республики Крым как международного центра туризма.

Источники и литература:

1. Алешина И. В. Маркетинг для менеджеров : учеб. пособие / И. В. Алешина. – М. : Фаир-Пресс, 2003. – 456 с.
2. Гольдштейн Г. Я. Маркетинг : учеб. пособие для магистрантов / Г. Я. Гольдштейн, А. В. Катаев. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 1999. – 107 с.
3. Дурович А. П. Организация туризма : учеб. пособие / А. П. Дурович, Н. И. Кабушкин, Т. М. Сергеева и др.; под общ. ред. Н. И. Кабушкина и др. – Мн. : Новое знание, 2003. – 632 с.
4. Жукова М. А. Менеджмент в туристском бизнесе / М. А. Жукова. – М. : Кнорус, 2006. – 192 с.
5. Квартальнов В. А. Стратегический менеджмент в туризме / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 1999. – 496 с.
6. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм : учеб. для вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; [пер. с англ.]. – М. : ЮНИТИ, 1998. – 787 с.
7. Попов Е. В. Продвижение товаров и услуг : учеб. пособие / Е. В. Попов. – М. : Финансы и статистика, 1999. – 320 с.
8. Саак А. Э. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме / А. Э. Саак, Ю. А. Пшеничных. – СПб. : Питер, 2007. – 480 с.
9. Сачук Т.В. Территориальный маркетинг / Т. В. Саучук. – СПб. : Питер, 2009. – 368 с.
10. Закон Украины «О туризме» №324/95-В : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ubc.ua/turizm_law.htm

Ячmeneва В.М., Высочина М.В., Моргунская Е.С.

УДК 338.48

МЕСТО И СУЩНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЭКОНОМИКЕ АР КРЫМ

Туризм в современном мире рассматривается как социально-экономическое явление, оказывающее прямое и опосредованное влияние на развитие всей экономики региона. При этом сам туризм, базируясь на высоком уровне развития транспорта, социальной сферы и сферы услуг, является высокодоходной отраслью экономики.

Туристическая деятельность в АР Крым является основным стабилизирующим фактором развития экономики региона. От экономической эффективности развития туризма зависит уровень благосостояния региона в целом. Увеличение туристических потоков позитивно влияет на эффективность хозяйственной деятельности не только предприятий самого туризма, но и обеспечивает увеличение спроса и объемов потребления товаров и услуг других сфер деятельности, стимулируя развитие различных секторов экономики региона. При этом оценка экономической эффективности туристической деятельности является основой выработки решений относительно развития не только туризма, но и смежных видов деятельности. В связи с этим актуальность темы исследования определяется потребностью в теоретически обоснованном и практически значимом подходе, обеспечивающем оценку экономической эффективности туристической деятельности в экономике Крыма.

Основные положения оценки экономической эффективности туризма отражены в исследованиях Всемирной туристской организации (ВТО), Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), в работах зарубежных исследователей И. Флетчера [9], К. Купера [9], П. Дугласа [18], Д. Стайнса

[16], Д. Фречтлинга [17]. Вопросы эффективности туризма исследованы в работах отечественных ученых В. И. Азара [1], И. Т. Балабанова [3], В. С. Боголюбова [4], Г. А. Карповой [11], А.А. Коблова [8], О. Ю. Грачева [10], В. А. Квартальнова [7], А. И. Щербакова [13], Н. И. Волошина [14].

Несмотря на имеющийся отечественный и зарубежный опыт, вопросы выбора подхода, построения модели, формирования системы показателей оценки экономической эффективности туристской деятельности в экономике региона до сих пор остаются во многом не исследованными. Решение этих проблем осуществляется в рамках научно-исследовательской работы кафедры менеджмента Национальной академии природоохранного и курортного строительства.

Цель статьи заключается в развитии методического подхода к оценке уровня экономической эффективности туристической деятельности в экономике АРК.

Для достижения указанной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) уточнить сущность понятия «экономическая эффективность туристической деятельности»;
- 2) определить направления влияния туристической деятельности на экономику региона;
- 3) определить составляющие экономической эффективности туристической деятельности в экономике региона.

Первым понятие экономической эффективности предложил В. Парето. Он утверждал, что это такое состояние рынка, при котором никто не может улучшить своё состояние, не ухудшая положения хотя бы одного из участников рынка.

Ученые А. Э. Саак и Ю. А. Пшеничных [12] определяют экономическую эффективность как процесс хозяйствования, результат которого выражается определенной выгодой, достигнутой при определенных затратах денежных, материальных, информационных ресурсов и рабочей силы.

Такие авторы, как А. И. Щербаков [13, с. 15], А. Б. Борисов [5], А.Н. Азрилян [2], исходят из того, что экономическая эффективность – это отношение полезного (положительного) результата – эффекта к затратам, или к величине используемых ресурсов, обусловившим получение результата – эффекта.

Таким образом, в научной литературе экономическая эффективность рассматривается либо как состояние рынка, либо как процесс хозяйствования, либо как результативность деятельности.

Так как объектом настоящего исследования является туристическая деятельность, которая представляет собой деятельность по формированию, продвижению и реализации туристического продукта, а так же иная деятельность по организации путешествий [10, с. 8], то экономическая эффективность будет рассматриваться с позиции результативности этой деятельности. Таким образом, экономическая эффективность – это результативность экономической деятельности экономических программ и мероприятий, характеризуемая отношением полученного экономического эффекта, результата к затратам факторов, ресурсов, обусловившим получение этого результата, достижение наибольшего объема производства с применением ресурсов определенной стоимости.

Экономическая эффективность туризма рассматривается на трех уровнях [3]:

- 1) в масштабах государства;
- 2) на уровне региона;
- 3) на уровне туристской фирмы.

Экономическая эффективность туристической деятельности является составным элементом общей эффективности общественного труда и выражается определенными показателями и соответствующими критериями. Поэтому проблемы оценивания экономической эффективности туристической деятельности целесообразно рассматривать с помощью системного подхода, который предполагает установление разных критериев и определенных показателей для разных уровней управления, сформированных иерархии целей и соответствующие им критерии эффективности.

Чтобы сформулировать весь комплекс системы критериев эффективности туристической деятельности региона, необходимо показать, как общая цель деятельности системы высшего порядка на уровне государства распадается на частные цели деятельности систем более низкого порядка в рамках иерархии (рис. 1).

Исходя из представленных целей можно говорить о том, что туристическая деятельность создает не только экономический, но и социальный эффект, формируя специфику экономики региона.

Прямое влияние туристической деятельности на экономику региона сегодня определяется в стоимостном выражении через сумму затрат на приобретение услуг и товаров туризма. Прямая эффективность определяется отношением дохода от туристической деятельности к затратам на ресурсы. При этом доход туристической деятельности региона определяется количеством предприятий сферы размещения, питания, предоставления услуг, количеством мест размещения, объемом туристического потока, финансовыми показателями деятельности предприятий туристической деятельности, а на уровне региона доход от туристической деятельности представляет собой сумму поступлений в местный бюджет.

Косвенное влияние туристической деятельности проявляется в генерации вторичного спроса на товары и услуги региона – так называемый эффект мультипликации. Мультипликационное влияние туризма проявляется в том, что в результате цепной реакции «расходы – доходы» доход, получаемый от одного туриста, превышает сумму денег, израсходованных им в месте пребывания на покупку товаров и услуг.

Экономическая эффективность туристической деятельности формируется в результате взаимодействия бизнес-среды, социально-экономической системы и ресурсообразующей среды (рис. 2). При этом формируются основные показатели оценки эффективности: увеличение занятости населения, улучшение качества жизни, изменение уровня заработной платы, изменение количества природных ресурсов,

компенсация на их воспроизводство, снижение уровня заболеваемости, изменение экологического состояния.



Рис. 1. Цели и критерии эффективности на уровнях государства, региона и предприятия.

На основании вышесказанного сформулируем следующее определение: экономическая эффективность туристической деятельности представляет собой результативность процесса формирования, продвижения и реализации туристического продукта, выражающаяся в отношении конечных результатов от туристической деятельности к затратам на нее, а также в формировании косвенного эффекта, который проявляется в создании дополнительных рабочих мест, гуманизации общества, развитии смежных сфер деятельности.



Рис. 2. Формирование экономической эффективности в результате взаимодействия бизнес-среды, социально-экономической системы и ресурсообразующей среды.

Таким образом, экономическая эффективность туристической деятельности в экономике региона включает в себя две составляющие:

- 1) прямая эффективность;
- 2) косвенная эффективность.

В настоящее время в экономической литературе уделено достаточно внимания изучению прямой экономической эффективности туристической деятельности, которая рассматривается как соотношение доходов региона к затратам на ресурсы. Доход от туристической деятельности включает в себя: прямые доходы от въездного туризма в виде различных региональных налогов, выплачиваемые турфирмами и другими участниками туристского бизнеса; доходы от затрат туристов на обслуживание (проживание, питание, транспорт и другие виды услуг); доходы от загрузки гостиниц, баров, ресторанов, развлечений, посещения исторических и культурных центров; доходы от налогообложения туристской деятельности по отправке туристов, выплачиваемого турфирмами и другими участниками бизнеса; доходы от дополнительной загрузки транспортных средств и других объектов сферы услуг, привлекаемых при отправке туристов. Затраты состоят из прямых затрат туристических предприятий; затраты на создание программ развития туризма и разработку законодательных актов; затрат на создание новых и поддержание старых компонентов инфраструктуры; затрат, связанных с продвижением турпродукта.

Акцент только на прямом эффекте от туристической деятельности в экономике региона не обеспечивает получение комплексной оценки экономической эффективности. Необходимо учитывать также и косвенные результаты туристической деятельности. Развитие туризма в регионе способствует развитию смежных видов деятельности, он позволяет получить косвенный эффект в экономике региона. Этот косвенный эффект проявляется в: создании дополнительных рабочих мест; увеличении доходов населения; улучшении качества жизни региона; гуманизации общества; формировании косвенных доходов от создания дополнительных рабочих мест; увеличении платежеспособного спроса местного населения; влиянии на потребительский рынок через развитие новых форм и расширении имеющегося потребительского спроса; развитии смежных отраслей социально-культурной сферы региона; увеличении занятости в регионе; формировании косвенного дохода от использования местными жителями услуг и товаров, предоставляемых туристам; развитии отдаленных и индустриально слабо развитых районов; достижении целей региональной политики по формированию и функционированию инфраструктуры.

Исследование указанных аспектов позволит сформировать систему показателей оценки экономической эффективности туристической деятельности в экономике АР Крым, которая будет объединять показатели прямой эффективности и показатели косвенного эффекта.

Дальнейшие исследования позволят выявить тенденции развития туристической деятельности в регионе и сформулировать основные мероприятия по повышению экономической эффективности туристической деятельности, что отразится на экономике региона АРК в целом.

Выводы.

1. Экономическая эффективность туристической деятельности представляет собой результативность процесса формирования, продвижения и реализации туристического продукта, выражающаяся в отношении конечных результатов от туристической деятельности к затратам на нее, а также в формировании косвенного эффекта, который проявляется в создании дополнительных рабочих мест, гуманизации общества, развитии смежных сфер деятельности.

2. Экономическая эффективность туристической деятельности в экономике региона включает в себя две составляющие – прямую эффективность и косвенную эффективность.

Источники и литература:

1. Азар В. И. Экономика туристского рынка / В. И. Азар, С. Ю. Туманов. – М., 1998. – 274 с.
2. Азрилиян А. Н. Большой экономический словарь / А. Н. Азрилиян. – М. : Ин-т новой экономики, 2004. – 916 с.
3. Балабанов И. Т. Экономика туризма : учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М. : Дело, 2003. – 352 с.
4. Боголюбов В. С. Экономика туризма / В. С. Боголюбов, В. П. Орловская. – М. : Академия, 2005. – 192 с.
5. Борисов А. Б. Большой экономический словарь / А. Б. Борисов. – М. : Книжный мир, 2003. – 895 с.
6. Карпова Г. А. Концепция устойчивого развития туризма и рекреационная деятельность на охраняемых природных территориях / Г. А. Карпова, А. В. Водовода // Материалы научно-практической конференции. – СПб., 1997. – 98 с.
7. Квартальнов В. А. Туризм: теория и практика. Избранные труды / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 1998. – 192 с.
8. Коблова А. А. Рекреационно-туристский комплекс как объект регионального управления / А. А. Коблова // Сборник научных трудов СевКав ГТУ. Серия «Экономика». – 2005. – № 2. – С. 25-29.
9. Купер К. Экономика туризма: теория и практика : учеб. пособие / К. Купер, Д. Флетчер, Д. Гильберт. – СПб. : Омега, 1998. – 5 с.
10. Грачева О. Ю. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта / О. Ю. Грачева, Ю. А. Маркова. – М. : Научный вестник, 2007. – 213 с.
11. Палаткин А. С. Оценка экономической эффективности гостиничных услуг / А. С. Палаткин, Т. Е. Гварлиани // Вестник СГУТиКД. – 2011. – № 2. – С. 16.
12. Саак А. Э. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме / А. Э. Саак, Ю. А. Пшеничных. – СПб. : Питер, 2007. – 480 с.
13. Щербаков А. И. Совокупная производительность труда и основы её государственного регулирования / А. И. Щербаков. – М. : РАГС, 2004. – 395 с.
14. Международный туризм: Правовые акты / сост. Н. И. Волошин. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 400 с.
15. Экономика современного туризма / под ред.: Г. А. Карповой, В. Г. Воронцова, М. В. Нотарова и др. – СПб. : Герда, 1998. – 358 с.
16. Daniel J. Stynes. Guidelines for measuring visitor spending : [Electronic resource] / Daniel J. Stynes. – 1999. – Mode of access : http://www.msu.edu/course/prr/eco_n/impact/methodos.htm
17. Frechtling D. C. A brief treatise on days and nights / D. C. Frechtling // Journal of Travel Research. – 1978. – 18 (Fall). – P. 18-19.
18. Pearce Douglas. Tourist development / Douglas Pearce // Longman Group UK Limited. – 1989. – P. 341.