

УДК 338.22

Сазонец Игорь Леонидович

Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой государственного управления, документоведения и информационной деятельности, Национальный университет водного хозяйства и природопользования

ORCID ID: 0000-0001-8032-3675

Джинджоян Владимир Вергарович

Кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой экономики и менеджмента туристической деятельности, ВУЧЗ «Днепропетровский гуманитарный университет»

ORCID ID: 0000-0003-0296-4092

ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ И ИХ СОЦИАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. В статье осуществлен анализ ключевых приоритетов развития туристических предприятий и их социальной деятельности. Установлено, что в настоящее время назрел вопрос повышения эффективности деятельности предприятий, обеспечивающих функционирование туристической сферы. Резюмировано, что современное состояние и тенденции развития международных отношений, детерминировали изменение внутреннего климата в туристической отрасли. В то же время, на фоне политических конфликтов Украина теряет туристическую привлекательность. Еще одним фактором, определяющим современное состояние туристической сферы, являются законодательные инициативы, образующие в своей совокупности систему законодательного регулирования туристической деятельности, как на

международном, так и национальном уровнях. Актуализированы приоритеты развития туристических предприятий и их социальной деятельности.

Ключевые слова: туризм туристические предприятия, развитие, приоритеты, факторы, турагент.

The article analyzes the key priorities for the development of tourism enterprises and their social activities. The question raised nowadays has established that it is important to increase the efficiency of activity of the enterprises providing functioning of the tourism industry of our country. It is briefed that the modern condition and tendencies of the development of international relations have determined the change of the inland climate in the tourism industry. At the same time, Ukraine is losing its touristic appeal because of political conflicts. Another factor that defines the current state of the tourism industry is the legislative initiatives that altogether form the system of legislative regulation of tourism activities, both at the international and national levels. The priorities of the development of tourism enterprises and their social activities are updated.

Keywords: tourism, tourism enterprises, development, priorities, factors, travel agent.

I. Введение. Сегодня, в большинстве стран туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, создании дополнительных рабочих мест, обеспечении занятости населения и активизации внешнеторгового баланса. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие, т.е. выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития.

Значение туризма как источника валютных поступлений, расширения международных контактов, обеспечения занятости населения постоянно растет. Туризм – один из немногих динамично развивающихся видов отечественного бизнеса. Интерес предпринимателей к туризму объясняется рядом факторов. Во-первых, для того чтобы начать заниматься туристским бизнесом, не

требуется больших инвестиций. Во-вторых, на туристском рынке вполне успешно взаимодействуют крупные, средние и малые фирмы. При этом туристский бизнес позволяет быстро оборачивать капитал, а также извлекать известные выгоды за счет валютных операций. Наряду с этим, в настоящее время назрел вопрос повышения эффективности деятельности предприятий, обеспечивающих функционирование туристической сферы нашей страны. Кризис в туристической отрасли привел к значительному снижению продаж туристического продукта. Так, в частности, раннее бронирование, к которому долго приучали клиентов в турфирмах, упало до объемов, едва заметно отличающихся от нуля. В связи с этим развитие передового высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения украинских и зарубежных покупателей во всевозможных туристических предложениях – главная задача нашей страны на современном этапе.

Анализ последних исследований и публикаций позволил установить, что современные исследователи совершают многочисленные попытки для установления актуальных тенденций развития туристических предприятий и их социальной деятельности (Р. Балашова [1], А. Бейдик [2], М. Изотова [5], В. Портных [6], М. Максимюк [7], М. Мальская [8, 10], В. Мацука [9], П. Масляк [11], Т. Ткаченко [12], А. Семенов [13], И. Школа [14] и др.). Однако исчерпывающего перечня приоритетов развития туристических предприятий и их социальной деятельности нами не найдено.

II. Постановка задачи. Целью статьи является анализ ключевых приоритетов развития туристических предприятий и их социальной деятельности.

III. Результаты. Современное состояние и тенденции развития международных отношений, детерминировали изменение внутреннего климата в туристической отрасли. В то же время, на фоне политических конфликтов Украина теряет туристическую привлекательность. Еще одним фактором, определяющим современное состояние туристической сферы, являются законодательные инициативы, образующие в своей совокупности систему

законодательного регулирования туристической деятельности, как на международном, так и национальном уровнях [4].

Тогда как туристический рынок нашей страны находится на стадии формирования, которое происходит достаточно быстрыми темпами – постоянно ведется поиск новых форм работы на туристическом рынке. Создаются малые и средние предприятия в сфере туризма. Рост сети малых предприятий, за последние годы, внес существенный вклад в развитие туристического бизнеса страны.

Самый высокий туристический потенциал Украины обусловлен владением значительными запасами разнообразных и уникальных природных факторов. Развитие туризма способствует гармонизации социально-экономического развития региона, позволяя создавать конкурентоспособный и самобытный рыночный продукт, часто используя для этого архаичные, исчезающие феномены национальной культуры, объекты культурного наследия, мало востребованные коренными постоянными жителями региона [12].

Любая стратегия закрепляет перечень основных долгосрочных целей и задач, определяющих направления будущих действий, а также объем и принципы распределения ресурсов, необходимых для достижения поставленных целей туристическими предприятиями [13]. На уровне государства в качестве стратегических ориентиров обычно закрепляются значения основных макроэкономических показателей, таких как ВВП и темпы его роста, объем промышленного и сельскохозяйственного производства, и уровень инфляции и тому подобное. На микроуровне разработка стратегии рассматривается в контексте формирования бизнес-плана фирмы, включает в себя стратегию борьбы с конкурентами, маркетинговую, инновационную стратегию и др.

Формирование стратегии развития туристического предприятия является результатом стратегического планирования, под которым понимают алгоритм действий, согласования единством исполнителей, ресурсов, пространственных и временных ориентиров. Именно стратегическое планирование позволяет обеспечить согласование целей и задач, доходов и расходов производителей и

потребителей, государства и домохозяйств, экспортеров и импортеров и др. Стратегическое планирование позволяет определить направления изменения баланса социальных слоев – групп носителей различных экономических интересов на разных исторических отрезках времени [18].

Говоря о целевой функции стратегического планирования развития туристических предприятий, следует в первую очередь выделять факторы, определяющие привлекательность турпродукта или туруслуги данной территории, ее туристско-рекреационный потенциал, что являются факторами устойчивого экономического развития в средне- и долгосрочной перспективе. Объектом стратегического планирования развития туристско-рекреационного продукта является внедрение инновационных организационных и технологических решений привлечения и обслуживания туристов, активизация использования информационно-коммуникационных технологий, механизмы обеспечения и повышения качества обслуживания туристов. В связи с этим возрастает роль и значение факторов транспортной доступности и качества транспортной инфраструктуры, развитости материальной базы туристско-рекреационной сферы, наличия и качества трудовых ресурсов, учета экологических ограничений.

Кроме перечисленных выше классических факторов, в современных условиях, в большинстве территорий необходимо учитывать фактор возросшей поляризации экономического развития субъектов социально-экономической деятельности относительно друг друга и относительно целей управления ими со стороны государства. Поляризация меняет механизм саморегуляции отношений внутри самих субъектов. Суть этого процесса можно определить как централизацию или децентрализацию социального статуса и социального положения каждого из субъектов по стратегии всего региона. Субъекты сами позиционируют себя относительно стратегических задач и главной цели региональной политики. В результате поляризации запускается механизм саморегуляции, который заменяет стратегическое планирование на уровне домохозяйств [14].

Стратегия развития туристического предприятия должна учитывать пространственную организацию производства в целом и производства туристического продукта в частности, определять общие принципы и приоритеты организации экономического пространства каждой конкретной территории. Необходимо регламентировать вопросы распределения туристической и транспортной инфраструктуры, выделить зоны проживания постоянного населения и зоны расположения производственных комплексов, отнеся их с имеющимися природными и культурными достопримечательностями, определить пропорции и концентрацию городских и сельских районов.

Разработка стратегии развития туристического предприятия должна осуществляться с использованием инструментов индикативного планирования, которое является основой инструментария стратегического планирования. Индикативное планирование позволяет четко связать необходимые значения отчетных показателей с временными рамками их достижения. Индикаторы также имеют территориальную привязку, воплощаясь в реальных объектах туристической инфраструктуры, проектируемых точках роста экономики региона, связанных с концентрацией в них туристических и инфраструктурных объектов, которые внедряют инновационные, ресурсосберегающие, экологически чистые технологии.

Подчеркнем, что развитие малого бизнеса в сфере туризма, в отличие от других отраслей экономики имеет ряд преимуществ. В инфраструктуру туристического бизнеса входят различные предприятия (рисунок 1).

Таким образом, туристический бизнес – это совокупность предприятий сферы обслуживания и ряда производственных служб отдельных территорий, которые специализируются на удовлетворении рекреационных потребностей приезжего населения. Тогда как социальная деятельность туристических предприятий отражается в ряде функций. Главной социальной целью туризма является увеличение продолжительности и улучшение качества жизни человека.

СТРУКТУРА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ
Предприятия, предоставляющие услуги по размещению туристов: гостиницы, мотели, кемпинги, пансионаты, съемные квартиры и дома, туристические базы, дома отдыха, приюты, ботели, флотели, бунгало и другие
Предприятия питания: рестораны, столовые, кафе, бары, предприятия быстрого питания, фабрики-кухни
Предприятия, обеспечивающие транспортное обслуживание туристов: автопредприятия, авиакомпании, железнодорожные ведомства, предприятия речного и морского транспорта
Туристические фирмы по разработке и реализации туристического продукта: туристические агентства, туристические бюро, туроператоры, экскурсионные бюро
Рекламно-информационные туристические заведения: рекламные агентства, рекламные бюро, информационные агентства
Производственные туристические предприятия: фабрики по производству гостиничной мебели, предприятия по производству туристского снаряжения, фабрики туристских сувениров
Торговые предприятия: магазины по реализации туристского снаряжения, магазины по реализации туристских сувениров, пункты проката
Предприятия сферы досуга в туризме: казино, театры, киноконцертные залы, клубы по интересам, парки культуры и отдыха
Учреждения самодеятельного направления: туристские клубы, клубы альпинистов, клубы велотуризма, клубы водного самодеятельного туризма
Органы управления туризмом: комитеты и департаменты туризма, общественные туристические организации и объединения
Учебные туристические заведения: высшие и средние специальные учебные туристические заведения, институты повышения квалификации и переподготовки кадров, учебные курсовые комбинаты
Страховые компании

Рисунок 1. Структура туристической индустрии [8].

В настоящее время правительством Украины обсуждается ряд законопроектов и законотворческих инициатив, направленных на увеличение размера гарантий туристских организаций, работающих в сфере выездного туризма. По мнению некоторых экспертов, эти законы, в случае их принятия, актуализируют приоритеты развития туристических предприятий и их социальной деятельности в следующих направлениях:

- совершенствование нормативно-правовой базы для создания благоприятных организационно-правовых условий развития туризма и рекреации;
- информационно-рекламная политика и продвижение регионального туристского продукта для формирования привлекательного образа региона как туристического центра и увеличение потока туристов в страну;
- развитие туристско-рекреационной инфраструктуры и повышение за счет этого инвестиционной привлекательности региона;
- поддержка и развитие приоритетных и востребованных на рынке видов туризма, содействие диверсификации пакета туристских услуг;
- расширение международного и межрегионального сотрудничества в сфере туризма, интеграция в украинский и международный туристический рынки и вхождения в международные (европейские) туристские маршруты;
- совершенствование региональной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации туристских кадров.

IV. Выводы. Резюмируя вышеизложенное, отметим, что для развития туристических предприятий в направлении обеспечения реализации их социальных функций в перспективе должны быть решены следующие задачи: формирование современной нормативно-правовой базы определения и внедрения новых технологий; предоставление экономической и юридической информации, стремление к дальнейшей интеграции во всемирное туристическое сообщество; формирование у широкой общественности страны четкого представления о важности значение туризма как приоритетного направления экономики; налаживание партнерства между правительством страны и местными органами власти. Перспективы дальнейших исследований в данном направлении видим в освещении социальных и коммуникативных преимуществ развития программ образовательного туризма предприятиями международного туризма.

Литература:

1. Балашова Р.І. Розвиток туристичного підприємства: теорія та практика: монографія. Донецьк: видавництво «Вебер», 2009. 343 с.
2. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України. Київ: ВЦ КНУ, 2001. 396 с.
3. Джинджоян В.В. Влияние уровня использования ИТ на развитие туризма и гостеприимства [Електронний ресурс] / В.В. Джинджоян, В.В. Волок // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2019. – №1(18). Режим доступу: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/18_2019/53.pdf
4. Закон України «Про туризм» (324/95ВР). Відомості Верховної Ради України. 1995. № 31. Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата 14.11.2019 р.)
5. Изотова М.А. Инновации в социокультурном бизнесе и туризме. М.: Научная книга, 2006. 136с.
6. Кравців В.С. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери. Львів: Наукове видання ІРД НАН України, 1999. 78с.
7. Максимюк М.Н. Оценка влияния и перспективы развития индустрии туризма в Украине. Культура народов Причерноморья. 2012. №235. С.55-61.
8. Мальська М.П. Менеджмент туризму. К.: Знання, 2003. 546с.
9. Мацука В.М. Сучасні тенденції та перспективи розвитку туризму в Україні. Вісник Маріупольського державного університету. «Серія економіка». 2011. Вип.1. С.43-49.
10. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг. Київ :Знання, 2008. 661 с.
11. Масляк П.О. Рекреаційна географія. Київ :Знання, 2008. 343 с.
12. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. 2-ге вид., випр. та доповн. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 463 с.
13. Фінансова стратегія в управлінні підприємствами: монографія / А.Г. Семенов, О.О. Єропутова, Т.В. Перекрест, А.В. Линенко та ін. Запоріжжя: КПУ, 2008. 188 с

14. Школа І.М. Розвиток туристичного бізнесу регіону: монографія / за ред. доктора економічних наук, професора Школи І.М. Чернівці: Книги XXI, 2007. 292 с.

15. Gladchenko, A. Sardak, S. and Dzhyndzhoian, V. (2017), “Foreign experience of public administration in the context of the economic equilibrium of synthetic economic crisis”, *Modern European Researches*. Salzburg, Austria, vol. 2, pp. 44–52.

16. Sardak, S. Dzhyndzhoian, V. and Samoilenko, A. (2016), “Global innovations in tourism”, *Innovative Marketing*, vol. 3, issue, 12, pp. 45-50.

17. Sardak, S. Korneyev, M. Dzhyndzhoian, V. Fedotona, T. and Tryfonova, O. (2018), “Current trends in global demographic processes”. *Problems and Perspectives in Management*, LLC “Consulting Publishing Company “Business Perspectives”, vol. 16, is. 1, pp. 48–57.

18. Toryanyk, V. Dzhyndzhoian, V. and Namliyev, Y. (2018), “Competitiveness Of Ukrainian Export-Oriented Fields”, *Baltic Journal of Economic Studies*, vol. 3, is. 4, pp. 319-324.