

Таким чином, в умовах дії нового Закону України “Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом” процедури санації підприємства зазнають значних змін. В регулюванні процедури санації боржника передбачаються наступні новації: нормативне врегулювання досудової санації; обов’язковість наявності плану санації боржника для переходу з процедури розпорядження майном в процедуру санації; зміна термінів проведення процедури санації; введення механізму узгодження плану санації забезпеченими кредиторами; використання механізмів збільшення статутного капіталу боржника та відчуження майна боржника шляхом заміщення активів для цілей відновлення платоспроможності боржника. Удосконалення процедури санації підприємства забезпечить баланс інтересів кредитора і боржника, зменшить тривалість процедури санації та витрати на її проведення, забезпечить реальне фінансове оздоровлення та відновлення платоспроможності підприємства.

Література

1. Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом : закон України від 14.05.1992, № 2343-ХІІ (в ред. закону № 784-ХІV від 30.06.99) зі змінами і допов. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/784-14/page>.
2. Мікушева І. В. Розвиток нормативного регулювання відносин у сфері банкрутства в Україні / І. В. Мікушева / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minjust.gov.ua/0/39718>.
3. Основные проблемы банкротства в Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.prostopravo.com.ua/prava_biznesa/likvidatsiya/stati/osnovnye_problemy_bankrotstva_v_ukraine.
4. Про внесення змін до Закону України “Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом” : закон України від 22.12.2011, № 4212-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4212-17/page>.
5. Обговорення проекту Закону України “Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом” (нова ред.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://blog.bagnet.org/node/62>.
6. Дерлюк В. Реформа банкрутства в Україні: що нового пропонується? / В. Дерлюк / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pravotoday.in.ua/ua/press-centre/publications/pub-691/>.
7. Гутгарц Д. О банкрутстве снова по-новому / Д. Гутгарц / [Электронный ресурс]. – Режим доступу: http://www.prostopravo.com.ua/prava_biznesa/likvidatsiya/stati/o_bankrotstve_snova_po_novomu.

УДК 338.48

О. А. КУРНОСОВА, А. А. ПАЛАМАРЧУК, Л. А. МАКЕДОНСКАЯ
Автомобильно-дорожный институт ГВУЗ “ДонНТУ”, г. Горловка

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

На основі аналізу показників діяльності ліцензованих туристичних підприємств в Україні, виявлено існуючі проблеми в розвитку ринку туристичних послуг. Запропоновано метод оцінки рівня якості туристичних послуг підприємства, який враховує п'ять груп показників: “фінанси”, “внутрішні бізнес-процеси”, “клієнти”, “зростання і розвиток”, “соціальна відповідальність бізнесу”.

The analysis of performance of the licensed enterprises of tourist business of Ukraine indicators is conducted in the article, found out existent problems in market of tourist services development. The method of estimation of level of quality of tourist services of enterprise is offered, which takes into account five groups of indexes: “finance”, “internal business processes”, “clients”, “growths and development”, “social responsibility”.

На современном этапе социально-экономического развития туристический бизнес играет важную роль в экономике многих стран, являясь источником значительных валютных поступлений, способствуя созданию дополнительных рабочих мест, обеспечению занятости населения, расширению международных контактов. По сравнению с развитыми странами, роль туризма для национальной экономики Украины пока не столь значительна, что объясняется отсутствием в стране организованной индустрии туризма как единой системы, способной в комплексе осуществлять деятельность на международном туристическом рынке и обеспечивать обслуживание на уровне мировых стандартов. В настоящее время перед отечественными туристическими предприятиями возникают задачи повышения уровня качества услуг, внедрение современных стандартов обслуживания клиентов, инновационных технологий ведения бизнеса.

Актуальность отмеченных проблем обуславливает пристальное внимание со стороны ученых и специалистов-практиков, среди которых Е.А. Балашова, Е.В. Вавилова, И.В. Димеденко, Л.В. Жолобова, Е.Н. Ильина, В.С. Новиков, Ю.П. Пшеничных, А.В. Сидорова, Л.В. Шмарова, Л.П. Шматько и др. Вместе с тем, до настоящего времени не разработан современный инструментарий управления туристическим бизнесом, обеспечивающий высокое качество сервиса и эффективность работы туристических предприятий.

Следовательно, **цель статьи** – разработать метод оценки качества туристических услуг для обеспечения информационно-аналитической поддержки управленческих решений в системе управления предприятиями туристического бизнеса.

В современных условиях развития туристического рынка предприятиям следует повышать качество услуги, чтобы обеспечить удовлетворение требований заказчика. Качество услуг – это основа управления в туристической фирме, а удовлетворенность клиента – главный критерий эффективности работы службы сервиса, поскольку ориентация на потребности является ключевой целью современных предприятий. Все это способствует становлению и активному развитию туристического рынка в Украине. Подтверждают это данные Государственной службы статистики Украины (табл. 1) [1; 2].

Таблица 1

Динамика показателей деятельности предприятий туристического бизнеса в Украине

Показатель	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.
Количество действующих предприятий, ед.	3134	3864	2519	2828	3052	3833	4631	4575	5568	5573
Объем реализованных туристических услуг, млн грн	1386,1	2093,2	2138,7	2759,8	3602,6	4889,9	6450,2	6427,1	8157,9	8480,2
Объем платежей в бюджет, млн грн	136,17	169,06	98,12	112,9	131,3	174	208,1	148,3	227,7	229,1

Данные таблицы указывают на ежегодный рост украинского туристического рынка. Лишь в 2004 г. в связи с масштабной структуризацией туристического рынка отмечено резкое уменьшение количества действующих предприятий, занимающихся туристическим бизнесом в Украине, что повлекло снижение объема платежей в бюджет. В кризисном 2009 г. отмечен незначительный спад деятельности туристических предприятий, однако в 2010–2011 гг. темпы роста рынка превысили докризисный уровень. Так, в 2011 г. количество предприятий, которые фактически занимались туристической деятельностью, составила 5573 единиц. Из них, по данным [1], 21 % были туроператорами, 79 % – турагентами.

Главными предпосылками развития частных туристических предприятий в Украине как новой формы предпринимательской деятельности являются: наличие в стране отношений, позволяющих реализовать новые проекты в тех сферах, которые наиболее востребованы потребителями; информатизация общества; упрощенная система учета, контроля и отчетности; структуризация туристического рынка вследствие изменения правил их лицензирования. Вместе с тем, несмотря на позитивные тенденции развития туристического рынка в Украине, сервис отечественных туристических предприятий не соответствует современным требованиям и мировым стандартам. В своей деятельности предприятия туристического бизнеса сталкиваются со многими проблемами: нестабильностью налоговой политики, недостаточной поддержкой со стороны государства, недостатком собственных средств, неплатежеспособностью потребителей туристических услуг, несовершенством правовых актов, регулирующих туристическую деятельность, неудовлетворительным состоянием инфраструктуры туризма, дефицитом инвестиций, низким качеством украинского туристического продукта, необъективностью средств массовой информации, сложной процедурой получения виз [3, с. 63]. Все названное существенно снижает эффективность и привлекательность туристического бизнеса в Украине.

Следовательно, большинство отечественных туристических предприятий требуют серьезной реорганизации подходов к ведению бизнеса и применения инновационных методов и передовых технологий управления, внедрение которых должно основываться на системной оценке современного уровня сервиса. Комплексная оценка качества туристических услуг вызвана выявлять и понять проблемы в системе обслуживания клиентов, слабые и сильные стороны работы предприятия, его место на рынке, дать количественную и качественную характеристику состояния предприятия как целостного организма по отношению к внешнему бизнес-окружению и в то же время сложной системы, которая включает организационную, обслуживающую, финансовую, управленческие структуры в связях и взаимозависимостях.

Под уровнем качества туристических услуг следует понимать результат сравнения полезности совокупности достигнутых показателей качества услуги относительно условий его использования с соответствующими значениями показателей образцов конкурентов, эталонов или стандартов. Исходя из этого, оценка качества туристических услуг – это вид управленческой работы, которая заключается в мониторинге и интегральной оценке качества услуг в комплексе с оценкой эффективности организации деятельности туристического бизнеса.

Таблица 2

Система показателей оценки качества туристических услуг

№ з/п	Наименование показателя
1	2
Финансы	
1	Чистый денежный поток, тыс. грн
2	Чистая прибыль, тыс. грн
3	Общая ликвидность, %
4	Рентабельность продаж, %
5	Рентабельность акционерного капитала, %
6	Прибыль (убыток) до амортизации, финансовых затрат (доходов) и налога на прибыль, тыс. грн

1	2
Внутренние бизнес-процессы	
7	Себестоимость услуг, тыс. грн
8	Затраты на инновации, тыс. грн
9	Стоимость введенных нематериальных активов, тыс. грн
Клиенты	
10	Доля рынка, %
11	Удельный вес VIP-клиентов в общей численности клиентов, %
12	Коэффициент текучести клиентов, %
13	Объем продаж, тыс. грн
14	Доля экспорта в общем объеме реализованных услуг, %
Рост и развитие	
15	Производительность труда, ч./ед.
16	Затраты на оплату труда, тыс. грн
17	Затраты на обучение персонала, тыс. грн
18	Уровень текучести кадров, %
19	Уровень специалистов с высшим образованием, чел.
Социальная ответственность бизнеса	
20	Налог на прибыль, тыс. грн
21	Количество несчастных случаев на протяжении туристической поездки, шт.
22	Затраты на развитие социальной инфраструктуры, тыс. грн
23	Затраты на благотворительность, тыс. грн

Для оценки уровня качества туристических услуг авторами обобщена система показателей, основанная на концепции сбалансированной системы показателей (ССП) [4] и Европейской модели качества [5], и максимально адаптированная к современным отечественным условиям. Органическое объединение моделей возможно за счет того, что обе они являются многомерными, основаны на выявлении причинно-следственных связей и позволяют оценить деятельность предприятий с системных позиций. Интеграция двух систем показателей позволяет сформировать мощный механизм управления качеством организации. В связи с этим, в исследовании предложена система показателей качества туристических услуг, включающая пять групп показателей по следующим аспектам: финансы, внутренние бизнес-процессы, клиенты, рост и развитие, социальная ответственность бизнеса (табл. 1).

Обобщенная система показателей качества послужила базисом для разработки метода оценки туристических услуг. Его реализация осуществлялась в несколько этапов:

1. Формирование системы показателей качества туристических услуг на основании данных бухгалтерской, финансовой и статистической отчетности предприятий:

$$X = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{1j} & \dots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{2j} & \dots & x_{2n} \\ x_{i1} & x_{ij} & \dots & x_{in} \\ x_{m1} & x_{mj} & \dots & x_{mn} \end{bmatrix}, \quad (1)$$

где $|X|$ – матрица показателей качества туристических услуг на определенный период времени; i – количество показателей качества туристических услуг; $i = \overline{1, m}$; j – количество периодов, в которых проводится оценка качества услуг.

2. Выполнение нормирования разнородных частных показателей, которые характеризуют каждый аспект качества услуги. Нормирование – это преобразование абсолютных значений показателей в относительные. В качестве нормативных показателей качества избраны максимальные (для показателей-стимуляторов – тех, которые характеризуют положительные стороны сервиса) и минимальные (для показателей-дестимуляторов – тех, которые характеризуют негативные стороны туристического сервиса).

3. Расчет обобщающих показателей по каждому из аспектов как средний уровень из частных нормированных показателей.

4. Расчет интегрального коэффициента качества туристических услуг:

$$I_{КТУ} = \sqrt[5]{I_{\Phi} \cdot I_{БП} \cdot I_{БК} \cdot I_{РР} \cdot I_{СО}}, \quad (2)$$

где I_{Φ} – значение обобщающего показателя по аспекту “финансы”; $I_{БП}$ – значение обобщающего показателя по аспекту “внутренние бизнес-процессы”; $I_{БК}$ – значение обобщающего показателя по аспекту “взаимодействие с клиентами”; $I_{РР}$ – значение обобщающего показателя по аспекту “рост и развитие”; $I_{СО}$ – значение обобщающего показателя по аспекту “социальная ответственность бизнеса”.

При таком способе нормирования интегральный показатель принимает значение от 0 до 1. В зависимости от количественной оценки предложена классификационная шкала уровней качества туристических услуг. Ее градация представлена в виде классической шкалы Харрингтона, которая предназначена для управления качеством процессов [6]. Это позволяет согласовать мероприятия улучшения качества сервиса с общей внутрифирменной стратегией управления качеством. В соответствии с модифицированной шкалой Харрингтона, значение интегрального коэффициента качества туристических услуг распределяется по шкале: очень низкое качество (0,00–0,20), низкое качество (0,20–0,37), среднее качество (0,37–0,64), высокое качество (0,64–0,80), качество на уровне мировых стандартов (0,80–1,00).

Адаптация предложенного метода оценки качества туристических услуг проведена под данным ПАО “Туристический комплекс “Фрегат”. Информационной базой для исследования послужили данные бухгалтерской, финансовой и статистической отчетности общества за 2008–2010 гг., а также результаты экспертного опроса, проведенного авторами. Результаты оценивания представлены в таблице 3 [7].

Таблица 3

Оценка качества ПАО “Туристический комплекс “Фрегат”

Оценивающие группы критериев	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Финансовая деятельность	0,95	0,86	0,42
Клиенты	0,72	0,90	0,45
Внутренние бизнес-процессы	0,75	0,58	0,63
Рост и развитие	0,98	0,55	0,71
Социально-ответственная организация бизнеса	0,86	0,91	0,96
Интегральный коэффициент качества туристических услуг	0,85	0,75	0,61

Графическое изображение динамики обобщающих показателей качества туристических услуг ПАО “Туристический комплекс “Фрегат” в 2008–2010 гг. представлено на рис. 1.

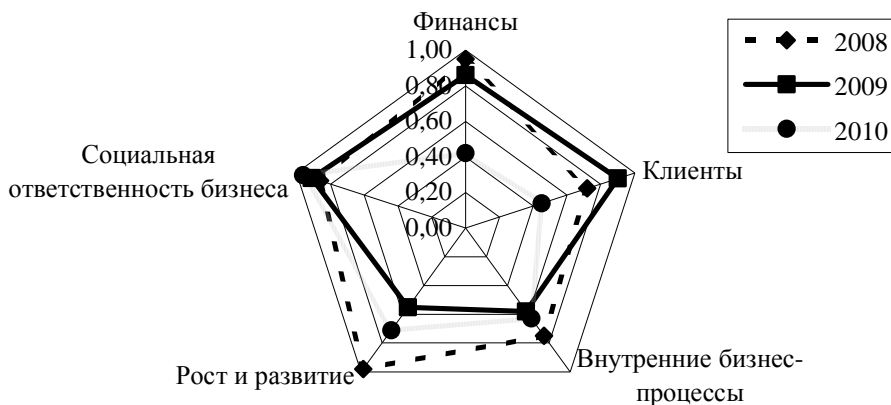


Рис. 1. Динамика обобщающих показателей качества услуг ПАО “Туристический комплекс “Фрегат”

Как можно заметить, значение интегрального коэффициента качества туристических услуг ПАО “Туристический комплекс “Фрегат” в кризисном 2009 г. снизилось на 12,3 % по сравнению с 2008 г., а в посткризисном 2010 г. – на 18,4 % по сравнению с 2009 г. и на 28,4 % по сравнению с 2008 г. Это снижение произошло за счет снижения обобщающих показателей по аспектам “Финансовая деятельность” и “Клиенты”, которые непосредственно отражают результат работы туристического предприятия. Значение обобщающих показателей в 2009 г. указывает на то, что наибольшее влияние на негативную динамику уровня качества оказало снижение финансовых результатов его деятельности под влиянием глобального экономического кризиса. Это вызвало цепную реакцию, приведшую к снижению затрат на развитие персонала и совершенствование бизнес-процессов. Вместе с тем, расчеты позволяют судить о том, что наблюдается устойчивая динамика роста обобщающего показателя по аспекту “Социально-ответственная организация бизнеса”, что обусловлено значительным увеличением затрат на развитие социальной инфраструктуры предприятия и ростом налога на прибыль. В 2010 г. наблюдается определенная стабилизация ситуации.

Следовательно, ежегодное снижение качества туристических услуг ПАО “Туристический комплекс “Фрегат” может привести к снижению конкурентоспособности предприятия на рынке туристических услуг. Это определяет область управленческих решений для совершенствования деятельности организации. Первоочередными мерами должны стать: регламентация деятельности и оптимизация бизнес-процессов, расширение рынков сбыта туристических услуг за счет поиска клиентов в странах дальнего зарубежья, снижение себестоимости предоставляемых услуг, внедрение современных инструментов мотивации менеджеров для повышения качества услуг, внедрение передовых технологий обслуживания потребителей.

Таким образом, предложенный метод оценки качества туристических услуг фирмы является эффективным инструментом, обеспечивающим информационно-аналитическую поддержку управленческих решений. Оценка может быть применима в целях совершенствования деятельности предприятий для повышения качества

туристических услуг и применять для сравнения как за конкретный период по выборке предприятий либо в динамике по конкретной фирме. Использование интегрального коэффициента качества туристических услуг служит основой для проведения бенчмаркинг-исследований, т.е. сравнение деятельности организации с конкурентами или признанными лидерами. Своевременная оценка качества туристических услуг способствует выявлению “узких мест” в процессе организации бизнеса, являясь инструментом совершенствования бизнес-процессов, обеспечивая тенденции устойчивого долгосрочного развития фирмы.

Литература

1. Державна служба туризму і курортів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tourism.gov.ua>.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
3. Сидорова А. В. Управление развитием предприятий туристического бизнеса : монография / А. В. Сидорова, И. В. Димеденко. – Донецк : Каштан, 2009. – 170 с.
4. Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Д. Нортон, Р. С. Каплан. – М. : ЗАО “Олимп-Бизнес”, 2003. – 214 с.
5. Маслов Д. Сравнительный анализ мировых премий по качеству / Д. Маслов, Э. Белокоровин // Рос. ассоциация Деминга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://deming.ru/TehnUpr/SravnAnalizPrem.htm>.
6. Harrington E.C.Jr. The desirability Function / E.C.Jr. Harrington // *Industrial Quality Control*, 1965. – April. V. 21. – № 10. – P. 494–498.
7. Система розкриття інформації на фондовому ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://smida.gov.ua/>.
8. Сидорова А. Процессные инновации в системе управления развитием предприятий / А. Сидорова, О. Курносова // *Економіст*. – 2008. – № 1. – С. 28–32.
9. Курносова О. А. Анализ современных тенденций развития туристического рынка в Украине / О. А. Курносова, А. А. Паламарчук // *Вісн. Хмельниц. нац. ун-т. – Хмельницький*, 2010. – Т. 2. № 4. – С. 246–250.

УДК 339.74:338.124.4(477)

Є. О. МЕДВЕДЖІНА

Національний інститут стратегічних досліджень

ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ НАПРЯМІВ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ В ПОСТКРИЗОВИЙ ПЕРІОД

Проаналізовано заходи макроекономічної стабілізації в Україні та напрями оптимізації грошово-кредитної політики України на сучасному етапі. Визначено вектор структурних змін в економіці України у післякризовий період. Запропоновано основні напрями вдосконалення механізму грошово-кредитної політики України.

The macroeconomic stabilization activities in Ukraine and the optimization direction of monetary policy in Ukraine at present are analyzed. The vector of structural changes in the economy of Ukraine in the post-crisis period is defined. The basic directions of improvement of the mechanism of monetary policy in Ukraine offered.

Постановка проблеми. Світова фінансова криза виявила значну неоднорідність ситуацій на грошово-кредитних ринках різних країн, а також реакцію ринків на кризові явища. В ряді провідних країн світу масштаби і гострота кризових явищ зумовили істотні зміни як у механізмах регулювання грошово-кредитних відносин, так і в цілях такого регулювання. Причиною таких змін стала необхідність проведення антикризових заходів задля досягнення стабілізації, а загострення більш фундаментальних проблем – здійснення монетизації економіки та регулювання фінансових потоків.

Період 2008–2009 рр. характеризувався надзвичайно складними і негативними процесами в грошово-кредитній сфері економіки України. Враховуючи, що криза поглибила існуючі суперечності і проблеми в розвитку грошово-кредитних відносин в українському суспільстві, це суттєво ускладнює як функціонування грошово-кредитного ринку та банківської системи на етапі посткризового відновлення, так і обмежує їх стимулюючу роль для збалансованого оздоровлення економіки. Разом з тим, криза посприяла формуванню важливих передумов для того, щоб 2010–2011 рр. стали важливим етапом реструктуризації та якісного оновлення грошово-кредитної системи, оскільки за протилежних обставин вона надалі реалізуватиме вже накопичений значний деструктивний потенціал.

Аналіз останніх досліджень з проблеми дослідження. Важливу роль у теоретичному та емпіричному дослідженні проблематики грошово-кредитного регулювання відіграють праці таких вчених, як О. Білорус, С. Боринець, К. Дауд, С. Едвардс, Г. Климко, Д. Лук'яненко, З. Луцишин, Р. Манделл, В. Міщенко, Л. Оусбел, О. Рогащ, М. Таунсенд, А. Філіпенко, С. Шмідт, О. Шнірков та ін.

Мета дослідження полягає у розробці комплексного підходу до визначення основних напрямів вдосконалення механізму грошово-кредитної політики в умовах стабілізації розвитку національної економіки у посткризовий період.