

УДК 658.152:330.322.001.13

ІВАЩЕНКО А., ДЗІУБА Т.
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

КОМПЛЕКСНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

У статті розкрито сутність економічної ефективності діяльності підприємств туристичного бізнесу (туроператорів, турагентів) щодо вибору і обґрунтування стратегічного напрямку розвитку; визначення критеріїв і показників ефективності; оцінювання їх впливу на діяльність підприємства.

Ключові слова: підприємства туристичного бізнесу, результативність, ефективність, показники ефективності, витрати, ресурси підприємства.

YVASCHENKO A., DZIUBA T.
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of K N U T E

INTEGRATED APPROACH TO ANALYZING EFFECTIVENESS OF COMPANY PERFORMANCE THE TOURISM BUSSINESS

In article the essence of activity cost effectiveness of tourist business enterprises (tour operators, tour agents) is revealed. It is made in regard to the selection and justification of strategic area of development; criteria and effectiveness indexes assigning; estimation of their influence on the enterprises activity.

Keywords: tourist business enterprises, productivity, efficiency, effectiveness indexes, expenses, resources of the enterprise.

Постановка проблеми. Економічна ефективність є однією з ключових категорій, яка пов'язана з досягненням мети розвитку підприємства. Проблема оцінки та розробки засобів підвищення економічної ефективності підприємств полягає в досягненні найкращих фінансових результатів за умови найбільш повного використання всіх наявних ресурсів.

Подальший розвиток ринкових відносин обумовлює специфіку функціонування підприємств туристичного бізнесу, оскільки збільшує рівень невизначеності й ризику, підсилює конкуренцію, дає можливість пристосовуватися до постійних змін економічної ситуації. У цих умовах для того, щоб вижити, правильно визначити свою стратегію і тактику на ринку, забезпечити подальший розвиток кожному суб'єкту необхідно аналізувати ефективність господарської діяльності, здійснювати пошук резервів підвищення своєї ефективності та конкурентоспроможності.

У діяльності підприємств туристичного бізнесу ефективність залежить більшою мірою від якості наданих послуг. Більш висока якість досягається при витратах достатніх для діючої системи управління, формуванням якості і стабільності досягнутого рівня. У діяльності підприємств туристичного бізнесу ефективність повинна ґрунтуватися на досягненні оптимального рівня витрат, що забезпечує відповідну якість туристичних послуг.

Завдання роботи полягає в розробці системи показників економічної ефективності діяльності підприємств туристичного бізнесу.

Предметом дослідження є система показників, що характеризують ефективну діяльність підприємств туристичного бізнесу, та методи її оцінювання.

Об'єктом дослідження є господарсько-економічні процеси і результати діяльності підприємств туристичного бізнесу в сучасних умовах господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розвитку методології аналізу та оцінки ефективності діяльності сприяли праці Чумаченка М.Г., Гаєвської Л.М., Мниха Є.В., Савицької Г.В., Ковальова В.В., Соболевої О.О., Соболева І.І., Сидорової А.В та інших. Автори [1, 2, 5] розглядають основні поняття «результативності» та «ефективності». Інші [3, 4, 7] визначають критерії та системи показників ефективності виробництва. Деякі [6, 7] зіставляють доходи і витрати підприємства, автор [7] визначає поняття «точки беззбитковості». Проте проблему оцінювання ефективності усе ще не вирішено остаточно, не враховуються ринкові вимоги щодо побудови цілісної моделі оцінювання ефективності, не обґрунтовані повною мірою принципи і особливості оцінки ефективності окремих напрямів діяльності підприємств туристичного бізнесу.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає у дослідженні проблем і узагальненні понять, пов'язаних з ефективною діяльністю підприємств туристичного бізнесу, що забезпечує вибір можливих напрямів розвитку.

Вклад основного матеріалу дослідження. Принципи і методи оцінки ефективності визначають поняття «ефект», «результат», «ефективність». Категорії «ефект» і «ефективність» відображають зростання і розвиток економічного об'єкта, його здатність до кількісних і якісних змін.

Ефект – це абсолютний показник, що характеризує отриманий результат. Ефект може бути

виробничим, економічним, соціальним. Виробничий ефект є завжди. Наприклад, залежно від рівня управління як показники результату розглядають на рівні держави – валовий внутрішній продукт (ВВП), валовий національний дохід (ВНД), на рівні підприємств туристичного бізнесу – чисельність туристів, виторг і чистий дохід від реалізації туристичних послуг.

Якщо виробничий ефект є завжди, то результат може бути позитивним і негативним, тобто прибуток або збиток, зокрема, різні категорії прибутку – валовий і чистий прибуток від звичайної діяльності до оподаткування, фінансовий результат від операційної діяльності.

Соціальний ефект досягається, як правило, за рахунок економічного і його важко кількісно оцінити. Однак, якщо «ефект» є відбиттям «результату» діяльності, тобто того стану, до якого прагне економічний суб'єкт, то «ефективність» враховує не тільки результат діяльності, але й умови, за яких вона досягнута.

Ефективність – відносний показник, який дає можливість порівняти отриманий ефект з витратами, що викликали від одержання цього ефекту. Поняття економічної ефективності в туристичному бізнесі пов'язане з необхідністю оцінки певних результатів діяльності (рентабельність активів, капіталу, реалізації туристичних послуг).

Отже, для підприємств туристичного бізнесу ефективність – це ступінь використання ресурсів протягом певного періоду для створення та реалізації максимального обсягу якісних туристичних послуг (продуктів), відповідних до попиту вітчизняних і закордонних туристів при оптимальних витратах.

Поняття «ефективність» діяльності підприємств туристичного бізнесу нами розглянуто у двох напрямках:

1) здатність надавати певний набір туристичних послуг за оптимальних витрат;

2) здатність пропонувати оптимальний набір послуг, який повинен відповідати структурі особистого споживання клієнта.

Перший підхід до визначення ефективності діяльності підприємств туристичного бізнесу припускає досягнення її на рівні комерційного результату кожним туристичним підприємством, другий – розробку критеріїв ефективності, що збігаються із суспільними інтересами і здатних досягти раціонального використання засобів.

Визначення економічної ефективності діяльності підприємств туристичного бізнесу пов'язане з розробкою механізмів управління, що дають можливість поєднувати обидва ці підходи. Тому проблеми ефективності діяльності підприємств туристичного бізнесу доцільно розглядати системно. Системний підхід припускає, що основними ознаками ефективності можуть служити критерії і показники, на основі яких можливі її кількісні оцінки для різних рівнів управління. Система показників ефективності діяльності підприємств туристичного бізнесу ще остаточно не сформована.

Вибір методу оцінки ефективності діяльності підприємств туристичного бізнесу визначається поставленою метою і залежить від позицій зацікавлених у їхній результативності суб'єктів.

Специфіка оцінки ефективності діяльності підприємств туристичного бізнесу визначається особливостями виробленого туристичного продукту. Якщо послугою, наданою підприємством туристичного бізнесу, вважати користь або вигоду, отриману туристом від подорожі, то в кожному конкретному випадку процес надання туристичної послуги унікальний. Кількість ресурсів необхідних для надання туристичних послуг, є різною і визначається платоспроможністю клієнта. На ефективність діяльності впливає економічне середовище, у якому функціонують підприємства туристичного бізнесу (наявність конкуренції, державного регулювання і використання таких інструментів, як ліцензування, сертифікація, стандартизація).

Більшість підприємств періодично переглядає власні системи оцінки ефективності. Проблема полягає в зайвій або недостатній кількості показників, що виступають основою для прийняття управлінських рішень, спрямованих на досягнення поставлених цілей. Основним принципом формування системи показників ефективності розвитку підприємств туристичного бізнесу є співвідношення отриманого результату та витрат.

Для характеристики ефективності необхідно використовувати різні показники, що характеризують діяльність підприємств туристичного бізнесу, з різних сторін. Усі показники ефективності діяльності підприємства можна розділити на одиничні і комплексні, внутрішні (управлінські) і зовнішні (фінансові). Більшість підприємств туристичного бізнесу відносять до малих, яким також необхідно використовувати показники ефективності при оцінці минулої діяльності, прогнозуванні майбутнього стану, а також при оцінці мотивації та заохоченні працівників.

Звичайно для цілей оперативного управління використовуються досить прості методи, що дають можливість одержати інформацію лише про окремі аспекти діяльності підприємств туристичного бізнесу. Традиційно такі методи зводяться до розрахунку різних приватних показників ефективності використання задіяних ресурсів. Будь-який господарюючий суб'єкт туристичного бізнесу має певний економічний потенціал. З одного боку, це характеризує можливості здійснення процесу формування і реалізації туристичних продуктів (послуг). З іншого боку, надає динаміку, результативність і ефективність використання потенціалу підприємства.

Діяльність підприємств туристичного бізнесу характеризується системою показників, які використовуються для розрахунку ефективності. Основні розрахункові показники – це прибуток, чистий

дохід від реалізації туристичних послуг. Для туристів характерне поняття соціальної ефективності, що виражається у вигляді задоволеності поїздкою, а визначальне значення має ціль поїздки (відпочинок, лікування, ділова зустріч, ін.). Тому для туриста ефективність є поняттям суб'єктивним і виражається бажанням знову відвідати дану країну. Ефективністю можуть служити показники: середня тривалість перебування одного туриста в країні; сумарні грошові витрати, зроблені туристами під час подорожей.

Однак для підприємств туристичного бізнесу при визначенні ефективності має місце специфіка [6, 7]. Це обумовлене, насамперед, характеристиками туристичної послуги, взаємодією різних підприємств (готельного господарства, харчування, торгівлі, надання культурно-дозвільних послуг). Їх облік дозволив у складі показників ефективності комерційної діяльності підприємств туристичного бізнесу виділити наступні групи:

1. Показники ефективності використання капіталу (рентабельність власного капіталу, рентабельність статутного капіталу, рентабельність акціонерного капіталу).

2. Показники рентабельності виробництва послуг і їх реалізації (валова рентабельність витрат, чиста рентабельність витрат, валова рентабельність реалізації туристичних послуг, чиста рентабельність реалізації туристичних послуг).

3. Показники ефективності використання витрат живої праці (продуктивність праці, витрати на одну грошову одиницю фонду заробітної плати, трудомісткість одиниці туристичних послуг).

Перші показники ефективності використання капіталу включають рентабельність власного капіталу, статутного, акціонерного капіталу. Показники рентабельності власного капіталу характеризують ефективність вкладених у підприємство засобів і взаємозв'язок прибутку і капіталу, інвестованого у формування активів підприємства з метою одержання прибутку. Показником ефекту від вкладання капіталу найчастіше є операційний або чистий прибуток підприємства. Традиційні для виробництва показники ефективності, такі як фондовіддача, фондомісткість для підприємств туристичного бізнесу не показові. Це пов'язано з тим, що на підприємствах туристичного бізнесу нові основні засоби вводяться, насамперед, з метою поліпшення якості обслуговування туристів, а потім вже з метою зниження собівартості туристичного продукту.

Другі показники ефективності діяльності підприємств туристичного бізнесу представлені показниками рентабельності виробництва туристичних послуг і їх реалізації. Базовими для розрахунку показників цієї групи найчастіше використовують валовий (чистий) прибуток, чистий дохід (виторг) від реалізації туристичних послуг. Валову (чисту) рентабельність витрат пропонується розраховувати відношенням валового (чистого) прибутку від реалізації туристичних послуг до витрат на їх виробництво.

Валова (чиста) рентабельність реалізації туристичних послуг розраховується відношенням валового (чистого) прибутку до виторгу від реалізації туристичних послуг. У цьому випадку коефіцієнт валового (чистого) прибутку характеризує прибуток, який одержить підприємство туристичного бізнесу з кожної одиниці чистого доходу (виторгу).

До третьої групи відносяться показники ефективності використання витрат живої праці. На підприємствах туристичного бізнесу таким слід вважати продуктивність праці. Підприємства туристичного бізнесу здійснюють свою діяльність, створюючи туристичні послуги. Тому продуктивність праці для підприємств туристичного бізнесу можна вимірювати як у вартісному, так і в натуральному виразі.

Продуктивність праці у вартісному виразі вимірюється відношенням виторгу від реалізації туристичних послуг до середньооблікової чисельності працівників підприємства. Продуктивність праці в натуральному виразі показує, скільки туристів обслуговує один середньообліковий менеджер підприємства туристичного бізнесу. Вона розраховується відношенням чисельності обслугованих туристів до середньооблікової чисельності працівників, зайнятих у туристичному бізнесі.

Ефективність працевитрат пропонується розраховувати відношенням виторгу від реалізації туристичних послуг до фонду оплати праці працівників підприємства туристичного бізнесу. Показник характеризує, скільки доходу від реалізації туристичних послуг припадає на 1 грн фонду оплати праці.

Оцінка ефективності витрат на виробництво послуг підприємств туристичного бізнесу виконується за обсягом реалізованих туристичних послуг. Для цього прибуток (валовий, чистий) ділиться на витрати підприємства.

Висновки. Як показує аналіз проведених досліджень, запропоновані групи показників дають можливість здійснювати аналіз внутрішньої і зовнішньої форм прояву економічної ефективності. Внутрішня форма відбиває оцінку результативності діяльності підприємств туристичного бізнесу, їх продуктивність, зовнішня – ступінь задоволення суспільних потреб, рівень корисності зробленого підприємством туристичного продукту (послуги). Фактично вона відбиває ступінь реалізації основних завдань діяльності підприємства туристичного бізнесу.

Практичне значення отриманих результатів дає можливість поліпшати якість економічного аналізу ефективності діяльності підприємств туристичного бізнесу, оцінити частку підприємства на ринку, напрями змін, потенційні можливості створення нових сфер діяльності активізувати роботу зі споживачами. Подальше дослідження доцільно проводити в напрямі розробки критеріїв оцінки ефективності діяльності для підприємств туристичного бізнесу.

Таким чином, формуючи систему показників ефективності діяльності підприємств туристичного бізнесу, необхідно дотримуватися загальних вимог: забезпечення організації взаємозв'язку критеріїв та системи конкретних показників ефективності діяльності; відображення витрат усіх видів ресурсів, що споживаються на підприємстві; можливість застосування показників ефективності при управлінні різними ланками виробництва на підприємстві; виконання стимулюючої функції в процесі використання наявних резервів для зростання ефективності діяльності.

Література

1. Гасвська Л.М. Економіка та організація діяльності фірми : навч. посіб. / Л.М. Гасвська. – Ірпінь : Академія ДПС України, 2000. – 164 с.
2. Мних Є.В. Економічний аналіз : підруч. / Є.В. Мних. – 2-е вид. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 472 с.
3. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учеб. / Г.В. Савицкая. – 4-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 512 с.
4. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент / В.В. Ковалев. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 768 с.
5. Соболева Е.А. Финансово-экономический анализ деятельности туристической фирмы : учеб. пособ. / Е.А. Соболева, И.И. Соболев. – 2-е изд. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 112 с.
6. Сидорова А.В. Становление системы показателей статистики туризма / А.В. Сидорова // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект : сб. науч. ст. – Донецк : Донецкий госуд. ун-т, 1999. – С. 211–215.
7. Сидорова А.В. Экономико-статистические методы в управлении сферой услуг : монография / А.В. Сидорова. – Донецк : Донецкий нац. ун-т, 2002. – 239 с.

Надійшла 13.01.2017; рецензент: д. е. н. Левицька І. В.