

УДК 338.48

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА АРК

Максимюк Н.В.

*Таврический национальный университет им. В.И.Вернадского, Симферополь, Украина
E-mail: maksimyuk@list.ru*

В статье выявлены внешние и внутренние факторы, влияющие на эффективность деятельности предприятия индустрии туризма. Для определения значимости влияния на эффективность деятельности предприятия каждого фактора использован метод экспертных оценок. В результате получен высокий уровень согласованности мнений экспертов в том, что наибольшее влияние оказывают маркетинговые, экономические, финансовые и производственные факторы.

Ключевые слова: индустрия туризма, внешние и внутренние факторы, эффективность.

ВВЕДЕНИЕ

Показатели эффективности деятельности предприятия оценивают экономические последствия предпринятых руководством предприятия действий, являются индикаторами соответствия стратегии предприятия и критериями ее достижения. Как правило, в качестве показателей эффективности в индустрии туризма используют прибыль, рентабельность, маржинальный доход (Income before fixed costs – IBFC), поступления на имеющиеся номера (Revenue per available room – RevPar) и т.п.

По данным Главного управления статистики в АРК финансовый результат от обычной деятельности до налогообложения санаторно-курортных учреждений АРК сократился в 2009г. по сравнению с 2008г. на 51,9% и составил 83218 тыс. грн., а гостиницы, пансионаты и туристические агентства АРК получили убыток от обычной деятельности до налогообложения [1]. Среднестатистический уровень рентабельности операционной деятельности предприятий Украины за 9 месяцев 2009г. составляет 3,6%, предприятий АРК – 5,3% [1]. Сохранение данной тенденции может привести к неплатежеспособности предприятий индустрии туризма, снизить поступления в бюджет, увеличить уровень безработицы, ухудшить состояние платежного баланса Украины.

Выявление факторов в индустрии туризма и методология их оценки нашли отражение в исследованиях отечественных и зарубежных ученых, среди которых можно выделить Холловея Дж. К., Тейлора Н. [2], Портера М. [3], Котлера Ф., Боуэна Дж., Мейкенза Дж. [4], Безносюк В.Д. [5], Ковшовой И.О. [6], Харичева В.В. [7] и др. При наличии определенных научных и практических результатов исследований в сфере управления и организации индустрии туризма реальностью является многоплановость и сложность выявления и оценки основных факторов, влияющих на эффективность деятельности предприятий индустрии туризма АРК. Объективная необходимость их дальнейшего теоретического осмысления, методического обеспечения и решения вопросов прикладного характера определили выбор темы исследования.

Целью исследования является выявление и оценка факторов, влияющих на эффективность деятельности предприятия индустрии туризма АРК.

Для достижения поставленной цели планируется решить ряд задач:

- 1) выявить и оценить факторы, влияющие на эффективность деятельности предприятий индустрии туризма АРК;
- 2) разработать практические рекомендации по повышению эффективности деятельности предприятий индустрии туризма АРК.

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА

Изучив и обобщив результаты исследований [2], [3], [4], [5], [6], [7] можно сделать вывод о том, что эффективность деятельности предприятия индустрии туризма формируется под воздействием различных факторов, которые можно разбить на две группы: внешние и внутренние.

В группу внешних факторов включены:

1. Политико-правовые факторы: политическая стабильность, государственная политика в области туризма, международные соглашения, уровень коррупции, стоимость и скорость разрешительных процедур, защита инвесторов, обеспечение исполнения контрактов.
2. Экономические факторы: налогообложение, уровень инфляции, уровень безработицы, условия кредитования, стоимость транспортных услуг, уровень дохода, процентные ставки, стоимость жизни, наличие сбережений, равномерность распределения доходов, доступность туристических центров, развитие инфраструктуры.
3. Природные факторы: климат, рельеф, наличие природных достопримечательностей, территориальное распределение рекреационных ресурсов, уровень рекреационного освоения территории.
4. Демографические факторы: возрастная структура, изменения в семье (меньше детей, более поздний возраст вступления в брак, работающие родители, меньшая продолжительность отпусков, семьи из одного человека, образовательный уровень), место жительства.
5. Технологические факторы: компьютерные системы регистрации, бронирования, учета свободных номеров.
6. Социально-культурные факторы: основные ценности, желания, поведенческие особенности (например, популярность здорового образа жизни – спортивные залы в гостиницах, «полезное» меню в ресторанах), ориентация на референтные группы, влияние мнения членов семьи, социальные роли, статус.
7. Экологические факторы: загрязнение прибрежных территорий АРК и Черного моря, проблемы с утилизацией ТБО.
8. Факторы конкуренции: потребители и посредники (туристические агентства, туроператоры, авиалинии и т.д.), конкуренты, поставщики, продукты-заменители.

Внутренними факторами являются:

1. Финансовые и производственные факторы: объем продаж, оборачиваемость активов, наличие и стоимость ресурсов, достаточность денежных средств, финансовая устойчивость и т.д.
2. Маркетинговые факторы: репутация компании, рыночная доля, степень охвата территории, качество продукции, качество обслуживания, эффективность ценообразования, дистрибьюции, стимулирования сбыта, работы продавцов, своевременность выполнения заказов, а также наличие дополнительных услуг, ассортиментная политика, доступность и удобство расположения предприятия.
3. Организационные факторы: способность руководства к перспективному видению, гибкость и адаптивность, согласованность действий, улучшение операционного и инновационного процессов.
4. Факторы, способствующие обучению персонала, развитию информационных технологий и организационных процедур предприятия.

Поскольку информация о каждом факторе является недостаточно полной, обоснование и оценка последствий решений не могут быть выполнены на основе точных расчетов, то для определения значимости влияния на эффективность деятельности предприятия каждого фактора будем использовать метод экспертных оценок. «Экспертные оценки представляют собой точки зрения (мнения, суждения) высококвалифицированных специалистов в определенных экспертных областях – экспертов, сформулированные в виде оценок объекта в содержательной, качественной или количественной форме» [8, с. 140]. Существует множество форм организации проведения экспертиз: коллективные и индивидуальные, многоуровневые и одноуровневые, с обменом информацией между экспертами и без него, открытые и закрытые и т.д. [8, с. 140]. Процесс организации и проведения экспертизы представлен на рис. 1.

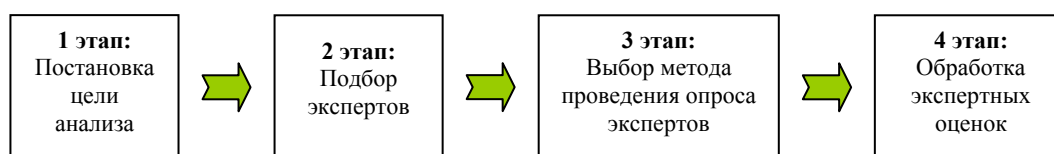


Рис. 1. Этапы процесса организации и проведения экспертизы.

1 этап: Постановка цели анализа

Цель анализа – получение групповой оценки по результатам ранжирования экспертами факторов по степени их влияния на эффективность деятельности предприятий индустрии туризма АРК, т.е. задача восстановления латентного и своего рода истинного упорядочивания факторов. Основание – гипотеза о согласованности мнений экспертов. Форма организации проведения экспертизы – одноуровневая, индивидуальные оценки каждым экспертом без обмена информацией между ними.

2 этап: Подбор экспертов

«Количественный и качественный состав экспертной комиссии должен формироваться с учетом широты проблемы, достоверности оценок, затрат ресурсов

и характеристик экспертов. Широта решаемой проблемы, определяемая количеством различных аспектов, связана с установлением нижней границы количественного состава экспертной комиссии, то есть количество экспертов в комиссии должно быть таковым, чтобы каждый аспект, направление исследования было закреплено как минимум за конкретным специалистом» [8, с. 140]. «Достоверность оценок связана с уровнем знаний экспертов и их количеством. При соответствующем уровне знаний увеличение количества членов экспертной комиссии должно приводить к возрастанию достоверности результатов экспертизы» [8, с. 140]. Верхняя граница количественного состава экспертной комиссии определяется затратами ресурсов и количеством специалистов в выбранной сфере исследования. «Характеристики группы экспертов, включаемых в экспертную комиссию, определяются на основе индивидуальных их характеристик, а именно: компетентности, креативности, отношения к экспертизе, конструктивности мышления, коллективизма, самокритичности» [8, с. 140]. «Компетентность – это обладание определенными знаниями, позволяющее индивиду высказывать суждения по определенному кругу вопросов. Степень компетентности может характеризоваться коэффициентом компетентности» [8, с. 140]. Мыльник В.В., Титаренко Б.П., Волочиенко В.А. выделяют три группы методов для оценки коэффициента компетентности: априорные, апостериорные, тестовые [8]. Другие характеристики, такие как креативность, конформизм, отношение к экспертизе и т.д., как правило, имеют качественный характер. Для выбора экспертов для ранжирования факторов по степени их влияния на эффективность деятельности предприятий индустрии туризма АРК использован априорный документационный метод (оценка объективных характеристик эксперта: образование, стаж работы, должность). В результате выбраны 14 специалистов с высшим образованием со стажем работы в индустрии туризма более пяти лет, работающие на руководящих должностях (директора, их заместители, главные бухгалтера и т.д.).

3 этап: Выбор метода проведения опроса экспертов

«В ходе реализации этого этапа осуществляется выявление и констатация суждений экспертов по существу исследуемого объекта. Форма проведения опроса фактически является основой, определяющей вид метода организации и проведения экспертизы» [8, с. 141].

Мыльник В.В., Титаренко Б.П., Волочиенко В.А. выделяют несколько основных форм опроса: анкетирование, интервьюирование, метод Дельфы, мозговой штурм и дискуссия [8]. Формой проведения опроса экспертов для ранжирования факторов по степени их влияния на эффективность деятельности предприятий индустрии туризма АРК выбрано анкетирование. «Если эксперт способен сравнить и оценить какие-либо объекты, явления, факторы, варианты действий, приписав каждому из них какое-либо число, то говорят, что он обладает определенной системой предпочтений. В зависимости от того, по какой шкале заданы эти предпочтения, экспертные оценки содержат больший или меньший объем информации и обладают различной способностью к математической формализации» [10].

Шкала, как инструмент оценки каких-либо объектов или явлений, может быть номинальной, порядковой, интервальной или шкалой отношения. Для оценки количественных факторов используется интервальная или порядковая шкала, для качественных – порядковая или номинальная. Способами измерения объектов при оценке по порядковой или интервальной шкале являются ранжирование, попарное сравнение и непосредственная оценка. Поскольку для упорядочивания факторов по степени их влияния на эффективность деятельности предприятий индустрии туризма АРК не требуется производить точное измерение этого влияния, то для оценки системы предпочтений экспертов будем использовать порядковую шкалу и метод ранжирования. Ранг от 1 до 12 присваивается каждому фактору, при этом 1 характеризует самое сильное влияние, а 12 – наименьшее влияние на эффективность деятельности предприятия. «В случае неразличимости объектов им присваиваются одинаковые ранги (связанные, объединенные ранги). Связанные ранги могут быть и дробными. Число рангов равно числу объектов. Например, если четыре объекта претендуют на третье место, то каждому из них присваивается ранг, равный $(3+4+5+6)/4=4,5$ » [9, с. 134]. Результаты индивидуальных оценок 14 экспертов по ранжированию факторов по степени их влияния на эффективность деятельности предприятий индустрии туризма АРК представлены матрицей рангов (см. табл. 1).

4 этап: Обработка экспертных оценок

«При обработке индивидуальных оценок экспертов используют различные количественные и качественные методы. Выбор того или иного метода зависит от сложности решаемой проблемы, формы, в которой представлены мнения экспертов, целей экспертизы. Чаще всего при обработке результатов опроса используются методы математической статистики» [10].

Обработку экспертных оценок предполагается выполнять по методике, предложенной Ромашкиной Г.Ф. и Татаровой Г.Г. [9, с.142-144], в пять этапов:

- 1) расчет среднего ранга и вариации по данным матрицы рангов:

$$\text{средний ранг матрицы рангов } a = \frac{1}{2} m(n+1) = 91,$$

где m – количество экспертов =14, n – количество факторов =12;

$$\text{вариация } S = \sum_{i=1}^n \left(\sum_{j=1}^m r_i^{k_j} - a \right)^2 = 25993,5,$$

где $r_i^{k_j}$ – ранг i -го фактора k_j экспертом. При полной согласованности ранжировок $S \rightarrow \max$; полной несогласованности ранжировок $S \rightarrow \min$.

- 2) расчет поправочных коэффициентов по связанным рангам в исходных

$$\text{ранжированных рядах: } \dot{O} = \frac{1}{12} \sum_{k=1}^K (t^3 - t),$$

где t – количество факторов одинакового ранга, K – количество групп одинаковых рангов. Результаты расчета поправочных коэффициентов представлены в нижней строке табл. 1.

Таблица 1

Матрица рангов

№	Факторы	Номер эксперта														Сумма рангов $\left(\sum_{j=1}^m r_{ij}^{k_j} - a\right)$	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		
Внешние факторы:																	
1	Политико-правовые факторы	7	9	9,5	9	7	9	9	9	7	9	9,5	9	8	9	120	841
2	Экономические факторы	1	3,5	2	2	1	2	3	2,5	1	2,5	3,5	2	1	2,5	29,5	3782,25
3	Природные факторы	10,5	10	11	11	9,5	10	11	11	9,5	10	9,5	12	9	10	144	2809
4	Демографические факторы	10,5	11	9,5	12	11	12	9	12	11	11	11	10,5	11	11	152,5	3782,25
5	Технологические факторы	5,5	5	4,5	4	5,5	4	4,5	5,5	5,5	5	5	4	6	5	69	484
6	Социально-культурные факторы	12	12	12	10	12	11	12	10	12	12	12	10,5	12	12	161,5	4970,25
7	Экологические факторы	5,5	7,5	6	6	5,5	7	9	5,5	5,5	6,5	6	6	6	7,5	89,5	2,25
8	Факторы конкуренции	4	3,5	4,5	4	3	5	4,5	2,5	4	4	3,5	4	3	4	53,5	1406,25
Внутренние факторы:																	
9	Финансовые и производственные факторы	3	2	3	1	4	3	2	1	3	2,5	2	1	4	2,5	34	3249
10	Маркетинговые факторы	2	1	1	4	2	1	1	4	2	1	1	4	2	1	27	4096
11	Организационные факторы	8	6	7	8	8	7	6	7	8	6,5	7	7	6	6	97,5	42,25
12	Факторы, способствующие обучению персонала, развитию информационных технологий и организационных процедур предприятия.	9	7,5	8	7	9,5	7	7	8	9,5	8	8	8	10	7,5	114	529
	Поправочные коэффициенты по связанным рангам в исходных ранжированных рядах	1	1	1	2	1	2	2,5	1	1	1	1	2	2	1	-	-

- 3) оценка согласованности мнения экспертов с помощью коэффициента конкордации Кендалла:

$$W = \frac{S}{\frac{1}{12} m^2 (n^3 - n) - m \sum_{j=1}^m T_j} = 0,9365. \text{ Поскольку } W \approx 1, \text{ то ряды являются}$$

согласованными. «Специфика коэффициента конкордации состоит в том, что при его введении не накладываются ограничения на характер распределения рангов в матрице рангов, например, в виде необходимости нормального распределения и линейности связи» [9, с.137].

- 4) оценка коэффициента конкордации Кендалла с помощью критерия Пирсона: $\chi^2 = m(n-1)W = 144,2262$, $\chi^2_{0,001} = 24,7249$ при 1% уровне значимости и 11 степенях свободы, $\chi^2 > \chi^2_{0,001}$, следовательно, гипотеза о согласованности мнений экспертов принимается.
- 5) расчет среднего арифметического, моды и медианы для восстановления латентного и своего рода истинного упорядочивания факторов представлен в табл. 2.

Таблица 2
Характеристики распределения оценок переменных

Факторы	Среднее арифметическое	Медиана	Мода	Ранг по группе
1. Политико-правовые факторы	8,57	9	9	9
2. Экономические факторы	2,11	2	1	2
3. Природные факторы	10,29	10	10	10
4. Демографические факторы	10,89	11	11	11
5. Технологические факторы	4,93	5	5,5	5
6. Социально-культурные факторы	11,54	12	12	12
7. Экологические факторы	6,39	6	6	6
8. Факторы конкуренции	3,82	4	4	4
9. Финансовые и производственные факторы	2,43	2,5	3	3
10. Маркетинговые факторы	1,93	1,5	1	1
11. Организационные факторы	6,96	7	7	7
12. Факторы, способствующие обучению персонала, развитию информационных технологий и организационных процедур предприятия.	8,14	8	8	8

Ранг по группе получен ранжированием «суммы рангов» в табл. 1. В целом можно утверждать, что в нашем случае ранг по группе и медиана дают большую точность групповой оценки факторов. Таким образом, при высоком уровне согласованности мнений экспертов (коэффициент конкордации Кендалла = 0,9365)

наибольшее влияние на эффективность деятельности предприятий туризма АРК оказывают маркетинговые, экономические, финансовые и производственные факторы.

ВЫВОДЫ

По результатам исследования, можно сделать следующие выводы:

1) Эффективность деятельности предприятия индустрии туризма формируется под воздействием различных факторов, которые можно разбить на две группы: внешние и внутренние. Для определения значимости влияния на эффективность деятельности предприятия каждого фактора использован метод экспертных оценок, его цель – получение групповой оценки по результатам ранжирования экспертами факторов по степени их влияния на эффективность деятельности предприятий индустрии туризма АРК, т.е. задача восстановления латентного и своего рода истинного упорядочивания факторов. В результате получен высокий уровень согласованности мнений экспертов (коэффициент конкордации Кендалла = 0,9365) в том, что наибольшее влияние на эффективность деятельности предприятий туризма АРК оказывают маркетинговые, экономические, финансовые и производственные факторы.

2) Приоритетными направлениями по обеспечению эффективности деятельности предприятий индустрии туризма АРК по результатам метода экспертных оценок являются повышение качества обслуживания, эффективности ценообразования, ассортиментной политики предприятия, оптимизация системы налогообложения, снижение уровня инфляции, улучшение условий кредитования, повышение уровня дохода домохозяйств в Украине.

Направление дальнейших исследований – детальное изучение маркетинговых факторов, в частности качества обслуживания, эффективности ценообразования и ассортиментной политики на предприятиях индустрии туризма АРК.

Список литературы

1. Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм в АР Крим у 2008/2009 році // Держкомстат України Головне управління статистики в Автономній Республіці Крим, статистичний збірник, Сімферополь, 2009. — 148с.
2. Холловей Дж. К. Туристический бизнес / Дж. К. Холловей, Н. Тейлор. — К.: Знання, 2007. — 798с.
3. Портер М. Конкуренция / М.Портер. — М.: ИД Вильямс, 2003. — 496с.
4. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 1063с.
5. Організаційно-економічне та інформаційне забезпечення розвитку туристично-оздоровчого комплексу в регіонах України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.10.01 „Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка” / В.Д.Безносок. — Л., 2001. — 19 с.
6. Ковшова І.О. Формування рекламної діяльності на ринку туристичних послуг : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 „Економіка та управління підприємствами” / І.О. Ковшова. — К., 2008. — 18 с.

7. Харичев В.В. Формування системи маркетингового менеджменту на туристичних підприємствах АРК : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 „Економіка та управління підприємствами” / В.В. Харичев. — Сімферополь, 2009. — 20 с.
8. Мильник В.В. Исследование систем управления: Учебное пособие / В.В. Мильник, Б.П. Титаренко, В.А. Волочиенко. — 2-е изд, перераб. и доп., М.: Академический проект, 2003. — 352с.
9. Ромашкина Г.Ф. Коэффициент конкордации в анализе социологических данных // Г.Ф. Ромашкина, Г.Г. Татарова // Социология. — 2005. — №20. — С.131-158
10. Экономико-математические методы / Кафедра «Информационные системы» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://emm.ostu.ru/lect/lect7.html> — 23.06.2011.

Максимюк Н.В. Оцінка впливу факторів на ефективність діяльності підприємств індустрії туризму АРК / Максимюк Н.В. // Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія «Економіка і управління». — 2011. — Т. 24 (63). № 2. — С. 123-131.

У статті виявлені зовнішні й внутрішні фактори, що впливають на ефективність діяльності підприємства індустрії туризму. Для визначення значимості впливу на ефективність діяльності підприємства кожного фактора використан метод експертних оцінок. У результаті отриман високий рівень узгодженості думок експертів у тому, що найбільший вплив надають маркетингові, економічні, фінансові й виробничі фактори.

Ключові слова: індустрія туризму, зовнішні й внутрішні фактори, ефективність.

Maksymyuk N.V. Factor impact assessment on efficiency of activity of tourism industry enterprises in the Crimea / Maksymyuk N. V. // Scientific Notes of Taurida National V.I. Vernadsky University. — Series: Economy and Management. — 2011. — Vol. 24 (63), № 2. — P. 123-131.

In the article external and internal factors are revealed, which impact on efficiency of activity of travel industry enterprises. Expert judgements method is used to impact assessment. Agreed expert opinions are obtained. Marketing, economic, finance and manufacturing factors exert powerful influence on efficiency of activity of tourism industry enterprises.

Keywords: Tourism industry, external and internal factors, efficiency of enterprises.

Стаття поступила в редакцію 30. 08. 2011 г.