

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА БАЗЕ  
РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

В рыночных условиях хозяйствования произошла переориентация ценностей, расширились возможности выбора различных форм и направлений организации бизнеса. В этой ситуации выкристаллизовывается практически новый, вернее, в новом качестве для нашей страны вид бизнеса – туристический. Его развитие связывается с формированием потребностей в этом виде услуг, эффективностью осуществления такой деятельности. В процессе становления находится наука о туризме и туристическом бизнесе.

Туризм как отрасль в нашей стране практически только начинает развиваться. Направления развития и функционирования туристической отрасли пока еще формируются.

Ученые, специалисты по-разному трактуют само понятие «туризм», «туристическая индустрия». Неоднозначен подход к составляющим (компонентам) туристического спроса и предложения, определению показателей туристического бизнеса и, соответственно, ведению статистического учета по данному виду деятельности. Кабушкин Н.И. формулирует туризм, как отрасль экономики, включающую в себя «деятельность туристических организаторов и посредников, которыми нужно управлять» [1, с.13]. Такой подход не соответствует нашим представлениям о данном виде деятельности.

В «Энциклопедии туристов» констатируется, что туризм – это слово французского происхождения и переводится как прогулка, поездка. В более широком трактовании – это путешествие и свободное время или вид активного отдыха, средство оздоровления, познания, духовного и социального развития личности [2]. В «Словаре иностранных слов» туризм трактуется как путешествие, сочетающее отдых с элементами спорта и образовательными или просветительскими задачами [3]. Данные формулировки легли в основу проводимого нами исследования.

Наиболее распространенное употребление понятия турист связано с человеком – потребителем туристско-рекреационных услуг. Учитывая, что рекреация – это восстановление и развитие физических и духовных сил человека посредством отдыха, можно провести аналогию между понятиями туризм и оздоровительный туризм, определяемые как туристические путешествия, поездки, походы в какой-либо местности с благоприятными для здоровья природно-климатическими условиями и пребыванием там с целью отдыха.

Анализ трактовок туристических терминов приводит к заключению, что все предприятия спортивной и оздоровительной направленности относятся к туристическим. Такой вывод соответствует законодательству Украины, где туризм определяется как временный выезд человека в оздоровительных, познавательных либо профессионально-деловых целях [4]. Это не противоречит и статистическому учету по международному туризму, который ведется путем определения количества прибывших иностранных посетителей в страну при пересечении государственной границы в момент въезда на контрольно-пропускные пункты. При этом, как известно, основные потоки зарубежных туристов направлены с целью отдыха.

Не менее важным является уточнение понятия «индустрии туризма» (туристической индустрии). В Законе «О туризме» нет четкого выделения видов, направлений туристической индустрии. Следует обратить внимание на конкретное и обстоятельное описание Сапруновым В.Б. трех классификационных разновидностей туристической индустрии. Он выделяет туристическую индустрию в собственном смысле слова, дополнительную индустрию и «украинную» индустрию [5, с.31]. Закономерно, что речь идет как о предприятиях непосредственно занимающихся обслуживанием, размещением туристов и отдыхающих, так и о предприятиях, производящих товары, необходимые для организации туризма и отдыха в принципе. При этом учитываются товары самого широкого профиля начиная с лекарственных препаратов и сувениров и заканчивая автомобилями, мотоциклами и др. С последним положением можно соглашаться или не соглашаться, но круг товаров на законодательном уровне по-видимому необходимо оговорить и ограничить с точки зрения отраслевой направленности.

Очевидно, можно сделать выводы о том, что под индустрией туризма подразумевается весь возможный комплекс мер по обслуживанию туристов, а также решению проблем по созданию комфортности отдыха путем предоставления различных услуг, в том числе обеспечению товарами народного потребления, в которых нуждаются туристы во время отдыха, оздоровления.

турпоходов. Последнее положение требует, безусловно, уточнения, так как его реализация возможна на стыке различных, прежде всего производящих отраслей. На рис. 1 схематично представлены основные составляющие (по направлениям, виды) индустрии туризма.



Рис. 1. Основные составляющие индустрии туризма

Развитие туризма, тем более в Крыму, является весомой составляющей экономического потенциала региона, широким «полем» для осуществления предпринимательской деятельности, при том весьма эффективно.

Крымский путь туристического бизнеса не в строительстве громадных туркомплексов при отсутствии развитой инфраструктуры, а в создании малых и, в основном, средних туристических предприятий. В этой связи интересен анализ развития предпринимательства в рамках малых предприятий (см. рис.2)



Рис. 2 Количество малых предприятий Украины и АР Крым в 1996-2002 гг. (на 10000 населения)

Данные рис. 2 констатируют тот факт, что предпринимательство в рамках малых предприятий с 1996 по 2002 гг. постоянно набирает темпы [6, с.350]. При этом, следует отметить, что их количество в Крыму относительно численности населения выше, чем в Украине в целом, что свидетельствует о приоритетности малого бизнеса в Крымском регионе. Именно такой подход мы рассматриваем приоритетным для Крымского региона.

В результате разнообразных взаимоотношений туризма с различными отраслями хозяйства формируются самые существенные элементы социально-экономической роли туризма посредством:

- реализации туристических товаров и услуг;
- создания новых рабочих мест;
- развития экономической и социальной инфраструктуры;
- привлечения новых национальных и иностранных инвестиций.

Экономическое значение туризма существенно зависит от вида туризма, который классифицируется как въездной, внутренний и выездной.

Въездной и внутренний виды туризма считаются наиболее экономически привлекательными, поскольку они обеспечивают в определенной степени ввоз капитала в регион и являются стимуляторами для развития инфраструктуры региона и связанного с этим процессами расширения соответствующих отраслей промышленности.

Выездной туризм рассматривается как менее респектабельный для страны, вместе с тем выездной туризм дает существенный налоговый вклад, содействует развитию некоторых сторон соответствующей инфраструктуры (например, транспортной системы) и, таким образом, созданию дополнительных рабочих мест.

При этом выездной туризм не требует серьезных региональных капиталовложений, что очень существенно в экономическом плане.

По данным Госкомрubeжа Украины на протяжении 2002 г. Украину, с целью туризма, посетили 10.5 млн. иностранцев. Количество граждан Украины, которые побывали за границей, составило 14.7 млн. В табл. 1 представлены данные [6, с.552], характеризующие въездной и выездной туризм, в том числе по цели посещения.

Таблица 1. Распределение туристов по категориям и целям посещения (тыс.)

	Количество туристов				в том числе											
					Иностранные туристы				Граждане Украины, которые выезжали за границу				Туристы, охваченные внутренним туризмом			
	1997	2000	2001	2002	1997	2000	2001	2002	1997	2000	2001	2002	1997	2000	2001	2002
Всего обслужено туристов	2170	2014	2175	2265	337	378	416	418	631	285	271	302	1202	1351	1488	1545
По цели посещения																
служебный, деловой, бизнес-тур, обучение	809	634	601	669	105	120	117	123	209	85	43	60	495	429	441	486
Досуг, отдых, спортивно-оздоровительный туризм	1058	1118	1270	1350	200	207	234	246	339	157	190	210	519	754	846	894
Лечение	87	91	130	97	6	22	31	14	8	1	5	4	73	68	94	79
Другие	216	171	174	149	26	29	34	35	75	42	33	28	115	100	107	86

Наибольшей популярностью среди граждан Украины в рамках выездного туризма в 2002г. пользовались такие страны, как Турция, Египет, Болгария, Венгрия, Германия, Италия, Чешская Республика, Испания.

Среди иностранцев, которые посетили нашу страну, преимущественно были граждане (подданные) Российской Федерации, Германии, Польши, Белоруссии, Соединенных Штатов Америки, Молдавии, Израиля, Турции и Соединенного Королевства.

Следует отметить, что международный туризм имеет множество позитивных сторон:

- активизируется внешнеторговый баланс страны;
- осуществляется бесплатная реклама множества товаров и услуг принимающей страны;
- увеличиваются доходы индивидуальных участников в туристическом обслуживании турфирм регионов;

- развиваются новые альтернативные виды туризма – сельского, экологического, создают предпосылки для экономического развития отсталых регионов, что объективно приводит к преодолению существенных противоречий между городом и селом, экономическому и культурному выравниванию;

- осуществляется сооружение новых туристических объектов и инфраструктуры, что в значительной мере повышает благосостояние населения этих регионов.

Параллельно с положительными сторонами туризм имеет и ряд негативных последствий: экологические проблемы, связанные с бурным развитием отрасли; социально-психологические проблемы, вызванные столкновением культур туристов и местного населения; нравственные проблемы на основе стремления некоторых представителей местного населения копировать образ жизни определенного сегмента потока туристов, не учитывая разницы в образе жизни во время туристических каникул и нормальной повседневности; рост криминальных явлений и пр.

Независимо от указанных негативных последствий современный туризм является комплексным социально-экономическим и культурным феноменом с многосторонним значением – экономическим, здравоохранительным, социальным и культурным. В связи с этим он представляет мощный экономический стержень в оживлении любой национальной экономики. Исключительная значимость этой отрасли для экономического процветания, тем более в настоящий кризисный этап перехода к рыночной экономике достигается благодаря весьма быстрой окупаемости вложенных инвестиций. Тем более, в период экономического снижения производства во всех хозяйственных отраслях туризм отличается самыми быстрыми и стабильными темпами активизации. На фоне растущей безработицы в стране создавались и продолжают создаваться новые рабочие места.

Как показывает зарубежный опыт, в последнее время все большей популярностью у туристов пользуются малые отели вместимостью 20-30 мест. Они, как правило, размещаются в курортных местах, где незначительный наплыв туристов позволяет быть ближе к природе. Создаются они также вдоль наиболее насыщенных автомагистралей, когда во время длительной поездки люди нуждаются в относительно комфортном отдыхе.

Строительство малых гостиниц на трассах вызвано тем, что 2/3 туристов в последние годы и в перспективе будут путешествовать на автомобильном транспорте. Малые формы хозяйствования предполагают аналогичную инфраструктуру. В частности, это могут быть рестораны на 20-30 мест, а при некоторых гостиницах – «семейные кухни».

Данные табл. 2 показывают, что эти вопросы, как в Украине, так и в Крыму пока не решаются. При общем снижении количества гостиниц с 1997г. по 2002г. количество номеров и жилой площади у них увеличивается. Это свидетельствует о реконструкции и расширении имеющегося фонда, а не об увеличении количества малых гостиниц.

Таблица 2. Гостиницы и другие места для кратковременного проживания

	Количество				В них номеров				Жилая площадь всех номеров, тыс.м <sup>2</sup>			
	1997	2000	2001	2002	1997	2000	2001	2002	1997	2000	2001	2002
Украина	1396	1308	1258	1254	62360	51012	49966	51107	1032,3	949,1	947,9	978,0
Автономная Республика Крым	103	89	84	84	6396	5570	6067	7041	100,3	99,0	110,8	129,5
г. Севастополь	11	9	9	9	768	609	609	611	10,8	13,2	13,2	13,2

Весьма значимым является определение экономической эффективности туризма в рамках экспортно-импортной его функции, поскольку предпринимательская деятельность, по своей сути, не может осуществляться безрезультатно, то есть неэффективно.

На сегодняшний день выездной туризм (различной целевой установки, в том числе коммерческой) превышает въездной (табл. 1), что свидетельствует о значительных возможностях повышения эффективности этой отрасли в рамках ориентации на создание условий для увеличения въездного туризма, даже без дополнительных капитальных вложений. Необходимо предпринять ряд организационных мер, в том числе организационно-правовых, с тем чтобы кардинальным образом изменить положение дел. Это надо рассматривать как первый этап становления туристического бизнеса для целей подъема экономики страны.

Первым этапом может быть построение разумной экономической политики по развитию туристической индустрии. Такие вопросы весьма сложны, поскольку связаны с интересами и возможностями

многих отраслей промышленности и конкретных предприятий. Условия для этого создаются все в большей степени в условиях возрождения отечественного производства. Кроме того, по мере становления туристического бизнеса на его первом этапе появится экономическая среда для дальнейшего развития туристической индустрии в целом. Таким образом, речь идет о двух взаимосвязанных этапах: успех первого создает условия для развития второго, и, наоборот, развитие второго – производства товаров и услуг будет обеспечивать функционирование первого, то есть развития туризма, эффективного влияния туристического бизнеса на экономику Украины.

Современными перспективными направлениями менеджмента в туристическом бизнесе можно назвать следующие: организация туристических компаний с высокой степенью выживаемости и устойчивости; размещение различных туристических структур, способствующих развитию национального туризма с точки зрения его привлекательности; выделение сегмента рынка туристических услуг, успешно элиминирующие рискованные ситуации.

## Литература:

1. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учебное пособие. – Мн.: БГЭУ, 1999. – 644с.
2. Энциклопедия туриста. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1993. – 608.
3. Словарь иностранных слов. – М.: Государственное издательство иностранных и национальных словарей, 1995. – 853с.
4. Закон Украины «О туризме» от 15 сент. 1995г. // Голос Украины. – 1995. – 14 нояб.
5. Сапрунова В.Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. – М.: Ось-89, 1998. – 166с.
6. Статистичний щорічник Автономної Республіки Крим за 2002 рік. – м. Сімферополь, 2003. – 601с.
7. Статистичний щорічник України за 2002 рік. – К.: "Консультант", 2003. – 662с.

Колесник В.И.

#### ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ БАЗЫ О РАЗВИТИИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В АР КРЫМ

В экономической политике любого государства одним из приоритетных направлений является развитие малого бизнеса. В комплексе с работой больших и средних предприятий он образует предпринимательскую деятельность. Учитывая важность этой сферы для общества и необходимость государственного мониторинга ее функционирования, возникает проблема совершенствования формирования информационной базы по малым предприятиям. В настоящее время отлажена схема информационных потоков больших и средних предприятий. Что касается полноты и оперативности информации о малом бизнесе, то эти вопросы требуют дальнейшего изучения и определения основных направлений их решения. Для принятия управленческих решений необходимо формирование информационного комплекса о деятельности всех субъектов предпринимательской деятельности. Этими и многими другими факторами определяется важность и актуальность данной проблемы.

Проблеме экономического обоснования порядка и содержания информационной базы о развитии различных направлений предпринимательства посвящены научные исследования многих зарубежных и отечественных ученых. Теоретические вопросы информационного обеспечения нашли свое отражение в работах ученых – экономистов Трубилина И.Т., Половнева М.М., Якимова А.М. Следует отметить, что их разработки учитывают создание информационных структур на основании имеющихся статистических обследований. Однако они не рассматривают проблему получения базы данных по субъектам хозяйственной деятельности, не подлежащих текущему учету.

В рамках настоящего исследования ставятся теоретические и практические задачи по определению подходов к формированию информационной модели предпринимательской деятельности как основы построения структуры систем информационно-аналитического обеспечения местных органов управления.

В соответствии со статьей 1 Закона Украины «О государственной поддержке малого предпринимательства» субъектами малого предпринимательства являются юридические лица с