

бази та пріоритетів на макро- рівні, проблеми з плануванням розвитку власної території, брак коштів, обмеженість фінансово-економічної зацікавленості громад, відсутність системного підходу, втрата традиції планування, “ручне управління”, політичність та ситуативність рішень, стереотипи, надто багато щоденних ургентних проблем у муніципального менеджменту, недосконалий механізм мотивації до розвитку.

Взаємодія місцевих учасників та їх цілеспрямована спільна діяльність може забезпечитись зосередженням на компонентах — чітка стратегія, сприятливий діловий клімат, зацікавленість громад, мережа інституцій, якість управління, досконалий менеджмент, ефективні проекти, діючі громадські організації, публічно приватне партнерство

Система дій, направлена на мобілізацію учасників сталого розвитку передбачає консолідацію злагожденість та взаємозв'язок всіх секторів, в першу чергу, на місцевому рівні. Оптимальна керованість суспільних систем будь якого рівня забезпечується відкритістю, участю, підзвітністю, ефективністю та взаємодією його учасників. Тому на цих принципах має будуватись поведінка всіх учасників – місцевих, регіональних та державних, що мають відношення до змін на сталий розвиток.

Але ці принципи важко корелюються з традиційною в Україні вертикальною структурою влади. Вони вимагають чіткого розподілу влади на засадах субсидіарності та пропорційності між трьома її рівнями (державний, регіональний та місцевий), а також між владою інституціями громадянського суспільства. Акцент на виробленні та упровадженні механізмів демократичних ініціатив у процесі розробки та прийняття рішень пов'язаний із вимогами щодо рівноправ'я та законності в питаннях економіки, соціального забезпечення, довкілля, ефективнішим його управлінням та ширшої демократії у цьому аспекті. І тут має бути сформовано три головні цінності. Перша, громада має мати право на доступ до інформації. Друга, громадяни мусять мати право на участь у виробленні рішень. Третя, забезпечення доступу громади до захисту прав та контролю за виконанням владою задекларованих рішень.

Література

- 1.Вакулєнко В.М. Стратегічне планування на місцевому та регіональному рівнях : навч. посіб. / В.В. Мамонова, Ю.П. Шаров. –Ужгород, 2004.–198 с.
- 2.Васильченко Г.В. Теоретичні аспекти ефективних стратегій місцевого розвитку / Г.В. Васильченко // Економічні науки. Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. — Чернівці, 2009. – III. – С. 138-152.
- 3.Варда Я. Острови надій: розробка стратегій локального розвитку / Я. Варда, В. Клосовські, пер з пол.. М. Желяк.— Київ, Молодь, 2005.— 312 с.
- 4.Круш П.В. Регіональне управління : підруч. / П.В. Круш, О.О. Кожемяченко. – К.:Центр учбової літератури, 2007. – 248 с.
- 5.Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: експертна думка / (Полунєєв Ю., Акімова І., Стародубська М., та ін.), під ред. О.Лазаренко.- К.: Стилос., 2007. – 152 с.
- 6.Социально-экономический потенциал устойчивого развития / (Мельник Л.Г., Хенс Л., Шапочка Н.К., и др.), под ред. Л.Г. Мельника.- Сумы: ИТД «Университетская книга», 2007. – 1120 с.

Рецензент докт. экон. наук, профессор И.Ф. Баланюк

332.055.2

*Миронова Т.Л., к.э.н., доцент,
Карлова А.И., ст. преподаватель,
ТНУ им. В.И. Вернадского, г. Симферополь*

ФАКТОРЫ РИСКА В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Актуальность темы обусловлена тем, что эффективность туристско-рекреационной индустрии, рост конкурентоспособности ее услуг в условиях перехода к рыночным принципам хозяйствования существенно определяются усилением инновационной активности и новым подходом к определению инноваций, объединяющим новые знания с рынком. Инновационная деятельность предприятий позволяет вывести на туристические рынки новые продукты, включающие разнообразные виды и формы туризма, новые способы управления туристической деятельностью и др. Для всех этапов

создания нового туристического продукта, и особенно этапа его реализации на туристическом рынке, присуща высокая степень неопределенности конечных результатов и связанных с ней затрат. Эта неопределенность определяется колеблемостью, неустойчивостью социально-экономических, политических, природно-климатических и многих других факторов внешней и внутренней среды, вызывая опасность потерь разного рода и недостижение поставленных целей. Теоретическим и практическим аспектам возникновения и управления рисками посвящены работы Т. Васильевой, С. Илляшенко, С. Филина, В. Шматько и многих других ученых. Однако, проблемные вопросы анализа и оценки внешних факторов риска в деятельности туристических предприятий остаются недостаточно исследованными.

Целью статьи является исследование факторов риска в инновационной деятельности туристических предприятий и обоснование основных направлений управления ими.

Характерной чертой туристической деятельности является то, что она производит и реализует услуги, для которых присущи большие риски, чем для физических товаров. Это объясняется набором таких специфических качеств услуг как неосвязаемость (потенциальный потребитель не может увидеть и потрогать многие услуги до их покупки или использования), отсутствие гарантий (можно вернуть бракованную технику, а вернуть плохо оказанную услугу практически невозможно), сложность (потребитель из-за отсутствия специальных знаний или опыта не всегда может реально оценить специализированную или сложную услугу, например, услугу врача, финансиста или другого специалиста). Покупая услугу, потребитель понимает, что она изменчива по своей природе, а, следовательно, приобретение ее более рискованно, чем покупка товара, так как усиливаются возможные психологические и финансовые потери, а также потери времени.

Неустойчивость и изменчивость факторов внешней и внутренней среды предприятий туристично-рекреационного комплекса, указанные выше особенности туристических услуг оказывают существенное воздействие на формирование спроса на новые, впервые предлагаемые на рынке, туристические продукты. Спрос – это, прежде всего, экономическая категория. С. Ожегов в словаре русского языка спросом называет потребность покупателя в товарах [1, с. 659]. По определению Е. Голубкова – спрос это желание, конкретная потребность, подтвержденная покупательной способностью [2, с. 6]. Т. Ткаченко спрос на туристическом рынке определяет как потребность в услугах и товарах туристского назначения, которая обеспечена денежными средствами покупателя (потребителя, потенциального туриста) [3, с. 197]. Таким образом, спрос на туристический продукт, обеспеченный денежными средствами населения, прежде всего, зависит от уровня экономического и социального развития страны. Результаты исследований по странам СНГ (Украина, Россия) показали, что только 10% населения может фактически пользоваться туристическими услугами за счет семейного бюджета, тогда как в странах Европы – до 57%, а в Нидерландах, странах Скандинавии – до 75% [4, с. 58]. Неустойчивая социально-экономическая обстановка в стране, колебания в сторону сокращения доходов населения неизбежно приводят к снижению спроса на туристические услуги. Ярким примером этому служит экономический кризис 2008-2010гг, обусловленный в значительной степени влиянием мирового финансово – экономического кризиса и нанесший серьезный удар экономике Украины. Согласно данным о развитии мирового рынка туризма за первые четыре месяца 2009 года, опубликованными Всемирной туристической организацией (UNWTO), экономический кризис сократил масштабы международного туризма на 8% по сравнению с соответствующим периодом 2008 года. В Украине негативные процессы в экономике, ярко проявившиеся во второй половине 2008г, привели к устойчивому уменьшению объемов производства, особенно в экспортноориентированных и связанных с ними отраслях, оттоку капитала, дестабилизации валютного рынка, кризису в банковской сфере. Сокращение кредитования отрицательно сказалось на развитии всех видов экономической деятельности, ориентированных на внутренний рынок (строительство, машиностроение, розничная торговля и др.). Следствием негативных процессов в производственной сфере явилось осложнение ситуации в социальной сфере, которое выразилось в росте задолженности по выплате заработной платы, увеличении количества работающих в режиме сокращенного рабочего дня (недели), росте уровня зарегистрированной безработицы. В итоге сокращения доходов населения в курортно – рекреационной сфере резко сократилось число отдыхающих. По данным Госкомстата Украины, всего в течение 2009года туристическими операторами было обслужено 2 млн. туристов (на 32% меньше, чем за 2008г) и 1,9 млн. экскурсантов (на 26% меньше) в том числе по видам туризма: въездной – 282,3тыс. лиц (на 33% меньше, чем за 2008 год); выездной – 913,6тыс. лиц (на 41% меньше, чем за 2008 год); внутренний – 1,2млн. лиц (на 26% меньше, чем за 2008 год) [5].

Уменьшение объемов въездного туризма состоялось за счет падения числа поездок по всем мотивациям. Поездки с частной целью уменьшились на 18%, поездки организованного туризма уменьшились на 24%, поездки со служебной целью уменьшились на 23%. При этом следует отметить, что меньше всего снизились показатели внутреннего туризма. Значительная часть туристов, ранее планировавшая отдых за рубежом, переориентировались на Крым, Карпаты, Приазовье. Согласно данным Министерства курортов и туризма Крыма всего за 2009 г туристические предприятия обслужили 254,2 тыс. туристов (на 27,6% меньше уровня 2008г) и 509,4 тыс. экскурсантов (на 9,5% меньше уровня 2008г) в том числе: въездной – 84,8тыс. лиц (на 25,7% меньше, чем за 2008 год); выездной – 7,2тыс. лиц (на 24,3% меньше, чем за 2008 год); внутренний – 162,2тыс. лиц (на 28,7% больше, чем за 2008 год). Объем предоставленных услуг субъектами туристической деятельности Крыма за 2009 год уменьшился по сравнению с 2008 г на 8,9% и составил 694,6млн. грн. Коэффициент заполняемости курортных учреждений снизился в 2009 г. до 58,2%. В этот же период задолженность по выплате заработной платы работникам учреждений санаторно-курортного и туристического комплекса выросла с 46209,7 тыс.грн. (на 01.11.2008г) до 71290,1 тыс.грн (на 01.11.2009г), темпы роста задолженности составили 154,3% [6].

Говоря о значительном влиянии экономического фактора на спрос туристических услуг и формирование массовых туристических потоков, следует иметь ввиду, что речь идет не только о тенденциях изменения реального уровня доходов населения и структуры их использования, уровня заработной платы и безработицы, но и состоянии экономики страны в целом, ее отраслевой и территориальной структуре, динамике ВВП, насыщенности рынка товарами и услугами, объемами государственных заказов и др. Экономический фактор влияния на спрос населения на туристические услуги определяют также соотношением рабочего и нерабочего времени, ценовые факторы, к числу которых следует отнести показатели изменения относительно национальной валюты отправляющей страны, уровень инфляции и др. Особое место среди перечисленных экономических факторов риска занимает инвестиционный климат. Анализ инвестиционно - инновационных проектов в санаторно – курортной и туристской сфере Крыма позволил сделать выводы, что на 01.01.2010г. из 83 заявленных проектов на сумму 1,4 млрд долларов реализуются только 17 проектов. Сокращение инвестиций и недостаточное финансирование не позволили реализовать такие уникальные для Крыма предложения как создание плавучего океанариума «Акварин», строительство охотничьего клуба в восточной части Байдарской долины, строительство туристического центра Чатыр-Даг, строительство парка аттракционов «Дино-Лэнд» и многие другие проекты. Основной причиной такой низкой реализуемости инновационно-инвестиционных проектов является отсутствие достаточного финансирования. Объем прямых иностранных инвестиций, поступивших на предприятия санаторно-курортного, туристического комплекса и гостиничного хозяйства (на 01.01.2009г) составил 135,6 млн.долл США, или 21,3% общего объема капиталовложений в АРК. За 2008 год наблюдалось уменьшение иностранного капитала на 78,6 млн.долл США на указанных выше предприятиях. Серьезным тормозом для реализации инновационных проектов являются также недоговоренности с местными властями на предоставление необходимых земельных участков и необходимых разрешительных документов. Сдерживает инвесторов также нестабильность налоговой системы и отсутствие льгот при осуществлении инновационных проектов в туризме.

Негативное воздействие социально – экономических факторов внешней среды на спрос туристических услуг дополняется и усиливается демографическими факторами, которые в современных условиях следует отнести к весьма существенным. В Украине устойчиво прослеживается спад численности населения (на 01.07.2010г – 45871,7 тыс человек), вызванный старением населения и депопуляционными процессами, происходящими в стране. Эти же процессы наблюдаются и в АР Крым, с 01.01.1990г по 01.07.2010г численность населения в автономии сократилась на 534,7 тыс. чел. Негативные процессы естественного сокращения происходят на фоне потери воспроизводства поколений, деформации возрастного состава населения, число которого в репродуктивном возрасте сокращается. Возрастная структура населения АР Крым на 01.07.2010г составляет: население младше трудоспособного – 15,0%, трудоспособное – 60,8%, население старше трудоспособного – 24,2%, т.е. отсутствует даже простое воспроизводство. Общее количество пенсионеров в стране устойчиво растет, если в 1986г их численность составляла 12038 тыс. человек, в 2007г – 13937 тыс. чел., то в 2010 их насчитывается 14940 тыс. человек В АР Крым на 01.01.2010г число пенсионеров достигло 551,1 тыс. чел., т. е. на 1000 населения приходится 284 человека пенсионного возраста. В Украине по данным Госкомстата 9,5 млн. чел. живут на доходы ниже прожиточного минимума и только в 2010 году размер средней пенсии (999 грн.) превысил размер

прожиточного минимума в Украине (839 грн.) [5]. Наличие такой огромной группы людей преклонного возраста, проживающей на пенсионном обеспечении не может не сказаться на их спросе на туристические и курортно-санаторные услуги. Предприятия рекреационной сферы вынуждены для снижения возможных рисков, связанных с сокращением потоков отдыхающих, из-за указанного демографического фактора, пересматривать ценовую политику, а также разрабатывать новые виды и формы туризма, удовлетворяющие потребности указанных групп населения. В частности, целесообразно развивать сельский туризм, особенностью которого является размещение туристов в сельских районах для отдыха на природе и поселение их в сельских усадьбах. Мотивами выбора указанной формы туризма являются: отсутствие средств для отдыха на престижных курортах, необходимость оздоровления в определенных климатических условиях по рекомендациям врачей, близость к природе и возможность больше времени проводить на свежем воздухе, в лесу, на озере и т.д., возможность питаться экологически чистыми и дешевыми продуктами, потребность в покое и размеренном ритме жизни и т.д. Разновидностями сельского туризма являются: зеленый туризм, экологический туризм, биологический и природный туризм и другие виды туристической деятельности, объектом которого, могут быть любые проявления живой и неживой природы (пещеры, скалы и др.).

Для возрастных групп населения может разрабатываться и такой вид туризма, как религиозный, включающий паломническую форму (путешествия по святым местам, ознакомление с храмами, монастырями) и миссионерскую (путешествия с целью пропаганды религиозного вероучения). Учет динамики изменения возрастной структуры населения позволит смягчить угрозы потерь, связанных с сокращением спроса на туристические услуги под влиянием усиливающихся тенденций старения населения. Кроме того, демографический фактор характеризуют показатели мобильности и миграции населения страны. По данным Украинского центра социальных исследований на начало 2009г за рубежом трудилось около 4,5 млн. украинских граждан, большую часть которых составляют люди молодого и среднего возраста с уровнем образования значительно превышающим среднестатистические показатели занятых в соответствующих отраслях.

Третьим фактором, оказывающим существенное дестабилизирующее влияние на формирование спроса населения на туристические услуги, является природно – климатический и экологический фактор. Этот фактор включает такие природные катаклизмы как наводнения и землетрясения, пожары, резкое ухудшение экологического состояния, ухудшение погодных условий, в том числе вызванные сезонными колебаниями, угрозу эпидемиологических заболеваний и др. Несмотря на многогранность аспектов курортно – рекреационной, туристической деятельности, включающих пространственные (географические), санитарно-медицинские, управленческие, экономические, психологические и многие другие, природно – климатический фактор для туризма является определяющим, так как в основе туристической деятельности находится перемещение, тесно связанное с природой, климатом, экологией. Так, например, в июле 2008 года в Западной Украине (территория Львовской, Закарпатской, Тернопольской, Черновицкой и Ивано-Франковской областей) произошло сильнейшее наводнение. В результате туристическая отрасль понесла большие убытки, так как были повреждены 145 автомобильных и 252 пешеходных моста, размыто 686 километров автомобильных дорог. Другой пример, с октября 2009 года в Украине официально зафиксирована эпидемия калифорнийского гриппа и в девяти областях Украины объявлен карантин. В трех областях Украины – Львовской, Ивано-Франковской и Тернопольской состояние заболеваемости гриппом достигло эпидемиологического порога, и был объявлен специальный режим, предусматривающий ограничение передвижения людей из этих областей в другие. Отменены все массовые мероприятия на период трех недель. Из-за этих событий курорты Западной Украины (Трускавец, Моршин, Сходница и др.) понесли колоссальные убытки. На предприятиях санаторно-курортного комплекса зафиксировали снижение заполнения в 10 раз, значительно снизился при этом поток российских и других иностранных туристов. Ряд санаториев был вынужден принять решение о переориентации и предложении услуг по профилактике гриппа, в этот период зафиксировано. Знойное лето 2010г привело к множественным пожарам в лесах и следствием этого стало не только сокращение посещений туристами лесов, но и полная остановка работы туристических баз, расположенных в лесных районах. Так, в начале августа полностью прекратила работу, получив при этом большие убытки, турбаза «Орлиный залет», расположенная в лесном массиве Бахчисарайского района (с. Соколиное).

Таким образом, из множества внешних факторов, оказывающих негативное воздействие на спрос услуг туристического рынка, нами выделены три основных фактора: социально-

экономический, демографический и природно-климатический. Безусловно, эти факторы носят опосредованный характер, но их наличие порождает факторы риска непосредственного деструктивного влияния на деятельность предприятий, в частности: законодательные и правовые акты, бюджетная, финансово-кредитная и налоговая система, действия органов власти, конкуренция, действия криминалитета, действия поставщиков, торговых посредников и многое другое.

Из числа внутренних факторов, создающих угрозы, риски потерь для вновь создаваемого туристического продукта следует выделить наименее исследованный фактор – фактор трудового потенциала. Новые стратегические решения туристического предприятия связанные с созданием и внедрением нового продукта, переходом на новую систему управления, выходом на новые рынки, слияния и поглощения организаций и другие масштабные изменения организации обязательно затрагивают интересы персонала и часто встречают сопротивление с его стороны. Зачастую инновации на предприятии воспринимаются персоналом как угрозы уже сложившимся привычкам, статусу. Появляется опасение снижения доходов, неопределенность с обязанностями, методами и режимом работы, потери статуса, принадлежности к определенной группе, организации. Все это вместе приводит к отказу от изменений, переносу сроков внедрения новшеств, демагогическим рассуждениям вместо действий, прямому саботажу новшеств и т.д. Освоение новой идеи коллективом является решающим элементом в ее разработке и реализации, позволяющим предотвратить риски непринятия новшества. Для этого целесообразно, наряду с указанным выше анализом и мониторингом факторов внешней среды, анализировать и постоянно отслеживать состояние кадрового потенциала, осуществляющего инновационную деятельность. В частности, необходимо из состава сотрудников выделить группы, потенциально заинтересованных во внедрении новшеств, определить способы воздействия на заинтересованных сотрудников путем убеждения, демонстрации преимуществ новой идеи или путем давления сверху; выбрать способы преодоления противодействия сотрудников, способы контроля. К персоналу в обязательном порядке следует довести принципы управления, выработанные высшим руководством по отношению к формированию и реализации новой стратегии, ценностные ориентации, направленные на постоянное совершенствование деятельности организации, в том числе и на изменение ее стратегического курса.

Таким образом, анализ, прогноз и мониторинг факторов внешней среды необходим для предотвращения потерь, как на всех этапах создания инновационного продукта, так и на стадии его реализации на туристическом рынке. Механизмы управления инновационными рисками могут включать самые разнообразные способы их снижения: уклонение от рисков, компенсацию (резервирование) риска, страхование, хеджирование, распределение рисков (между участниками инновационного процесса, дробление рынка сбыта, дробление рынка поставщиков, диверсификация деятельности).

Литература

1. Ожегов С.И. Словарь русского языка / С.И. Ожегов. – М.: Русс.язык, 1985.- 797 с.
2. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования / Е.П. Голубков. – М.: Экономика, 1998.- 230 с.
3. Ткаченко Т.І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т.І. Ткаченко.-2-ге вид., випр. та доповн.-К.:Київ.нац. торг.-екон.ун-т, 2009.-463 с.
4. Экономика современного туризма / под.ред. Г.А. Карповой.- М.- СПб.: изд. Торговый Дом «Герда», 1998.- 412 с.
5. Официальный сайт Государственного комитета статистики Украины [Электронный ресурс] /www.ukrstat.gov.ua
6. Официальный сайт Министерства курортов и туризма Крыма [Электронный ресурс] /www.tourism.crimea.ua/

Рецензент докт. экон. наук, профессор В.А. Василенко