

способность к обучению и совершенствованию.

Мальшенко К. МАРКЕТИНГОВЫЙ АСПЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА ЮЖНОГО БЕРЕГА КРЫМА

Resume

L'article est consacré aux questions de l'analyse des ressources humaines des entreprises du secteur touristique de la région de la Grande Yalta dans l'aspect de la formation de la stratégie de marketing. Le résultat de l'analyse est la définition des particularités des groupes des entreprises du secteur touristique. On a proposé la méthode de la formation de la stratégie des prix des entreprises de ce secteur.

I. Вступление. Одним из важнейших факторов конкурентоспособности предприятий рекреационного комплекса, наряду с месторасположением и наличием со временных основных фондов, являются высококвалифицированные кадры [7, стр. 67]. Именно наличие хорошо обученных работников во многом определяет престиж гостиницы, санатория или ресторана. В условиях растущей международной конкуренции в сфере туризма особое значение приобретают вопросы практического применения современных форм управления персоналом, позволяющих повысить социально-экономическую эффективность любого предприятия. Успех работы туристской фирмы обеспечивают работники, занятые на ней. Поэтому современная концепция управления предприятием предполагает выделение из большого числа функциональных сфер управленческой деятельности той, которая связана с управлением кадровой составляющей производства – персоналом предприятия.

На каждом крупном туристическом предприятии возникает необходимость в определении численности персонала и его квалификации, в эффективной системе подбора, найма и расстановки кадров, в обеспечении их занятости с учетом интересов фирмы и самого работника, в системе вознаграждения за труд по его мотивации, в учете индивидуальных проблем работников, улучшении их бытовых условий и отдыха и т. д. Сегодня особое значение придается повышению уровня работы с кадрами, постановке этой работы на прочный научный фундамент, использованию накопленного в течение многих лет отечественного и зарубежного опыта.

Главный потенциал туристического предприятия заключен в кадрах. Какие бы прекрасные идеи, новейшие технологии, самые благоприятные внешние условия не существовали, без хорошо подготовленного персонала высокой активности добиться невозможно. Именно люди делают работу, подают идеи и позволяют фирме существовать.

Без людей не может быть организации, без квалифицированных кадров ни одна организация не сможет достигнуть своих целей. Управление персоналом связано с людьми и их отношениями внутри предприятия (организации).

Сегодня основными факторами конкурентоспособности стали обеспеченность рабочей силой, степень ее мотивации, организационные структуры и формы работы, определяющие эффективность использования персонала.

Успехи ведущих западных фирм в обеспечении высокого качества турпродукта, его быстрого обновления, снижении издержек производства и интеграции усилий персонала связаны с тем, что в них созданы высокоэффективные системы руководства персоналом. Большое значение для эффективной кадровой политики имеет анализ характеристик рынка рабочей силы. Внутрипроизводственные особенности организации, такие, как поставленные цели развития фирмы, тенденции ее управленческого стиля, конкретный характер решаемых ею задач, специфика рабочих коллективов и др. также должны приниматься в расчет для обеспечения эффективности кадровой политики.

Эти общие тенденции должны учитываться в отечественной практике управления персоналом туристской организации.

Исследование человеческих ресурсов в маркетинговом аспекте, как стратегических ресурсов требует особого подхода, комбинирующего в себе не только сугубо статистические, но и качественные показатели оценки. Кроме того, данный подход должен дать возможность оценить ресурсы и предоставить информацию для оценки стратегического положения предприятия.

Необходимо отметить, что исследованиям человеческих ресурсов рекреационного комплекса ЮБК в отечественной литературе уделяется недостаточно внимания, и научные работы в этой области практически отсутствуют.

II. Постановка задания. Цель разработки методики маркетингового анализа является получение информации о конкурентном статусе предприятия рекреационного комплекса в области человеческих ресурсов и установление взаимосвязи с другими показателями. Поэтому, прежде всего, необходимо определиться с возможными вариантами получения информации и подобрать соответствующие статистические методы исследования.

Для сбора информации была использована анкета по оценке человеческих ресурсов, разработанная в ходе реализации проекта TEMPUS-TACIS в Крымском Государственном гуманитарном институте (PROJECT N° CD-JEP-22044-2001/UKR MANAGEMENT DES ORGANISATIONS ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES EN CRIMEE 15 Avril 2002-14 Avril 2005). Данная анкета содержит различные показатели по оценке персонала в разрезе уровней управления, возрастных групп, и наличия образования (с указанием количества человек имеющих специальное образование). На втором этапе были определены объекты рекреационного комплекса ЮБК (всего 40 предприятий) где и было проведено анкетирование. Полученные данные были представлены в виде базы данных. Здесь же дополнительно приведены данные о месте расположении предприятия (населенный пункт на ЮБК), форме собственности, расстоя-

**МАРКЕТИНГОВЫЙ АСПЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ
ПРЕДПРИЯТИЙ РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА ЮЖНОГО БЕРЕГА КРЫМА**

ние до моря, стоимость проживания в стандартном номере одного человека в разгар сезона, общее количество круглосуточных мест, а также ряд показателей, предложенных авторами. К таким "синтетическим" показателям относятся два коэффициента: первый - рассчитанный как отношение количества круглосуточных мест к общему количеству работающих на предприятии, условно названный "коэффициентом сервиса"; второй - отношение стоимости проживания к расстоянию до моря, условно названный "коэффициент обоснования наценки". Для анализа имеющихся данных были применены стандартные процедуры статистического анализа с применением программного пакета SPSS - описательные статистики, кластерный анализ, частотный анализ, таблицы сопряженности, непараметрии прочее.

III. Результаты. Из 40 рассмотренных предприятий 25 находятся в Ялте, по 4 в Алушке и Гурзуфе, 3 в Симеизе, и по одному в Алуште, Гаспре, Кореизе и Мисхоре. Частными являются 17 (42,5 %) предприятия и государственными (как Украины, так и России) 23 (57,5 %).

Переменными кластеризации были выбраны предложенные выше коэффициенты. В результате проведенного анализа было выделено 3 кластера. В первый вошли предприятия наиболее высокого класса (Отель "Ореанда", Отель "Ялта - Интурист", Отель "Левант", Отель "Времена года" и др., всего 10), предоставляющих отдыхающим широкий спектр дополнительных услуг и являющиеся наиболее престижными. Во второй - только два предприятия - Отель "Крым" и пансионат "Отдых" - которые, несмотря на близость моря, имеют относительно низкие цены, что объясняется в случае с отелем "Крым" отсутствием удобств в 32 из 52 номеров, а в случае с пансионатом "Отдых" удаленностью от культурных и развлекательных центров ЮБК (месторасположение пансионата - п. Мисхор). В третий кластер были включены 28 предприятий (30 %), где, на наш взгляд наблюдается наиболее пропорциональное соотношение "цена-качество". Это часть отелей и основная масса санаториев.

В результате применения процедуры описательных статистик SPSS были получены следующие данные: общее количество работающих на данных предприятиях составило 10159 человек, из них 234 человека - высший управленческий персонал, 535 - средний и 1496 - низший (менеджеры, не имеющие в своем подчинении других работников). Кроме того, было выяснено, что 85 топ-менеджеров (36,3 %) имеют пенсионный или предпенсионный возраст. Среди менеджеров среднего уровня это количество составило 135 человек (25,2 %), и 357 человек (23,9 %) низшего уровня. Анализ профессиональной подготовки показал, что высшее образование среди топ-менеджеров имеют 185 человек из них специальное - 72 (79,1 %) и 30,8 % соответственно; среднего уровня 348 и специальное 54 человека (65,1 % и 10,1 %) и низшего уровня - 417 и 169 (27,9 % и 11,3 %). Как видно из приведенных цифр через 5 лет на предприятиях ЮБК будет достаточно остро чувствоваться потребность в молодых управленцах, в особенности имеющих специальное образование, даже с учетом подготовки молодых специалистов учебными заведениями данного профиля. Поэтому, на наш взгляд, существует необходимость в создании системы переподготовки управленческих кадров, имеющих любое высшее образование.

Непараметрическая корреляция была рассчитана для 4 показателей: расстояние до моря, стоимость проживания для одного человека в разгар сезона в сутки, количеством топ-менеджеров имеющих высшее и высшее специальное образование. Корреляция между стоимостью и расстоянием до моря составила 0,572. Данная корреляция является средней, что говорит о значительном влиянии расстояния до моря на стоимость проживания и вместе с тем свидетельствует, что часть предприятий формируют цены в независимости от месторасположения, а руководствуются иными мотивами, напри мер престижностью (реальной или фиктивной), наличием дополнительных "модных" услуг, таких как спа-массаж и прочее. Корреляция между количеством топ-менеджеров, имеющих высшее специальное образование, составила менее 0,2. Это говорит об очень низкой корреляции и свидетельствует о недостаточном влиянии специалистов с высшим специальным образованием по причине их малого количества.

IV. Выводы. Результатом проведенного исследования является формирование основ маркетингового анализа ресурсов рекреационного комплекса ЮБК с по мощью предложенных авторами коэффициентов, практический смысл которых заключается в возможности определения предприятия ценовой группы и разработке на этой основе всей маркетинговой стратегии с выбором своего сегмента на рынке туристических услуг исходя из имеющегося ресурсного потенциала. Это позволит избежать как завышения, так и занижения цен и объективно подойти к формированию ценовой политики и, как результат, приблизится к максимальной загрузке номерного фонда.

Одним из направлений дальнейших исследований является развитие предложенной методики с учетом требований клиентов к качеству предоставляемых услуг, а также возможности прогнозирования загрузки предприятия в зависимости от изменения цен и оценки влияния других менее значимых факторов.

Источники и литература

1. Волков Ю. Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес/Серия "Учебники, учебные пособия". - Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 352 с.
2. Волков Ю. Ф. Экономика гостиничного бизнеса/Серия "Учебники, учебные пособия". - Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 384 с.
3. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 256 с.: ил.
4. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учебник / Н.И. Кабушкин, Г.А. Бондаренко - 4-е изд., стер. - Мн.: Новое знание, 2003. - 368 с. - (Экономическое образование).
5. Мальска М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. - Київ: Центр навчальної літератури, 2004. - 272 с.
6. Менеджмент туризма: Экономика туризма: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2004.-320 с.: ил.

7. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства: (отели и рестораны). – М.: ОАО "НПО "Изд-во "Экономика", 2000. – 207 с.
8. Туризм и гостиничное хозяйство. Учебник / Под ред. проф., д.э.н. Чудновского А.Д. – М.: Ассоциация авторов и издателей "Тандем". Издательство ЭК МОС, 2001. – 400 с.
9. Яновська Н., Філатов С. Туризм: організація і облік. – 3-тє вид., перероб. – Х.: Фактор, 2002. – 220 с.

Мальшенко В.
АНАЛИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ РИСКА ИНВЕСТИРОВАНИЯ В РАМКАХ
УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ
(НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА ЮЖНОГО
БЕРЕГА КРЫМА)

Summary

This article is devoted to questions of perfection of a technique of decrease in investment risk at realization of investment projects in a sanatorium complex. As a result of the lead research the most comprehensible are allocated in modern conditions of the Ukrainian economy methods of decrease and management of investment risks, necessity popularization of modern and foreign experience in the given area is proved.

I. Вступление. Наиболее важной проблемой в современных условиях для предприятий санаторно-курортного комплекса Южного берега Крыма, как и у многих украинских предприятий, является привлечение и реализация инвестиций. Под реализацией в данном аспекте понимается быстрая их окупаемость, которая тесно связана с уровнем эффективности (доходности) и риска. Учитывая процесс интеграции в Европейский союз, предполагающий введение международных стандартов обслуживания отдыхающих (у большинства крупных предприятий ЮБК разработаны программы введения новых норм в ближайшем будущем), постоянное повышение требований к обслуживанию отдыхающих из ближнего зарубежья, а также достаточно ограниченные инвестиционные ресурсы украинских предприятий - остро встает вопрос финансирования проектов реорганизации, переоборудования и т. п. предприятий санаторно-курортного комплекса.

II. Постановка задания. Цель разработки методов управления инвестиционным риском является их высокая унификация, предполагающая возможность широкого применения на большинстве предприятий санаторно-курортного комплекса. На первом этапе должны быть отобраны наиболее простые в применении и эффективные методы минимизации проектных инвестиционных рисков. В дальнейшем предполагается формирование отдельных, специфичных систем управления риском инвестирования, учитывающих особенности отдельных предприятий (размер предприятия, специализация, финансовое положение, источники инвестирования). Высокий риск долгосрочного инвестирования и относительно низкая его эффективность значительно ограничивает привлечение банковского капитала в целях финансирования проектов. Применение же современных методов анализа инвестиционных рисков позволяет значительно их сокращать, точнее рассчитывать окупаемость и т. п.

III. Результаты. При решении поставленной задачи автором статьи были использованы материалы научного сотрудничества с учеными-практиками европейского союза в рамках осуществления проекта TEMPUS-TACIS в Крымском Государственном гуманитарном институте (PROJECT N° CD-JEP-22044-2001/UKR MANAGEMENT DES ORGANISATIONS ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES EN CRIMEE 15 Avril 2002-14 Avril 2005) и данных инвестиционной программы типичного предприятия санаторно-курортного комплекса санатория ООО "Дельфин - Черноморский".

В соответствии с определением потерь в предпринимательской сфере и установленных наиболее значимых из них для базового предприятия настоящим исследованием, вся система современных методов и моделей управления рисками была критически оценена с точки зрения возможности их применения на ООО "Дельфин - Черноморский" в конкретных условиях места и времени. Такими методами являются большинство методов корректировки уровня доходности инвестиций (например, на основе учета коэффициентов инфляции).

Причинами низкой применимости других, популярных на западе методов являются следующие:

- многие методы требуют использования специальных компьютерных программ (а в некоторых случаях, учитывая специфику предприятий санаторно-курортного комплекса - их создания) и работы специалистов высокой квалификации, что предполагает значительные материальные и временные затраты, причем без гарантии результата высокой степени достоверности.

- проект уже запущен и большинство важнейших параметров уже установлено (это такие как величина денежного потока, время окупаемости и реализации проекта, начальная сумма инвестиций);

- альтернативные проекты отсутствуют, так как инвестирование уже находится на стадии реализации, расчет альтернативных проектов и переход на какой либо из них программы инвестирования вызовет увеличение риска, а не его снижения из-за роста непроизводительных затрат;

- реализация проекта осуществляется на основе неполной (неточной) информации, о чем свидетельствует достаточно приближенный расчет расходов деятельности предприятия по годам (табл. 1);

Учитывая вышесказанное основным направлением снижения риска инвестирования по долгосрочной инвестиционной программе санатория "Дельфин - Черноморский" должны быть методы не пересмотра проекта и его высокотехнологичного пересчета (как, например, в случае имитационного моделирования), а методы простые в использовании, позволяющие снизить риск объективно и эффективно, в реальном масштабе времени. К таким методам можно отнести большинство методов корректировки уровня доходности инвестиций и скорости их окупаемости (например, на основе учета коэффициентов инфляции). Именно эти методы легли в основу реального совершенствования системы сокращения инвестиционного