

***CRITERIAL ANALYSIS OF BUSINESS ENVIRONMENT FACTORS  
INFLUENCE ON INTERNATIONAL TOURIST BUSINESS  
MANAGEMENT***

***КРИТЕРИАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ БИЗНЕС-  
СРЕДЫ НА УПРАВЛЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫМ  
ТУРИСТИЧЕСКИМ БИЗНЕСОМ***

Ruslana SELEZNOVA, PhD<sup>1</sup>,

<sup>1</sup>Wyższa Szkoła Humanitas, seleznevaruslana@gmail.com

Kostiantyn SAPUN, mgr<sup>2</sup>,

<sup>2</sup>DONNU, mgr, k.sapun.1@gmail.com

**Abstract.** In the modern world, a significant part of the attention of economists is directed towards the analysis of indicators of profitability, financial and economic efficiency, etc. At the same time, there are a number of phenomena, ranging from natural conditions and cultural characteristics, to political trends that are of a purely imperative nature related to strategic interests, but in no way based on the desire to achieve optimal financial performance in the foreseeable future. In accordance with this, in the article a criterion analysis method was proposed that allows to track and evaluate the impact of various components of the business environment on the management of international tourism business for various regions of the world, regardless of their calculability in the traditional sense.

**Key words:** criterial analysis, factors influencing, business environment

**Аннотация.** В современном мире значительная часть внимания экономистов обращено в сторону анализа показателей рентабельности, финансово-экономической эффективности и т.п. В то же время существует ряд явлений, начиная от природных условий и культурных особенностей, и заканчивая политическими веяниями, носящими чисто императивную природу, связанную со стратегическими интересами, но никоим образом не основанными на желании достичь оптимальных финансовых показателей в обозримом будущем. В связи с этим в статье предложен метод критериального анализа, позволяющий отследить и оценить влияние различных составляющих бизнес-среды на управление международным туристическим бизнесом для различных регионов мира вне зависимости от их исчисляемости в традиционном понимании.

**Ключевые слова:** критериальный анализ, факторы влияния, бизнес-среда,

## **ВВЕДЕНИЕ**

В наше время многие предприниматели, осуществляющие экономическую деятельность в сфере международного туристического бизнеса, а также государственные службы и исследователи-экономисты уделяют множество внимания вопросам инвестиций, налогообложения, доходов и затрат, рентабельности, динамики роста и развития международного и отечественного туристического бизнеса, а также изучают международные туристические потоки и пытаются спрогнозировать перспективы, ожидающие данную сферу в будущем. Исследование общеэкономических, социально-политических, маркетинговых и управленческих аспектов бизнес-среды международного туристического бизнеса является необходимым для обеспечения его функционирования. В своих работах данные вопросы исследовали такие ученые как Борисова Ю.Н., Вершигора Е.Е., Островская И.В., Величкина А.В. и другие.

С позиции кластерного подхода исследования бизнес-среды, в которой функционирует туристический бизнес, проводил Семенов В.Ф. Туризм и международный туристический бизнес как явление в мировой торговле исследовали украинские ученые Павленко И.И., Навроцкая Н.А., Варяниченко А.В., Фоменко Н.В и другие. В то же время, тему международного туристического бизнеса в качестве межотраслевого комплекса и сектора рынка изучала Балабанова И.Т.

Вместе с тем, на сегодня требуют более глубокого исследования вопросы, связанные с более глубоким анализом той среды (социально-политической, физико-географической, деловой и т.д.), в которой работает международный туристический бизнес. В этом может помочь использование критериального анализа как необходимого инструментария в управлении международным туристическим бизнесом, в том числе на разных уровнях: локальном, региональном и международном.

## **ГРУППЫ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ БИЗНЕС-СРЕДЫ**

В современном менеджменте исследователи, занимающиеся изучением туристической сферы, а также интенсивности взаимодействия деловой организации и ее окружения (бизнес-среды), условно выделяют такие три группы факторов внешней бизнес-среды:

- локальная среда (среда прямого воздействия) - это факторы, которые непосредственно влияют на операции организации и испытывают на себе прямое же влияние операций организации [Хазова, 2014, с.198-201];

- глобальная среда (среда косвенного воздействия) - наиболее общие силы, события и тенденции, которые непосредственно не связаны с операционной деятельностью организации, однако в целом формируют контекст деятельности бизнеса на рынке;

- международная среда (среда бизнеса транснациональных компаний): когда компания начинает выходить за пределы страны своего происхождения для того, чтобы осваивать зарубежные рынки, в действие вступают факторы международного туристического бизнеса.

Однако для изучения относительных конкурентных позиций предприятия в отрасли используются ключевые факторы успеха [Островская, 2009, с.528]. Задачей анализа среды предприятия является идентификация ключевых факторов конкурентной позиции предприятия в отрасли. Они служат краеугольным камнем при планировании бизнес-процессов в международном туристическом бизнесе, но при этом изменяются от области к области и от региона к региону.

Следует отметить важность анализа бизнес-среды предприятия, который является основой для моделирования, которое в свою очередь определяет эффективность процессного управления.

## **ОБЪЕКТЫ АНАЛИЗА И МЕТОДИКА АНАЛИЗА**

Ошибочность любого вида анализа может привести к нереализуемости управленческих решений [Семенов, 2010, № 40, с.56-63]. Поэтому важнейшими объектами критериального анализа в нашем случае должны быть:

- оценка внешней среды бизнеса с точки зрения соответствия бизнес-процессов положению на рынке [Подгальська, 2017, с.290];

- оценка региональных факторов базирования предприятия [Nosek, Pietrzak, 2009, с.82-92];

- оценка внутренней среды бизнеса с точки зрения потенциального финансового состояния предприятия при привлекательности бизнес-среды [Кулакевич, 2005, с.80].

В ходе нашего исследования были изучены факторы влияния окружающей среды на развитие международного туристического бизнеса Украины, Европейского союза, а также мира в целом, результаты которых в сжатой форме отражены в таблице 1.

Влияние каждого из 8 факторов на развитие международного туристического бизнеса оценивалось в баллах по следующей шкале:

0 - влияние данного фактора практически отсутствует,

- 0,2 - влияние заметно,
- 0,4 - влияние умеренное,
- 0,6 - влияние существенное,
- 0,8 - влияние очень значительно,
- 1 - влияние решающее.

Оценивание с помощью данной шкалы происходило по совокупности шести критериев по формуле:

$$K = (C + T + B + X + И + Д + П + С) * 0,625, \quad (1)$$

где *C* - значимость,

*T* - продолжительность воздействия,

*B* - охват,

*X* - характер действия (преодолимость/ непреодолимость),

*И* - интегральное и перекрестное влияние на другие факторы,

*Д* - стабильность действия,

*П* - предсказуемость,

*С* - благоприятность.

Рассчитаем данный показатель на примере конкурентности среды на рынках товаров и услуг для Украины:

$$(0,8 + 0,8 + 0,8 + 0,6 + 1 + 0,8 + 0,8) * 0,625 = 4. \quad (2)$$

Результаты расчетов по всем вышеупомянутым показателям представлены в таблице 1.

**Таблица 1.**

*Сравнительный анализ критериальной зависимости факторов влияния бизнес-среды на международный туристический бизнес для Украины, стран ЕС и мира*

Показатель	Украина	Страны ЕС	Мир
Внешняя среда			
КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА НА РЫНКАХ ТОВАРОВ И УСЛУГ	4	4	3
ПОТРЕБНОСТИ И ЗАПРОСЫ КЛИЕНТОВ	4,5	4	4
ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ГРУППЫ ВЛИЯНИЯ	4	3,5	3,5
СУЩЕСТВУЮЩИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЗОНЫ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ	3,5	4	4
СУЩЕСТВУЮЩИЙ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ РИСКА	5	4	4
ИТОГО	21	19,5	18,5
Региональные факторы			
ЭКОНОМИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ	4,5	4	3
ПРИРОДНЫЕ УСЛОВИЯ	4	3	2,5
НАСЕЛЕНИЯ	3	3,5	2
ХОЗЯЙСТВО	3,5	4	3
ИТОГО	15	14,5	10,5

Показатель	Украина	Страны ЕС	Мир
Внешняя среда			
Внутриотраслевые факторы			
СУЩЕСТВУЮЩИЙ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ОБЪЕМ СБЫТА	5	3,5	2,5
ИНВЕСТИЦИОННЫЕ И ТЕКУЩИЕ РАСХОДЫ	4,5	2,5	3
ВОЗМОЖНЫЙ УРОВЕНЬ ПРИБЫЛИ	4	3	3
УРОВЕНЬ ФИНАНСОВОЙ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ПРИНИМАЮЩЕЙ СТОРОНЫ	4	2	2,5
ИТОГО	17,5	11	11

Собственная разработка с использованием источников (Беляцкий, 2006, Володько 2008, Семенов, 2010, Хваджа, 2016).

Следует отдельно отметить, что в таблице 1 значения имели такой экономический смысл:

1 соответствовало практически отсутствующему влиянию данного фактора;

2 - незначительное влияние фактора;

2,5 - заметное влияние фактора;

3 - фактор играет существенную роль;

3,5 - роль фактора очень существенная, но не решающая;

4 - фактор является одним из решающих;

4,5 - фактор может быть решающим , но его действие преодолимо с помощью значительных усилий и ресурсов;

5 - фактор является настолько решающим, что может иметь непреодолимое действие длительного характера в определенном регионе, блокируя нормальное развитие туризма.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Проведенное исследование позволяет констатировать, что мир в целом является относительно устойчивым к влиянию различных экономических, социально-политических региональных, внутриотраслевых и внешних факторов, страны ЕС также достаточно устойчивы, их финансовое положение, инвестиционная привлекательность и международный имидж позволяют им стабильно развивать туристический бизнес - как внутренний , так и международный.

Условия, в которых Украина вынуждена развивать международный туристический бизнес, характеризуются ограниченностью финансовых возможностей, экономической, политической и социальной нестабильностью. Кроме того, потенциальные въездные туристы, независимо от своего отношения к Украине, задумываются о том, что это довольно беспокойная территория, и в основном только ценовая доступность или

личная симпатия к определенному туристическому объекту способны убедить туриста посетить Украину.

В то же время прослеживается характерная не только для Украины закономерность: чем больше рынок, тем легче производителям продукции находить на нем клиентов. Также стоит отметить, что согласно проведенному исследованию, сегодня наиболее решающими для украинского международного туристического бизнеса является прежде всего политическая ситуация, внешняя среда, финансовая состоятельность, рынки сбыта, потенциальный уровень риска, а также возможное действие неучтенных факторов. Значительное количество и различная степень значимости факторов развития международного туристического бизнеса свидетельствует о необходимости проведения его моделирования и прогнозирования.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:**

- Беляцкий Н. П. Основы лидерства: учеб. / Н. П. Беляцкий. – Минск: БГЭУ, 2006.
- Бендас Т. Психология лидерства: учеб. пособие / Т. Бендас. – Санкт-Петербург: ПитерПресс, 2009.
- Вержибок Г. В. Лидерство в социальном и образовательном пространстве: учеб.-метод. пособие / Г. В. Вержибок, В. И. Шупляк. – Минск: РИВШ, 2012.
- Вершигора Е. Е. Менеджмент: учеб. пособие / Е. Е. Вершигора, А. В. Неверов. – Минск: Амалфея, 2008.
- Володько О. М. Имидж менеджера: пособие для студентов вузов / О. М. Володько. – Минск: Амалфея, 2008.
- Подгальська М.Л.Сутність та функції туризму як об'єкта управління. Тернопіль: Діана Плюс, 2017.
- Кулакевич А. Н. Основы лидерства: учеб. пособие / А. Н. Кулакович. – Минск: ЧИУиП, 2005.
- Кови Ст.Р. Семь навыков высокоэффективных людей. Мощные инструменты развития личности: пер. с англ. / Ст.Р. Кови. – М.: АльпинаБизнесБукс, 2006.
- Островская И.В. Менеджмент и лидерство. Учебник. / И. В. Островская, Н. Н. Камынина, А. В. Пьяных. – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2009.
- Семенов В.Ф. Кластерна політика в управлінні регіональним розвитком туризму / Вісник соціально-економічних досліджень. Зб. наук. праць.–Одеса: ОДЕУ № 40,2010.
- Хазова Д.С. Моделирование устойчивого развития туризма / Д.С. Хазова // Теоретические и прикладные аспекты современной науки: сборник научных трудов по материалам IV Международной научно-практической конференции 31

октября 2014 г.: в 3 ч. / Под общ. ред. М.Г. Петровой. - Белгород: ИП Петрова М.Г., 2014. - Часть II.

- Хваджа А.Н. Французский опыт управления развитием туризма / А.Н. Хваджа // Сервис в России и за рубежом. — 2016. — № 4 (65).
- Nosek A., Pietrzak A. Efekt dominaczyli międzynarodowa transmisja kryzysów – na przykładzie współczesnego kryzysu finansowego. W: W. Michalczyk (red.). Wybrane problemy gospodarki światowej pierwszej dekady nowego wieku,; Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wrocław 2009.
- Yakymchuk A.Y. Water resources quality considering in the rating as a component of economic stimulating ecologic policy of industrial enterprises // Yakymchuk A.Y., Semenova Y.M. // Науковий вісник Полісся. – 2017. – № 4 (12).