

УДК 33.108

В.И. Плаксин, профессор, д-р экон. наук*Севастопольский национальный технический университет**ул. Университетская, 33, Севастополь, Украина, 99053***Л.В. Мишина-Игнатъева, зам. директора по подготовке производства***ЧП «А.Г. Черемисов»**ул. Колобова, 21/4 г. Севастополь, Украина. 99038***ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ**

Анализируются методические основы оценки потребительской эффективности туристической услуги, даются рекомендации ее совершенствования.

Ключевые слова: туризм, виды и функции туризма, функция полезности, потребительская эффективность, полезность товара, туристические услуги.

Постановка проблемы. В зарубежных странах с развитой рыночной экономикой в конце прошлого столетия особое внимание стали уделять проблеме оценки потребительской эффективности туристических услуг на различных уровнях управления экономикой.

Однако, как показывают исследования, оценка потребительской эффективности туристических услуг длительное время велась без должного методологического обоснования и конкретных рекомендаций практического характера.

Действовавшие методические документы по оценке потребительской эффективности туристических услуг имели традиционные подходы измерения дохода.

В рыночных отношениях ведения хозяйства любое туристическое предприятие как открытая система функционирует и развивается в сложной внешней среде, где непосредственно проявляется спрос и предложение рынка. Именно в этом процессе адаптируется поведение продавца турпродукта и его покупателя. Причем, их интересы всегда противоположны по направлению, поскольку производителя туристических услуг интересует его доход, прибыль от реализации туристического товара, а потребителя – эффект от использования данного турпродукта. Удовлетворение последнего сильно зависит от его предпочтений, мотивов, возможностей и ограничений, которые непосредственно связаны с полезностью туристического товара. Зачастую покупатель принимает решение о покупке турпродукта путем сопоставления рыночной цены туристического товара и реального личного дохода. В качестве критерия всегда выступает фактическая полезность туристических услуг предприятия, которая носит скрытый, индивидуальный и многогранный характер, а поэтому представляет труднодоступный акт для оценки исследователя. Фактор полезности играет решающую роль при выборе покупки туристических услуг предприятия на рынке.

Полезность турпродукта как сложная макро- и микроэкономическая категория давно интересует ученых, специалистов и практиков как фундаментальная область знаний, которая и в настоящее время имеет много нерешенных проблем. Одной из них, наиболее актуальной, является поиск измерения, оценки количества и качества полезности туристического товара на рынке.

Анализ последних исследований и публикаций. Проведенный научный обзор публикаций различных авторов свидетельствует о том, что проблема полезности турпродукта как экономическая категория начала изучаться учеными зарубежных стран в XX веке. Причем, она особенно заинтересовала зарубежных специалистов Ансоффа И., Барка У., Вебера М., Грейсона Дж., О’Делла К., Мескона М., Котлера Ф., Портера М., Санто Б., Твисса Б., Уотермана Р., Хаммера М. и др.; и отечественных ученых Бокова М.А., Ветитнева А.М., Жукову М.А., Кабакова В.С., Каткова В.В., Моисееву А.К., Медникова М.Д., Попова Г.Х., Пригожина А.И., Попкова В.П., Румянцеву З.П., Тихонова Р.М., Уткина Э.И., Фатхутдинова Р.А. и др. [1, 2].

Они исследуют в общем сущность категории «полезность», общую и предельную полезность, условия равновесия, эффект замены и дохода и другие закономерности процесса проявления полезности. Однако должного отраслевого или функционального отражения эта категория не нашла в теории и практике исследований.

Вновь утвержденные методические разработки по функциям полезности туристических предприятий [3] и [4] охватывают отдельные процессы и объекты действующих предприятий, а также развитие функционирующих производственных структур [5].

Нерешённые проблемы. Рассмотренные ранее методические подходы во многом по структуре и содержанию далеко не полностью отражают специфику оценки потребительской эффективности туристических услуг. Кроме этого в исследованиях ратуют за системное моделирование проектов, которое, по сути, остается пока благим пожеланием и общими рекомендациями.

Таким образом, становится очевидной проблема дальнейшего исследования полезности турпродукта как мерила эффективности различных объектов и, в частности, туристической продукции на рынке, где присутствует конкуренция и выбор потребителя в условиях риска. При этом акцент делается на системный подход и синергетический эффект в сфере производства и потребления.

Формулировка целей статьи. В этой связи предполагается совершенствовать действующую методологию оценки уровня полезности туристических услуг реальных объектов хозяйствования туристических предприятий путем научной гипотезы категории системной полезности турпродукта, использования методов функционально-стоимостного анализа и теории синергетического эффекта в экономике.

Изложение основного материала с полным обоснованием полученных научных результатов. Согласно нашей научной гипотезе методология оценки полезности товаров на рынке базируется на использовании категории «функции полезности» исследуемого объекта (товара, услуги, процесса, структуры) на определенной стадии его жизненного цикла, которая характеризуется математической зависимостью следующего вида [6]:

$$P_o = f(K_{\phi n}, U_{\phi n}), \quad (1)$$

где P_o – полезность объекта, ден. ед.; $K_{\phi n}$ – количество функций полезности, шт.; $U_{\phi n}$ – качество функций полезности, ден. ед.

При этом доказано, что $K_{\phi ni}$ зависит от природы, характера, назначения, степени материализации и других факторов объекта.

В данной статье, исходя из поставленной цели, делается попытка сформировать и обосновать основы методики оценки полезности объектов в сфере туристической деятельности с творческим применением известного функционально-стоимостного анализа. По сути рассматривается системный подход к полезности объекта, направленный на оптимизацию соотношений между потребительскими свойствами и затратами на создание и использование объекта – предмета покупки на современном рынке.

Исходя из системной концепции, рассмотренной в работе [6], рекомендуется полезность объекта через механизм функций полезности объекта определять путём выполнения следующих стадий исследования:

- подготовительной;
- информационной;
- аналитической;
- разработочной;
- внедренческой.

В свою очередь, указанные стадии включают совокупность этапов с соответствующими методами, видами формализации и документированием информации.

В частности, на подготовительной стадии осуществляются такие этапы работ:

- 1) выбор объекта оценки полезности, его характерных особенностей жизнедеятельности;
- 2) обоснование целей и задач оценки полезности объекта;
- 3) формирование потребительских свойств объекта и показателей их количественного измерения;
- 4) разработка общей схемы механизма или конструкции объекта на стадии его жизнедеятельности;
- 5) разработка плана оценки полезности объекта;
- 6) определение всех необходимых видов ресурсов для выполнения плана оценки полезности объекта;
- 7) создание необходимых условий для эффективного использования ресурсов на всех стадиях исследования.

Как видно из приведенных этапов, достаточно сложной и трудоемкой является работа на 3 и 4 этапах исследования. Дело в том, что здесь в основу берется механизм работы объекта в процессе его использования. Для многих объектов – материальных товаров – это их конструкция, которая, отражается в виде графических моделей на чертежах с достаточной точностью и наглядностью. И совершенно другое дело, если в качестве объекта – товара выступает услуга. Именно ее имеем в нашем исследовании: конкретный вид туристического предложения. Причем, как уже было указано, объект оценки представляется сложной многоаспектной системой, структура которой детально обоснована в работе [6].

Итак, объект исследования – туристическая отрасль Украины, которая непосредственно касается Крыма и Севастопольского региона и играет важную роль в экономике этих субъектов хозяйствования.

Можно выделить следующие функции туризма:

- оздоровительная;

- познавательная;
- просветительная;
- коммуникабельная;
- удовлетворение потребностей в смене впечатлений;
- удовлетворение потребностей в смене места пребывания;
- предоставление экономических благ и услуг в соответствии с требованиями туриста и др.

Функции туризма порождают некоторые его виды [7, 8]. К ним следует отнести:

1. Рекреационный туризм, включающий: зрелищно-развлекательные программы, туристическо-оздоровительные программы, занятия по интересам.
2. Спортивный туризм, включающий водный, лыжный, горный.
3. Лечебно-оздоровительный туризм, к которому следует отнести не просто потребность в лечении, но и сочетание ее с некоторыми другими функциями туризма.
4. Культурно-познавательный туризм, основанный на потребности в расширении знаний по различным направлениям.
5. Ностальгический туризм, в основе которого лежит потребность в посещении мест, связанных с событиями индивидуальной биографии человека и его семьи.
6. Приключенческий (экстремальный) туризм, предполагающий удовлетворение потребностей человека в испытании своих возможностей в различных острых ситуациях.
7. Религиозный туризм (включающий паломничество), основанный на религиозных потребностях людей самых различных конфессий.
8. Миссионерский туризм, вызванный потребностью человека наиболее полно реализовать свое духовное назначение распространением тех или иных духовных ценностей. По нашему мнению, такая деятельность может быть названа туристической только в том случае, если она не связана с получением определенного вознаграждения.
9. Событийный туризм предполагает удовлетворение потребности человека в посещении какого-либо конкретного мероприятия.
10. Коммуникационный туризм, удовлетворяющий потребности человека в межличностных контактах (поиски спутника жизни, партнера по коллекционированию и т.д.).
11. Экологический туризм – основан на посещении заповедных территорий, участии в природоохранной деятельности.

Вполне понятно, что механизм (технология) выполнения различных видов туристических услуг будет разнообразным. Особенно это касается методов выполнения мероприятий, их содержания, продолжительности, затрат, результативности и др.

Однако при этом не исключается, а в нашем подходе предполагается, необходимость и возможность формирования типовой модели (схемы) механизма выполнения обобщенной (усредненной) туристической услуги.

На данной фазе исследования достаточно будет этого допущения, так как указанное обстоятельство позволяет вести формирование потребительских свойств объекта полезности. Они, согласно отстаиваемой методологии, будут составлять совокупность функций полезности услуги – объекта.

Здесь следует оговориться, что эти функции полезности применительно к туризму должны иметь типовой нормативный (стандартный) набор (номенклатуру) наименований функций с соответствующими количественными и качественными показателями (параметрами), которые на практике отсутствуют.

Однако, как показывают исследования, каждый вид туризма обязательно будет иметь свои специфические функции полезности, которым тоже нужно дать ранг видовых типовых нормативных значений функций полезности.

Типовой нормативных состав функций полезности туризма может включать следующие гипотетические функции полезности [5]:

1. Познавательная полезность – $П_n$
2. Развлекательная полезность – $П_r$
3. Оздоровительная полезность – $П_o$
4. Коммуникационная полезность – $П_k$
(общительная – знакомства, связи)
5. Коммерческая полезность – стоимостная – $П_c$

$$П_m = f(П_n, П_r, П_o, П_k, П_c), \quad (2)$$

$$П = П_{об}^X П_{ур}, \quad (3)$$

где $П_{об}$ – полезность объёмная, количественная; $П_{ур}$ – полезность уровневая, качественная [6].

Рассмотренное выше предполагает необходимость краткого представления информационной стадии исследования. Она в принципе должны включать следующие этапы:

1. Выбор вида, характера и источников информации объекта исследования;
2. Определение объема и методов сбора информации;
3. Выбор критериев и показателей идентификации информации;
4. Формализация и документирование информации;
5. Оценка уровня точности, объективности и репрезентативности собранной и обработанной информации.

Важно отметить, что привлекаемая информация должна иметь экономическую направленность, отражать затратную и результатную части на всех стадиях разработки, создания и использования анализируемого объекта туризма. Причем, как следует из сути функциональной полезности, характеризующей эффективность услуги на всех этапах ее жизненного цикла, сбор информации касается производителя, посредника, потребителя конкретного мероприятия туристической продукции.

В этой связи сбор информации касается всех структурных подразделений, прежде всего, туристического предприятия, его технических, производственных, экономических, финансовых, учетных, контрольных и других структур. В них исследователей интересуют ведомости, чертежи, техпроцессы, инструкции, нормативы, плановые и фактические данные по расходу ресурсов, их использованию, рекламации, жалобы, акты, основные показатели деятельности подразделений и др. Кроме этого проводится тщательная работа с потребителями туристической продукции в форме анкетирования, интервью, презентаций, конференций и т.д.

Аналитическая стадия оценки эффективности является наиболее сложной и трудоемкой, поскольку она связана с задачами формирования функций полезности объекта и оценки значимости функций. Она включает следующие этапы:

1. Построение структурно-элементной модели объекта;
2. Определение и классификация функций полезности объекта по его назначению;
3. Обоснование состава и содержания функций полезности объекта с позиций системных требований науки и практики оптимального удовлетворения потребностей производителя, посредника и потребителя услуг туризма;
4. Выбор и составление модели функциональной полезности объекта;
5. Определение значимости (уровня) функций полезности объекта;
6. Построение функционально-структурной модели объекта;
7. Выявление источников (носителей) функций полезности объекта;
8. Определение затрат по элементам объекта в сфере производства и реализации услуги на рынке;
9. Определение затрат по элементам объекта в сфере пользования услугой потребителем;
10. Составление фактической функционально-стоимостной модели объекта;
11. Определение фактической функциональной полезности объекта в рыночных ценах по совокупности стадий его жизненного цикла.

Итак, как было отмечено, важной частью данной стадии является определение функций полезности объекта.

Под функцией полезности объекта (ФПО) следует понимать проявление, сохранение объектом определенных свойств, удовлетворяющих потребности его производителя и потребителя в данных условиях, а также его действие, воздействие на другие объекты.

Поскольку многие объекты – услуги туризма обладают одновременно несколькими свойствами, то анализ функций полезности объекта следует проводить посредством их классификации и построения функциональной модели объекта.

ФПО целесообразно классифицировать по следующим признакам:

- область проявления функции объекта;
- роль функции объекта в удовлетворении потребностей;
- роль функции объекта в обеспечении его работоспособности, полезности;
- степень, уровень функциональной полезности объекта.

По области проявления функции подразделяются на внешние, отражающие отношения между объектом (или его элементами) и сферой проявления (производство, применение услуг), и внутренние (внутриобъектные), отражающие действия и взаимосвязи внутри объекта и обусловленные принципом его построения, особенностями исполнения или механизмом работы услуги.

В свою очередь, внешние функции по роли в удовлетворении потребностей, подразделяются на главные, определяющую саму сущность и назначение объекта, и второстепенные, характеризующие дополнительные требования к нему, но также определяющие спрос на объект. Они, как правило, связаны с внешним видом, удобством в эксплуатации и т.д. Например, для легкового автомобиля формулировка «обеспечивать нужную скорость движения» выражает главную функцию, в то же время оригинальность его формы, дизайн являются второстепенными функциями.

Внутренние функции по роли в обеспечении работоспособности объекта подразделяются на основные и вспомогательные функции. Основные функции способствуют реализации элементами объекта его главной функции, их совокупности. При этом они характеризуют: передачу, преобразование, хранение, выдачу, решение и др. конкретных результатов. В свою очередь, вспомогательные функции способствуют реализации основных. К их числу можно отнести: направляющие, гарантирующие, соединительные, контролирующие и др. Например, для двигателя автомобиля главной функцией является «приводить автомобиль в движение с определенной скоростью», а «обеспечить низкий уровень шума» - вспомогательная функция.

Аналогичные примеры можно приводить из области услуг, где связи и отношения формализуются в хозяйственных системах.

И последний признак классификации ФПО предполагает выделение полезных, бесполезных и вредных функций, которые характеризуют степень полезности внешних и внутренних функций на стадии анализа и проектирования функций полезности услуг.

Как следует из приведенной методики осуществления аналитической стадии исследования оценки функциональной полезности туристических услуг, анализ функций объекта предполагает расчленение объекта на самостоятельные элементы, поскольку они являются материальными носителями функций. Этот подход хорошо освоен на практике применительно к техническим системам, которые достаточно полно и детально формализуются графически (чертежи, эскизы, конструкции изделий).

Применительно к хозяйственным системам составление структурно-элементных моделей объектов требует специфического подхода, не нашедшего обоснованного отражения в современной теории и практике. В силу этого, мы рекомендуем использовать системный подход, согласно которому объект функциональной полезности представим типовым механизмом системы туристической услуги (МСТУ). Он в принципе включает составляющие блоки, представленные на схеме рисунка 1.

На рисунке 1 БМУ включает цели, функции и задачи туристической услуги; БСУ – технические, организационные, экономические и социальные связи; БРУ – естественные, материальные, трудовые, финансовые и информационные ресурсы; БОУ – организация работ, управления и труда; БУУ – потребители (клиенты), партнеры, посредники, конкуренты, властные структуры, научно-технический прогресс, международные организации и другие факторы среды системы.

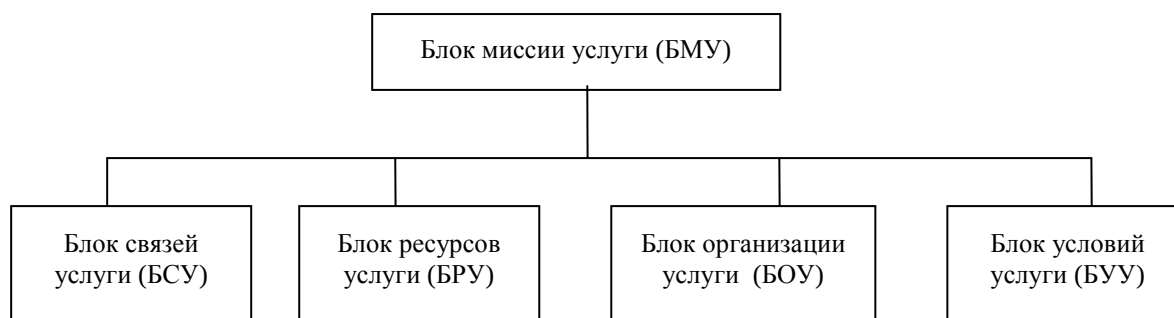


Рисунок 1 – Типовая модель структуры механизма системы туристической услуги (МСТУ)

Итак, видим, что структурно-элементная модель МТСУ достаточно сложна и не просто поддается иерархическому ранжированию. Если, к примеру, взять станок, то в нем конструкция позволяет выделить: изделие, основные узлы, узлы, подузлы, детали. Это можно сделать в блоке БРУ, где сконцентрировано оборудование, здания, сооружения и пр. И совершенно иначе выглядит расчленение на элементы в других блоках МСТУ.

И, тем не менее, на основе структурно-элементной модели формулируются функции объекта – услуги в целом и по элементам.

В основу расчленения объекта можно положить БМУ, где можно выделить следующие уровни объекта:

- 1-ый уровень – цели объекта
- 2-ой уровень – функции объекта
- 3-ий уровень – задачи объекта
- 4-ый уровень – операции объекта
- 5-ый уровень – процедуры (действия) объекта.

При этом на основе структурно-элементной модели следует формулировать функции объекта и строить функциональную модель объекта по элементам в виде матрицы (см. таблицу 1) или в виде графа-схемы.

Таблица 1 – Фрагмент функциональной модели задачи «Проведение мероприятия с туристами по маршруту»

Наименование функций задачи услуги			
Главная	Второстепенная	Основная	Вспомогательная
1.1 Осуществляется реальное выполнение главной цели мероприятия	2.1. Обеспечивает желание большинства в развлечении и т.д.	1.1 – 3.1. Создает хороший микроклимат в группе туристов 1.1 - 3.2. Обеспечивает новизну знания и т.д.	1.1 – 3.1. – 4.1. Передает приятные эмоции всем участникам похода 1.1 – 3.1. – 4.2. Снимает недовольство отдельных членов группы туристов

По данным структурно-элементной и функциональной моделей объекта строится функционально-структурная модель в матричном (см. таблицу 2) или в графическом виде.

Таблица 2 – Фрагмент функционально-структурной модели задачи «Проведение мероприятия с туристами по маршруту»

Вид функции	Содержание функции	Исполнитель (материальный носитель)
Основная	Осуществляет выполнение запланированного мероприятия услуги туризма	Гид Автобус Водитель
Вспомогательная	Транспортировка группы туристов	— —

Согласно приведенным рекомендациям, на 8 и 9 этапах осуществляется стоимостная оценка функций по фактическим затратам: технологической, полной себестоимости, нормам и нормативам расходов и запасов, оптовым и рыночным ценам и другим учетным и отчетным источником. По полученным данным строятся функционально-стоимостные диаграммы, аналитические функции полезности и рекомендации, по оптимизации оценки функций полезности объектов.

Проведенный анализ создает предпосылки для дальнейшего исследования функций полезности, который основывается на научном подходе к определению состава функций и обоснованию их стоимости на базе изучения и использования современных прогрессивных систем, методов и средств выполнения туристических услуг. Именно инновационный подход в решении этой проблемы позволяет получить обоснованные показатели уровня эффективности объектов, как мерил их синергетической полезности для субъектов и потребителей туристической продукции в условиях конкуренции и риска на рынке услуг.

Выводы. Таким образом, предложенные методические основы позволяют измерить эффективность туристических услуг с помощью полезности объектов. Этот показатель крайне важен для потребителей туристических услуг, поскольку позволяет туристам правильно оценить выгоду от мероприятий, сопоставить характер полезности в сфере потребления различных товаров на рынке.

Перспективы дальнейшего исследования в данном направлении. Исследования показывают, что для дальнейшего роста и повышения результативности туристической индустрии в стране требуется создание научно обоснованной нормативно-методической базы для оценки деятельности в сфере туризма [8]. Одним из направлений в данной области следует считать углубление системной методологии в измерении и оптимизации функциональной полезности с учетом риска и глобализации в экономике.

Библиографический список использованной литературы

1. Устименко Л.М. Історія туризму: навч. посібник/ Л.М. Устименко, І.Ю. Афанасьєв. — К.: Альтерпрес, 2005. — 320 с.
2. Савченко Ю.М. О мерах по повышению эффективности экономики туристическо-рекреационного комплекса региона / Ю.М. Савченко // Экономика Украины. — 2010. — № 8. — С. 23–27.
3. Макконнелл Кэмпбелл Р. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2-х т.: Пер с англ. 11-го изд. Т.2. / Кэмпбелл Р. Макконнел, Стенли Л. Брю. — М.: Республика, 1992. — 400 с.
4. Фишер Стенли. Экономика: Пер. с англ. со 2-го изд. / С. Фишер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензи. — М.: Дело ЛТД, 1993. — 864 с.
5. Проблеми географії та менеджменту туризму / В.Г. Явкін [та ін.]. — Чернівці: Рута, 2006. — 260 с.

6. Ляхович О.О. Методика экономического анализа туристического комплекса / О.О. Ляхович // Вопросы экономики. — 2009. — № 9. — С. 93–124.

7. Долматов Г.М. Международный туристский бизнес: история, реальность и перспективы / Г.М. Долматов. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. — 320 с.

8. Школа І.М. Розвиток міжнародного туризму в Україні / І.М. Школа, В.С. Григорків, В.Ф. Кифяк. — Чернівці: Рута, 1997. — 596 с.

Поступила в редакцию 13.01.2011 г.

Плаксин В.І., Мішина-Ігнатська Л.В. Основи оцінки споживчої ефективності туристичних послуг

Аналізуються методичні основи оцінки споживчої ефективності туристичних послуг, надаються рекомендації її удосконалення.

Ключові слова: туризм, види і функції туризму, функції користі, споживча ефективність, користь продукту, туристичні послуги.

Plaksin V.I., Mishina-Ignateva L.V. Basics of estimation of consumer efficiency of tourist services

Methodical basics are analyzed for the estimation of consumer efficiency of tourist services.

Keywords: tourism, kinds and functions of tourism, function of utility, consumer efficiency, utility of commodity, tourist services.