

2.Свентицька Н.В. Міжкультурна комунікація як інтегративний компонент туристичної освіти /Н.В. Свентицька//Вісник Луганського національного університету ім. Т. Шевченка. - 2012. - №4(239). - Ч.ІІ. - С.35-40.

3. Тарнопольський О.Б., Корнева З.Б. Аспектний підхід до навчання англійської мови для спеціальних цілей у немовних ВНЗ. / О. Б. Тарнопольський, З. М. Корнева // Викладання мов у вищих навчальних закладах освіти на сучасному етапі. Міжпредметні зв'язки. Наукові дослідження. Досвід. Пошуки . — 2011 . — Вип.18 . — С. 231-239.

**УДК 338.486.2:330.322**

**Папп В.В.**

**Бошота Н.В.**

*Мукачівський державний університет  
м. Мукачево*

*[PappVV@mail.msu.edu.ua](mailto:PappVV@mail.msu.edu.ua)*

## **ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ**

Сьогодні залучення інвестицій в реальний сектор економіки, до якого відноситься туризм і його обслуговуюча інфраструктура, - питання виживання. Інвестиції необхідні в першу чергу для забезпечення розширеного відтворення, виробництва нових послуг з покращеними кількісно-якісними показниками, що додасть їм високу привабливість і конкурентоспроможність. Один з найбільш важливих і відповідальних етапів даного процесу - це вибір підприємства, в яке будуть вкладені інвестиційні ресурси. На вибір самого об'єкта інвестування в основному впливає така категорія, як інвестиційна привабливість підприємства [1].

Аналіз інвестиційної привабливості підприємств, як частина економічного аналізу, є елементом системи управління туристичним підприємством. Його функції в системі управління реалізуються через прийняття обґрунтованих рішень про доцільність вкладень інвестиційних коштів в той чи інший об'єкт через формування позитивного інвестиційного

образу підприємства на ринку капіталу. Основною метою аналізу інвестиційної привабливості туристичного підприємства є кількісна оцінка досягнутого рівня інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання. Предметом аналізу інвестиційної привабливості туристичного підприємства є виробничо-господарські процеси, отримані фінансові результати і ефективність діяльності, а також галузеві особливості функціонування підприємства. Як об'єкт розглядається туристичне підприємство.

На інвестиційну діяльність туристичного підприємства впливають дві групи чинників - зовнішні і внутрішні. Зовнішні фактори збігаються з тими факторами, які впливають на фінансову стійкість туристичного підприємства [2].

До внутрішніх факторів можна віднести:

- Розміри туристичного підприємства;
- Фінансовий стан туристичного підприємства;
- Науково - технічну політику туристичного підприємства;
- Інвестиційну політику;
- Організаційно - правову форму господарювання.

При проведенні аналізу інвестиційної привабливості туристичного підприємства використовують систему показників, об'єднаних в блоки:

- аналіз фінансової привабливості;
- аналіз ресурсного потенціалу;
- аналіз туристичних потоків;
- аналіз впливу сезонності на фінансово-господарську діяльність туристичної фірми.

В першому блоці для оцінки фінансової привабливості підприємства користуються традиційними групами показників фінансового аналізу: аналіз платоспроможності, фінансової стійкості, ефективності і результативності діяльності, оптимальності структури капіталу, здатності своєчасно проводити платежі, фінансувати свою діяльність, зберігати рівновагу активів і пасивів в мінливих умовах внутрішнього і зовнішнього середовища.

Показники фінансово-економічної діяльності туристичного підприємства включають:

- обсяг продажів - кількість проданих турів;
- виручку від продажів туристичного продукту;
- показники використання ресурсів робочої сили;
- показники використання основних фондів і оборотних коштів;
- показники продуктивності праці і фонду заробітної плати;
- собівартість поданих турпродуктів і т.д.

На другому етапі (другий блок) оцінюють темпи розвитку туристичного підприємства і визначають, в якій мірі воно наблизилося до найвищого рівня використання ресурсів і ефективності діяльності. Безпосередньо для визначення ефективності функціонування підприємства соціально-культурного сервісу і туризму необхідно оцінити ефективність використання наявних ресурсів. Для цього використовують порівняльні показники, тобто визначається функція ефективності використання ресурсів [3].

Аналіз туристичних потоків (третій блок) на ринку туристичних послуг та його подальше прогнозування є найважливішими складовими успіху турфірм. Це стає більш актуальним в умовах конкуренції, що загострюється конкурентної боротьби. Економічний і маркетинговий аналіз ринкового попиту сприяє підвищенню рівня його регульованої та передбачуваності, що дозволяє будувати відповідні маркетингові стратегії та максимально ефективно здійснювати бізнес-планування.

Для туристичного ринку і для суб'єктів, які здійснюють свою діяльність характерні значні сезонні коливання попиту на туристичні продукти (четвертий блок). Сезонність - явище складне і за своїми наслідками суперечливе. Динаміка попиту на різні турпродукти обумовлює коливання цін протягом року.

Дані підходи до аналізу інвестиційної привабливості підприємств сфери туризму, який базується на комплексному підході до вивчення об'єкта дослідження, дозволяє враховувати різноманітні аспекти привабливості

підприємства та галузеві особливості його діяльності, що забезпечує найбільш точні і достовірні результати проведених аналітичних процедур.

В кінцевому підсумку подібний аналіз допомагає досягненню турфірмою її основоположних цілей, заснованих на сучасному маркетинговому підході, - отримання максимально можливого прибутку на основі задоволення потреб споживачів у туристичних послугах, збільшення своєї інвестиційної привабливості.

Розвиток туристичного бізнесу є одним із головних завдань серед тих, які ставлять перед собою підприємства даної сфери, виходячи на ринок. Для того, щоб займати лідируючі позиції на туристичному ринку і отримати перевагу перед конкурентами, розвивати нові напрямки свого бізнесу, потрібні певні фінансові вливання. У зв'язку з цим переважна більшість туристичних підприємств зацікавлене в інвестиціях.

#### Список літератури:

1. Гуляєва Н.М. Сутнісні ознаки інвестиційної привабливості підприємства: факторна природа формування [Текст] / Н.М. Гуляєва, Н.К. Рябченко // Вісник Запорізького національного університету. – 2012. – № 1 (13). – С. 22–28.
2. Колесник О.О. Оцінка інвестиційного забезпечення розвитку туризму в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/kolesnyk6.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/kolesnyk6.htm).
3. Пилипенко О.І. Методика аналізу інвестиційної привабливості підприємства: макро- і мікроекономічний аспекти [Електронний ресурс] / О.І. Пилипенко // Режим доступу: [http://www.ztu.edu.ua/ua/science/publishing/visnik/econom/4\\_50/25.pdf](http://www.ztu.edu.ua/ua/science/publishing/visnik/econom/4_50/25.pdf)