

УДК: 338.486.2

Є.В. Зотова

ОЦІНКА РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті визначена сутність проблем оцінки конкурентоспроможності туристично-рекреаційних підприємств.

The essence of competitiveness estimate problems of tourist-recreational enterprises are determined in the article.

Ключові слова: конкурентоспроможність, оцінка рівня конкурентоспроможності, показники конкурентоспроможності туристично-рекреаційних підприємств.

На фоні прояву кризових явищ в українській економіці, переважанням імпорту продукції над експортом, відтоку туристів на вітчизняному ринку актуальною є проблематика досліджень конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. Інтеграція України до світового економічного простору закликає вітчизняні підприємства виробляти конкурентоспроможну продукцію та надавати послуги на найвищому рівні. Туристичний ринок Криму не є винятком.

У різні часи питаннями оцінки конкурентоспроможності підприємств займалися вчені Азов Г.Л., Багієв Г., Захарченко В., Млоток О., Павлова В., Портер М, Ушакова Н.М., Фатхутдинов Р., Хасхієв Х. та інші вчені. Дослідженням конкурентоспроможності туристично-рекреаційних підприємств частково займалися А.П. Дурович і А.С. Копанєва та більш детально – С.П. Гаврилюк. Отже, питання оцінки конкурентоспроможності саме туристичних підприємств потребують подальшого дослідження.

Метою даної статті є визначення основної проблематики оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств у цілому та особливо перелік основних показників конкурентоспроможності туристичних підприємств.

Перш за все зазначаємо, що аналіз наукової літератури з питань оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств свідчить про відсутність єдиної методики, а відсутність або недостатність інформації для проведення такої оцінки спричиняє неповний аналіз рівня конкурентоспроможності, значні фінансові витрати для проведення досліджень, зниження достовірності та практичної цінності показника конкурентоспроможності [4, с. 47].

Наступною проблемою оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств є зв'язок між конкурентоспроможністю підприємства та конкурентоспроможністю товару. На це питання в літературі є різні думки, наприклад: одні автори вважають, що при оцінюванні рівня конкурентоспроможності підприємства треба враховувати виключно характеристики підприємства, такі, як фінансовий стан і ефективність господарської діяльності. Другі виділяють базовим поняття конкурентоспроможності саме товару, а всі інші для них є похідними. Проте головну роль формування конкурентоспроможності, на нашу думку, на початковій стадії діяльності підприємства відіграє товар і лише з часом підприємство позиціонується на ринку як конкурентоспроможне. Тобто, обидва напрямки у визначенні конкурентоспроможності (товар і підприємство) мають єдине першоджерело й пов'язані між собою. Узагальнення літературних джерел з окресленої проблематики дозволяє виділити близько двадцяти методик оцінки конкурентоспроможності [4, с. 48-51].

Схему оцінювання конкурентоспроможності туристичних підприємств пропонує С.П. Гаврилюк: вибір підприємств – конкурентів для порівняння; збір і аналіз необхідної інформації про конкурентів; побудова системи оцінки показників; розрахунок одиничних показників конкурентоспроможності конкурентів і досліджуваного туристичного підприємства; складання порівняльних таблиць, визначення та оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства за найбільш прийнятним методом [2, с. 76].

У результаті аналізу літератури виявлено, що важливою складовою методик визначення конкурентоспроможності є вироблення чітких критеріїв і показників. Виділимо перелік основних показників конкурентоспроможності туристичних підприємств: конкурентоспроможність обслуговування; конкурентоспроможність туристичного продукту; ефективність використання ресурсів; ефективність реалізації послуг; ефективність господарської діяльності; фінансовий стан підприємства.

Перша група:

- час роботи – характеризує астрономічний і календарний час роботи підприємства, для розрахунку використовується вартісний метод і метод балів;
- форма обслуговування (спосіб надання тур продукту), для розрахунку використовується метод балів і метод експертних оцінок;
- професійність персоналу (вміння та кваліфікація працівників), для розрахунку використовується метод балів і експертних оцінок;
- місце розташування (оцінює розміщення підприємства стосовно туристсько-рекреаційних ресурсів, транспортних сполучень), для розрахунку використовується метод балів і метод експертних оцінок;
- середовище обслуговування (інтер'єр і екстер'єр підприємства), для розрахунку використовується метод балів і метод експертних оцінок [2, с.84].

Друга група. Конкурентоспроможність туристичного продукту

– асортимент туристичних продуктів – впорядкована за певними ознаками сукупність туристичних продуктів, їхніх видів і різновидів; для розрахунку використовує кількісний метод;

– якість туристичного продукту – характеризує здатність туристичного продукту задовольняти певні передбачувані потреби споживачів, для розрахунку використовується метод балів і метод експертних оцінок;

– середня ціна 1-го туродня – грошове вираження одного туродня і розраховується за формулою: $C_{cp} = \frac{OПтд}{Kтд}$, де $OПтд$ – обсяг туристичних послуг, грн; $Kтд$ – обсяг наданих туристичних послуг у натуральному виразі туроднів [2, с.85].

Третя група. *Ефективність використання ресурсів*

– продуктивність праці працівників – для розрахунку використовується натуральний метод:

$$ПІІ = \frac{Kтд}{Чтд},$$

де $Чтд$ – середньоспискова чисельність працівників, які займаються туристичною діяльністю осіб та вартісний метод: $ПІІ = \frac{Kтд}{Чтд}$;

– рентабельність трудових ресурсів – розраховується за формулою:

$$Pтд = \frac{Пзд}{Чс},$$

де $Пзд$ – прибуток від звичайної діяльності, грн; $Чс$ – середньоспискова чисельність працівників, осіб;

– фондівіддача – розраховується за формулою:

$$ФВ = \frac{ОП}{ОФ},$$

де $ОП$ – обсяг реалізації послуг, грн; $ОФ$ – середня вартість основних фондів за період, грн;

– рентабельність активів – розраховується за формулою: ,

$$Pa = \frac{Пзд}{A} * 100,$$

де A – обсяг активів підприємства, грн;

– період обороту активів, кількість днів, протягом яких здійснюється повний господарський оборот активів; розраховується за формулою:

$$Пб = \frac{A}{ОІ} * Д,$$

де $Д$ – період, днів [2, с.86].

Четверта група. *Ефективність реалізації послуг:*

– рентабельність послуг – розраховується за формулою:

$$Pn = \frac{Птд}{Втд} * 100,$$

де $Птд$ – прибуток від туристичної діяльності, грн; $Втд$ – витрати, пов'язані з наданням туристичних послуг, грн;

– витратоємність послуг – характеризує обсяг витрат, що припадають на 1-му грн наданих послуг; розраховується за формулою:

$$BM = \frac{Втд}{ОПтд},$$

де $ОПтд$ – обсяг туристичних послуг, грн [2, с.86].

П'ята група. *Ефективність господарської діяльності*

– рентабельність обороту – розраховується за формулою: ,

$$Pz\partial = \frac{Пзд}{ОП} * 100,$$

де $Пзд$ – прибуток від звичайної діяльності, грн; $ОП$ – обсяг реалізації послуг, грн.;

– рентабельність витрат характеризує прибутковість здійснення витрат; розраховується за формулою:

$$Pv = \frac{Пзд}{B} * 100,$$

де B – поточні витрати, грн.

– витратовіддача – характеризує обсяг послуг, що отримує підприємство на 1-му грн здійснених витрат; розраховується за формулою: .

$$BB = \frac{ОП}{B},$$

– ринкова частка – характеризує ступінь охоплення ринкового потенціалу підприємства; для розрахунку використовує вартісний і натуральний методи [2, с.87].

Шоста група. *Фінансовий стан підприємства*

– коефіцієнт абсолютної ліквідності – оцінює можливість підприємства розраховуватися за короткостроковими зобов'язаннями найближчим часом, розраховується за формулою:

$$Ka\bar{b} = \frac{ГК + КФВ}{ПЗ},$$

де $ГК$ – грошові кошти, грн.; $КФВ$ – короткострокові фінансові вкладення, грн; $ПЗ$ – поточні зобов'язання, грн;

– коефіцієнт автономії – характеризує залежність підприємства від позикових джерел фінансування; розраховується за формулою:

$$Ka = \frac{ПК}{BK},$$

де $ПК$ – позикові кошти, грн; BK – власні кошти, грн.;

– коефіцієнт оборотності оборотних коштів (разів) – характеризує швидкість обороту оборотних коштів підприємства; розраховується за формулою:

$$Kok = \frac{O}{OK},$$

де OK – оборотні кошти, грн;

– коефіцієнт платоспроможності – характеризує здатність фірми виконувати свої зобов'язання й визначає ймовірність банкрутства:

$$K_{пл} = \frac{BK}{A},$$

де A – активи підприємства, грн. [2, с.87].

Висновки. Запропонована система показників дозволить здійснити комплексну оцінку конкурентоспроможності туристичного підприємства на основі розрахунку таких груп показників: конкурентоспроможність обслуговування, конкурентоспроможність туристичного продукту, ефективність використання ресурсів; ефективність реалізації послуг, ефективність господарської діяльності; фінансовий стан підприємства.

1. Багієв Г.Л., Тарасевич В.М., Анн, Х. Маркетинг: Учеб. для студентов вузов, обучающихся по экон. спец./Под общ. ред Г.Л. Багиева.– М.: Экономика, 1999.– 704 с.
2. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: Навч. посіб.– К.: Київ. Нац. торг.-екон. ун-т, 2006.– 180 с.
3. Млоток Е. Принципи маркетингового исследования конкуренции на рынке /Е. Млоток [электронный ресурс].– Режим доступа: www/marketing.spb.ru/resd/m3/index.htm.
4. Сумець О.М., Сомова О.Є., Пеліхов Є.Ф. Оцінка конкурентоспроможності сучасного промислового підприємства. навч.-практ. посібник. Для студентів економ. спец.– К.: Професіонал, 2007.– 208 с.
5. Фатхутдінов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление.– М.: ИНФРА-М.– 2000.– 312 с.– (Серия «Высшее образование»).
6. Фатхутдінов Р.А., Осовська Г.В. Управління конкурентноздатністю організації: Підручник.– К.: «Кондор», 2009.– 470 с.