

З огляду на те, що управління конкурентоспроможністю підприємства відбувається у певному середовищі функціонування, для поліграфічних підприємств запропоновано застосування інтерактивного, змішаного видів планування конкурентоспроможності підприємств, яке б здійснювалось безперервно і забезпечило стійкість позицій та конкурентних переваг на ринку серед підприємств цієї галузі.

Підводячи підсумки, варто зазначити, що конкурентоспроможність будь-якого підприємства залежить від багатьох факторів, таких як прийнятні ціни, висока якість, ефективний менеджмент, продумана реклама і якість обслуговування і сервісу підприємства.

Ключовими шляхами підвищення конкурентоспроможності підприємства є організація ефективної інноваційної діяльності підприємства, в основі якої повинна лежати стратегія маркетингу, організаційно-технологічна підготовка виготовлення високоякісної продукції.

Література

1. Гавриш О.А. Основні фактори впливу на конкурентоспроможність поліграфічних підприємств / О.А. Гавриш, В.В. Гриценко, З.В. Григорова // Економічний вісник НТУ України "Київський політехнічний інститут". – К. : Вид-во НТУ "КПІ". – 2008. – Вип. 28. – С. 23-29.
2. Єрмак А.В. Конкурентоздатність підприємства: сутність поняття (проблематика питання) / А.В. Єрмак // Вісник економічної науки України : наук. журнал. – 2005. – № 1. – С. 41-44.
3. Ілляшенко В.А. Рейтингове управління конкурентоспроможністю продукції та підприємства / В.А. Ілляшенко // Держава та регіони : наук.-виробн. журнал. – 2004. – № 3. – С. 91-94.
4. Кондрашова В. Экономика полиграфического предприятия : учебник [для студ. ВУЗов] / В. Кондрашова, О. Исаева. – М. : Изд-во МГУП, 2000. – 320 с.
5. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту : підручник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – Вид. 2-ге, [перероб. та доп.]. – К. : Вид-во "Академвидав", 2007. – 464 с.
6. Лозовський Ю.А. Формування стратегії як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємств / Ю.А. Лозовський // Актуальні проблеми економіки : наук. економ. журнал. – 2008. – № 3(81). – С. 84-88.
7. Мерзлякіна Е. Анализ продаж на полиграфических предприятиях / Е. Мерзлякіна // Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. – 2007. – № 8 (104). – 58 с.
8. Піддубна Л.І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління : монографія / Л.І. Піддубна. – Харків : Вид-во ІНЖЕК, 2007. – 369 с.
9. Прохорова В.В. Потенціал конкурентоспроможності підприємств: теоретичний аспект / В.В. Прохорова // Економіка і управління : наук. журнал. – 2011. – № 6. – С. 34-37.
10. Романко О.П. Стратегічне планування конкурентоспроможності підприємств / О.П. Романко // Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу : зб. наук. праць. – 2008. – № 1(17). – С. 119-122.
11. Хамініч С. Методика інтегральної оцінки рівня конкурентоспроможності промислового підприємства / С. Хамініч // Економіст : наук. журнал. – 2006. – № 10. – С. 59-61.
12. Череп А.В. Стратегічне планування і управління : навч. посібн. / А.В. Череп, А.В. Сучков. – К. : Вид-во "Кондор", 2011. – 334 с.
13. Швайка Л.А. Фактори якості і конкурентоспроможності продукції поліграфічних підприємств / Л.А. Швайка // Наукові записки УАД : наук.-техн. зб. – Львів : Вид-во УАД. – 2000. – № 2. – С. 114-116.

Давидюк І.Л. Конкурентоспроможність поліграфічного підприємства

Рассмотрены сущность и особенности планирования в системе управления конкурентоспособностью полиграфических предприятий. Обоснована целесообразность применения планирования конкурентоспособности, что обеспечило бы устойчивость позиций и конкурентных преимуществ полиграфических предприятий на рынке. Доказано, что у полиграфических предприятий конкурентоспособность зависит от многих факто-

ров, таких как приемлемые цены, высокое качество, эффективный менеджмент, продуманная реклама, качество обслуживания и сервиса предприятия. С целью повышения конкурентоспособности полиграфического предприятия следует осуществлять эффективную инновационную деятельность на основе стратегии маркетинга, организационно-технологической подготовки производства, высококачественной продукции.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность предприятия, управление конкурентоспособностью, полиграфические предприятия.

Davydiuk I.L. Printing Company Competitiveness

The nature and features of planning competitiveness management for printing enterprises are presented. It is offered to use interactive, mixed and continuous types of planning based on the concept of competitiveness ranking that would ensure sustainability position and competitive advantages in the market among the enterprises in the industry. Printing company's competitiveness is proved to depend on many factors such as reasonable price, high quality, efficient management, sound advertising, quality of service and service companies. In order to increase competitiveness, printing company should implement effective innovation based on the marketing strategy, organizational and technological preparation of production and high quality products.

Keywords: competition, enterprise competitiveness, management of competitiveness, printing enterprise.

УДК 332.1+336.6+338.012

Аспір. Я.В. Григор'єва¹ –

Львівська державна фінансова академія

КОНЦЕПЦІЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИЗМУ

Розглянуто актуальність фінансового забезпечення туристичної галузі. Досліджено стан споживчого ринку та його вплив на формування економіки України. Сформульовано нову економічну категорію – економічна бідність. Визначено основні принципи бідності, шляхи та наслідки її подолання. Здійснено оцінку стану фінансового забезпечення туризму. Висвітлено переваги впливу туризму на соціально-економічне відродження населення. Запропоновано покращення фінансового стану туристичної галузі та розглянуто роль туризму в забезпеченні добробуту населення.

Ключові слова: туризм, економічна бідність, споживчий ринок, добробут населення.

У системі фінансового забезпечення туристичної галузі запропоновано, фактично, нову і водночас надзвичайно ефективну концепцію вирішення цього питання на принципах невідкладного подолання бідності населення. Адже 45-46-мільйонна чисельність населення України є могутнім інвестиційним джерелом і водночас не потребує додаткових затрат щодо забезпечення кредитних процесів, що може бути за умов надання позик чи іноземних інвестицій. Лише у випадку, що кожен громадянин держави вкладе в туристичну галузь по одній гривні, загальна сума становитиме 45-46 млн грн, за умови відповідних вкладень по 100 грн, загальна сума інвестицій становитиме 4,5 млрд грн.

За останні роки у сфері надання послуг населенню України відбувались суперечливі зміни, які відображали як позитивні, так і негативні тенденції розвитку сфери послуг. Товарообіг підприємств роздрібної торгівлі за 2000-2011 рр. зріс від 28757,4 млн грн до 350059,2 млн грн або у 12,2 раза; обсяг реалізації продовольчих товарів за цей же час зріс від 12861,0 млн грн у 2000 р. до

¹ Наук. керівник: проф. Р.І. Тринько, д-р екон. наук

124905,0 млн грн у 2011 р., або у 9,7 раза, тоді як обсяг реалізації непродовольчих товарів за відповідний період зріс від 13826,7 млн грн до 213785,0 млн грн або у 12,5 раза. Реалізація продовольчих товарів у мережі ресторанного господарства знизилась від 7,0 % у загальному обсязі роздрібного товарообороту у 2000 р. до 3,0 % у 2011 р. [2, с.285]. Як позитивний факт соціальної значущості, варто відзначити істотне скорочення продажів алкогольних напоїв на одну особу. У 1990 р. в розрахунку на одну особу було реалізовано 4,1 л абсолютного алкоголю, а у 2011 р. – 2,9 л або на 29 % менше.

Водночас спостерігається скорочення вітчизняного виробництва, про що свідчить частка продажу споживчих товарів, які вироблені на території України. Якщо у 2000 р. товарів вітчизняного виробництва в загальному обсязі продажу було реалізовано 75,3 %, то у 2011 р. – 61,9 % або на 13,4 % менше. А це означає скорочення зарплат, відрахувань до соціальних фондів, скорочення та згортання внутрішнього ринку, скорочення надання соціальних послуг, тобто відбувається загальне зубожіння населення.

Скорочення внутрішнього споживчого ринку підтверджується і даними про обсяги реалізації продовольчих товарів через торгівлю мережу підприємств. Якщо у 1990 р. м'яса та м'ясних продуктів було продано 2384 тис. т, то у 2011 р. – 480 тис. т, або лише 20,1 %, кондитерських виробів – відповідно 997290 та 29,1 %, борошна та виробів з нього – 7568834 та 4,0 % [2, с. 289].

Про згортання внутрішнього споживчого ринку переконливо свідчать наступні дані. Якщо на кінець 1990 р. кількість об'єктів роздрібної торгівлі становила 145,7 тис., то у 2011 р. – 64,2 тис. або на 55,9 % менше; відповідно кількість об'єктів ресторанного господарства скоротилась від 62,7 тис. у 1990 р. до 22,9 тис. у 2011 р. або на 63,5 % менше. Таким чином є всі симптоми подальшого зубожіння населення та згортання соціальної інфраструктури. За таких умов важко очікувати активізації туристичної діяльності, оскільки не потребує особливої доказовості аксіома про те, що убогому жителю не до туризму. Отож, формується така нова економічна категорія, як туристична бідність.

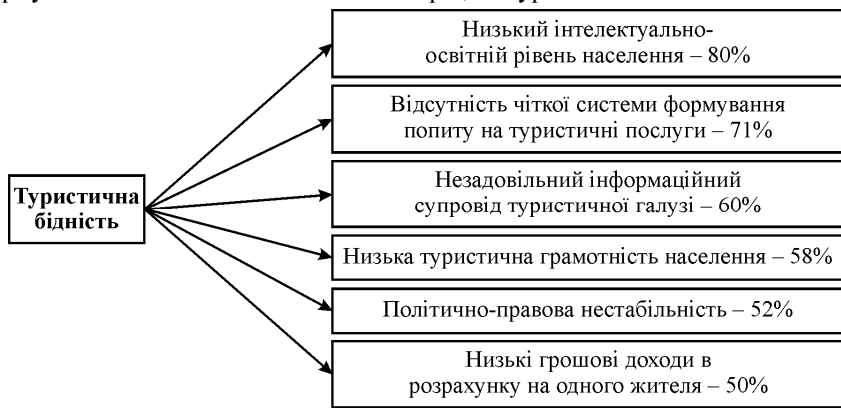


Рис. 1. Рейтингова оцінка факторів туристичної бідності (власна розробка автора)

Туристична бідність формується під впливом багатьох факторів, які за своїм рейтингом розташовані на рис. 1. Запропоноване таке трактування категорії "туристична бідність: туристична бідність, це відсутність в особистості можливості знати та володіти інформаційно-кваліфікованими параметрами про туристичний продукт та матеріальних ресурсів доступу до нього".

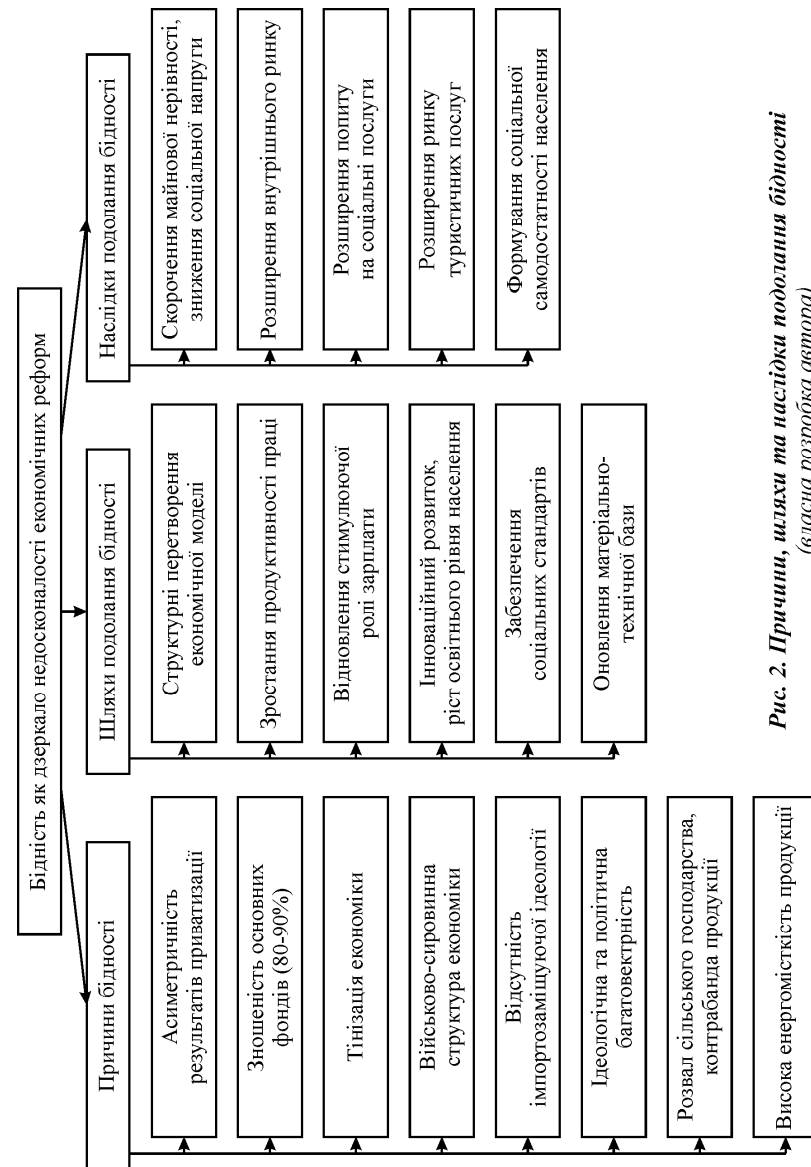


Рис. 2. Причини, шляхи та наслідки подолання бідності (власна розробка автора)

На фоні туристичної бідності обґрунтовано алгоритмічну модель бідності, яка включає блок факторів причин бідності, шляхів її подолання та соціально-економічних наслідків, зокрема активізації внутрішнього ринку та оздоровлення системи фінансового забезпечення туристичної галузі. Алгоритмічна модель подолання бідності є основоположною базою фінансового забезпечення туристичної галузі. Всі інші шляхи фінансового забезпечення туристичної галузі є похідними від моделі подолання бідності (рис. 2).

Важливим фактором подолання бідності є зростання освітнього рівня населення. Для успішного розвитку економіки необхідно, щоб в структурі населення було 55-60 % людей з вищою освітою. Професор В. Куценко наводить формулу, яка набула широкого вжитку на Заході, за якою вважається, що коли сім'я вкладає в освіту 10 % свого доходу, її добробут зростає на 26 % [1, с. 32].

Для того, щоб забезпечити належний попит на туристичні послуги, необхідно подолати бідність населення та забезпечити на кожного члена сім'ї місячний дохід не менше як 1 тис. дол. [1, с. 33].

Одним із показників бідності населення є питома вага витрат населення на харчування. У розвинених країнах на харчування витрачають 10-11 %, тоді як в Україні фактичний рівень витрат на харчування становить 65-70 %. За таких умов практично неможливо вести мову про виділення фінансових ресурсів на придбання туристичних послуг, тобто на фінансове забезпечення туристичної галузі. Лише за умови, що буде подолано бідність населення, воно стає найбільш надійним та масштабним інвестором будь-якого проекту, зокрема туристичної галузі.

Окремі автори здійснили розрахунки необхідного рівня зарплати в Україні за умов, коли питома вага витрат на продовольство становить 25 %.

За даними О.М. Шпичака та О.В. Боднар, за умови, що на продовольство буде витрачено 25,1 %, необхідний розмір заробітної плати в Україні повинен становити 7713 грн (за умов фактичної структури харчування) та 10976 грн за умов розміру та структури харчування на рівні країн Європи, і 23411 грн – на рівні Німеччини. Фактичний рівень заробітної плати в Україні за 2012 р. становив 3026 грн, що до оптимального рівня в Україні становив 39,2 %, до рівня країн Європи – 27,6 %, та рівня Німеччини – 12,9 % [3, с. 12]. Наведені дані дають підставу стверджувати про:

- надзвичайно низьку купівельну спроможність населення України, яку можна трактувати як бідність;
- для підвищення купівельної спроможності населення та активізації діяльності внутрішнього ринку, зокрема забезпечення попиту на туристичні послуги, необхідно подолати бідність населення.

Причини, шляхи та наслідки подолання бідності обґрунтовано в алгоритмічній моделі на рис. 2.

Висновки. Запропонована концепція людиноцентристської (егоцентристської) моделі фінансового забезпечення туризму передбачає подолання майнової поляризації суспільства та відповідного зростання попиту на туристичні послуги. Така концепція базується на принципі "вулиці з двохстороннім рухом", тобто передбачається інтелектуальне та майнове зростання особистості

за умови одночасного зростання якості послуг на основі всебічного вдосконалення інфраструктури туристичних агенцій.

Література

1. Куценко В. Зміщення соціальної бази реформ – шлях до подолання бідності / В. Куценко // Економіка України : політико-економічний журнал. – 2002. – № 2. – С. 27-34.
2. Статистичний щорічник України за 2011 рік. – К. : Вид-во ТОВ "Август Трейд", 2012. – 552 с.
3. Шпичак О.М. Проблеми смності внутрішнього споживчого ринку сільськогосподарської продукції та продовольства в Україні у контексті купівельної спроможності населення / О.М. Шпичак, О.В. Боднар // Економіка АПК : міжнар. наук.-виробн. журнал. – 2013. – № 6. – С. 5-13.

Григорьева Я.В. Концепция благосостояния финансового обеспечения туризма

Рассмотрена актуальность финансового обеспечения туристической отрасли. Исследовано состояние потребительского рынка и его влияние на формирование экономики Украины. Сформулирована новая экономическая категория – экономическая бедность. Определены основные принципы бедности, пути и последствия ее преодоления. Осуществлена оценка состояния финансового обеспечения туризма. Освещены преимущества влияния туризма на социально-экономическое возрождение населения. Предложено улучшение финансового состояния туристической отрасли и рассмотрена роль туризма в обеспечении благосостояния населения.

Ключевые слова: туризм, экономическая бедность, потребительский рынок, благосостояние населения.

Grygorieva A.V. The Welfare Concept of the Financial Security for Tourism

The relevance of financial security of the tourism industry is studied. The state of the consumer market and its impact on the formation of Ukraine's economy is researched. A new economic category – economic poverty is formulated. The basic principles of poverty and ways to overcome its effects are proposed. The estimation of financial support for tourism is done. The advantages of tourism impact on the socio-economic recovery of the population are highlighted. Some ways to improve the financial condition of the tourism industry are offered. The role of tourism in welfare provision is distinguished.

Keywords: tourism, economic poverty, the consumer market, the welfare of the population.

УДК 338.48

Доц. А.В. Дубодєлова, канд. екон. наук; доц. І.Я. Кулиняк,
канд. екон. наук; асист. Ю.Г. Бондаренко – НУ "Львівська політехніка"

КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД ДО АНАЛІЗУ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Проаналізовано туристичні потоки у розрізі регіонів України за кількістю іноземних туристів та туристів – громадян України, які виїжджали за кордон у контексті розвитку міжнародного туризму в Україні. Для цього використано кластерний аналіз, завданням якого було знаходження подібних груп об'єктів у заданій вибірці. Дослідження проведено у двох напрямках: у першому – досліджено регіони України щодо відвідування іноземними туристами; у другому – туристичні потоки в розрізі регіонів України щодо туристів – громадян України, які виїжджали за кордон. Цей аналіз є надзвичайно актуальним на сьогодні, оскільки він дає змогу виокремити ті регіони, які є найбільш популярні та туристично привабливі серед іноземних туристів.

Ключові слова: міжнародний туризм, кластерний аналіз, іноземні туристи.