

7. Ковалевич Д.А. Формування і виконання місцевих бюджетів в регіонах з обмеженими фінансовими ресурсами: автореф. дис... канд. екон. наук: спец. "Фінанси, грошовий обіг і кредит" / Д.А. Ковалевич. – Тернопіль, 2007. – 20 с.

8. Статистичний збірник. Малі підприємства Хмельницької області у 2008 році / За ред. В.В. Скальського. – Хмельницький, 2009. – 75 с.

9. Указ Президента України від 28.06.99 р. № 746 "Про спрощену систему оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого підприємництва" [Електронний ресурс] // Режим доступу: www.rada.gov.ua.

УДК 334.322

О. І. ГОНЧАР

Хмельницький національний університет

МОТИВАЦІЙНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

У статті аналізується сучасний стан туристичної галузі України. Висвітлюються основні проблеми цієї сфери, а також формуються основні напрямки щодо забезпечення формування конкурентного потенціалу та вдосконалення туризму.

This article examines the current state of tourism industry in Ukraine. Highlights the main issues in this field, and formed the main directions for the formation of competitive potential and improve tourism.

Ключові слова: туризм, туристичні послуги, потенціал підприємств, туристичний продукт, прибутки, ресурси, конкурентоспроможність, мотиваційні заходи.

Вступ. В останні роки світовий туристичний ринок характеризується зростанням попиту на туристичні послуги. У багатьох країнах туризм перетворився в одну з провідних галузей економіки, став надійним джерелом поповнення бюджету. У державах, що активно розвивають цю галузь, туризм і, особливо, іноземний туризм, сприяє фінансовому наповненню бюджету, формуванню нових робочих місць, росту доходів населення та розв'язанню багатьох соціально-економічних проблем.

Включення України у світову інтеграцію передбачає формування та розвиток принципово нових форм функціонування підприємств, зміну економічних відносин з державою власниками, партнерами по бізнесу, працівниками; активну участь у процесах глобалізації економіки та міжнародної співпраці у різних сферах.

Основна частина. Роль туризму у світовій системі господарства є вагомим. Можна з впевненістю сказати, що характерною рисою кінця ХХ – початку ХХІ ст. є бурхливий розвиток туризму, який по своїй економічній віддачі вийшов на провідні позиції у світовій економіці. Так, якщо у 1950 році туристичні подорожі здійснили 25 млн осіб, то більш ніж за півстоліття їх кількість збільшилась у 30 разів і, за даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО), досягла у 2007 році – 903 млн осіб.

У багатьох країнах прибутки від обслуговування туристів становлять основну частину надходжень. За результатами 2005 року, туристична галузь утворила 10,7 % світового внутрішнього продукту і поглинула біля 11 % витрат споживачів. Наприклад, в Іспанії частка прибутків від іноземного туризму в загальній сумі надходжень від експорту товарів і послуг складає 35 %, на Кіпрі та в Панамі – понад 50 %, на Гаїті – більш як 70 %. У 2003 році США від реалізації туристичних послуг іноземним громадянам отримали 58 млрд дол., Франція і Італія – по 27 млрд дол., Іспанія – 25 млрд дол.

Річні надходження від світової туристичної галузі становлять 500 млрд дол. США. Тому для багатьох країн на сьогодні однією з головних задач є розвиток реакційно-туристичної сфери. Для прикладу Туреччина, зосередивши зусилля на розвитку цієї галузі отримала несподіваний результат: вже через 10 років доходи цієї країни від туризму зросли з 7 до 200 млн дол., тобто більше, ніж в 25 разів.

За таких умов Україна теж повинна використати всілякі можливості, з метою зростання її частки у наведених даних. Україна має значний туристичний потенціал, оскільки вона розташована в центрі Європи на перехресті транспортних шляхів та має для поступального розвитку своєї рекреаційної сфери сприятливі природно-кліматичні умови, значний історико-культурний потенціал, необхідні людські та матеріальні ресурси. Туристична галузь економіки – це саме та галузь, яка заслуговує в Україні на більшу увагу для розвитку.

Оскільки, саме за рахунок цього існує реальна можливість забезпечити значний внесок в економіку держави у вигляді підвищення зайнятості населення, збільшення надходжень від зовнішньоекономічної діяльності та поповнення державного і місцевих бюджетів через салату податків. Унікальні ландшафти, чудові краєвиди, національні парки, заповідники та заказники, мінеральні й термальні води, грязьові джерела створюють усі передумови для формування в Україні високорозвиненого, індустріального, розрахованого навіть на найбільш вибагливих та заможних людей туристичного комплексу. На сьогодні від 48 % до 67 % обсягів

туристичної діяльності в Україні забезпечують підприємства АР Крим, м. Києва та Одеської області. Однак такі регіони, як Карпати, Полісся, окремі райони Лісостепу, Степу, Причорноморсько-Азовського узбережжя і Криму, в перспективі також можуть стати великими, з розвинутою інфраструктурою, туристичними комплексами не лише загальноєвропейського, а й світового значення.

За рівнем розвитку рекреаційно-туристичних послуг наша держава значно відстає від більшості європейських країн. Такий стан не є нормальним і потребує активізації процесів щодо створення в нашій державі потужної рекреаційної індустрії, яка спроможна задовольняти різноманітні рекреаційні потреби як мешканців України так і іноземних туристів. У вирішенні зазначених проблем особливе значення може відіграти оптимальне проведення планової роботи, використання фінансових інструментів, щодо сприяння розвитку галузі на рівні держави та окремих регіонів, а також – мотиваційних механізмів стимулювання високопродуктивної праці – на рівні підприємств.

Особливо актуальними питання розвитку туризму є в сучасних умовах – за умов економічної кризи. Як показує світовий досвід, індустрія туризму може розвиватись і в період економічних криз, оскільки витрати на створення одного робочого місця тут в 20 разів менші ніж у промисловості, а оборотність інвестованого капіталу – у 4,2 рази вища, ніж в інших галузях господарства. Прикладом можуть бути економіки таких країн, як Аргентина, Бразилія, Мексика, Єгипет, Туніс, Перу та інші.

Рекреаційне обслуговування в Україні активізується у 80-х роках минулого століття. До того часу основна частина туристів і відпочиваючих здійснювала тури в межах України. Міжнародний туризм був розвинутий, порівняно з наявним потенціалом, дуже слабо. Лише невелика частина співгромадян могла відвідати зарубіжні країни. Так, існували суттєві бюрократичні перешкоди, мав місце невеликий відсоток відносно забезпечених людей та значна частка людей відносилась до категорії “невиїздних”.

В свою чергу, зарубіжні туристи також обмежувались у своїх правах. Значна частина міст та територій України були заборонені, або потребували спеціального дозволу для в'їзду іноземців. Це обмежувало розвиток міжнародного туризму. Основними центрами міжнародного туризму вважались – Київ, Південний берег Криму, Львів, Одеса, Харків та деякі інші міста.

У першій половині 1980-х років особливо швидко почала зростати кількість баз відпочинку, туристичних закладів, оздоровчих таборів для дітей. Протягом 10 років розвиток мережі туристичних закладів перевищив два рази. На початку розбудови економічної самостійності в Україні особливого розвитку набуває “комерційний” туризм. Сьогодні особливо активно розвивається соціальний туризм, який ставить за мету змістовне оздоровлення та відпочинок широких кіл населення за доступними цінами. Його розвитком займається значна кількість структур, об'єднань, підприємств та організацій різних форм власності та відомчого підпорядкування.

Значний внесок у теорію дослідження сфери туризму, можливих шляхів мотивації інтенсивного розвитку зробили такі українські вчені, теоретики і практики, як А. Гайдук, Ю. Заставний, В. Кравців, Р. Кратінов, М. Крачило, О. Любіцева, В. Мацола, Г. Михайличенко, Б. Петровський, Т. Сокол, В. Федорченко, О. Шаблій, Б. Яценко та інші.

Економічні дослідження туристської проблематики щодо питань економічної та соціальної ефективності розвитку туризму як галузі, теоретичного обґрунтування шляхів перспективного використання туристського потенціалу та механізмів управління цим процесом відображені в працях українських фахівців: Н. Кузнецової, В. Герасименка, Л. Іванової; російських та зарубіжних вчених: В. Квартальнова, Д. Исмаєва, І. Балабанова, В. Сеніна, Р. Браймера, Ф. Котлера, Р. Пітера Діксона, Д. Уокера.

Узагальнено виділяють основні чинники розвитку туризму: дохід та рівень добробуту населення, відпочинок, вільний час, суспільні цінності, мобільність і транспорт, техніка, технологія і засоби комунікацій, розвиток ресурсів і туристичної індустрії [2, с. 231].

Як зазначалось, сьогодні розвиток туристичної індустрії відбувається на фоні розвитку глобалізації у світовій економіці. Глобалізацію у туризмі розглядають у широкому та у вузькому значенні. У широкому значенні глобалізація, ототожнюється з діяльністю, яка має міжнародний характер. Це проявляється у стиранні кордонів та перешкод для подорожування у цілому світі, здійснення діяльності туристичними підприємствами без прив'язки до конкретної країни.

На ринку подорожей все більше представлено попит туристів, які подорожують по всьому світу, і підприємствами та організаціями, що діють у багатьох країнах. В останні роки міжнародний туристичний рух перетворюється на масове явище. У туристичній галузі чітко спостерігаються прояви глобалізації. Сьогодні в туризмі розповсюдженими стають не лише об'єднання підприємств на засадах об'єднання капіталу, але і об'єднання підприємств на засадах реалізації спільних інтересів та спільних цілей. До найбільш поширених видів кооперування в міжнародному туризмі належать кооперації, стратегічні альянси та франчайзинг [3, с. 44].

Крім того у туризмі розглядають процеси глобалізації у вузькому значенні, як одну із чотирьох стратегій закордонної експансії туристичних підприємств. Така класифікація базується на ознаках: гомогенізація, тобто – орієнтація на спільні риси закордонних ринків, та гетерогенізація, як орієнтація на відмінності різних закордонних ринків. Зазначені процеси означають, що в основу діяльності на зарубіжних ринках покладаються не відмінності цих ринків, а їх спільні риси. В результаті створюються гомогенні інтегровані структури та продукти з високим ступенем стандартизації.

Україна має великий історико-культурний та природно-рекреаційний потенціал, здатний забезпечити потужний розвиток туристичної індустрії. Виконання завдань, визначених “Державною програмою розвитку туризму на 2002–2010 роки”, актуалізувало проблеми підвищення ефективності функціонування галузі, розвитку нових видів туризму, участі різних регіонів у туристичній індустрії, сприяння створенню нових робочих місць, росту заробітної плати працівників галузі та використання інших методів мотивації. Тут, слід врахувати особливості туристичних послуг, а саме те, що в процесі їх створення беруть участь багато підприємств. Тобто задоволення туристичних та рекреаційних потреб кожного споживача і суспільства в цілому здійснюють підприємства різних галузей і різних форм власності, які створюють окремі складові частини комплексного продукту – туристичного продукту. Ці підприємства і є головними елементами системи, яка розглядається як рекреаційно-туристичний комплекс. До їх складу входять підприємства, що створюють комплексний продукт та організують його споживання, які надають послуги гостинності, транспортні послуги, харчування, торгівлі, розважальні та інші.

Процеси глобалізації на державному рівні передбачають формування рекреаційно-туристичного комплексу, а також повинні передбачатись державні заходи щодо його розвитку. Так, формування відбувається згідно з функціонально-цільовим критерієм: комплексний характер виробництва рекреаційного продукту та спільна мета виробничої діяльності, а також сприяння підвищенню якості продукту і оптимізації витрат сприяють створенню виробничих комплексів відповідного профілю. Крім того, функціонування такого комплексу в межах встановлених норм та правил природокористування та ресурсозбереження, забруднення навколишнього природного середовища обумовлює цю сферу господарювання як ресурсного та екологічно сумісного, що відповідає принципам екологічної безпеки соціально-економічного розвитку. Крім того, досягається можливість координації управління ефективністю використання ресурсів, загальною стратегією розвитку та забезпечення комплексної ефективності. Зміна соціально-економічних умов господарювання у зв'язку із переходом до ринкових відносин та підвищення ролі туризму в структурі національної економіки та економіки окремих регіонів зумовлюють необхідність удосконалення організаційно-економічного механізму функціонування рекреаційно-туристичних комплексів, зокрема формування сучасних інтегрованих форм їх організації.

В умовах ринку при широкому залученні приватного капіталу можливе створення корпорацій рекреаційних підприємств [4, с. 6–7], які дозволяють розвивати рекреаційну діяльність, забезпечуючи структурну незалежність будь-якого рекреаційного підприємства. Разом із цим існує потреба створення спеціалізованих асоціацій (туризму, санаторного лікування та ін.), а також впровадження кластерних моделей організації туристичної діяльності. Такі сучасні організаційні форми інтеграції підприємств здатні здійснювати збалансований розвиток індустрії туризму та відпочинку, а також інфраструктури рекреації, забезпечуючи свій внесок у вирішення економічних регіональних проблем. Головна мета створення кластерів у туризмі – підвищення конкурентоспроможності продукції чи послуг членів кластера на ринках різних рівнів [5]. Як один із прикладів використання кластерної моделі організації регіональних туристичних кластерів, можна назвати м. Вознесенськ Миколаївської області. З метою розвитку туризму та зміцнення економічного потенціалу це місто у 2004 році стало ініціатором створення малими містами півдня України туристичного кластера “Південне туристичне кільце”, в межах якого відбулось об'єднання 10 міст-партнерів: м. Вознесенськ, м. Первомайськ, м. Нова Одеса Миколаївської обл., м. Гола Пристань, м. Цюрупинськ Херсонської обл., м. Южне, м. Білгород-Дністровський, м. Ізмаїл, м. Іллічівськ Одеської області, м. Алушка АР Крим [6].

Таким чином, державне сприяння та регулювання розвитку туристичної галузі на різних рівнях повинно спрямовуватись на підвищення мотивації як окремих підприємств, підприємств, організацій та їх об'єднань, а також окремих працівників, і створення сприятливих умов для розвитку туризму, формування конкурентних переваг окремих підприємств. Як відомо, конкурентні переваги з'являються тоді, коли підприємство виконує необхідні дії з меншими витратами, або застосовує оригінальні способи дії, що створюють нецінову споживчу цінність. Конкурентні переваги у видах діяльності є наслідком ефективності операційної діяльності і конкурентної стратегії, визначаючи економічність і результативність підприємства в цілому.

Висновки. Комплексна система туристичного обслуговування повинна передбачати такі групи заходів: забезпечення основних видів послуг з приймання та розміщення туристів, тобто і будівництво готелів, кемпінгів, турбаз, мотелів, підприємств харчування, транспортних підприємств; організація показу визначних місць, розвиток музейних експозицій; забезпечення додаткових видів обслуговування туристів у вільний час; організація господарського обслуговування, створення базових підприємств харчування, комунально-побутового обслуговування, транспорту, інженерне забезпечення підприємств туристичного комплексу, будівництво житла для персоналу, організація закладів з підготовки кадрів, сприяння росту заробітної плати та інших видів матеріального і нематеріального стимулювання працівників.

В якості конкурентних переваг в туристичній сфері повинні розглядатись та діяльність підприємств повинна спрямовуватись на забезпечення високої якості послуг, майстерності і досвіду працівників, формуванню сприятливого контакту з клієнтами, орієнтації на споживача, його запити і побажання, ефективна реклама і сприятливі умови продажу послуг, забезпечення додаткових послуг, вигідне місцезнаходження, територіальне поєднання природних умов, рекреаційних і бальнеологічних ресурсів, тощо. Виконання зазначених завдань зумовить прискорений розвиток туристичного комплексу України, зробить його конкурентоспроможним, життєздатним та самоокупним, створить сприятливий клімат для споживача та зацікавленість для інвесторів. А це, в свою чергу, сприятиме зростанню авторитету України на світовому ринку туристичних по-

слуг, зміцненню економіки країни, наповненню державного бюджету, створенню потужної туристичної галузі, зростанню добробуту українських громадян, збереженню історико-культурної спадщини та піднесенню духовного потенціалу суспільства.

Отже, становлення вітчизняного ринку туристичних послуг є досить важливим не тільки для окремих суб'єктів підприємницької діяльності, окремих регіонів, але і держави. Оскільки виникає можливість зростання прибутків усіх підприємств які приймають участь у формуванні туристичного продукту, зростають надходження до місцевих та державного бюджетів, зростають доходи та зайнятість працівників, забезпечується зростання економічних та соціальних показників, культурного рівня населення загалом.

Література

1. Указ Президента України “Про основні напрямки розвитку туризму в Україні до 2010 року”.
2. Гайдук А.Б. Франчайзинг у міжнародному туризмі в умовах глобалізації / А.Б. Гайдук // Науковий вісник КНТЕУ. – Чернівці: Книги – XXI, 2008. – Вип. III. Економічні науки. – С. 229–237.
3. Сторонянська І.З. Еволюційна концепція міжрегіональних інтеграційних процесів / І.З. Сторонянська // Економіка і право. – 2007. – № 2 (81). – С. 42–46.
4. Казачковська Г.В. Підвищення ефективності функціонування міського рекреаційно-курортного та туристичного господарства України: автореф. дис... канд. екон. наук / Г.В. Казачковська. – Донецьк, 2003. – 15 с.
5. Прочан А.О. Використання кластерних технологій в туризмі: [Електронний ресурс] / А.О. Прочан. – Режим доступу: http://hth://www.rusnauka.com/NPM_2006/Ekonomiks.doc.htm.
6. Про хід виконання міської Програми розвитку туризму в м. Вознесенську на 2003–2010 рр.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hth://www.voznesensk.net/files>.

УДК 012.2

І. А. ГОРЧАКОВА, О. С. СОЛОВЙОВА
Державний університет штучного інтелекту і інформатики

МОДЕЛЬ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ НА МАКРОЕКОНОМІЧНОМУ РІВНІ

У статті розглянуті основні проблеми житлово-комунального господарства України. Розроблена та проаналізована концептуальна модель впливу інвестицій на витрати та доходи ЖКГ.

In article the basic problems of housing in Ukraine. Developed a conceptual model and analyzed the impact on costs and investment income housing.

На даному етапі розвитку комунальне господарство України має певні проблеми, розв'язання яких може дозволити підвищити прибутковість даної структури.

Ключовою з проблем є застарілість основних фондів. За даними Інституту стратегічних досліджень [4], близько 70 % житлового фонду побудовано до 1970 року, зношеність основних фондів перевищує 60 %, а енергоємність послуг у 2,5...3 рази перевищує показники європейських країн. Аналітики інституту вказують на невідповідність наявних інфраструктурних потужностей зростаючим потребам; високий рівень монополізації сфери надання житлово-комунальних послуг і слабкий розвиток конкуренції в цьому секторі; непрозорість формування цін і тарифів за послуги, які надаються підприємствами ЖКГ.

Інвестування в основні фонди дозволить знизити собівартості послуг, залучити нових клієнтів, що підвищить дохідну частину ЖКГ.

Метою роботи є розробка моделі ЖКГ та відображення за її допомогою впливу інвестицій на дохідну і видаткову частини бюджету ЖКГ.

На рис. 1 представлена розроблена нами концептуальна модель впливу інвестицій на бюджет ЖКГ України.

У ній виділимо основні змінні:

1. Прогнозовані змінні:

- платоспроможність населення – величина, яка показує середній дохід населення України;
- інвестиції – величина, що показує кількість коштів, інвестованих у ЖКГ України;
- собівартість послуг – величина, що показує середнє нарахування за використання комунальних послуг на одного клієнта в рік;
- основні фонди ЖКГ – показує стан основних фондів ЖКГ України в рік у грошовім вираженні;
- кількість клієнтів – показує кількість людей, що офіційно користуються комунальними послугами.
- ВВП (валовий внутрішній продукт, який показує ринкову вартість усіх кінцевих товарів і послуг, призначених для безпосереднього вживання, зроблених за рік у всіх галузях економіки України).