

основные причины и процесс потери стратегической стойкости аграрными предприятиями.

Ключевые слова: аграрное предприятие, экономическая безопасность, экономическая стойкость, стратегическая стойкость, сельские территории.

Summary

In the article the constituents of economic security of enterprise and place are considered in her strategic firmness. Maintenance of concept of strategic firmness, factors and features of her providing, is certain in an agrarian sphere. Principal reasons and process of loss of strategic firmness are analysed by agrarian enterprises.

Keywords: agrarian enterprise, economic security, economic firmness, strategic firmness, rural territories.

Список використаних джерел:

1. Бараненко С.П., Шеметов В.В. Стратегическая устойчивость предприятия. –М.: Центрполиграф, 2004. – 285 с.
2. Кульбака Н.А. Сущность и факторы экономической устойчивости предприятия // www.Masters.donntu.edu.ua.
3. Мызникова Т.Н. Факторы формирования экономической устойчивости агропредприятия // www.lib.csu.ru.
4. Шпак М.М. Передумови та причини втрати стратегічної стійкості сільськогосподарськими підприємствами України // Вісник Білоцерківського державного аграрного університету: Зб. наук. праць. Вип. 49. – Біла Церква, 2007. – С. 59-63.
5. Шпак М.М. Чинники формування стратегічної стійкості сільськогосподарських підприємств // Актуальні проблеми економіки. – 2008. - № 3. – С. 122-128.

УДК 338.486.4

Стручок Н.М.

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Постановка проблеми. Сучасний стан економіки країни, що характеризується динамічністю процесів розвитку майже у всіх секторах національної економіки, туристичної індустрії зокрема, обумовлює необхідність детального вивчення кожного елементу, що забезпечить стійкість та процес адаптації підприємств до сучасних умов розвитку бізнесу.

Проблема підтримки належного рівня економічної безпеки для суб'єкта ринку туристичних послуг є однією з найважливіших, оскільки від її рівня залежить функціонування ринку і суб'єкта загалом, і як свідчать дані Державного комітету статистики України у 2009 році кількість збиткових підприємств у сфері туристичних послуг досягнула рівня - 41% [3,с 52]. Наведені особливості обумовлюють необхідність дослідження та аналізу основних напрямів забезпечення економічної безпеки ринку туристичних послуг.

Стан дослідження. Вагомий внесок у дослідження проблеми забезпечення економічної безпеки підприємства зробили провідні вітчизняні вчені: О.Д.Василик, Н.П.Капустін, О.Ф.Новикова, Є.А.Олейніков, Г.А. Пастернак-Таранушенко та західні вчені: Дж.К. Ван Хорн, Т. Аллісон, К. Жюгляр, Дж. Найт, Г. Фостер, Й. Шумпетер. Проте багато питань в даній галузі науки залишаються не дослідженими.

Метою дослідження є аналіз та визначення основних напрямів забезпечення економічної безпеки ринку туристичних послуг на основі її функціональних складових.

Виклад основних положень. Система економічної безпеки підприємства – це комплекс організаційно-управлінських, режимних, технічних, профілактичних заходів, спрямованих на кількісну реалізацію захисту інтересів підприємства від зовнішніх та внутрішніх загроз [1, с.146].

До основних функціональних цілей економічної безпеки належать:

- * забезпечення високої фінансової ефективності роботи, фінансової стійкості та незалежності підприємства;
- * забезпечення технологічної незалежності та досягнення високої конкурентоспроможності технічного потенціалу того чи іншого суб'єкта господарювання;
- * досягнення високої ефективності менеджменту, оптимальної та ефективної організаційної структури управління підприємством;
- * досягнення високого рівня кваліфікації персоналу та його інтелектуального потенціалу;
- * мінімізація руйнівного впливу результатів виробничо-господарської діяльності на стан навколишнього середовища;
- * якісна правова захищеність усіх аспектів діяльності підприємства;
- * забезпечення захисту інформаційного поля, комерційної таємниці і досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення роботи всіх підрозділів підприємства та відділів організації;
- * ефективна організація безпеки персоналу підприємства, його капіталу та майна, а також комерційних інтересів [4, с17-19].

Основними внутрішніми складовими економічної безпеки є:

1) Фінансова складова. Про ослаблення фінансової складової економічної безпеки свідчать: – зниження ліквідності підприємства; – зниження фінансової стійкості тощо. За цю складову економічної безпеки відповідають фінансова та економічна служби підприємства.

2) Інтелектуальна складова. Негативні впливи на цю складову справляють: – звільнення провідних висококваліфікованих працівників. За інтелектуальну складову економічної безпеки на підприємстві відповідає кадрова служба.

3) Кадрова складова. Негативні впливи на кадрову складову спричиняють: – відтік кадрів; – плінність кадрів; – фізичне старіння кадрів, їх знань, кваліфікацій; – низька кваліфікація кадрів; – праця за сумісництвом, що пов'язана з низькою віддачею працівника і можливим виходом конфіденційної інформації за межі підприємства. За цю складову економічної безпеки повинна відповідати кадрова служба підприємства.

4) Правова складова. Правову небезпеку становлять: – недостатня правова захищеність інтересів туристичного підприємства в договірній та іншій діловій документації; – порушення юридичних прав підприємства і його працівників; – навмисне чи ненавмисне розголошення комерційно важливих відомостей. Протидією цим негативним впливам повинна займатися юридична і патентно-ліцензійна служба.

5) Інформаційна складова. Належні служби підприємства виконують певні функції, які в сукупності характеризують процес створення та захисту інформаційної складової економічної безпеки. Не секрет, що головною цінністю для будь – якого підприємства туристичного бізнесу є напрацьована роками клієнтська база, яка найчастіше зберігається в цифровому форматі й належить до об'єктів комерційної таємниці.

Обсяг інформації, який надходить на підприємство формує інформаційну систему. Для підприємства туристичного бізнесу необхідно сформувати інформаційну систему, яка включає весь обсяг інформації для подальшого її аналізу, переробки, передачі та зберігання в МІС підприємства туристичного бізнесу. Маркетингова інформаційна система – це сукупність персоналу, устаткування, процедур і методів, призначених для збору, обробки, аналізу і розподілу своєчасної і достовірної інформації, необхідної для ухвалення маркетингових рішень [2, с.52].

Запропонована інформаційно - аналітична система складається з підсистем, які містять інформацію про смаки та уподобання споживачів, посередників, макро та мікросередовище підприємства, конкурентів, стан розвитку ринку. На основі одержаної інформації побудуємо структуру інформаційно – аналітичної системи туристичного підприємства (рис. 1).

Підсистема аналізу та прогнозування ринку одержує дані про місткість ринку, динаміку цін та еластичність попиту по ціні, тенденції розвитку ринку (зростання, спад, стабілізація), сезонну структуру продажу.

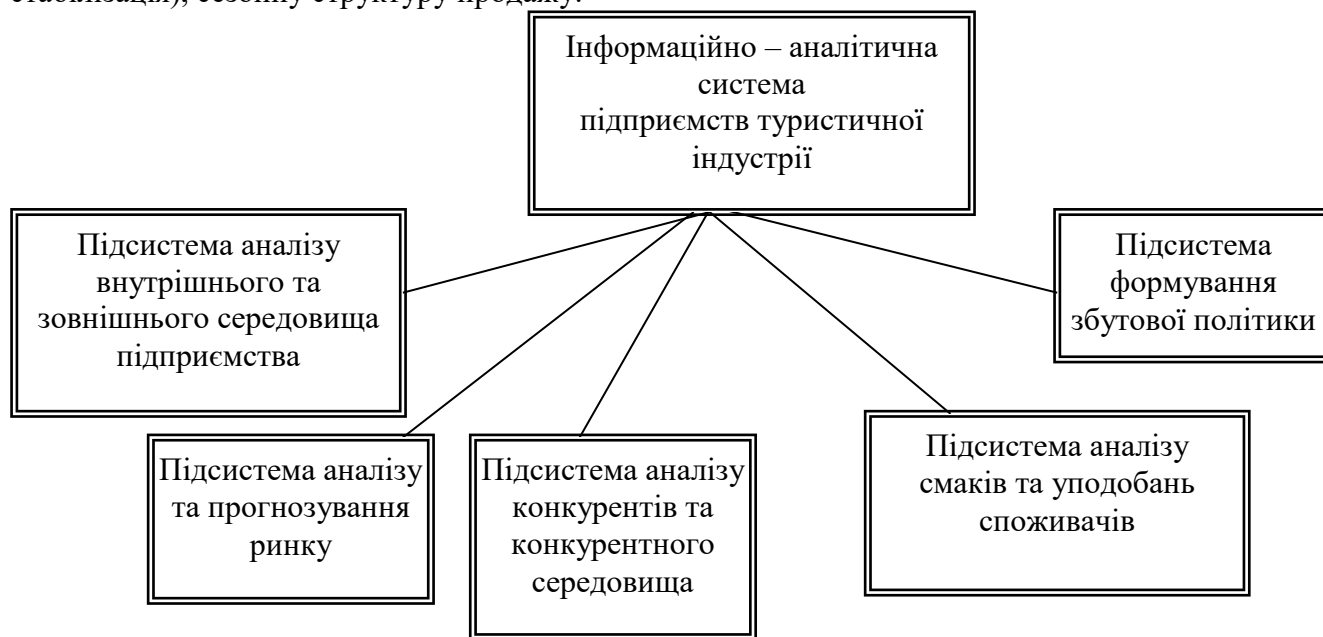


Рис. 1 Структура інформаційно – аналітичної системи туристичного підприємства*

*- авторська розробка

Інформація даної підсистеми може допомогти у прийнятті рішення щодо виходу на нові ринки або більш глибокого проникнення на вже існуючий ринок, запропонувати варіанти щодо удосконалення асортиментної політики.

Підсистема формування збутової політики містить інформацію про тенденції зміни в каналах збуту, сегменти покупців посередників, рівень націнок на різних каналах товароруку, систему знижок, яку надають посередники для кінцевих споживачів.

Дана інформація допомагає прийняти рішення щодо вибору того чи іншого посередника, каналу збуту.

Підсистема аналізу поведінки споживачів містить такі дані: середні доходи споживачів та їх розподіл, соціально-демографічний профіль споживачів в конкретних сегментах, споживчі навички покупців, частоту та періодичність використання послуг, потреби споживачів. реакцію покупців на маркетингові дії (ціну, рекламу, методи стимулювання для купівлі, тощо), розмір незадоволеного попиту, ступінь прихильності до товарної марки.

Інформація цієї підсистеми є підґрунтям для приймати рішення щодо перспективності ринкового сегмента та основних напрямів його поглибленої розробки.

Підсистема аналізу конкурентів та конкурентного середовища містить інформацію про: кількість прямих конкурентів, частку ринку, якою володіють 3-5 пріоритетних конкурентів, тип конкурентної поведінки лідерів, конкурентні переваги у головних конкурентів, характеристику іміджу конкурентів (позиціонування підприємства, наявність додаткових послуг тощо), середній рівень цін, цінову політику, слабкі сторони найбільших конкурентів.

Дана інформація дасть можливість підприємству володіти необхідними знаннями про своїх реальних та потенційних конкурентів, визначити їх сильні та слабкі сторони, що надасть можливість підприємству спрогнозувати їх поведінку та вибрати оптимальну стратегію в конкурентній боротьбі.

Підсистема аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства містить інформацію на основі таких даних: загальний стан економіки та тенденції її розвитку, стан розвитку ринку туристичних послуг, прогнозовані темпи росту реальної заробітної плати, демографічна і соціальна структура населення, законодавча база розвитку туристичного ринку.

Обробка та аналіз даної інформації може буди основою для визначення конкурентних переваг підприємств, сильних та слабких їх сторін, позиціонувати себе на ринку, а також обрати напрям стратегічного розвитку туристичної індустрії.

б) Екологічна складова - проблему охорони екологічної безпеки суспільства від суб'єктів господарювання, що здійснюють виробничо-комерційну діяльність, можна вирішити тільки через розробку і ретельне дотримання національних (міжнародних) норм мінімально допустимого вмісту шкідливих речовин, які потрапляють у навколишнє середовище, а також дотримання екологічних параметрів продукції, що виготовляється.

Кожна з наведених складових системи економічної безпеки туристичного підприємства формується на основі сукупності принципів. До основних принципів системи відносять:

- Пріоритет заходів попередження. Зміст цього принципу полягає у своєчасному виявленні тенденцій та передумов, що сприяють розвитку загроз.

- Законність. Заходи безпеки підприємства розробляються на основі та в межах діючих правових актів.

- Комплексне застосування сил та коштів. Для забезпечення економічної безпеки використовуються всі наявні в розпорядженні підприємства ресурси та кошти.

- Координація та взаємодія ззовні та всередині підприємства. Тобто протидія загрозам здійснюється завдяки об'єднанню зусиль усіх підрозділів та служб підприємств.

- Компетентність. Працівники повинні вирішувати питання безпеки на професіональному рівні.

- Економічна доцільність. Вартість фінансових витрат на забезпечення економічної безпеки підприємства не повинна перевищувати оптимального рівня, при якому губиться економічний зміст їх застосування.

- Планова основа діяльності. Діяльність по забезпеченню безпеки повинна будуватися на основі комплексної програми забезпечення безпеки підприємства, підпрограм забезпечення безпеки по основних її видах та розроблених для їх виконання планів роботи підрозділів підприємства.

- Системність. Цей принцип припускає врахування усіх факторів, які здійснюють вплив на безпеку туристичного підприємства.

Висновок. Отже, система економічної безпеки туристичного підприємства побудована на основі поєднання фінансової, кадрової, інтелектуальної, інформаційної, екологічної та правової складових. Кожна з яких вносить вагомий внесок у забезпечення врівноваженого функціонування підприємств туристичного бізнесу та їх адаптації до змін ринкової кон'юнктури. Запропонована інформаційно-аналітична система надасть можливість підприємствам сфери туристичної індустрії вдало здійснювати управління

збутовою, асортиментною та ціною стратегією, враховуючи стратегічні цілі та завдання.

Анотація

У статті розглянуто основні складові формування економічної безпеки ринку туристичних послуг, запропоновано інформаційно - аналітичну систему для підприємства туристичного ринку, що дасть можливість побудувати ефективну роботу підприємством.

Ключові слова: економічна безпека, ринок туристичних послуг, маркетингова інформаційна система, складові економічної

Анотация

В статье рассмотрены основные составляющие формирования экономической безопасности рынка туристических услуг, предложено информационно - аналитическую систему для предприятия туристического рынка, который даст возможность построить эффективную работу предприятием.

Ключевые слова: экономическая безопасность, рынок туристических услуг, маркетинговая информационная система, составляющие экономической безопасности.

Summary

The basic component formings of economic security of market of tourist services are considered in the article, it is offered informatively - analytical system for the enterprise of tourist market which will enable to build effective work an enterprise.

Keywords: economic security, market of tourist services, marketing informative system, constituents of economic security.

Список використаних джерел:

1. Дубецька С.П. Економічна безпека підприємств України // Недержавна система безпеки підприємства як суб'єкт національної безпеки України: Збірник матеріалів наук.- прак. Конф. Київ, 16-17.05.2001. – К.: Вид-во Європейського ун-ту фін-сів, інформаційних ситем, менеджменту і бізнесу, 2003.
2. Правик Ю.М. Маркетинг туризму : підручник / Ю.М.Правик. – К.: Знання, 2008. – 303 с.
3. Статистичний збірник «Україна у цифрах за 2009 рік» / за ред. О.Г.Осауленко – Київ : Державний комітет статистики України, 2010. –258с.
4. Франчук В.І. Основи економічної безпеки : навчальний посібник. / Львівський державний університет внутрішніх права. – Львів : 2008, - 203с.