

Список використаних джерел:

1. Dream Cities - Мертвые города [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://steamcommunity.com>
2. Города-призраки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.goroda-prizraki.ru/dead-cities.html>
3. Исчезнувшие города [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dead-cities.ru/>
4. Іванов А.М. «Темний» туризм як один з перспективних видів туризму / А.М. Іванов // Бізнес-навігатор: Науково-виробничий журнал. – 2011. - № 5 (26). – С. 186-191.
5. Топчієв О.Г. Основи суспільної географії. Навчальний посібник / О.Г. Топчієв. - Одеса: Астропринт, 2001. - С. 317.
6. Детройт став найбільшим містом-банкрутом США [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dt.ua/WORLD/detroyt-stav-naybilshim-mistom-bankrutom-ssha-133149.html>
7. Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org>
8. Платон. Собрание сочинений в 4-х томах / Платон. – М.: Мысль, 1994.
9. Іванов А.М. Трансформація ландшафтів національного заповідника Ольвія / А.М. Іванов // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету М. Коцюбинського. – 2005. - №6. Серія: Географія. – С. 178-181.

УДК 338.242 ; 338.48

Зінов'єв Ф. В., Короленко Ю. М.

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Постановка проблеми. Конкурентоспроможність підприємства - це здатність витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на цьому ринку [1, с. 269]. У зв'язку з цим стає актуальною оцінка конкурентоспроможності підприємств.

Аналіз останніх досліджень. Аналізу конкурентоспроможності підприємств присвячені роботи Ф. Котлера [1], М. Портера [3], В. М. Павлова [2], Р. А. Фатхутдінова [4] та ін. Для оцінки конкурентоспроможності підприємств та їх продукції використовується понад 100 підходів і більше 300 показників. Проте, незважаючи на широке коло підходів єдиної методики оцінки конкурентоспроможності так і не сформувалося.

Метою статті є виявлення серед підприємств-конкурентів тих, у кого є найбільші конкурентні переваги.

Виклад основного матеріалу. Для оцінки конкурентоспроможності підприємства за основу узятий метод "Матриця-координат" [4]. При цьому методі оцінка рівня конкурентоспроможності туристичного підприємства полягає у виборі мінімальної і достатньої кількості показників, як абсолютних, так і відносних.

Приведемо результати дослідження цієї проблеми на прикладі ринку туристичних послуг АР Крим. На цьому ринку працюють понад 200 туристичних підприємств. Авторами аналізується діяльність 10 з них, що вважається репрезентативною вибіркою.

На основі абсолютних показників складаємо таблицю відносних показників, які повною мірою відображають характеристику туристичних підприємств (табл.1): фондоозброєність, витрати на 1-го працівника, річна з/п працівника, доля з/п у витратах, доход на 1-го працівника, прибуток на 1-го працівника і рентабельність.

Характеристика туристичних підприємств, 2013р.

№ п/ п	Найменування підприємств	Коефіцієнт зайнятих	Показники з розрахунку на 1-го працівника, тис. грн.					Доля з/п в витратах, в %	Рентабельність, в %
			Фондоозброєність	Витрати	Річна з/п	Доход	Прибуток		
1.	ТФ «Скіфія-Тур»	0,56	75,6	134,1	28,8	210,4	34,5	21,5	25,7
2.	ТОВ «Орієнт Інтурист»	0,75	58,3	144,7	55,0	179,0	34,3	37,9	23,7
3.	Туристичне бюро «Гурзуф»	1,00	61,3	215,9	27,6	237,5	21,6	12,8	10,0
4.	ТОВ «Кримські канікули»	0,38	140,0	51,4	35,4	57,6	6,2	68,9	12,0
5.	Туристична фірма «САМ»	0,63	264,0	131,5	24	137,6	6,1	18,2	4,5
6.	ТОВ «Мрія-тур»	0,63	87,0	64,9	29,9	77,6	12,7	46,0	19,6
7.	ТОВ БММТ «СУПУТНИК»	0,44	117,1	143,5	45,7	179,0	35,5	31,9	24,7
8.	ПП «Мебіус Крим»	1,00	46,9	167,9	38,8	221,6	53,8	23,1	32,0
9.	ТОВ «Міда»	0,56	106,7	77,4	36,6	93,1	15,7	47,3	20,3
10.	ТОВ «Бюро подорожей Крим»	0,75	9,5	164,2	33,6	168,1	3,9	20,5	2,4

Як бачимо, по рентабельності підприємств можна виділити три кластери - низько (до 10%), - середньо (10,1-20,0%) та високорентабельні (більше 20%) підприємств.

Надалі при розрахунку першої матриці за одиницю беруться максимальні показники, розміщені в кожному стовпці (табл.1). Потім інші показники стовпця ділять на максимальний, і складається матриця координат.

Таблиця 2

Перша розрахункова матриця координат

№ п/п	Показники						
	1	2	3	4	5	6	7
1.	0,29	0,62	0,52	0,89	0,64	0,31	0,8
2.	0,22	0,67	1,00	0,75	0,64	0,55	0,74
3.	0,23	1,00	0,50	1,00	0,40	0,19	0,31
4.	0,53	0,24	0,64	0,24	0,12	1,00	0,38
5.	1,00	0,61	0,45	0,58	0,11	0,26	0,14
6.	0,32	0,30	0,54	0,33	0,24	0,67	0,61
7.	0,44	0,66	0,83	0,75	0,66	0,46	0,77
8.	0,18	0,78	0,71	0,93	1,00	0,34	1,00
9.	0,40	0,36	0,67	0,39	0,29	0,69	0,63
10.	0,04	0,76	0,61	0,71	0,07	0,29	0,08

Сума показників представлених в таблиці 2 зводиться в квадрат. Отримані дані записуються в табл. 3.

Таблиця 3

Друга розрахункова матриця координат

№ п/п	Показники							Сумарний показник
	1	2	3	4	5	6	7	
1.	0,08	0,38	0,27	0,79	0,41	0,09	0,64	2,66
2.	0,05	0,45	1,00	0,56	0,41	0,30	0,55	3,32
3.	0,05	1,00	0,25	1,00	0,16	0,04	0,09	3,26
4.	0,28	0,06	0,41	0,06	0,01	1,00	0,14	1,96
5.	1,00	0,37	0,20	0,34	0,01	0,07	0,02	2,01
6.	0,10	0,09	0,29	0,11	0,06	0,45	0,37	1,47
7.	0,19	0,44	0,69	0,56	0,44	0,21	0,59	3,12
8.	0,03	0,61	0,50	0,86	1,00	0,12	1,00	4,12
9.	0,16	0,13	0,45	0,15	0,08	0,48	0,39	1,84
10.	0,00	0,58	0,37	0,37	0,00	0,08	0,00	1,40

Потім представлені в табл. 3 показники множимо на коефіцієнт їх значущості (табл. 4), які встановлюємо за допомогою експертних оцінок. Найвагомішими є показники доходу і прибутку на 1-го працівника, рентабельності.

Третя матриця координат

№ п/п	Показники							Сумарний показник	Ранжу- вання
	1	2	3	4	5	6	7		
1.	0,08	0,38	0,54	2,37	1,23	0,18	1,92	6,70	4
2.	0,05	0,45	2,00	1,68	1,23	0,60	1,65	7,66	2
3.	0,05	1,00	0,5	3,00	0,48	0,08	0,27	5,38	5
4.	0,28	0,06	0,82	0,18	0,03	2,00	0,42	3,79	7
5.	1,00	0,37	0,4	1,02	0,03	0,14	0,06	3,02	9
6.	0,10	0,09	0,58	0,33	0,18	0,90	1,11	3,29	8
7.	0,19	0,44	1,38	1,68	1,32	0,42	1,77	7,20	3
8.	0,03	0,61	1,00	2,58	3,00	0,24	3,00	10,46	1
9.	0,16	0,13	0,9	0,45	0,24	0,96	1,17	4,01	6
10.	0,00	0,58	0,74	1,11	0,00	0,16	0,00	2,59	10
Коефіцієнт значущості	1	1	2	3	3	2	3		

З урахуванням значущості показників, підприємства підлягають ранжуванню по мірі конкурентоспроможності. Найбільш конкурентоздатними є ПП "Мебіус Крим" (8), ТОВ "Орієнт Інтурист" (2) та ТОВ БММТ "СУПУТНИК" (7), що мають досить високий потенціал і ефективно його використовують. Найменш конкурентоздатними виявилися туристична фірма "САМ" (5), ТОВ "Мрія-тур" (6) і ТОВ "Кримські канікули" (4), що знаходяться лише на стадії розвитку. Самою неефективною виявилася туристична фірма ТОВ "Бюро подорожей Крим" (10).

Висновки. Оцінка конкурентоспроможності туристичних підприємств може ґрунтуватися на використанні методу «Матриця-координат». Оцінка конкурентоспроможності проводиться по підприємствах, що випускають аналогічні турпродукти (послуги). Виявити її можна шляхом порівняння між собою відносних показників діяльності цих підприємств. Цей метод дозволяє оцінити конкурентні переваги підприємств з урахуванням наявного потенціалу та ефективності його реалізації.

Анотація

У статті на основі проведених авторських досліджень пропонується система оцінки конкурентоспроможності туристичних підприємств, що базується на застосуванні методу матриці-координат.

Ключові слова: потенціал туристичних підприємств, конкурентоспроможність, метод матриці-координат, конкурентні переваги.

Аннотация

В статье на основе проведенных авторских исследований предлагается система оценки конкурентоспособности туристических предприятий, основанная на применении метода «Матрица-координат».

Ключевые слова: потенциал туристических предприятий, конкурентоспособность, метод матрицы-координат, конкурентные преимущества.

Summary

In the article on the basis of undertaken authorial studies the system of the estimation of competitiveness of tourist enterprises is offered, based on application of method of stiffness matrix.

Keywords: potential of tourist enterprises, competitiveness, method of stiffness matrix, competitive edges.

Список використаних джерел:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Сондерс, В. Вонг ; [пер. с англ.]. — [2-е европ. изд.]. — М. ; СПб. ; К. : Издательский дом “Вильямс”, 2002. — 944 с.
2. Павлов В. М. Організаційно-економічні механізми господарювання (на прикладі садівничих формувань Криму) : Автореф. дис... канд. екон. наук : 08.06.02 / В. М. Павлов / Крим. держ. аграр. ун-т. — Сімф., 1999. — 16 с.
3. Портер М. Конкуренция. пер. с англ. : учеб. пособие / М. Портер. — М. : Изд. дом «Вильямс», 2000. — 495 с.
4. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность : экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. — М. : ИНФРА-М, 2000. — 312 с.

УДК: 332.1:338.48

Кравченко Н.О.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ КРИМУ

Постановка проблеми Ефективне управління туристичною галуззю необхідно здійснювати з урахуванням максимально комплексного використання конкурентних переваг. Однак, незадовільний еколого - санітарний стан курортів, нерациональне використання наявного потенціалу, висока енерговитратність застарілих технологій, які використовуються у туристичній сфері, зношеність інфраструктурних компонентів, високий рівень навантаження на рекреаційні райони в період курортного сезону, низький рівень міжнародного іміджу оказують негативний вплив на рівень конкурентоспроможності туристичної галузі Криму.

Таким чином, об'єктивна реальність соціально-економічного розвитку вимагає впровадження науково обґрунтованих підходів до управління туристичною галуззю. Концептуально процес підвищення рівня ефективності функціонування туристичної галузі можна висловити в ідеї розробки сукупності обґрунтувань комплексних механізмів, які дозволять реалізувати стійке управління туристичною галуззю АР Крим.

Аналіз останніх досліджень. Особливості розвитку туристичної сфери широко досліджені у вітчизняній та зарубіжній літературі. Методики визначення рівня туристичної привабливості відображені у роботах О. В. Мельника [5]; питання розробки стратегій розвитку курортних регіонів — М. Боруцака [2]; механізми управління реалізацією державних програм у дослідженні у дослідженнях А. А. Чечеля [11]; пріоритетні напрями розвитку та реалізації ресурсного потенціалу Криму розглянуто у колективній монографії під редакцією В. А. Подсолонко [7]. За наявністю певних наукових та практичних результатів щодо вирішення економічних та управлінських проблем розробки та реалізації концептуальних стратегій розвитку туристичної галузі,