

активним розвитком великої мережної торгівлі. Великі роздрібні гравці, використовуючи нові, прогресивні формати торгівлі, поступово витісняють з ринку традиційні форми бізнесу. За словами експертів, один супермаркет площею від 2 тис. кв. м, через який проходить товарооборот на 80-120 тис. грн./день, здатний відтягнути на себе клієнтуру як мінімум 15-20 дрібних магазинів або декількох ринків [2]. Так, протягом 2005-2015 рр. найбільший приріст спостерігається за такими типами магазинів, як: гіпермаркет (з площею 1001 кв м та більше) - з 21 до 79; супермаркет (з площею 301-1000 кв. м) - з 605 до 1047; малі продуктові й змішані магазини (з площею до 40 кв. м) - з 16867 до 19350 торговельних точок. Причому це відбувається на тлі скорочення кількості дрібних павільйонів, кіосків та відкритих ринків [3].

Однак говорити про остаточний перехід до сучасних форматів в Україні поки що передчасно. Так, якщо в Україні на 1 тис. мешканців припадає лише два торгові об'єкти, то, наприклад, у сусідній Польщі – вже 10, в Угорщині – 16 [3]. При цьому, якщо на Заході ринки роздрібною торгівлі вже давно розподілені між основними гравцями, то в Україні концентрація ринку не так велика. Так, наприклад, у Словенії за частки торговельних мереж у роздрібному обороті 96%, на одне підприємство доводиться 51% продажу, у Словаччині частка п'яти найбільших мереж становить 75%, в Угорщині на найбільш великі торговельні мережі доводиться 67% роздрібного продажу. В Україні, відповідно до експертних оцінок, п'ять найбільших торговельних мереж на ринку торгівлі харчовими й іншими споживчими товарами мають частку близько 20% [4]. Таким чином, можна прийти до висновку, що для конкурентоспроможності торговельних підприємства властива висока динамічність змін її рівня, що пояснюється як залежністю економіки торгівлі від стану кінцевого попиту на товари, якому притаманні значні коливання та ситуативний характер, так і динамікою самої конкуренції, зумовленою відкритістю ринків торгівлі для потенційних конкурентів (низькі входні бар'єри) та їхньою фрагментованістю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Брижашева О.В. *Маркетинг торгівлі : [учебное пособие]* / О.В. Брижашева. – Ульяновск : УлГТУ, 2007. – 170 с.
2. Дідівська Л.І. *Розвиток конкуренції у сфері товарного обігу* / Л.І. Дідівська // *Актуальні проблеми економіки*. – 2015. - №4. - С. 25-31.
3. *Статистический сборник «Украинский ритейл в цифрах»*. – К.: ООО «Издательство АЯКСЫ», 2016. – 195 с.
4. Костусев А. *Тенденции развития конкурентной среды на рынках услуг оптовой и розничной торговли и проблема отношений экономической зависимости* / А. Костусев, В. Талах // *Конкуренція. Вісник антимонопольного комітету України*. – 2014. - №1. - С. 32-39.

Вівчарик Вікторія Анатоліївна, магістр 1 курсу
Пробойв Ольга Анатоліївна, к.е.н., доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки,
маркетингу і менеджменту

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: НАЦІОНАЛЬНИЙ ТА РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТИ

В умовах глибокої економічної кризи в Україні на тлі різкого зниження рівня промислового виробництва, повного занепаду аграрного сектору й погіршення

ситуації у сфері послуг, вітчизняна туристична індустрія зіштовхується з багатьма проблемами. Ці проблеми обумовлюються невизначеністю ринкової ситуації, сезонною нестабільністю попиту на туристичні послуги, жорсткою конкуренцією в галузі, недостатністю фінансових ресурсів для фінансування інвестиційних проектів, спрямованих на розробку і реалізацію цілісної стратегії розвитку туристичних організацій. Розбудова в Україні туристичної галузі й створення відповідної туристичної інфраструктури, яка б успішно інтегрувалася до міжнародних туристичних взаємовідносин, є одним з провідних напрямів структурної перебудови економіки країни і передумовою покращення економічної ситуації загалом, що й визначає актуальність обраної теми дослідження.

Серед науковців, що займаються вивченням проблем формування ефективних стратегій міжнародного туризму, слід відзначити: О.П. Савіцька, Н.В.Савіцька, І.М.Білецька, Л.А.Бондаренко, Н.А.Гук, І.В.Саух та ін.

Метою дослідження даної проблеми є розгляд особливостей розвитку туризму на національному та регіональному рівні з метою доведення необхідності розробки цілісної стратегії міжнародного туризму в Україні для часткового подолання кризових явищ в економіці держави й регіону зокрема.

Туристична галузь частково сприяє подоланню економічної кризи, оскільки вона виступає важливим чинником поживлення міжнародної співпраці, стабільного й динамічного збільшення валютних надходжень в країну, позитивно впливає на економічну ситуацію у багатьох галузях господарства (транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво), підвищує рівень зайнятості населення й сприяє зростанню рівня доходів та ін.

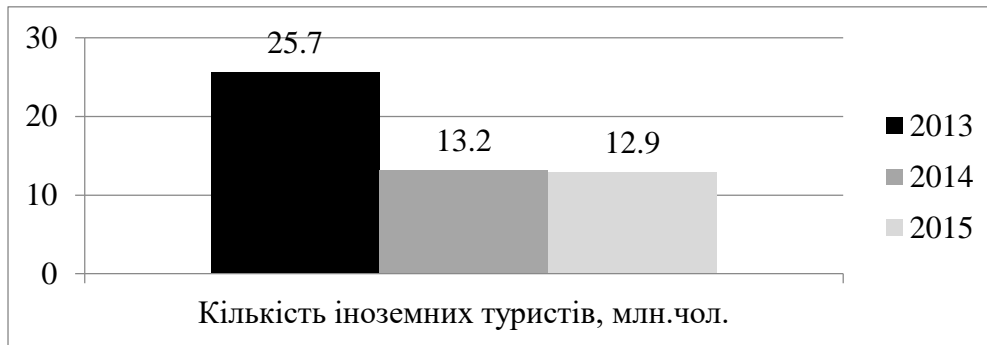
За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), частка туризму у світовому ВВП складає близько 10% [1], а на долю міжнародного туризму припадає 6% загального обсягу світового експорту та біля 30% світового експорту послуг, кожне 11 робоче місце в світі припадає на сферу туризму. Загалом прогнозується, що до 2030 року кількість міжнародних туристичних відвідувань зросте до 1,8 млрд. туристів [2, с.2].

Враховуючи результати досліджень Білецької І.М., у структурі світового експорту туризм посідає 3-тє місце після нафтової та хімічної галузей, випереджаючи харчову промисловість та автомобілебудування (обсяги доходу від міжнародного туризму у 2015р. склали 1,4 трлн. дол., у тому числі 210 млрд. дол. надходжень від генерованого туризмом доходу від міжнародних пасажирських перевезень, тобто 4 млрд. дол. щоденно) [3, с.41].

Україна, як країна, що знаходиться в центрі Європи, має всі передумови для належного розвитку економіки за рахунок туризму. Однак, Україна значно програє в конкурентній боротьбі, відстаючи від провідних держав світу через відсутність відповідного рівня розвитку туристичної інфраструктури і низьку якість туристичних послуг. Водночас, Україна остаточно втратила свою популярність як туристичний напрям через нестабільну політичну ситуацію і військовий конфлікт на Донбасі, оскільки в уяві потенційних туристів складається враження повномасштабної війни, а сама країна розглядається як «гаряча точка», оповита повним хаосом (рис. 1).

Для подолання негативних тенденцій в економіці України й створення системних та комплексних передумов для розвитку вітчизняного туризму і курортів в державі слід розробити цілісну стратегію міжнародного туризму з комплексом завдань, які необхідно поетапно втілювати для розвитку туристичної інфраструктури,

підвищення якості послуг й створення екзотичних атракцій, які б привабили іноземного туриста [4, с.73].



* побудовано авторами на основі джерела [2, с.2]

Рис.1. Потік іноземних туристів до України, млн. чол.

Формування відповідних умов для забезпечення сталого розвитку сфери туризму та курортів, перетворення її у високорентабельну, інтегровану у світовий ринок галузь, зможе стати вагомим чинником прискорення економічного зростання, підтримки зайнятості, структурної модернізації економіки, наповнення бюджетів всіх рівнів.

Туристично-рекреаційна галузь є стратегічним напрямом розвитку Івано-Франківщини, так як область має всі передумови для інтенсивного розвитку іноземного туризму: особливості географічного розміщення та рельєфу, сприятливий клімат й близькість Карпат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів.

Досягненню відповідного рівня розвитку туризму в регіоні перешкоджають неефективне та нераціональне використання ресурсів, невідповідність рівня розвитку туристичної індустрії наявному природно-рекреаційному потенціалу, низька якість обслуговування й невідповідність стандартам, відсутність адаптованої до Європейських інтеграційних процесів регіональної політики розвитку туризму.

Одним із ефективних інструментів успішного вирішення зазначених проблем та забезпечення сталої динаміки росту якості життя громадян у Івано-Франківську є розробка цілісної стратегії міжнародного туризму й планування розвитку території з поетапним втіленням інвестиційних проектів щодо покращення туристичної інфраструктури. Дієвість цього інструменту доведена кількома десятиліттями його застосування на практиці планування розвитку територій багатьох країн світу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *World Tourism Barometer // UNWTO. – 2016. – Vol. 14. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_03_may_excerpt_0.pdf.*
2. *Проект Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів на 2016–2020 роки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.knteu.kiev.ua/file/NjY4NQ==/e1227acdf34bb4a1da39d384139b9d7a.pdf>.*
3. *Білецька І.М. Моніторинг тенденцій розвитку міжнародного туризму [Електронний ресурс] / І.М.Білецька // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 11. – С.41-46 . – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/issue-11-2016/19-vipusk-11-cherven-2016-r/2057-biletska-i-m-monitoring-tendentsij-rozvitku-mizhnarodnogo-turizmu>.*

4. Савіцька О.П. Стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти [Електронний ресурс]/ О.П. Савіцька, Н.В. Савіцька// Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Проблеми економіки та управління. – 2013. – № 754. – С. 68-74. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPP_2013.

Опацький Ярослав Михайлович, магістр I курсу,
Король Володимир Степанович, к.е.н., доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки,
маркетингу і менеджменту,

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЯК ЕФЕКТИВНА УМОВА ФУНКЦІОНУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Незважаючи на позитивні зрушення у сільському господарстві й зростання обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, яке спостерігається в останні роки, аграрний сектор економіки все відчутніше зазнає дії негативних внутрішніх та зовнішніх чинників. Коливання ринкового попиту й відсутність стабільної аграрної політики не дозволяє господарюючим суб'єктам здійснювати довгострокове планування, не забезпечує стійкого розвитку підприємств галузі та змушує їх до пошуку альтернатив існуючої спеціалізації виробництва.

Особлива роль при цьому належить диверсифікації діяльності аграрних підприємств, яка в умовах критичної ситуації надає шанс розширити асортимент продукції, змінити вид діяльності, освоїти нові види виробництва з метою підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва. Вирішення економічних проблем через диверсифікацію сприятиме розв'язанню соціальних проблем сільської економіки, зокрема підвищенню рівня зайнятості, а отже і рівня добробуту сільського населення. Відомо, що диверсифікація – це поширення господарської діяльності на нові сфери, розширення асортименту товарів, видів послуг, що надаються, географічної сфери діяльності тощо. Засновник стратегії диверсифікації І. Ансофф зазначає, що її вибір є доцільним у випадках, коли: новий напрям діяльності обіцяє бути більш прибутковим, ніж розвиток існуючих; наявної інформації недостатньо, щоб бути впевненим у стабільному розвитку існуючого бізнесу; розвиток нового напрямку не вимагає значних інвестицій [5].

У наукових дослідженнях, в основному, виділялися два напрями: досягнення ефективності виробництва за рахунок синергічного ефекту від диверсифікації (різноманітних видів діяльності, позитивний вплив заходів щодо просування на ринок одних товарів фірми та збут інших); вивчення впливу безпосередньо диверсифікації на ефективність (позитивний вплив на економічний та фінансовий стан підприємства; на ефект диверсифікації впливає обґрунтований вибір її напрямів, що пов'язано із диверсифікацією на основі існуючих видів діяльності та вертикальною інтеграцією).

Так, Р. Кунц, орієнтуючись на рівень спеціалізації підприємства, пропонує розглядати еволюцію диверсифікації на основі наступних стратегій розвитку підприємства: досягнення високого рівня спеціалізації (понад 95%), який забезпечує переважно один вид господарської діяльності; домінуюча вертикальна інтеграція (рівень інтеграції понад 70%); обмежена вертикальна інтеграція (диверсифікація орієнтується одночасно на кілька сильних позицій або обмежену кількість ресурсів); диверсифікація не стосується основного виду діяльності підприємства; стратегія,