

реальність виконання його положень в сучасних умовах функціонування економіки України. Від цього буде залежати успішність стратегічної концепції розвитку державної фінансової політики в довгостроковій перспективі, головною метою якої є збалансованість економічних інтересів різних верств населення на основі створення "твердого" середнього класу з високими показниками рівня добробуту суспільства.

**Перспективи подальших розробок у цьому напрямку.** Кон'юнктура ринку свідчить про те, що для підвищення ефективності вітчизняної фінансової політики необхідно: одночасно з прийняттям Кодексу провести амністію капіталів в Україні, щоб позбавити підприємців від ризику націоналізації й експропріації своїх активів; зменшити ставки єдиного соціального внеску в Законі України "Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування" від 8 липня 2010 р. або відтермінувати введення його в дію; кардинально змінити механізм адміністрування ПДВ, запровадивши процедуру автоматичного його відшкодування; за умов реформування спрощеної системи оподаткування надати спеціальні інвестиційні пільги: запровадження на середньострокову перспективу нульової ставки податку для новостворених суб'єктів господарювання з метою залу-

чення інвестицій в оновлення основних засобів, створення додаткових робочих місць; вилучити норми по адмініструванню податків у частині дозволу податковими органами проводити позапланові перевірки без рішення суду та норми, спрямовані на обмеження банківської таємниці, що різко погіршує положення платників податків; встановити прогресивну шкалу оподаткування доходів фізичних осіб у частині оподаткування депозитів та пенсій. Головне, щоб після прийняття Податкового кодексу становище підприємців, як мінімум, не погіршилося, в порівнянні з діючим законодавством.

1. Податкова політика України: стан, проблеми та перспективи: [монографія] / [П. В. Мельник, Л. Л. Тарангул, З. С. Варналія та ін.]; за ред. З. С. Варналія. – К., 2008. 2. Демиденко Л. М. Фінансова політика в забезпеченні соціально-економічного розвитку та конкурентоспроможності вітчизняної промисловості / Л. М. Демиденко, М. В. Ситницький // Конкурентія. Вісник Антимонопольного комітету України. – 2010. – № 3 (38). 3. Лютий І. О. Податкова політика України на сучасному етапі / І. О. Лютий // Фінанси України. – 2008. – № 9. 4. [Електронний ресурс] // Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: [http://gska2.rada.gov.ua/pls/zweb\\_n/webproc4\\_1?id=&pf3511=37984](http://gska2.rada.gov.ua/pls/zweb_n/webproc4_1?id=&pf3511=37984). 5. Рекомендації американської торгівельної палати в Україні до проекту Податкового кодексу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tax.38044.org/502>.

Надійшла до редакції 29.10.2010

Л. Названова, асист.

## УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ УКРАЇНСЬКИХ КРАНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

*Висвітлено сутність системи управління конкурентоспроможністю (КСП), описано її складові. Проведено аналіз потенціалу міжнародного співробітництва українських кранобудівних підприємств і надано рекомендації по досягненню конкурентоспроможності на зовнішніх ринках.*

*In the article the essence of competitiveness management is shown and elements of this systems are described. The analysis of potential of international cooperation of the Ukrainian cranebuilding enterprises is conducted and recommendations on achieving a competitiveness at the international markets are defined.*

**Постановка проблеми.** Розвиток міжнародних економічних відносин у XIX ст. відзначається посиленням глобалізації світових товарних ринків, зокрема ринку машинобудівної продукції. Це водночас поглиблює міжнародний поділ праці, який визначає посилення спеціалізації та розвиток коопераційних засад міжнародного співробітництва. Продукція кранобудування є однією з важливих сфер технологічного експорту України, що відноситься до глобалізованих товарних ринків, і, відповідно, вимагає обґрунтованої маркетингової підтримки в умовах високої конкуренції в межах товарних пропозицій.

Як суб'єкти міжнародних економічних відносин, підприємства України повинні свідомо входити до системи світогосподарських зв'язків з метою як ефективного використання всіх їхніх можливостей, так і підвищення рівня конкурентоспроможності. А тому в сучасному світі як у ринково розвинутих країнах, так і в країнах з перехідною економікою приділяється значна увага використанню адекватних заходів з метою підтримки та розвитку конкурентних переваг на всіх рівнях економічної системи і підвищення міжнародної конкурентоспроможності [1, с. 219–223].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Останнім часом дослідженню проблем оцінювання конкурентоспроможності підприємств та управління нею присвячено роботи А. Воронкової [2], Ю. Гончарова, С. Купринюк [5], В. Мороз, Ю. Петруні [6], М. Спіріної [7], Д. Черваньова, А. Шнипка [1] та ін.

**Невирішені раніше частини загальної проблеми.** Успіх інтернаціоналізованого підприємства в довгостроковій перспективі залежить від системи управління міжнародною конкурентоспроможністю.

Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства – це система забезпечення життєздатності підприємства, за якої забезпечується його інтегрування у світогосподарські структури та ефективне функціонування підприємства як суб'єкта інтернаціоналізованого підприємницької діяльності. Українським підприємствам необхідно прискорити процес створення систем управління конкурентоспроможністю, адаптованих до ринкових відносин, посилити їх стратегічну орієнтацію. Побудова цих систем вимагає вирішення таких науково-методичних і практичних завдань:

- формування концепції управління конкурентним потенціалом підприємства як складним об'єктом діагностики і прогнозування;
- оцінка власних конкурентних переваг;
- удосконалення механізмів управління конкурентоспроможністю, визначення змісту функцій управління тощо;
- визначення методів управління змінами на підприємстві;
- розробка і реалізація стратегії конкурентоспроможності підприємства тощо [2, с. 302–305].

**Формулювання завдань та цілей статті.** Метою статті є обґрунтування необхідності створення системи управління конкурентоспроможністю українських кранобудівних підприємств, що інтегруються у міжнародний економічний простір шляхом вибору методів оцінювання конкурентоспроможності та формування адекватних ринкових заходів, які забезпечать підприємствам їх конкурентні переваги на зовнішніх ринках.

**Виклад основного матеріалу.** Одним із методів діагностики конкурентного становища і потенціалу підприємства є аналіз його зовнішнього і внутрішнього середовища. До зовнішнього середовища належать економічні, політико-правові, соціокуль-

© Л. Названова, 2011

турні, науково-технічні та природні фактори, які впливають на формування зовнішніх конкурентних переваг компанії. А до внутрішнього середовища належать структурні, ресурсні, технічні, управлінські, ринкові фактори та ефективність функціонування фірми, оптимальне використання яких сприяє досягненню внутрішніх конкурентних переваг.

Аналіз умов ведення бізнесу найчастіше проводиться методом SWOT-аналізу, який передбачає оцінку можливостей та загроз того середовища, в якому функціонує компанія або в якому прагне функціонувати, наприклад, плануючи розвивати експортну діяльність. Застосування такої методики для української кранобудівної компанії ТОВ "ПТС Оболонь" дозволяє

виділити специфічні для компанії, але водночас, типові для продуктів машинобудування фактори інтернаціоналізації підприємницької діяльності.

Дослідження ринку Російської Федерації як потенційного плацдарму для експорту виявило типові для машинобудування, зокрема кранобудування, фактори маркетингового середовища, що дозволяють ефективно розвивати міжнародне співробітництво (табл. 1). У першу чергу, це необхідність великої кількості нової сучасної, певною мірою унікальної, техніки, викликана будівельним бумом останніх років, а також географічна близькість та спорідненість економік.

Таблиця 1

Аналіз потенціалу міжнародного співробітництва\*

Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Попит на продукцію зумовлений зношеністю існуючого парку кранів.</li> <li>• Наявність угоди про вільну торгівлю.</li> <li>• Зростання обсягу інвестицій на розвиток виробничої бази організацій, що здійснюють діяльність в галузі будівництва.</li> <li>• Зростання обсягів виконаних будівельних робіт.</li> <li>• Розвинутість засобів комунікації та зв'язку.</li> <li>• Зростання частки машин і устаткування в структурі основних фондів організацій, що здійснюють діяльність в галузі будівництва.</li> <li>• Зростання вартості матеріалів, конструкцій і устаткування.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Складна процедура сертифікації продукції.</li> <li>• Нестабільність у стосунках з Росією.</li> <li>• Можливість підвищення ставок по іпотечному кредитуванню.</li> <li>• Економічний спад в Російській Федерації внаслідок глобальної фінансової кризи.</li> </ul>
Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Висока якість продукції.</li> <li>• Нижчі ціни в порівнянні з конкурентами.</li> <li>• Використання новітніх технологій у виробництві.</li> <li>• Відповідність продукції європейським стандартам.</li> <li>• Кваліфікований персонал.</li> <li>• Наявність післяпродажного обслуговування.</li> <li>• Економічність експлуатації обладнання.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Відсутність досвіду роботи на зовнішніх ринках.</li> <li>• Не досить відома марка внаслідок невеликого часу роботи на ринку.</li> <li>• Нерозвинута збутова мережа.</li> <li>• Вузький асортимент продукції.</li> </ul>

\* Розроблено автором на основі [3].

Аналіз показав, що зовнішнє середовище обраного ринку є досить сприятливим і основна проблема полягає у розвитку і застосуванні ефективних маркетингових стратегій та реалізації управлінських заходів експортної діяльності.

Що ж стосується аналізу внутрішнього середовища, то арсенал методів для оцінки тут набагато ширший, що обумовлено різноманітністю факторів, які включаються. Так, наприклад, конкурентоспроможність товару може бути оцінена щонайменше трьома методами: на основі ефективності товару, на основі порівняння кількісних і якісних показників, методом 1111–5555.

Пропонуємо перекопатись на практиці в дієвості одного з цих методів – оцінки конкурентоспроможності товару на основі порівняння кількісних і якісних показників – шляхом застосування його для порівняння баштового крану української кранобудівної компанії ТОВ "ПТС Оболонь" та крану німецької компанії Лібхер. Перевагами цього методу є достатньо просте порівняння з товарами-конкурентами; загальний аналіз робиться на осно-

ві аналізу окремих показників, а недоліками – важкість у визначенні параметрів та їх значимості.

Виходячи із загальних принципів оцінки конкурентоспроможності товару, запропонуємо наступну схему її аналізу.

**1. Обрання бази для порівняння.** Нами для порівняння було обрано кран німецького виробника Liebherr, модель 132 EC-H 8 Litronic, який виходячи з основних технічних показників є прямим конкурентом баштового крану українського виробника ТОВ "ПТС Оболонь" (модель КБ-371).

**2. Визначення переліку найбільш важливих критеріїв,** за якими буде здійснено порівняння. Для визначення переліку цих критеріїв було опитано шість підприємств, які в процесі своєї діяльності використовують баштові крани. Відповідно до проведеного анкетування було виділено такі параметри та їх вагомості: п'ять параметрів якісних, сума вагомості яких складає 1. А також один параметр кількісний – ціна, з вагомістю 1 (табл. 2).

Таблиця 2

Розподіл вагомості виявлених параметрів\*

Найменування параметра	Вагомість
Довжина стріли	0,3
Вантажопідйомність за максимального вильоту стріли	0,1
Вантажопідйомність	0,3
Вага крана	0,1
Температурний режим роботи	0,2
Ціна	1

\* Розроблено автором.

3. Порівняння двох кранів за кожною із груп параметрів. Інструментом порівняння є бальна оцінка (табл. 3).

Таблиця 3

Експертна оцінка баштових кранів за обраними параметрами\*

Найменування параметра	132 EC-H 8 Litronic (Liebherr)	КБ-371 (ПТС Оболонь)	Тип характеристики	Бальна оцінка 132 EC-H 8 Litronic	Бальна оцінка КБ-371
Довжина стріли (0,3)	55 м	70 м	якісна	3	5
Вантажопідйомність за максимального вильоту стріли (0,1)	1,850 т	1,300 т	якісна	5	4
Вантажопідйомність (0,3)	8 т	8 т	якісна	5	5
Вага крана (0,1)	100 т	78 т	якісна	4	5
Температурний режим роботи (0,2)	- 25; + 40	- 40; + 40	якісна	4	5
Ціна (вага 1)	420 000 €	370 000 €	кількісна	4	5

\* Розроблено автором.

4. Визначення одиничних показників серед якісних параметрів ( $Q_i$ ). Оцінювання здійснюється за формулою:

$$Q_i = N_{\text{оцін.}} / N_{\text{баз.}}$$

де  $N_{\text{оцін.}}$  – значення конкретного параметра оцінюваного виробу КБ 371;  $N_{\text{баз.}}$  – значення цього ж параметра базового виробу (в нашому випадку 132 EC-H 8 Litronic (Liebherr)).

Отримані результати представимо в табл. 4.

Таблиця 4

Оцінювання одиничних показників серед якісних параметрів\*

Найменування параметра	Бальна оцінка 132 EC-H 8 Litronic	Бальна оцінка КБ-371	Одиничні показники, розрахунок
Довжина стріли (0,3)	3	5	5 / 3 = 1,7
Вантажопідйомність за максимального вильоту(0,1)	5	4	4 / 5 = 0,8
Вантажопідйомність(0,3)	5	5	5 / 5 = 1
Вага крана(0,1)	4	5	5 / 4 = 1,25
Температурний режим роботи (0,2)	4	5	5 / 4 = 1,25

\* Розроблено автором.

5. Розрахунок групового показника за якісними параметрами ( $G_{\text{якісні}}$ ) здійснюється за формулою:

$$G_{\text{якісні}} = \sum Q_i \times W_i$$

де  $Q_i$  – одиничний показник  $i$ -го якісного параметра;  $W_i$  – коефіцієнт вагомості  $i$ -го параметра.

Звідси, груповий показник за якісними параметрами  $G_{\text{якісні}} = (1,7 \times 0,3) + (0,8 \times 0,1) + (1 \times 0,3) + (1,25 \times 0,1) + (1,25 \times 0,2) = 1,265$ .

6. Розрахунок групового показника за кількісними параметрами ( $G_{\text{кількісні}}$ ) здійснюється за формулою:

$$G_{\text{кількісні}} = P_{\text{оцін.}} / P_{\text{баз.}}$$

де  $P_{\text{оцін.}}$  і  $P_{\text{баз.}}$  – ціна споживання відповідно оцінюваного та базового виробів.

Звідси, груповий показник за кількісними параметрами  $G_{\text{кількісні}} = 370000 / 420000 = 0,88$ .

7. Визначення інтегрального показника конкурентоспроможності товару ( $K$ ). Розрахунок інтегрального показника здійснюється за формулою:

$$K = G_{\text{якісні}} / G_{\text{кількісні}}$$

де  $G_{\text{якісні}}$  – індекс якісних параметрів (індекс якості);  $G_{\text{кількісні}}$  – індекс кількісних параметрів.

Звідси,  $K = 1,265 / 0,88 = 1,4375$ .

Тлумачення одержаних результатів за методом інтегрального показника конкурентоспроможності:

– якщо  $K > 1$ , то оцінюваний товар вважається більш конкурентоспроможним, ніж товар-аналог, обраний за базу для порівняння;

– якщо  $K < 1$ , то рівень конкурентоспроможності оцінюваного товару є нижчим, ніж у товару-суперника;

– якщо  $K = 1$ , то ця ситуація інтерпретується як тожність рівнів конкурентоспроможності обох товарів.

Відповідно, аналіз конкурентоспроможності показав, що баштовий кран КБ 371 українського виробництва є більш конкурентоспроможним, аніж товар 132 EC-H 8 Litronic німецького виробництва.

**Висновки.** Отже, успіх інтернаціоналізованого підприємства в довготерміновій перспективі залежить від системи управління міжнародною конкурентоспроможністю, що є набагато складнішим, аніж процес управління конкурентоспроможністю в національних межах, адже виникає сукупність зовнішніх факторів, які мають бути враховані в системі управління конкурентоспроможністю на більш високому рівні.

Аналізуючи наукову літературу з цього питання можна виділити основні складові успіху конкурентоспроможного підприємства на зовнішніх ринках. Це, зокрема:

- стратегічна спрямованість у діяльності фірми;
- унікальність продукції (створює конкурентні переваги найвищого порядку, які важко, а іноді й неможливо скопіювати);
- позиціонування (багато товарів не знаходять свого споживача через помилкове позиціонування виробником/продавцем);
- безпечність виробів (у тому числі й екологічна);
- легітимність у діяльності фірми;
- наявність командного духу (важливо при двосторонніх зв'язках з іноземними компаніями; сприяє підвищенню ефективності в роботі);
- адаптивність і гнучкість фірми;
- інформація (внутрішні і зовнішні дослідження, впровадження нових технологій тощо);
- державна підтримка (відповідні пільги, іноді політика протекціонізму, консультативні послуги тощо).

Дотримання зазначених умов, як вважаємо, значно сприятиме покращенню конкурентних позицій вітчизняних підприємств і визнанню України як надійного світового партнера.

**Перспективи подальших розробок у цьому напрямку.** Як бачимо, вся сукупність складових не може бути віднесеною суто до сфери впливу тільки країни

або тільки підприємства, тому в подальшому варто систематизувати фактори, які приведуть до покращення рівня міжнародної конкурентоспроможності підприємств, визначити рівень їх впливу, що сприятиме підвищенню рівня оцінки економічних успіхів держави, а визнання її економіки конкурентоздатною – буде свідчити про високий статус її підприємств.

1. Шнилко А. С. Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації: [монографія] / А. С. Шнилко; НАН України. – К., 2003. 2. Воронкова А. Е. Моделювання управління конкурентоспроможністю підприємства: еколого-організаційний аспект / А. Е. Воронкова. –

Луганськ, 2005. 3. [Електронний ресурс] / Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>. 4. Грозна В. В. Підвищення конкурентоспроможності економіки України як передумова співробітництва з ЄС / В. В. Грозна // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 11. 5. Купринюк С. М. Оцінка конкурентоспроможності економіки: Україна у міжнародних рейтингах / С. М. Купринюк // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 1. 6. Петруня Ю. Чинники змін конкурентних умов у підприємницькій діяльності / Ю. Петруня, С. Крук // Економіка регіонів. – 2000. – № 7. 7. Спіріна М. В. Стратегія управління конкурентоспроможністю підприємства / М. В. Спіріна // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 8.

Надійшла до редколегії 19.10.2010

О. Давидова, асп.

## ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ У КОНТЕКСТІ ПРОВЕДЕННЯ ЄВРО-2012

*Досліджено теоретичні підходи до визначення поняття "гостинність". З'ясовано сутність поняття "індустрія гостинності" як системи і описано її елементи. Виявлено особливості розвитку готельного та ресторанного бізнесу як основних складових індустрії гостинності. Розглянуто рівень підготовки українських міст, в яких буде проводиться Чемпіонат з футболу Євро-2012.*

*The theoretical approaches for determination "hospitality" are investigated. The features of development a hotel and restaurant industries are exposed. The level of preparation of cities in which will be conducted Championship on football of Euro-2012 is considered.*

**Постановка проблеми.** З точки зору системного підходу можна стверджувати, що індустрія гостинності – це система, що складається з відповідних елементів, які знаходяться між собою у стійких взаємовідносинах та взаємозв'язках і забезпечують їй ефективне функціонування і розвиток. До її складових ми можемо віднести: готельне господарство (готельний бізнес), яке налічує значну кількість підприємств (готелів, мотелів, кемпінгів та ін.), що розраховані на певну кількість клієнтів та забезпечують відповідний рівень обслуговування з урахуванням їх платоспроможності; ресторанний бізнес (мережі ресторанів, кафе, заклади швидкого харчування та інші заклади громадського харчування); туристичний бізнес (туристичні фірми); транспортні підприємства (аеропорти, залізниці, автомобілі та ін.), які надають транспортні послуги різного роду перевезень; медичні заклади, які можуть надавати необхідну медичну допомогу; спортивні споруди (спортивні комплекси, басейни, тренажерні зали), які дозволяють підтримувати гарну фізичну форму людини; соціально-культурні заклади (музеї, виставкові центри, театри, концертні зали, бібліотеки та ін.), що переймаються задоволенням духовних потреб людини.

У процесі історичного розвитку індустрії гостинності в ній формується усталена практика відносин між суб'єктами, обумовлена традиціями і звичаями національної культури і бізнес-культури. Готельна індустрія виступає ключовим елементом розвитку індустрії гостинності загалом і туристичного бізнесу зокрема. В Україні кількість туристів з року в рік зростає, але попит на якісні туристичні послуги поки задовольнити повною мірою неможливо. В першу чергу, це пов'язано з нерозвиненістю вітчизняної туристичної інфраструктури; недостатньою рекламою України закордоном як країни, що є привабливою для туристів, а також для проведення різноманітних заходів; спадом інвестиційної активності з другої половини 2008 р., зумовленою дестабілізацією валютного ринку та нестабільністю у всіх галузях економіки. Така ситуація склалася через зростаючий попит на послуги в галузі готельної індустрії й одночасний дефіцит пропозицій у цій же сфері.

Готельний бізнес – це вид діяльності, орієнтований на клієнта, який впливає на розвиток туристичної галузі. Попри всі політичні та соціально-економічні негаразди останніх років індустрія гостинності стала тією галуззю національної

економіки, яка без залучення державних дотацій стабільно нарощує обсяги виробництва готельних послуг. Готельний бізнес в Україні може і повинен стати сферою реалізації ринкового механізму, джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів, засобом загальнодоступного і повноцінного тимчасового проживання, відпочинку й оздоровлення, а також ознайомлення з історико-культурною спадщиною та сьогоденням нашого народу і держави. Незважаючи на те, що багато компаній скорочують бюджет і відмовляються від відряджень, ринок готельних послуг знаходиться у стадії розвитку. Особливо його поживлення актуальне у контексті підготовки до Чемпіонату Європи з футболу в Україні та Польщі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значна кількість вітчизняних та зарубіжних учених приділяли свою увагу дослідженню особливостей та перспектив розвитку готельної індустрії в Україні. Зокрема, В. Цибух у своїх наукових дослідженнях (наприклад, [3]) окреслював глобальні тенденції та регіональні особливості розвитку туризму в Україні. С. Біроус у своїй праці [2] визначила організаційно-економічне забезпечення розвитку туризму в переддень проведення футбольного чемпіонату. Ю. Волков розглядав особливості ведення готельного та ресторанного бізнесу. І. Школа [4] розглядав особливості процесів виробництва та реалізації готельних послуг.

Готельно-ресторанний бізнес в Україні має певні особливості, пов'язані з характером праці в готельній індустрії, видом послуг, структурою продукту, співвідношенням попиту і пропозиції, формами продажу. Сьогодні індустрія гостинності як сукупність підприємств сфери обслуговування та інших організацій працює в умовах жорсткої конкуренції, відвоюючи як національний ринок, так і виходячи на міжнародні ринки.

Цим пояснюється важливість і актуальність теоретичних досліджень та аналізу практики готельно-ресторанного бізнесу в Україні, необхідність більш ретельного висвітлення основних досягнень індустрії гостинності, перспектив її розвитку в Україні.

**Невирішені раніше частини загальної проблеми.** Україна з перших днів незалежності впевнено стала на шлях створення власної індустрії гостинності, проголосивши туризм як один з ключових її елементів пріоритетною галуззю розвитку економіки. Ство-