

Основная причина рыночной несостоятельности - грубейшие просчеты руководителей, низкий уровень менеджмента, отсутствие опыта работы в условиях рынка, а также стремление многих из них обогатить себя, свою семью, приближенных за счет трудовых коллективов.

В условиях рыночной экономики конкурентоспособность организации определяется тем, насколько мобильно она реагирует на любое изменение внешней среды, насколько чутко улавливает изменения потребностей рынка, насколько готова к постоянным изменениям. В этих условиях требуется принципиально новый тип работника: высококвалифицированный, инициативный, склонный к инновациям, готовый самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность, привязывающий свои личные цели к целям организации, в которой работает, ориентированный на долгосрочное сотрудничество.

Список литературы: 1. *Кротова Н.В., Клеппер Е.В.* Управление персоналом: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 320с. 2. *Баринов В.А.* Антикризисное управление: Учебное пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2011. – 488с. 3. *Кошкин В.И.* и др. Антикризисное управление: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 11. – М.: ИНФРА-М, 2010.- 512с. 4. *Макарова И.К.* Управление персоналом: Учебник. – М.: Юриспруденция, 2002. – 304с. 5. Антикризисное управление: Учебное пособие/ Под ред. *К.В. Балдина.* – М.: Гадарика, 2011. – 271с. 6. *Авдеев В.В.* Управление персоналом: технология формирования команды: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 544с.

Поступила в редакцию 2.04.2012р

УДК 332.14:330.123

О.Г. ГЛЕНБОЦКАЯ, соискатель, ТНУ им. В.И. Вернадского,
Симферополь

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ГОСУДАРСТВЕННОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ РЫНКА ТУРУСЛУГ

У статті представлено обґрунтування необхідності використання державного стратегічного планування, прогнозування та аналізу розвитку ринку турпослуг.

В статье представлено обоснование необходимости использования государственного стратегического планирования, прогнозирования и анализа развития рынка турустуг.

This paper presents the rationale for the use of state strategic planning, forecasting and analysis of the market turustug. Keywords: government regulation, a tourist complex, strategy and planning.

Ключевые слова: государственное регулирование, туристический комплекс, стратегия, планирование.

Развитие рыночных отношений, изменение экономической среды, связанное с усилением конкуренции на внутреннем и внешнем рынках обуславливает необходимость совершенствования подходов регионального государственного регулирования в трансформационной экономике. Сфера туруслуг является одной из главных экономики АР Крым, где образуется не менее трети валовой добавленной стоимости. По объему реализации она занимает одно из ведущих мест. Развитие основной массы отраслей Крыма напрямую зависит от развития рекреации. На сегодняшний день процесс вхождения туристического комплекса в мировой рынок туруслуг сдерживается рядом внутренних и внешних факторов. Одна из серьезных проблем развития туристического комплекса Крыма является отсутствие планомерной функционирующей и отвечающей интересам развития крымской рекреации стратегической государственной программы развития. Не смотря на то, что согласно законам и подзаконным актам, стратегия развития туристической сферы является одним из приоритетных направлений развития национальной культуры и экономики, и принятые нормативные документы: Закон Украины "О туризме" от 18.11.03 № 1282 – IV [1], "О курортах" 05.10.00 № 2026 – Ш [2], Стратегия экономического и социального развития Автономной Республики Крым на 2011-2020 годы [3].

В этой ситуации все большего внимания требуют вопросы стратегического планирования туризма. Без планирования невозможно установить максимально возможную планомерность и пропорциональность в туристической деятельности, трудно добиться согласованных действий в области туризма, сложно поддерживать приоритетность направления деятельности. Стратегическое планирование – процесс разработки специфических стратегий, способствующих достижению целей на основе поддержания стратегического соответствия между ними. Смысл и особенность стратегического планирования заключается в том, что оно ориентирует в большей степени на предвидение будущих изменений внешней среды, нежели на реагирование на уже происходящие изменения [4, с. 231].

Н.Л. Павловская и С.И. Рудницкий считают, что разработка и реализация комплексного проекта развития туристско-рекреационного потенциала «дала бы возможность эффективно использовать имеющийся потенциал уникальных природных рекреационных ресурсов, создать дополнительные рабочие места, улучшить инфраструктуру региона, вывести на международный уровень, то есть осуществить свой вклад в экономическое развитие области» [5, с. 327].

Необходимо добавить ещё и тот факт, что стратегическое планирование невозможно осуществить без прогнозирования, без анализа развития отрасли в базисный период и его обоснования в перспективном периоде.

В работе «Курортно-рекреационное хозяйство» А.В. Гидбута и А.Г. Мезенцева представлена методика определения перспективного экономического эффекта. Используя оценку экономического эффекта от использования рекреационных ресурсов и сопоставляя эту величину с затратами, можно определить экономическую эффективность развития курортно-рекреационного хозяйства [6, с. 25]. Авторы утверждают, что необходимость прогнозирования курортно-рекреационного хозяйства (КРХ) как самостоятельного элемента вызвано, прежде всего, ростом масштабов КРХ, в том числе его пространственным расширением и усложнением структуры в условиях ведомственной разобщенности [6, с. 45].

Однако стратегическое планирование в развитии туристической сферы недостаточно глубоко изучено и освещено в экономической литературе. Сложность и противоречивость развития сферы услуг, а также недостатки в регулировании этого процесса объясняют актуальность выбранной темы.

Целью работы является разработка методических подходов к осуществлению регулирования сферы туруслуг.

Исходя из этого, **задачами являются:** определение сущности стратегического планирования; оценка необходимости прогнозирования как основного способа проведения стратегического планирования; получение результатов и рекомендаций по осуществлению стратегического планирования.

Государственное стратегическое планирование туризма представляет собой разработку различных программ перспективного развития. И принципиально важно, что функционирование туристического комплекса непосредственно взаимосвязано с рядом секторов экономики: транспорт, торговля, связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров широкого потребления. Поэтому государственное стратегическое планирование развития туристической деятельности выходит за рамки одного сектора экономики. Также в этом процессе именно государству необходимо учитывать развитие и сохранение природно-рекреационных и историко-культурных преимуществ региона. Программа развития туризма должна быть направлена на стимулирование эффективного использования туристических ресурсов и развитие рыночных отношений в туристической сфере, а также призвана определить перспективы дальнейшего развития туризма на основе анализа его современного состояния.

Одним из способов осуществления стратегического планирования является прогнозирование параметров основных факторов, входящих в портфель стратегий. При прогнозировании объемов реализации туристических услуг появляется практическая возможность управления факторами развития рекреационного комплекса и туризма в Крыму и получения в перспективе желаемого результата туристической деятельности на региональном уровне. Туристическому комплексу Крыма в общем объеме реализации туруслуг в Украине принадлежит третья часть.

На основе данных Госкомитета статистики АРК за период 2000-2011 гг., нами сделан прогноз на 2012 и 2013 гг. на основе метода гармонических весов.

В основе метода лежит взвешивание скользящего показателя, но вместо скользящей средней используется идея скользящего тренда. Экстраполяция проводится по скользящему тренду, отдельные точки ломаной линии взвешиваются с помощью гармонических весов, что позволяет более поздним наблюдениям придавать больший вес.

Срок упреждения не должен превышать третьей части длины базы прогноза. Чем меньше срок упреждения и чем длиннее база прогноза – прошлый период, однородный по закономерностям развития, на основании информации которого построена прогностическая модель, – тем меньше будут ошибки и прогностическая модель будет иметь достаточную точность. Именно поэтому прогноз в данном случае составляется на два года.

Для этого необходимо разбить исходный ряд динамики (n) на фазы (k). Число фаз обычно меньше членов ряда n ($k < n$).

Пусть $k=8$. Для каждой фазы рассчитывается тренд [7, с. 133]:

$$y_i(t) = a_i t^2 + b_i t + c_i$$

$$i = 1, 2, \dots, n-k+1$$

Получим $n-k+1 = 10-8+1 = 3$ уравнений скользящих трендов:

$$y_i(t) = 3,1553t^2 + 5,0684t + 119,36;$$

$$y_i(t) = 10,085t^2 - 43,686t + 216,18;$$

$$y_i(t) = 10,736t^2 - 30,138t + 196,71$$

С помощью полученных $(n-k+1)$ уравнений определяются значения скользящего тренда. Затем находим $\bar{y}_{j(t)} = \frac{1}{n_j} \sum_{j=1}^{n_j} y_{j(t)}$, $\bar{y}_{j(t)} = \overline{1, n_j}$, а именно:

$$\bar{y}_i(1) = 127,58; \bar{y}_i(2) = 155,63; \bar{y}_i(3) = 180,59; \bar{y}_i(4) = 213,62; \bar{y}_i(5) = 262,63;$$

$$\bar{y}_i(6) = 327,62; \bar{y}_i(7) = 408,60; \bar{y}_i(8) = 505,56; \bar{y}_i(9) = 717,49; \bar{y}_i(10) = 968,93$$

Потом проверяют гипотезу о том, что отклонение от скользящего тренда представляет собой стационарный процесс и рассчитываются приросты: $\omega_{t+1} = \bar{y}_{t+1} - \bar{y}_t$. Средняя приростов: $\bar{\omega} = \sum_{t=1}^{n-1} C_{t+1}^n \cdot \omega_{t+1}$, где

$$C_{t+1}^n > 0, t = 1, n-1, \sum_{t=1}^{n-1} C_{t+1}^n = 1$$

Такой подход позволяет поздней информации придать большие веса, так как прирост обратно пропорционален времени, которое отделяет раннюю информацию от поздней для момента $n=t$. В общем виде ряд гармонических весов определяется: $m_{t+1} = m_t + \frac{1}{n-t}, t = \overline{2, n-1}$. Гармонические

$$\text{коэффициенты: } C_{t+1}^n = \frac{m_{t+1}}{n-1}.$$

Далее прогнозирование производится путем прибавления к последнему значению ряда динамики среднего прироста, то есть: $\bar{y}_t = \bar{y}^* + \bar{\omega}$ (\bar{y}_{11} -2012г. - 1125,06 млн. грн., \bar{y}_{12} - 2013 г. - 1281,18 млн. грн.). Доверительный интервал прогноза строится, используя неравенство Чебышева для случайной величины $\bar{\omega}_{t+1}$: $P\{|\omega_{t+1} - E(\omega)| > a\sigma_\omega\} < \frac{1}{a^2}$, где a – заданное целое положительное число ($P \omega_1 = 44,24$ млн. грн., $P \omega_2 = 56,86$ млн. грн.).

Тогда имеем прогнозные данные на 2012 г. и 2013 г. с учетом доверительного интервала:

$$y^*_{t+1} - a(l)\rho_\omega$$

$$y^*_{t+1} + a(l)\rho_\omega$$

2012 г. - 1080,82 (млн. грн.)

2012 г. - 1169,29 (млн. грн.)

2013 г. - 1224,33 (млн. грн.)

2013 г. - 1338,04 (млн. грн.)

Что составляет возможные значения объема дохода реализованных туристических услуг в будущем.

На этой основе может намечаться общая отраслевая и региональная вместимость туристических учреждений, необходимый объем инвестиций, объемы производства других секторов региональной экономики, непосредственно связанных с туризмом. Обосновываются пути повышения экономической эффективности туристического комплекса на основе рационального использования природно-экономических ресурсов, комплексного развития туризма, сглаживание коэффициента сезонности. На данном этапе происходит обоснование развития данного комплекса в перспективном периоде. Здесь определяются предложения, направленные на обеспечение максимально возможного, в условиях ограниченных ресурсов, уровня удовлетворения потребностей людей с вариантным решением сроков реализации программы, изменения отраслевой и региональной структуры туристического комплекса. При всем этом необходимо учитывать, что в перспективе должна быть достигнута сбалансированность спроса и потребления туристических услуг.

Целью работы было показать, как необходимо в настоящее время стратегическое планирование для успешного развития рынка услуг, так как главная задача планирования состоит в том, чтобы направить регион на использование привлекательных экономических возможностей, то есть возможностей, адаптированных к его ресурсам, обеспечивающих потенциал для развития. Мы рассмотрели только одну, но достаточно весомую для такого региона как АРК составляющую рынка услуг – туристический комплекс. Естественно для анализа развития рынка услуг в целом, необходимо также детально рассмотреть каждую составляющую сферы услуг. Таким образом, эффективное развитие рынка услуг невозможно без обоснованного стратегического планирования, без прогнозирования перспектив его развития. Поскольку при прогнозировании раскрывается картина будущего, появляется

практическая возможность управления факторами развития рынка и получения в перспективе желаемого результата от реализации услуг.

Список литературы: 1. [Закон Украины "О туризме" от 18.11.03 № 1282 – IV // Режим доступа: http://www.crimea.gov.ua/normativno-pravovye-akti/normativno-pravovye-akti](http://www.crimea.gov.ua/normativno-pravovye-akti/normativno-pravovye-akti). 2. ["О курортах" 05.10.00 № 2026 – III // Режим доступа: http://www.crimea.gov.ua/normativno-pravovye-akti/normativno-pravovye-akti](http://www.crimea.gov.ua/normativno-pravovye-akti/normativno-pravovye-akti). 3. Стратегия экономического и социального развития Автономной Республики Крым на 2011-2020 годы // Режим доступа: <http://www.minek-crimea.gov.ua/content.php?cid=Strategy>. 4. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учеб. Пособие / А.П. Дурович 3-е изд. – Мн.: Новое издание, 2003. - 496 с. 5. Павловський Н.Л., Рудницький С.І. Вплив менеджменту на організацію туристично-рекреаційного бізнесу / Н.Л. Павловський., С.І. Рудницький // Регіональні перспективи. - 2000. - №2-3 (9-10). – С. 326. 6. Гидбут А.В., Мезенцев А.Г. Курортно-рекреационное хозяйство (региональный аспект) // А.В. Гидбут, А.Г. Мезенцев. – М.: Наука, 1991. 7. Математическое моделирование финансовых операций: Учеб. Пособие / Под ред. В.А. Половникова и А.И. Пилипенко. – М.: Вузовский учебник, 2004. – 360 с.

Поступила в редакцію 3.04.2012р

УДК 65.012.412

В.Л. ГЛИБОВЕЦЬ, канд.гум.наук, асистент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка
О.Г. БРІНЦЕВА, канд.ек.наук, «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ЕТИКО-ДЕМОГРАФІЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ ПЕРЕД СПОЖИВАЧАМИ

В статті розглянуто розвиток концепції соціальної відповідальності бізнесу в Україні на прикладі компаній, які виробляють алкогольно-тютюнову продукцію і позиціонують себе, як соціально відповідальні. Увага акцентується на етико-демографічному аспекті соціальної діяльності компаній, наводяться статистичні дані щодо обсягів виготовлення та продажу алкогольних та тютюнових виробів в Україні у 2003-2010 рр. та показники смертності населення від дії алкоголю та тютюну у 2003-2009 рр. Наведено рекомендації алкогольно-тютюновим компаніям України щодо більш ефективних напрямів реалізації соціальних проєктів.

В статье рассмотрено развитие концепции социальной ответственности бизнеса в Украине на примере компаний, которые производят алкогольно-табачную продукцию и позиционируют себя, как социально ответственные. Внимание акцентируется на этико-демографическом аспекте социальной деятельности компаний, приводятся статистические данные относительно объемов изготовления и продажи алкогольных и табачных изделий в Украине в 2003-2010 гг. и показатели смертности населения от действия алкоголя и табака в 2003-2009 гг. Приведены рекомендации алкогольно-табачным компаниям Украины относительно более эффективных направлений реализации социальных проєктов.

This paper considers the development of corporate social responsibility in Ukraine by the example of companies that produce alcohol, tobacco products and market themselves as