

Отже, на погляд автора, всебічне бачення змісту економічної діяльності та структури і функціональних можливостей організаційного механізму управління даним видом діяльності надасть можливість професійно організувати ефективну ЕД на підприємстві у межах його господарської діяльності й отримати від цього належний економічний ефект. Крім цього, варто керівництву звернути увагу на той факт, що організація ефективного управління ЕД на виробничих підприємствах надає можливість здобути ще й синергійний ефект від взаємодії різних їх підсистем. Тобто належне управління ЕД на підприємствах забезпечується ефектом від взаємного посилення зв'язків між суб'єктами господарювання ринку на рівні товарних потоків або спільним ефектом взаємодії всіх підсистем виробничої системи підприємства у загальному процесі виробництва продукції і обслуговування споживачів визначеного сегменту ринку.

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ У КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ

Табахарник О.Я., студентка,
Університету ДФС України*

В умовах сьогодення наявний та унікальний природно-ресурсний потенціал Карпатського макрорегіону недостатньо використовується для розвитку туристичної індустрії. Більше того, туризм гальмується через погіршення екології, а також через будівництво шкідливих і небезпечних підприємств й виробництв. В макрорегіоні туристична сфера не є провідною галуззю економіки, незважаючи на те, що природно-ресурсний потенціал має всі умови для цього.

Щодо проблем розвитку туризму в Карпатському регіоні присвячені праці В.Вачевського [1], В.Кравціва [2], М. Долішнього [3], Н. Недашковської [4] та ін. Разом з тим,

**Науковий керівник – Попович Л.О., ст. викладач*

достатньо не вивчені можливості розвитку іноземного в'їзного туризму на території Українських Карпат.

Туристична сфера оцінюється не лише як засіб, що забезпечує відпочинок, оздоровлення, а як галузь, яка приносить дохід суб'єктам підприємницької діяльності, надходження коштів до бюджету. Розвиток регіонального туристичного бізнесу в Карпатському регіоні буде сприяти створенню спеціальних малих і середніх підприємств, а також активізації і стимулюванню роботи цілої мережі галузей народного господарства: будівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництва товарів народного споживання, транспорту і зв'язку, формуванню сучасної кадрової політики в регіоні і поетапному виходу регіонального туристичного бізнесу як на загальнодержавний, так і на світовий рівень туристичних послуг.

За даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО) підрозділу ООН, який базується в Мадриді, кількість міжнародних туристів з січня до червня в світі склала 671 млн.

Це на 30 млн більше, ніж за аналогічний період у 2018 році [5] Туризм стає невід'ємною складовою життя людей більшості країн світу і одним із перспективних напрямків соціально-економічної діяльності в III тисячолітті.

Туристично-рекреаційний потенціал Карпатського регіону у поєднанні з вигідним географічним положенням, досить розвинутою транспортною мережею є важливою передумовою заохочення іноземних туристів до відвідання Карпат.

В туристичній сфері працює значна кількість людей. Це стосується не тільки турагентів і туроператорів, але і сфер, які займаються розміщенням, розселенням людей, в сільському туризмі. Зайнятість населення в туристичній сфері на сьогоднішній день становить 7,6%. Це і внутрішні, і зовнішні інвестиції. В гірських районах чотирьох карпатських областей проживає біля 1,3 млн. чол., тобто близько 20% всього населення. З них третя частина на висоті 500 м. і вище. Гори створюють специфічні надзвичайно складні умови проживання та господарювання, особливо у сільському господарстві. Тому гостро стоїть проблема зайнятості населення тих районів, і як результат низький рівень матеріального добробуту жителів гір. Стабілізації цих та інших негативних процесів за рахунок розширення сфер зайнятості, розвитку інфраструктури сприятиме розвиток міжнародного туризму з відповідним

сервісом та організацією обслуговування, в яких може бути задіяне місцеве населення.

Туристичний потік в українські Карпати зростає, основна причина тому – стабільні ціни на проживання. Так, із початку року кількість українських туристів на Закарпаття збільшилася на 10%, а іноземців – на 15–20%.

Аналіз пошукових запитів на основі даних Google Trends показує, що користувачі із усього світу частіше цікавляться відпочинком у Карпатах (Рис. 1). Це пов'язано із тим що в цьому році подорожчали Єгипет і Туреччина. Готелі на курортах Хургади, Шарм-еш-Шейх, Соме Бей, Сафага, Анталії, Мармаріса і Бодрума в цьому році перейшли на розрахунки в євро, що призвело до зростання цін в середньому на 20%. Зараз придбати тижневий тур в готель п'ять зірок на першій лінії дешевше 1 тис. дол. на двох практично неможливо.

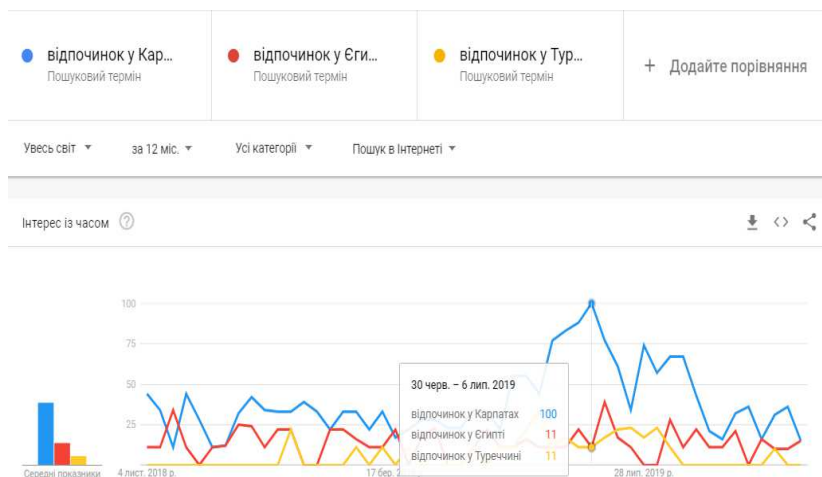


Рис.1 Динаміка частоти пошукових запитів користувачів Інтернету по напрямам відпочинку*

Джерело: [Google Trends](#)

*Цифри показують популярність терміну відносно найвищої точки на графіку для певного регіону та періоду часу. 100 – це пік популярності терміну. 50 означає, що популярність терміну вдвічі менша. 0 означає, що було замало даних про цей термін.

За даними Мінекономрозвитку, уже в 2016-му Україна потрапила до 30-ки країн, найпривабливіших для іноземних туристів, зайнявши 27 позицію. Ми обійшли Ірландію, Швейцарію, Сингапур та іще півтори сотні держав, про що повідомив BusinessViews. А в 2017-му, за даними Світового банку, ми успішно перемістилися на 25 позицію. В 2018-му ми цю позицію, за попередніми оцінками, зберегли. За останніми даними Світового банку, за 2018 рік Україну відвідали 14,2 мільйони іноземних туристів.

Традиційно лідерами за відвідуванням України є прикордонні країни – Молдова (4,4 млн за 2018 рік), Білорусь (2,6 млн), Росія (1,5 млн), Польща (1 млн), Угорщина (915 тис.), Румунія (740 тис.). (Рис. 2)

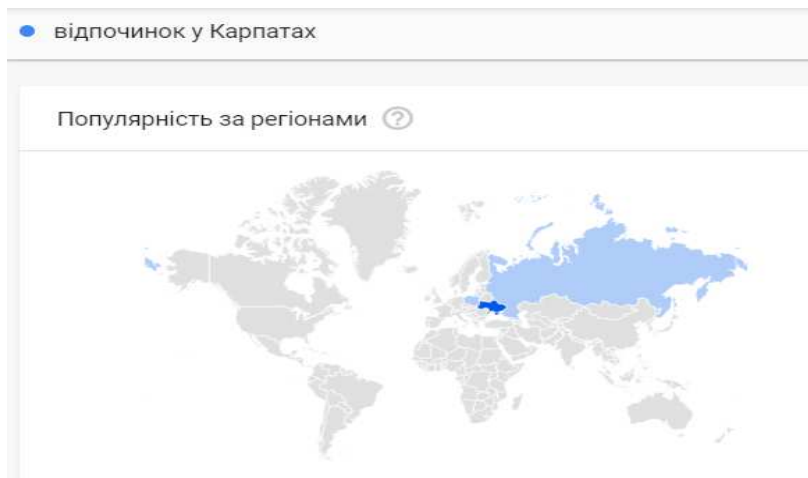


Рис.2 Популярність запиту «відпочинок у Карпатах» в пошуковій системі Google за регіонами*

Джерело: [Google Trends](#)

За підсумками 2018 року сукупні надходження туристичного збору та податкових платежів з туристичної галузі зросли на 20,7% – до 4,2 мільярда гривень. Це – загальні витрати на туризм як іноземних мандрівників, так і наших громадян, які відпочивали в Україні. Сюди включено і надходження туристичного збору, які теж зросли на 29,2% і склавши 90,7

мільйона гривень. Найбільш відвідуваним місцем серед іноземних туристів є Карпати.

Отже, Карпатський регіон, володіючи великим туристичним потенціалом, в даний час має порівняно нерозвинену туристичну інфраструктуру, що не дозволяє істотно збільшити розвиток іноземного туризму і залучати туристів з інших регіонів України. Матеріальна база туризму потребує реконструкції, потрібне істотне розширення мережі туристичних об'єктів та послуг. Для збільшення притоку туристів до Карпатського регіону необхідно провести кардинальні дії щодо розвитку та покращення якості туристичних послуг регіону.

Література.

1. Вачевський М.В., Свінцов О.М., Кузнецов В.Ф. Розвиток рекреаційної сфери в Карпатському регіоні. Український бальнеологічний журнал. 2001. №1. С.99-104.

2. Кравців В.С., Жук П.В. Концептуальні основи перспективного розвитку рекреаційної індустрії в Карпатах. Економіка України. 1993. №12. С.5762.

3. Долішній М.І., Кудельман М.С. Карпатський рекреаційний комплекс. Наукова думка, 1984. 148 с.

4. Недашковська Н.Ю. Рекреаційна система Карпат. Вища школа, 1983. 117 с.

5. Статистичні дані на основі GoogleTrends URL: <https://www.wto.org/>.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Тараєвська Л.С., к.е.н., доцент,

Мойсюк І., студент,

*Івано-Франківський національний технічний університет
нафти і газу*

Однією із пріоритетних характеристик підприємства, з точки зору конкурентної боротьби є його конкурентоспроможність, яка визначає життєздатність та результати виробничо-збутової діяльності в умовах ринкової конкуренції. Слід зазначити, що будівництво в Україні тісно