

$$K_e = \frac{\Delta V_p}{\Delta M}, \quad (1)$$

де: ΔV_p – зміна обсягів реалізації туристичного продукту фірми за аналізований період часу (рік, квартал), грн; ΔM – це зміна маркетингових витрат на рекламу за певний період часу, грн.

У разі, якщо значення K_e є від'ємним або меншим за 1, то доцільно припинити вкладання коштів у рекламу. Точність аналізу підвищується, якщо порівняти значення цього показника за різні періоди часу. Аналіз такої динаміки в часі дає фірмі правдиву картину впливу рекламних витрат на обсяг реалізації туристичного продукту фірми.

Для оцінки ефективності рекламних заходів у практичній діяльності використовують, такі показники:

- відсоток покупців, що звернули увагу на рекламу;
- зміна популярності послуг фірми внаслідок рекламування;
- кількість продажу туристичного продукту внаслідок реклами;
- витрати на рекламу на тисячу потенційних покупців з певного виду реклами;
- грошові витрати на тисячу потенційних покупців за всіма використовуваними засобами реклами.

Вважаємо, що дані зазначених показників є необхідними і можуть аналізувати та оцінювати комунікативну ефективність реклами у туристичній індустрії.

Комунікативна ефективність реклами характеризується рівнем привертання уваги потенційних клієнтів, яскравістю і глибиною їх вражень. Така оцінка є актуальна для проведення пробного маркетингу з метою вибору кінцевого варіанту рекламних звернень, під час та після проведення рекламних заходів. Однак для оцінки економічної ефективності реклами значення цих показників не є достатнім. Зрозуміло, що економічна ефективність реклами залежить від комунікативної. Однак для її оцінки більшість авторів пропонують аналізувати обсяг реалізації туристичного продукту як основний об'єкт маркетингового впливу. Вважаємо, що такий підхід правильний, оскільки задля збільшення обсягів реалізації туристичних послуг здійснюється вся рекламна діяльність фірми.

За своєю економічною природою витрати на рекламу є поточними. Одночасно ці витрати є головною умовою зростання обсягу реалізації туристичного продукту. Дуже часто значні суми, які витрачаються на рекламу туристичного продукту на перших стадіях його життєвого циклу, можуть сприяти одержанню прибутку через значний період часу. З огляду на ці умови, можна вважати витрати на рекламу однією з форм інвестиційних витрат. Тому, вважаємо, для оцінювання ефективності рекламних витрат можна проводити розрахунок доцільності цих вкладень за відомими показниками – чистою теперішньою вартістю капіталовкладень, індексом прибутковості та терміном їх окупності. Така оцінка буде не лише підставою для доцільності вкладень коштів у рекламні заходи, але й дасть змогу спрогнозувати та оцінити їх ефективність.

Процес планування рекламного бюджету значною мірою залежить від досвіду та знань фахівців – маркетологів, а тому носить суб'єктивний характер. Запропоновані показники оцінки ефективності рекламних витрат дадуть

змогу проаналізувати кількісно вплив маркетингових витрат на зміну обсягів реалізації туристичного продукту, а також розрахунково обґрунтувати доцільність фінансових вкладень у рекламну діяльність у процесі її планування.

Ми розглянули лише один з аспектів аналізу ефективності рекламної діяльності у туризмі. Зрозуміло, що для комплексної оцінки ефективності рекламних заходів необхідно аналізувати характер впливу факторів на життя цих заходів; аналізувати внутрішню діяльність фірми, життєвий цикл її туристичного продукту; стан економіки країни загалом та інші чинники, які остаточно визначають величину та ефективність рекламних витрат у маркетинговій діяльності фірми.

Література

1. Кириллов А.Т. Маркетинг в туризме / А.Т. Кириллов, Л.А. Волкова. – СПб. : Изд-во С-Петербургского ун-та, 1996. – 264 с.
2. Дурович А.П. Маркетинг в туризме : монография / А.П. Дурович. – Минск : Изд-во ООО "Новое знание", 2001. – 234 с.
3. Квартальнов В.А. Туризм : учебник / В.А. Квартальнов. – М. : Изд-во "Финансы и статистика", 2001. – 315 с.
4. Яновская Н. Туризм: организация и учет / Н. Яновская. – Харьков : Изд-во "Фактор", 2000. – 229 с.
5. Гуляев В.Г. Организация туристической деятельности : учебн. пособ. / В.Г. Гуляев. – М. : Изд-во "Нолидж", 2001. – 324 с.
6. Балабанов И.Т. Экономика туризма : учебн. пособ. / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. – М. : Изд-во "Финансы и статистика", 2001. – 178 с.

Костюк И.В., Теребух А.А., Щур О.М. Анализ эффективности туристической деятельности

Рассмотрены возможные пути совершенствования методики оценки эффективности рекламных расходов в туризме. Проанализированы известные в теории и практике маркетинга подходы к оценке эффективности затрат на осуществление рекламных мероприятий.

Ключевые слова: эффективность менеджмента в туризме, маркетинг сферы туристических услуг.

Kostyuk I.V., Terebukh A.A., Shchur O.M. Analysis of efficiency of tourist activity

The possible ways of improvement of a technique of an estimation of efficiency of marketing expenses are considered. The approaches to an estimation of efficiency of expenses on realization of marketing measures are analyzed known in the theory and practice to marketing.

Keywords: management of tourism efficiency, marketing of service tourists sector.

УДК 334.715:65.01 Доц. К.А. Артюшок, канд. екон. наук – Міжнародний економіко-гуманітарний університет ім. акад. С. Дем'янчука, м. Рівне

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ ПІДПРИЄМСТВА ГАЛУЗІ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Викладено основні підходи до визначення стратегічної мети діяльності підприємства галузі природокористування в умовах стратегічного і довготермінового планування. Визначено принципи розбудови стратегічного дерева цілей підприємства природокористувача.

Ключові слова: стратегічна мета підприємства галузі природокористування, економічна стійкість підприємства природокористувача, екологічна стійкість підприємства природокористувача, соціальна стійкість підприємства природокористувача.

Стабільна діяльність підприємств галузі природокористування та реалізація можливостей природного потенціалу в сучасних економічних умовах повинна забезпечуватись системою управління, що має відповідати певним вимогам. Вона повинна забезпечити беззбиткову роботу підприємства, досягнення ним стратегічних і тактичних цілей, враховуючи та адекватно реагуючи на внутрішні та зовнішні впливи навколишнього середовища. У цьому аспекті особливого значення набувають дослідження, спрямовані на визначення порядку формування стратегічних цілей підприємств галузі природокористування.

Питанням, що пов'язані з дослідженням проблем довготермінового та стратегічного визначення цілей, присвячували свої роботи багато зарубіжних та вітчизняних провідних науковців. Зокрема, можна виділити роботи І. Ансоффа, М. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоурі, Б. Карлоффа, В.М. Авдєска, В.О. Котлова, В.М. Архіпова, А.П. Градова, Б.М. Мочалова, В.Н. Гавви, Н.С. Краснокутської, А.О. Задої, З.Є. Шершньової та інших.

Названі автори зосереджували увагу на завданнях та організації стратегічного та довготермінового планування для підприємств, які основною метою своєї діяльності визначали отримання прибутку. Водночас у цих роботах не приділено уваги дослідженню процесу визначення стратегічних цілей для організацій, які функціонують з метою забезпечення низки рівнозначних економічних, соціальних та екологічних потреб населення. Такими підприємствами є підприємства галузі природокористування.

Метою цієї роботи є визначення базових положень порядку формування стратегічних цілей в умовах стратегічного планування на підприємстві галузі природокористування. Процес виробництва на підприємствах галузі природокористування є системою заходів щодо відновлення, збереження і використання природних ресурсів з метою задоволення суспільних потреб.

Мета виробництва підприємств галузі природокористування – відтворення природних ресурсів, використання їх корисних функцій для задоволення суспільних потреб. Процес виробництва підприємств галузі природокористування за своїм речовим складом і економічним змістом характеризується низкою специфічних особливостей, які впливають на організацію, планування та аналіз їх діяльності. Virізняючись великою структурно-виробничою складністю, він характеризується своєрідністю форм предметів праці і виробничим середовищем, в якому формується і перебігає сам процес праці.

Зокрема, процес виробництва підприємств галузі природокористування характеризується великою тривалістю виробничого циклу. Від створення умов для використання природних ресурсів до отримання корисного ефекту від їх використання може проходити тривалий період, що інколи вимірюється десятиріччями (наприклад у лісовому господарстві). Внаслідок цього виробничі роботи і заходи у складі сукупного процесу виробництва підприємства галузі природокористування відрізняються великою різноманітністю і часовими розривами.

У виробничому процесі підприємств галузі природокористування провідна роль належить природним чинникам, що функціонують без участі людської праці, дія людини на предмет праці часто становить незначну питому вагу у загальній тривалості виробничого циклу. Часто природні ресурси,

будучи основним предметом праці у процесі виробництва, мають здатність до самовідновлення. Цю особливість слід враховувати при раціональній організації виробництва підприємств галузі природокористування.

Таким чином, розробляючи підходи до визначення стратегічних цілей підприємства галузі природокористування, необхідно враховувати особливості процесу природокористування, характеристиками якого є:

- технологія природокористування;
- технічні засоби, що реалізують технологію;
- організація виробничого процесу природокористування;
- заходи зі збереження і відновлення природного середовища;
- взаємодія природокористувача з органами влади і місцевим населенням.

Стратегічні цілі підприємств галузі природокористування повинні відповідати певним фундаментальним вимогам або принципам, які забезпечать стійкий розвиток та перспективи діяльності. Тобто певним вимогам, що забезпечують економічну, екологічну і соціальну стійкість діяльності підприємств. Основним змістом цих вимог є забезпечення потреб нинішнього і наступних поколінь у природних ресурсах, продуктах їх перероблення й інших корисних властивостях завдяки організації економічно-, екологічно- і соціально-стійкого механізму природокористування. Троїстість напрямку розбудови стійкого та збалансованого розвитку підприємств галузі природокористування можна розкрити таким чином.

Економічно-стійка діяльність у природокористуванні – доцільна і збалансована діяльність зі заготівлі, перероблення, використання і відтворення природних ресурсів, що забезпечує економічну ефективність (прибутковість) виробництва, раціональне багаточільове використання природної сировини і вторинних ресурсів та стійке їх відтворення, що забезпечує потреби як нинішнього, так і майбутніх поколінь у природних ресурсах і інших продуктах та їх корисних властивостях.

Економічна стійкість виробництва є основою, фундаментом будь-якої діяльності підприємства. Досягнення мети економічної стійкості має базуватись на дотриманні таких принципових положень:

- узгодженість і відповідність господарської діяльності підприємств природокористувачів чинному законодавству;
- постійне невиснажливе природокористування;
- повне, раціональне та ефективне використання природних ресурсів.

Екологічно-стійка діяльність у галузі природокористування – діяльність пов'язана із заготівлею, переробкою, використанням і відтворенням природних ресурсів, яка забезпечує збереження і відновлення життєздатності, продуктивності, біорізноманітності і захисних функцій природних екосистем та екологічну безпеку виробництв з перероблення природних ресурсів.

Безпосередньо зі станом екології природного середовища пов'язана низка функцій природних ресурсів, до яких можна віднести:

- відтворення природних ресурсів і супутніх ним корисних властивостей;
- захист ґрунтового покриву;
- нагромадження вологи і регулювання водних потоків;
- вплив на стан атмосфери;
- особливі природоохоронні функції;
- наукові та культурно-історичні функції.

Звідси основними принципами формування передумов екологічної стійкості підприємства галузі природокористування у стратегічній перспективі є:

- забезпечення у процесі природокористування збереження життєздатності природного середовища та його біологічного різноманіття;
- забезпечення ґрунтозахисних, воднорегуляційних функцій екосистем та їх дії на глобальний вуглецевий цикл;
- забезпечення збереження природних ресурсів, що становлять природоохоронну і культурно-історичну цінність;
- застосування екологічно безпечної технології та організації виробництва з перероблення та використання природних ресурсів.

Соціально-стійка діяльність у природокористуванні – діяльність зі заготівлі, перероблення, використання і відтворення природних ресурсів, за умов якої забезпечені передбачені чинним законодавством соціальні права й інтереси зайнятого персоналу та місцевого населення.

Ця група принципів покликана забезпечити соціальну стабільність діяльності у галузі природокористування держави. Особливість підприємств природокористувачів полягає у тому, що їх діяльність зачіпає не тільки інтереси і соціальні права зайнятого на підприємствах персоналу, але і права місцевого населення щодо доступу до природних ресурсів і їх корисних властивостей. З огляду на це, соціальна складова стійкого та збалансованого розвитку підприємств галузі природокористування передбачає як прийнятний рівень оплати праці, забезпеченість персоналу необхідним спеодягом і засобами індивідуального захисту та інших соціальних прав, передбачених законодавством про працю, так і встановлення такої взаємодії з місцевим населенням і адміністрацією регіону, яка гарантує забезпечення передбачених чинним законодавством прав місцевого населення і злагоджено безконфліктну діяльність підприємства на цій території. До них можна віднести:

- дотримання соціальних прав і гарантій персоналу підприємств;
- забезпечення прав місцевого населення на доступ до природних ресурсів і їх корисних властивостей;
- відкритість і доступність інформації про суспільно значущі сторони діяльності підприємств природокористувачів.

Наведена система принципів формування стратегічних цілей підприємства галузі природокористування вимагає також розроблення комплексу критеріїв, що дадуть змогу кількісно та якісно оцінити ступінь досягнення цілей. Підставою для їх розроблення та вдосконалення можуть слугувати зміни законодавства, що регламентує діяльність у секторі природокористування України, довготермінові зміни кон'юнктури на ринках природних ресурсів, поява нових нормативних документів, технологічних процесів і технічних засобів у галузі природокористування і природовідновлення, нових результатів досліджень у галузі екології природного середовища, специфічні умови діяльності конкретного підприємства природокористувача чи природного регіону і т.ін.

Таким чином, стратегічною метою діяльності підприємства галузі природокористування є забезпечення потреб нинішнього і наступних поколінь у природних ресурсах, продуктах їх перероблення, використання й інших корисних властивостей завдяки організації економічно-, екологічно- і соціально-стійкого механізму виробництва, що має базуватись на запропонованих вище принципах.

Література

1. The FSC Principles and Criteria for responsible forest management. [Electronic resource]. – Mode of access <http://www.fsc.org/pc.html>
2. Концепция развития лесного хозяйства Российской Федерации на 2003-2010 гг. [Электронный ресурс]. – Доступный з <http://www.rosleshoz.gov.ru/agency/strategy/0>
3. Букша І.Ф. Лісова сертифікація як практичний інструмент запровадження принципів сталого ведення лісового господарства / І.Ф. Букша, Г.В. Бондарук, В.П. Пастернак, М.В. Любич. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.smuf.com.ua/docs/Buksha_SMUF.pdf.

Артюшок К.А. Формирование стратегических целей предприятия отрасли природопользования

Изложены основные подходы к определению стратегической цели деятельности предприятия отрасли природопользования в условиях стратегического и долгосрочного планирования. Определены принципы построения стратегического дерева целей предприятия природопользователя.

Ключевые слова: стратегическая цель предприятия отрасли природопользования, экономическая стойкость предприятия природопользователя, экологическая стойкость предприятия природопользователя, социальная стойкость предприятия природопользователя.

Artyushok K.A. Forming of strategic purposes enterprise of user nature

This article deals with basic approach to determination strategic purpose of activity of use of nature in the conditions of the strategic and long-term planning. The alteration principles of strategic purposes tree user of nature are definite.

Keywords: strategic purpose of enterprise of industry of use of nature, economic firmness of enterprise user of nature, ecological firmness of enterprise user of nature, social firmness of enterprise user of nature.

УДК 339.5:504.03 Аспір. М.А. Гнатишин¹ – Львівський НУ ім. Івана Франка **ВПЛИВ ЛІБЕРАЛІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ НА ШКІДЛИВІ ВИКИДИ** **В КРАЇНАХ, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ**

Представлено дослідження впливу лібералізації торгівлі країнами, що розвиваються, на обсяги викидів діоксиду карбону в цих країнах. На основі результатів регресійного аналізу моделі впливу лібералізації торгівлі на шкідливі викиди зроблено висновки про перспективи екологічно безпечної лібералізації торгівлі країнами, що розвиваються.

Ключові слова: лібералізація торгівлі, екологічно безпечна торгівля, факторонаділеність, Кіотський протокол.

Постановка проблеми. Лібералізація торгівлі залежно від рівня розвитку країни може мати різні наслідки для екології, а також по-різному впливати на економічні та соціальні показники, що своєю чергою відобразиться на екологічних показниках. Від рівня економічного, політичного та соціального розвитку країни часто залежить рівень встановлених нею екологічних стандартів, що може викликати появу гаваней забруднення. Зважаючи на потенційно значні відмінності в екологічних наслідках лібералізації світової торгівлі для країн, що розвиваються, порівняно з розвиненими країнами, важливо зосередити увагу на проблемах саме цієї групи країн.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основну структуру аналізу впливу торгівлі на довкілля розроблено ще на початку 1990-х років. Ж. Грос-

¹ Наук. керівник: проф. І.М. Грабинський, д-р екон. наук – Львівський НУ ім. Івана Франка