

3) планування заходів регулювального впливу на інституціональні взаємодії і контроль зворотних процесів.

Список використаних джерел:

1. Бергаланфи Л. фон. История и статус общей теории систем // Системные исследования. Методологические проблемы. Ежегодник / Л. фон Бергаланфи. – М.: «Наука», 1973. – С. 20-37.
2. Возіянова Н.Ю. Державне регулювання інституціональних змін у розвитку внутрішньої торгівлі / Н.Ю. Возіянова // Вісник ДонНУЕТ: серія Економічні науки. № 3 (47), 2010. – С. 219-228.
3. Ільяшенко В.А. Державна підтримка інституціональних перебудов у сфері товарного обігу / В.А. Ільяшенко // Режим доступу: <http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/dutp/2006-1/txts/GALUZEVE/06ivasto.pdf>
4. Клейнер Г. Системная экономика как платформа развития современной экономической теории / Г. Клейнер // Вопросы экономики. – 2013. – № 6.
5. Корнаи Я. Системная парадигма / Я. Корнаи // Вопросы экономики. – 2002. – № 4. – С. 4-22.
6. Покатаева О.В. Государственное регулирование трансформации торгово-экономических отношений: институциональный подход: монография / О.В. Покатаева. – М.: КПУ, 2009.
7. Сурмин Ю. П. Теория систем и системный анализ: Учеб. Пособие / Ю. П. Сурмин // – К.: МАУП, 2003. – 368 с.
8. Теория систем и системный анализ в управлении организациями / Под ред. В.Н. Волковой и А.А. Емельянова. – М.: Финансы и статистика, 2006.

Михайлюк К.В.

студентка,

Донецький інститут туристичного бізнесу

ЕФЕКТИВНІСТЬ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Динамічність розвитку та глобалізація сучасної світової економіки обумовили необхідність диверсифікації як способу зниження ризиків невизначеності зовнішнього середовища й підвищення конкурентоспроможності туристичних компаній. Диверсифікація діяльності підприємства є найпоширенішим способом розвитку компаній. Все більше українських туристичних підприємств обирають диверсифікацію як основний стратегічний напрямок розвитку. Диверсифікацію діяльності підприємства проводять не лише в умовах глобалізації світової економіки, а й у кризових умовах як один з інструментів антикризової стратегії розвитку.

Питаннями, пов'язаними з диверсифікацією, в своїх працях розглядали багато українських та закордонних авторів, як І. Ансофф, Ф. Котлер, М. Г. Саєнко, В. Ф. Данильчук та інші [1-4].

Стратегія диверсифікації – освоєння виробництва нових товарів, товарних ринків, а також видів послуг, що включає не просто диверсифікацію товарних груп, але й розповсюдження підприємницької діяльності на нові та не пов'язані з основними видами діяльності фірми області. Або ж стратегія диверсифікації – це система заходів, що використовується для того, щоб підприємство не стало

занадто залежним від одного стратегічного господарчого підрозділу чи однієї асортиментної групи.

Ефективність здійснення стратегії диверсифікації безпосередньо залежить від своєчасної орієнтації на види товарів, робіт, послуг, які мають попит, наближаються до рівня конкурентоспроможності [3, с. 135].

Глобалізація всесвітніх господарських зв'язків є однією з головних тенденцій розвитку сучасності. Одним із проявів процесу глобалізації світової економіки є динамічний розвиток міжнародних ринків послуг, зокрема туристичних. Туризм сьогодні – це сфера соціально-економічного комплексу, що в багатьох країнах перетворилася на індустрію, яка бурхливо розвивається [4]. За різними оцінками, на туристах бізнес щорічно заробляє приблизно 700 млрд. дол. США, а згідно прогнозів експертів Світової туристичної організації, до 2020 р. ця сума мала б вирости у три рази. Проте у кінці 2008 р. галузь суттєво підкосила економічна криза. Хоча Українська економіка сильно постраждала від глобальної економічної кризи, на національному ринку туризму зареєстрований стабільне зростання. Зокрема, очікується зростання внутрішнього туризму з щорічними темпами приросту 9,5% протягом найближчих п'яти років. Вихід на ринок недорогих авіакомпаній, таких як «Wizz Air» і німецька «Крила плюс» теж позитивно впливають на розвиток туризму в країні.

Основними причинами, які спонукають до застосування стратегії диверсифікації:

- стратегічний синергізм;
- насичення ринку і посилення конкуренції;
- підприємство не досягає поставлених цілей;
- поява нових технологій;
- старіння товару підприємства;
- привабливість і прибутковість нової галузі;
- поява нових технологій.

На мою думку, прагнення підприємства зменшити залежність від вузької товарної номенклатури найістотніше впливає на необхідність застосування стратегії диверсифікації. За теорією життєвого циклу товару, будь який товар рано чи пізно вступить на стадію спаду. Це призведе до застаріння товару, зниження попиту на нього, і, як результат – зниження прибутку та рентабельності туристичного підприємства. Тому, щоб зменшити ризик від діяльності в одній галузі, воно диверсифікує свою діяльність, тобто виходить у нові для нього сфери бізнесу.

Наприклад, диверсифікація, що полягає у застосуванні традиційної технології підприємства для задоволення нових потреб. Здійснюється або шляхом поглинання, або шляхом внутрішнього розвитку через вихід на нові ринки. Шляхом розробки нових турів з застосуванням інноваційних технологій, розробка маршрутів раніше не існуючих.

Використанні стратегії диверсифікації в умовах глобалізації сприятиме стабілізації бізнесу, зробить його менш вразливим до спадів. Така стратегія забезпечує прибуток, стабільність і стійкість фірми у віддаленому майбутньому. На мою думку, стратегія диверсифікації – це ефективний інструмент виживання і розвитку підприємств в умовах сьогоднішньої нестабільної економіки.

Список використаних джерел:

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф ; [пер. с английского С. Жильцова ; под общ. ред. Ю. Н. Каптуревского]. – СПб. : Издательство «Питер», 1999. – 416 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс: Учебное пособие / Ф. Котлер. – М.: Наука, 2007. – 656 с.
3. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: підручник. / М.Г. Саєнко. – Тернопіль: Економічна думка, 2006. – 390 с.
4. Данильчук В.Ф. Эволюционные процессы диверсификации предприятий туристического бизнеса в Украине и направления их ускорения. // Вісник ДІТБ. – 2007. – №11. – С. 41-49

Омельяненко В.А.

аспірант,

Сумський державний університет

СОЦІАЛЬНІ ФАКТОРИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Пан Гі Мун, Генеральний секретар ООН, відзначав, що «соціальна справедливість – це не просто етичний імператив, це основа національної стабільності і глобального благополуччя. Рівні можливості, солідарність і повага прав людини вкрай важливі для повноцінного освоєння продуктивного потенціалу націй і народів». Починаючи опис дослідження із цих слів нам хотілося відзначити важливе значення соціальної справедливості для розвитку. У своїй роботі ми пропонуємо розглянути взаємозв'язок факторів соціальної держави та людського потенціалу як головного фактора інноваційних процесів.

На думку експертів ПРООН, сталий розвиток людини припускає збереження позитивних результатів протягом тривалого часу. Виходячи із цього експерти організації запропонували визначити розвиток людини як «процес розширення свободи людей жити довгим, здоровим та творчим життям, на здійснення інших цілей, які, на їх думку, мають цінність; приймати активну участь у забезпеченні справедливості та сталому розвитку».

Концепція людського розвитку у свій час змінила класичні теорії економічного зростання, які базувалися на показнику ВВП і розглядали економічний ріст в якості головної мети суспільного прогресу. Поштовхом до перегляду ідеї індустріального розвитку став розвиток прогнозних технологій, що базуються на використанні обчислювальної техніки. Відома доповідь Римського клубу «The limits to growth» Д. Медоуза та Дж. Форестера також проілюструвала природні обмеження, що накладають на індустріальний варіант розвитку характеристики людських ресурсів.

Зв'язок соціальних факторів та інновацій демонструють ряд концепцій. Перша – концепція людських якостей (human qualities), друга – концепція відповідних технологій (appropriate technologies). Відповідно до першої концепції, розвиток суспільства та економіки по шляху технологічного вдосконалювання тісним образом пов'язане з якістю робочої сили. Нова економіка, нові технології, носіями яких стають транснаціональні корпорації, з необхідністю затребує розвиток людських якостей – сумлінності, чесності, толерантності, прагнення до знань. Друга концепція – «відповідних технологій» – була тісно пов'язана з