

1	2
Інтерпретація результатів	Характеристика конкурентів з точки зору стратегічних та тактичних кроків на шляху реалізації конкурентних стратегій

* Розроблено автором.

Отже, в умовах динамічного середовища здатність мобілізувати та ефективно використовувати нематеріальні активи та створені на їх основі інноваційні цінності та компетенції, орієнтація на споживача, ефективні бізнес-процеси є запорукою успішного функціонування підприємства на довгострокову перспективу.

Список джерел інформації

1. Шарко В.В. Принципи формування конкурентної стратегії інноваційного розвитку підприємства // Бізнес Інформ. 2019. Вип. 9. С. 92–98. URL: <http://oaji.net/articles/2019/727-1575441554.pdf>

Д.В. Головань, канд. техн. наук, доц. (НАУ ім. М.Є. Жуковського «ХАІ», Харків)

МАРКЕТИНГОВІ ТА ПІДПРИЄМНИЦЬКІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В ХАРКІВСЬКОМУ РЕГІОНІ

Наслідки світової фінансово-економічної кризи призвели до послаблення міжрегіональних зв'язків, посиленню міжрегіональної диспропорційності та зниженню загального рівня конкурентоспроможності регіонів України. Незначного гальмування соціально-економічного розвитку в даний період зазнав і Харківський регіон. Незважаючи на це, в ньому відбувається розвиток туристичної та культурної інфраструктури. Тому питання розвитку туристичного бізнесу в Харківському регіоні є актуальним.

Основними показниками, що характеризують діяльність туристичного бізнесу є динаміка зміни суб'єктів туристичної діяльності на ринку та кількості покупців їх продукту. Також на привабливість туристичного бізнесу здійснюють вплив сторонні фактори, що характеризують рівень добробуту населення.

Незважаючи на зростання конкуренції на вітчизняному ринку туристичних послуг, рівень її значно відстає від світового, а це є визначальним фактором процесів концентрації та інтеграції. Тому у

вітчизняних умовах переважаючими у розвитку підприємств можуть бути стратегії конкуренції (низьких витрат), стратегії диверсифікації туристичного продукту та діяльності за видами та регіональними напрямками.

Харківський регіон має вигідне геополітичне розташування, комфортні мікрокліматичні умови та значний історико-культурний потенціал. Для регіону пріоритетними є: діловий туризм (міжнародні конгреси, симпозиуми, семінари, виставки, ярмарки, фестивалі), сільський та зелений (на території регіону діють 16 агроосель, розташованих у Золочівському, Нововодолазькому, Зміївському та інших районах), мисливський та рибальський (на території Харківщини нараховується близько 20 видів птахів і 16 видів тварин). У Харківській області визначено основні туристично-екскурсійні маршрути, що за тематичною спрямованістю охоплюють визначні місця, пам'ятки історії, культури, архітектури й природи та пов'язані з життям і діяльністю видатних особистостей. На даний момент в області існує понад 100 тематичних екскурсійних маршрутів. Туристичні організації систематично розробляють нові та оновлюють існуючі екскурсії різноманітної тематики.

Нормативно-правова база туристичної діяльності регулюється як основним, так і спеціальним законодавством. З метою покращення ситуації у туристичній галузі було розроблено та прийнято ряд спеціальних нормативних документів: Закон України «Про туризм», Указ Президента України «Про основні напрями розвитку туризму в Україні», Указ Президента України «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні», Постанову Верховної Ради України «Про внесення змін до Закону України “Про туризм”», Постанову Кабінету Міністрів України «Про затвердження державної програми розвитку туризму», Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження плану заходів з підготовки та проведення Року туризму і курортів в Україні» та ін. Ці нормативні документи накреслили основні напрями та перспективи розвитку туристичної сфери України.

При відкритті туристичного бізнесу перш за все, слід вирішити питання, в якій організаційно-правовій формі працювати: як ФОП (фізична особа-підприємець), юридична особа у формі ПП (приватне підприємство), ТОВ (товариство з обмеженою відповідальністю), ПАТ (повне акціонерне товариство) або в іншій формі.

Найпростішим рішенням, як з точки зору реєстрації, так і ведення податкової звітності, є реєстрація ФОП. Вигідним таким варіант є для осіб, які вкладають невеликі кошти у туристичний бізнес. ФОП є зручним варіантом з податкової точки зору: не потрібно сплачувати податок на прибуток, а також ряд інших податків,

платниками яких є юридичні особи (ТОВ, ПП, ПАТ). Громадяни України для реєстрації ФОП надають державному реєстратору копії паспорта та довідки про присвоєння ідентифікаційного номера. Після завершення процедури реєстрації підприємець отримує реєстраційні документи, які містять виписку з Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України, довідку статистичного управління, довідку податкового органу про взяття на облік платника податку, заяву з відміткою про подання на реєстрацію книги обліку доходів та витрат, повідомлення про реєстрацію у районному відділенні Пенсійного фонду України.

Таким чином, основними привілеями ФОП порівняно з ТОВ, ПП або ПАТ є: відсутність зобов'язань для формування статутного капіталу; зручна та досить проста процедура ведення бухгалтерії; спрощена схема оподаткування; швидка процедура реєстрації; підприємець не зобов'язаний мати печатку та розрахунковий рахунок у банку (хоча цілком має на це право). Тому на стадії започаткування туристичного бізнесу цілком логічною для підприємця з точки зору мінімальних витрат є реєстрація ФОП.

В.А. Гросул, д-р екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

С.О. Зубков, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

ТИПІЗАЦІЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ КЛАСТЕРІВ

У сучасній економічних умовах ефективний розвиток суб'єктів підприємництва має відбуватися на найбільш актуальних і прогресивних організаційно-економічних рішеннях. Одним з таких рішень для забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання у торгівлі є кластерний підхід. Призначення торговельного кластера полягає у забезпеченні населення необхідними їм товарами та супутніми послугами.

Результати досліджень свідчать про існування декількох проявів відносин між учасниками торговельного кластеру, що потребує здійснення типізації торговельних кластерів. Оскільки торговельний кластер характеризується наявністю конкуренції та певною формалізацією відносин його учасників, як критерії доцільно обрати рівень конкуренції всередині кластеру та рівень централізації відносин, під яким доцільно розуміти ступінь формалізації відносин між учасниками (рис.).