

6. Криворучко О.М. Менеджмент якості на підприємствах автомобільного транспорту: теорія, методологія і практика [Текст] / О.М. Криворучко; Монографія. — Харків: Вид-во ХНАДУ, 2006.-404с.

7. Телегин А.И. Транспортное экспедитирование / А. И. Телегин [и др.]. — 2-е изд., с доп. и изм. — Н. Новгород: Изд-во ФГОУ ВПО «ВГАВТ», 2010. — 400 с.

УДК 477.41

ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНО ВИГІДНИХ МАРШРУТІВ

Кандидат економічних наук Лаврик І.Ф.,
Компанець К.А.

В статті розглянуто економічне регулювання сфери туристичних послуг і обґрунтовано методи підвищення ефективності її функціонування в ринкових умовах. Проаналізований туристичний потенціал територій України, запропоновано схему формування туристичної ринкової інфраструктури та обґрунтовано напрями вдосконалення механізму створення економічно вигідніших маршрутів.

The article deals with the economic regulation of tourist services and reasonable methods of improving the efficiency of the market environments.

Постановка проблеми. Щорічно десятки мільйонів людей подорожуючи знайомиться з багатствами і красотами, історичними культурними пам'ятками досягненнями в економіці будівництві різних країн і народів. Якщо розглядати альтернативи, що існують сьогодні перед українським туризмом, то є лише два шляхи, тобто два сценарії подальшого перебігу подій. Саме зараз відбувається той вирішальний момент, від якого залежить майбутнє українського туризму, коли з'ясовується, чи стане туризм однією з головних статей доходу у бюджеті, як це відбувається у більшості цивілізованих країн світу, чи залишиться на тому ж рівні, на якому він існував до сьогодні. Все це визначається тими орієнтирами, що будуть закладені в політику розвитку туризму, тобто, якщо говорити доступніше, тим на кого буде спрямований наш ринок туристичних послуг. Таким чином, стоїть альтернатива: чи робити акцент на іноземного споживача чи реанімувати внутрішній туристичний процес. За даними до витки про динаміку туристичних потоків в Україні останні роки потоки іноземних туристів збільшилися майже в двічі (рис.1).

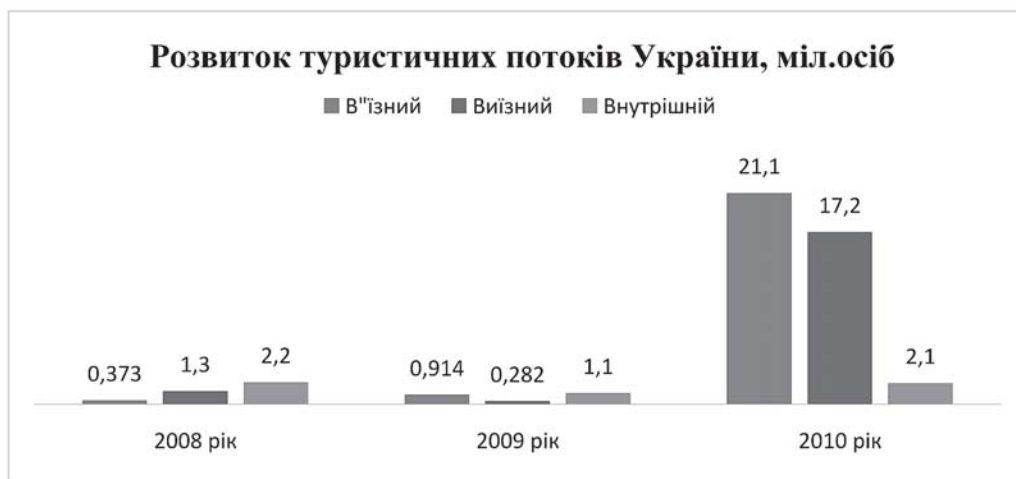


Рис. 1. Розвиток туристичних потоків України, міль. осіб

Мета дослідження полягає в розробці економіко-організаційного механізму формування туристичних маршрутів, а також обґрунтування цілеспрямованості вибору туристичного маршруту.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз наукових джерел з проблематики державного управління окремими сферами суспільного життя в Україні, державного регулювання економіки — господарської діяльності, в тому числі й галузі туризму, свідчить, що українським вченим тут належить ваго-

мий теоретичний доробок. Цим питанням присвячені наукові праці Є.В.Козловський [1], А.В.Алексєєв [2], М.Б.Биржаков [3], В.В.Геєць [4], В.К.Євдокименко [5], А.А.Мазаракі [6], та ін. Водночас деякі політико-управлінські аспекти теорії та практики державного регулювання в галузі туризму потребують подальшого осмислення в науковій літературі. Йдеться про особливості просування національного туристичного продукту на світовий ринок, способи залучення іноземних інвестицій у туристичну галузь, можливість підтримки органами місцевого самоврядування розвитку туризму в регіонах України тощо. Туристична галузь, урахуваючи її значний вплив на економічний та соціальний розвиток країни, розгалуженість господарських зв'язків, потребує регулювання та підтримки з боку держави.

Виклад основного матеріалу. Туристично-краєзнавча діяльність має реальну унікальну можливість моделювати умови як природного, так і соціального середовища. Україна посідає одне з провідних місць у Європі за рівнем забезпеченості природними та історико-культурними ресурсами, здатними стимулювати значний інтерес у вітчизняних та іноземних туристів.

Курортні та рекреаційні території нашої держави становлять близько 9,1 млн.га, тобто 15% території. Експлуатаційні запаси мінеральних вод дають змогу використовувати їх в об'ємі понад 64 тисяч кубометрів на добу. На державному обліку в Україні перебуває понад 130 тисяч пам'яток, з них 57206 — пам'ятки археології (418 з яких національного значення), 51364 — пам'ятки історії (142), 5926 — пам'ятки монументального мистецтва (44), 16293 — пам'ятки архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафтні (3 541). У нашій державі функціонує 61 історико-культурний заповідник, 13 мають статус національних (рис.2).

Природно рекреаційний потенціал України, %

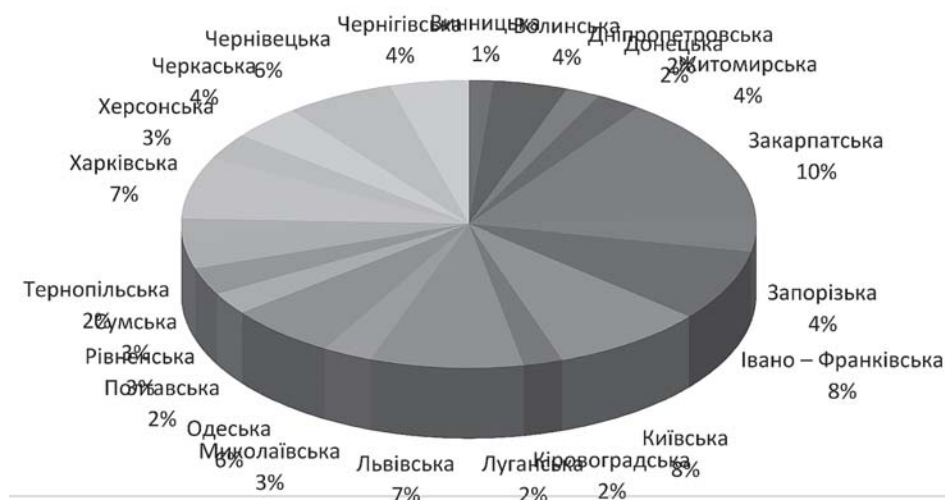


Рис. 2. Природно рекреаційний потенціал України, %

Моделювання умов природного середовища, в основному, здійснюється під час планування і реалізації маршруту походу. Маршрут складається з місць або об'єктів що пов'язані з головною ідеєю поєднаних між собою прокладеним, зазвичай розміченим шляхом, а також із різного роду туристичної інфраструктури, що розміщена вздовж шляху. Зараз однією з популярних форм розвитку туристичного руху стали планові маршрути коли туристи подорожують по путівках. Наша держава, ще дуже сильно відстає від заходу, де туристи можуть побувати в іншій країні по путівки де все включено. Уряд інших держав зрозумів, що саме іноземні туристи приносять найбільший дохід, тому економічно вигідно зменшити прямі туристичні витрати туристів, тим самим, підвищити туристичні потоки до країни, і через непрямі їх витрати (подарунки рідним, сувеніри, харчування в місцевих закладах та інше, поповнити бюджет своєї держави. За даними Всесвітньої туристичної організації за останні 10 років доходи від туризму зростали щороку на 7,9% при щорічному середньому зростанні кількості туристичних потоків на 4,5%. [7, с. 1]. В багатьох країнах і регіонах туризм є основним джерелом прибутків. За чисельністю працівників індустрія туризму також стала однією з найбільших у світі — в ній зайнято понад 260 млн. чол., тобто кожний 10-й працюючий. Надходження з туристичних подорожей у світовому масштабі становлять понад 500 млрд. доларів США щорічно.

З рисунку 1 видно, що наша країна все ж таки приваблює іноземних туристів. Тому необхідно створювати туристичні путівки більш привабливі. Основними складовою прямих витрат туристів, які регламентуються угодою на туристичне обслуговування і путівкою, є:

- розміщення: готелі, мотелі, кемпінги, гуртожитки готельного типу; пансіонати, приватні квартири і будинки; туристичні бази, будинки відпочинку, притулки; інші засоби розміщення;
- харчування: ресторани, їдальні, кафе, бари, фабрики-кухні;
- транспортні послуги: автопідприємства; авіаційні підприємства, залізничні відомства, підприємства морського і річкового транспорту;
- екскурсійні послуги: музеї, картинні галереї, виставкові заклади, підприємства маршрутно-пізнавальних послуг, агентства географічно-пізнавальних послуг, відомства історико-краєзнавчих послуг.

Крім основних туристичних послуг, існують додаткові і супутні послуги (не прямі витрати туристів).

Додаткові туристичні послуги мають досить широкий спектр і займають при розвинутій інфраструктурі туристичної індустрії до 50% від загального обсягу доходу. Сюди можна віднести: додаткові екскурсії, які не ввійшли у перелік основних послуг; спортивно-оздоровчі послуги; медичні послуги; культурно-видовищні послуги.

До супутніх послуг належать: забезпечення сувенірною продукцією, туристичною символікою; торгівельне, валютне-кредитне, інформаційне та інше обслуговування; послуги спеціальних видів зв'язку, надання індивідуальних сейфів тощо.

Між додатковими і супутніми послугами не має чіткої межі. У готелях високого класу кількість додаткових і супутніх послуг досягає 500 видів.

Туристичні послуги складають значну частину послуг, які споживає населення, і мають специфічний соціально-оздоровчий характер, тобто відпочинок, можливість удосконалення розвитку особистості, пізнання історичних та культурних цінностей, можливість займатися спортом, участь у культурно-масових заходах тощо. Таким чином, туризм через реалізацію туристичного продукту включає в себе економічний, соціальний, гуманітарний, виховний та естетичний фактори. Формування конкретного туристичного продукту для задоволення потреб у туристичній послугі включає в себе розробку маршрутів, турів, екскурсійних програм, надання основних, додаткових і супутніх послуг. Крім механічного складання такого набору, формування туру передбачає і його техніко-економічне обґрунтування, оскільки низькорентабельний тур у кінцевому вигляді є нездійсненим. Таким чином, формування туру має дві межі: верхня — максимально атрактивний (привабливий) пакет послуг і товарів, нижня економічна ефективність, яка впливає на його ціну. Якщо тур відповідає цим критеріям, необхідно його експериментально впровадження. Воно може бути поєднано з рекламним безкоштовним (або пільговим) круїзом, автобусною подорожжю тощо. За результатами рекламного туру проводиться його презентація, а також наступна рекламна кампанія.

Після цього здійснюється калькуляція витрат, визначається (задається) норма прибутку, розраховується ціна і формується система пільг (скидок).

Сформований товарний продукт у вигляді туристичної путівки реалізується через турагентів, бюро реалізації або самостійно через бюро подорожей та екскурсій, яке виступає посередником між туристом і підприємствами, які надають йому послуги (готелі, підприємства харчування, екскурсійні служби, музеї, спортивно-оздоровчі комплекси тощо).

Тобто маючи такі видатні історичні комплекси туроператорам та тур агентам треба приділити увагу екскурсійним маршрутам. Маршрут екскурсії — старанно розроблений маршрут проходження екскурсійної групи, пов'язаний із процесом послідовного показу об'єктів, і розповіді про них. Розроблені туристично-екскурсійні напрями та маршрути передбачають вивчення першопочаткової державності на прикладі унікальних історико-культурних пам'яток, які б приваблювали б іноземного туриста. Завдяки міграції в 90 роках в інших країнах переживає велика кількість українців, яких цікавить і турбує історія України. Тому маршрути повинні спрямовані на повернення культурно-історичних і туристично-оздоровчих цінностей України для користування всіх громадян держави, створення Всеукраїнської системи туризму та відпочинку для народу, а відтак і сприяння засобами туризму формуванню, поглибленню та втіленню у життя загально цивілізаційних цінностей: свободи, толерантності, відповідальності, справедливості, поваги, творчості та самореалізації. Маршрути розраховано на чітко визначену тематику:

- національні державотворчі традиції (розселення слов'ян і розвиток етнічних процесів, виникнення й розвиток Давньоруської держави, складання української середньовічної народності);
- традиції національного державотворення у другій половині XVI-XVIII ст. (Козацтво в суспільно-політичних процесах другої половини XV — першої половини XVII ст., боротьба за збереження української автономії);
- потенціал національного відродження України за імперської доби;
- феномен національної української державності.

Розроблені маршрути допоможуть створити умови для вивчення національної культури та історичної спадщини України, чіткої системи ознайомлення громадян України з історичними, культурними, природними пам'ятками, а також забезпечення гарантованого відпочинку для різних категорій населення.

Туристично-відпочинкова складова має стати важливою компонентою розвитку регіональних культурних центрів з історико-етнографічними назвами «Галичина» (центр — Львів), «Буковина» (Чернівці), «Волинь» (Рівне), «Закарпаття» (Ужгород), «Поділля» (Вінниця), «Полісся» (Чернігів), «Наддніпрянина» (Запоріжжя), «Слобожанщина» (Харків), «Таврія» (Херсон), «Крим» (Сімферополь) [9].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших досліджень у даному напрямку. Саме ознайомлення з неповторним багатомісним національно-культурним розмаїттям цих територій не тільки сприятиме розширенню знань про окремі етапи та сторінки становлення й розвитку окремих етнографічних груп чи народностей на території України, а й цілком закономірно призведе до створення реального наукового підґрунтя, спрямованого на об'єднання нації та принесуть Україні додаткові надходження грошей до бюджету.

Література

1. Козловський Є. Роль туристичної галузі в активізації соціальної роботи в сучасному українському суспільстві // Науковий вісник Чернівецького університету. — 2005. — № 244. — С. 86–91;
2. Алексєєв А. Складові економічного регулювання в Україні // Економіка України. — 2002. — № 4. — С. 12–18;
3. Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма: Перевозки. — СПб.: Изд. Дом «Герда», 2001. — 400 с.;
4. Гєєць В.В. Економічні передумови стабільного соціального розвитку в середньостроковій перспективі // Економіка і прогнозування. — 2002. — № 2. — С. 9–33;
5. Євдокименко В.К., Кифяк О.В. Організаційно-економічні підходи до територіального управління розвитком рекреаційного комплексу // Наук. вісн. Чернів. торг.-екон. ін-ту КНТЕУ. — Чернівці: АнТЛТД, 2005. — Вип. IV. Екон. науки — С. 63–68;
6. Мазаракі А.А., Пересічний М. та ін. Концептуальні засади регулювання виставкової діяльності в Україні // Вісн. КНТЕУ. — 2003. — № 3. — С. 5–14;
7. Державна програма розвитку туризму на 2002–2010 роки: Постанова Кабінету Міністрів України № 583 від 29.04.02 р. // Офіційний вісн. України. — 2002. — № 18. (17.05.02 р.). — Ст. 935;
8. Науменко Г. П., Попович С. І. Державна служба туризму і культури (форум Україна) // Науменко Г. П., Попович С. І. // інтернет, державний форум Україна;
9. О. Довгий Концепція розвитку екскурсійної діяльності в м. Києві // О. Довгий // Державний проект — Головне управління комунального господарства — 2009 — С. 7.

УДК 656 (477)

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДОРОЖНЬОЇ ГАЛУЗІ

Лєвіщенко О.С.

Розглянуто та проаналізовано сучасний стан та проблеми дорожньої галузі України. З урахуванням чинних програмних документів висвітлено основні перспективні напрямки модернізації дорожньої галузі.

Reviewed and analyzed the current state and problems of road industry Ukraine. Given the current program documents highlights the basic perspective directions of modernization of the road industry.