

ФОРМУВАННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИЗМУ ЯК УМОВА ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

В статті досліджено формування інфраструктури туризму як умови вдосконалення діяльності підприємств туристичної сфери. Важливою умовою розвитку туризму як визначального фактора модернізації економіки й стабілізації соціальної обстановки є участь держави у формуванні сприятливої атмосфери для розвитку туризму, патронуванні розвитку базових галузей, участі в інвестиційній діяльності і розвитку матеріально-технічної бази.

Обґрунтовані перспективні напрями досліджень та впровадження в практику діяльності підприємств туристичної сфери інноваційних управлінських проектів з метою подальшого розвитку туристичного сектору національної економіки.

Ключові слова: туризм, підприємства туристичної сфери, туристичний продукт, туристичний потік, туристичні ресурси, інфраструктура туризму.

Вступ. В останні роки в Україні зростає увага вчених і фахівців туристичної галузі до проблем розвитку туризму, підприємств галузі, формування національної туристичної індустрії, управління в сфері, економічної ефективності туристичної галузі, використання рекреаційних систем тощо. Питання історії виникнення туристичної сфери та подальшої її трансформації досліджуються в працях Бурчакові В.І., Герасименка В.Г., Дворова Т.А., Лугової О.В., Слободяна П.М., Степанкова Д.А., Федорченка В.К. та інших авторів.

Постановка задачі. Метою дослідження є визначення напрямків та основних заходів щодо формування інфраструктури туризму для вдосконалення діяльності підприємств цієї галузі.

Результати дослідження. Глибоке вивчення багатьох аспектів, пов'язаних із залученням і обслуговуванням туристів, включаючи широкий спектр – від планування і підготовки маршрутів до будівництва спеціалізованих комплексів, від роботи з клієнтами до розвитку інфраструктури окремих регіонів дозволяє віднести туризм до сучасної індустрії відпочинку, лікування, розваги, бізнесу. За даними Всесвітньої туристичної організації, обсяги міжнародного туристичного бізнесу в грошовому виразі в найближчі подвояться 20 років і складуть 7,2 трлн. доларів [1]. Надходження від міжнародного туризму складають 6% від загального обсягу світового експорту і 25-30% від світової торгівлі послугами, 7% світових інвестицій, 11% світових споживчих витрат, 5% усіх податкових надходжень [2].

Аналіз розвитку туризму України, а також досвіду країн з розвиненою індустрією туризму, дозволяє розробити систему заходів [3], що могли б

стати основою для розробки стратегії розвитку галузі. Ці заходи спрямовані на вирішення певних задач. По-перше, формування завдань, досягнення яких дозволило б сформувати інфраструктуру, що відповідає новим економічним умовам. По-друге, створення умов для розвитку галузі з метою досягнення поставлених цілей, у тому числі створення механізмів стимулювання розвитку його матеріальної бази. По-третє, розробка нормативного забезпечення розвитку галузі. Поставлені задачі можуть бути вирішені, якщо буде забезпечена розробка наступних напрямків.

1. Організаційні заходи: організація повного статистичного обліку в'їзного і виїзного туризму, його структурної орієнтації; організація регіонального інформаційного бюро. Створення Регіонального Інформаційного Бюро (РІБ) могло б вирішувати такі завдання: ведення інформаційно-аналітичної діяльності, отримання інформації про сегментацію туристичного ринку, економічних, демографічних, поведінкових характеристик представників кожного сегменту, визначення пріоритетних цілей і розробка стратегії по кожному сегменту, прогнозування розвитку туристичних обмінів з різними регіонами, визначення орієнтирів маркетингової політики, надання інформаційних послуг, забезпечення послуг бронювання усередині регіону і поза ним, транспорту, готелів, театральних і виставочних квитків; розробка нового турпродукту і пропозиції по його впровадженню і просуванню; підготовка програм постійно діючих заходів, визначення фіксованих дат їхнього проведення (музичні фестивалі, виставки запасників музеїв, традиційні національні і релігійні свята тощо, тобто створення нового туристичного продукту); підготовка бізнес-планів цих заходів і забезпечення їх комерційної складової; стимулювання створення компаній з організації, реклами і продажу турпродукту, орієнтованого на міжсезоння, (спеціалізованого туризму - театрального, музичного, мисливського, архітектурного, історичного, екзотичного, лікувального тощо); підготовка угод з фірмами про просування регіону на зовнішньому ринку; підготовка і проведення реклами регіону як об'єкта туризму в рамках регіональних заходів.

2. Інвестиційна політика органів виконавчої влади в сфері туризму.

Підготовка і здійснення власного інвестиційного процесу шляхом: залучення зовнішнього кредитного капіталу під заставу нерухомості і забезпечення таким чином інвестицій у нові об'єкти готельного господарства; виділення частини податкових платежів, що здійснюються підприємствами готельного комплексу в місцевий бюджет, як гарантійного фонду забезпечення кредитів, наданих під інвестиційні проекти розвитку готельного комплексу.

3. Безпосереднє залучення зовнішнього капіталу в розвиток готельного господарства: підготовка адресної програми нового готельного будівництва, що спирається на аналіз об'єктів, що були готелями в минулому, можливість і доцільність їхнього повернення в цю сферу; підготовка нормативних актів, що забезпечують легалізацію адресної програми і механізмів її реалізації.

4. Реконструкція і реорганізація існуючого готельного фонду, підготовка нового готельного будівництва.

Як показав аналіз завантаження готелів і прогноз майбутнього попиту, нове будівництво має надзвичайно важливе значення, оскільки навіть приведення до міжнародних вимог всього існуючого готельного фонду не зможе задовольнити зростаючий попит.

5. Розвиток інфраструктури: створення фінансового інституту розвитку турбізнесу у вигляді фонду розвитку туризму і забезпечення таким чином необхідного фінансування інтересів розвитку туристичного бізнесу (збору статистики, випуску рекламних матеріалів і кредитування виставкової діяльності, підтримка пам'ятників і т.ін.); підготовка пропозицій по створенню адекватної туристичної інфраструктури, інтегрованої в міжнародні системи і мережі (операторські, бронювання, продажу); організаційне і фінансове забезпечення статистичної й аналітичної діяльності з метою визначення тенденцій розвитку; організаційне і фінансове забезпечення міських заходів туристичного характеру, включаючи оголошення тендерів на їхнє проведення; забезпечення рекламних і маркетингових заходів з метою формування привабливого іміджу регіону, вплив на формування ринку, організація участі регіону в найбільших туристичних ярмарках і підготовка рекламного продукту; підготовка інвестиційних пропозицій регіону з техніко-економічними обґрунтуваннями по туристичному комплексу і їхнє рекламно-інформаційне забезпечення; експертне забезпечення інвестиційних пропозицій регіону і проектів технічного сприяння; фінансування окремих проектів, спрямованих на розвиток туризму й об'єктів культури в регіоні; розробка програми розвитку виробничої інфраструктури готельного господарства, у т.ч. по випуску товарів дрібнофасованої продукції для готелів, розвиток переробних потужностей в обласних господарствах по випуску харчової продукції для готелів; аналіз основних туристичних маршрутів і розробка на цій основі адресної програми розвитку ресторанів і кафе і супутніх об'єктів (сувенірні магазини, пункти обміну валюти, інформаційні кіоски); розробка програми розвитку транспортних підприємств, що забезпечують перевезення туристів; розробка комплексу заходів (податкових, адміністративних і т.д.) по забезпеченню пріоритету на ринку сертифікованих товарів і послуг.

У більшості країн світу туристична політика проводиться в рамках програм регіонального економічного розвитку і спрямована на поживлення економіки відсталих районів.

Туризм може розвиватися насамперед при наявності туристичних ресурсів. Туристичні ресурси - природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, здатні задовольняти духовні потреби туристів, сприяти відновленню і розвитку їхньої фізичної і духовної сил [4, с. 68]. Це насамперед - природні геосистеми, явища природи, що мають комфортні властивості, споживчою вартістю для рекреаційної діяльності і можуть бути використані для

організації відпочинку й оздоровлення визначеного контингенту людей у визначений час за допомогою наявних матеріальних можливостей.

До туристичних ресурсів відносяться: історична спадщина, культурні визначні пам'ятки, а також привабливість регіону для туристів.

Туристичні центри повинні бути також оснащені матеріальними засобами для проживання, торгово-ресторанною мережею, мати основні види транспорту, обновляти і розширювати його; рівень сервісу повинен відповідати визначеним нормам, тобто, усе що відповідає визначеним нормам наявності фінансових, трудових і матеріальних ресурсів країни і регіонів, що приймають туристів.

Що стосується розвинених країн, то стимулювання розвитку туризму в регіонах здійснюється «вливанням» капіталу в ці райони і створенням центрів економічного росту. Прикладом може служити Франція, де будівництво гірських туристських центрів міжнародного класу привело до розвитку гірських районів, що дало підтримку місцевому населенню і створенню нових робочих місць.

Висновки. Таким чином, результат дослідження показав, що туризм може успішно розвиватися в тому випадку, якщо буде враховуватися специфіка, а сама система інфраструктури буде динамічної при гармонічній взаємодії між її підсистемами й інститутами.

Необхідність розвитку інфраструктури й управління нею розуміється як соціальний процес. Важливими властивостями інфраструктури туризму є: цілісність, відносна стійкість, а також залежність показників розвитку туризму від сучасного стану інфраструктури. Для організації мобільного відпочинку, до чого прагнуть сьогодні туристи, необхідна наявність повної системи інфраструктури туризму, відсутність хоча б однієї ланки в даній системі порушує повну задоволеність у потребах туристів.

До числа пріоритетних завдань розвитку туризму належить запровадження ефективних методів економічного стимулювання. Для вирішення завдань щодо розвитку сфери туристичних послуг України необхідно внести відповідні зміни та доповнення до діючого законодавства з питань туризму; здійснити програму створення розгалуженої інфраструктури в галузі, провести реконструкцію матеріальної бази туризму; забезпечити цивілізовані умови щодо перетину кордону (прикордонний, митний контроль); відкрити туристичні представництва в зарубіжних країнах.

Реалізація заходів дасть змогу посилити темпи розвитку туристичної сфери, дозволить проводити активну загальнодержавну політику в цій важливій складовій економіки України, забезпечити дійову координацію заходів центральних та місцевих органів виконавчої влади, громадських організацій, що сприятиме збільшенню туристичних потоків на внутрішньому ринку туристичних послуг, створенню необхідних умов для швидкого розвитку суміжних галузей, організації нових робочих місць, збільшенню надходжень до бюджетів всіх рівнів.

1. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/doc/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf
2. Международный туризм сохраняет темпы роста, несмотря на вызовы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2011-07-21/mezhdunarodnyi-turizm-sokhranyaet-tempy-rosta-nesmotrya-na-vyzovu>.
3. Сіренко К. В. Аналіз туристичного ринку України в сучасних умовах розвитку економіки / К. В. Сіренко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. - № 12. – С. 70-74.
4. Котлер Ф. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер и др. - СПб.: Стокгольм. шк. экономики, 2005. -377 с.

Трегубов А.С.

к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия ДонНУ

ФОРМИРОВАНИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА КАК УСЛОВИЕ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ

В статье исследовано формирование инфраструктуры туризма как условие усовершенствования деятельности предприятий туристической сферы. Важным условием развития туризма как определяющего фактора модернизации экономики и стабилизации социального положения является участие государства в формировании благоприятной атмосферы для развития туризма, патронировании развития базовых отраслей, участие в инвестиционной деятельности (социальный аспект) и развитии материально-технической базы.

Обоснованы перспективные направления исследований и внедрение в практику деятельности предприятий туристической сферы инновационных управленческих проектов с целью дальнейшего развития туристического сектора национальной экономики.

Ключевые слова: туризм, предприятия туристической сферы, туристический продукт, туристический поток, туристические ресурсы, инфраструктура туризма.

Tregubov O.

candidate of economic sciences, assistant professor at Donetsk National University

FORMATION OF TOURISM INFRASTRUCTURE AS A MEANS OF IMPROVING THE PERFORMANCE OF TOURISM BUSINESSES

The article looks at the formation of tourism infrastructure as a means of improving the performance of tourism businesses. An important condition for the development of tourism as a determining factor in modernizing the economy and stabilizing the social situation is the state's participation in the formation of a favorable environment for the development of tourism, the patronage of the development of basic industries, participation in investment activities (social aspect) and the development of the material and technical base.

The author gives grounds for the prospective areas of research and practical application of innovative management projects for further development of the tourism sector of the national economy.

Keywords: tourism, tourism businesses, tourist product, tourist traffic, tourism resources, tourism infrastructure.

Хринюк О.С.

доцент НТУУ «КПІ»

Карпова М.І.

студентка ФММ НТУУ «КПІ»

ЗАЛЕЖНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІД УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

У статті подано деякі тлумачення конкурентоспроможності, обґрунтовано залежність конкурентоспроможності продукції від її ціни та собівартості, а також від управління витратами. Дано характеристику складу витрат та представлено структуру управління витратами.

Ключові слова: конкурентоспроможність, ціна, собівартість, управління витратами.

Вступ. Конкурентоспроможність підприємства, з точки зору виробника, залежить перш за все від співвідношення ціни і якості продукції [5], так як, на сьогоднішній день, на підприємствах України спостерігається процес, коли підвищення якості продукції супроводжується значним підвищенням цін на їх продукцію, і навпаки, низька ціна, як правило, свідчить про неякісне виробництво продукції. Громадяни України з низькою платоспроможністю споживають дешеві товари, що не задовольняють повністю їх потреби.

Постановка задачі. В умовах ринкової економіки суб'єкти підприємницької діяльності наділені правом самостійного визначення ціни на продукцію, яку вони виробляють, і якщо товар виробника не має кращих властивостей порівняно з ідентичним товаром конкурентів, у цьому разі боротьба за ринок збуту зосереджується на ціні[1]. Тобто, тут найважливішим чинником управління є ціна, на що ми і звертаємо увагу, і яка має тісний зв'язок з собівартістю. Це проявляється в тому, що собівартість слугує базою ціни товару і її нижньою межею для виробника. В свою чергу калькулювання собівартості є одним із найважливіших чинників системи управління витратами.

Проблема управління витратами та конкурентоспроможність не є новою для економічної науки. Розвитку теоретичних і методичних основ управління витратами підприємства в умовах конкурентного середовища присвячені праці таких провідних, вітчизняних і зарубіжних дослідників та практиків, як