

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТРАНСПОРТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

На правах рукопису

КОМПАНЕЦЬ КАТЕРИНА АНДРІЇВНА

УДК 65.012.23: 338.482.22

ОРГАНІЗАЦІЙНО - ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРИНЦИПІВ ТА
МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ
(НА ПРИКЛАДІ ТУРИСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ)

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук

Науковий керівник:
кандидат технічних наук, доцент
Лаврик Іван Федорович

Київ - 2015

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I	12
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ ПРИНЦИПІВ ТА МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	12
1.1 Особливості сучасного середовища функціонування підприємств	12
1.2 Принципи та методи управління підприємствами в умовах глобалізації .	19
1.3 Вплив глобалізаційних процесів на особливості функціонування туристичних організацій	41
Висновки по розділу 1	52
РОЗДІЛ II	54
ЗАСТОСУВАННЯ ПРИНЦИПІВ ТА МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ	54
2.1 Організаційно – економічне обґрунтування детермінант формування ринкового продукту на ринку туристичних послуг	54
2.2 Застосування удосконалених принципів та методів в формуванні конкурентноспроможного туристичного продукту	78
2.3 Дослідження методичних підходів формування туристичного продукту (маршруту).....	89
Висновки по розділу 2	103
РОЗДІЛ III.....	105
ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ МЕТОДІВ ТА ПРИНЦИПІВ В УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ.....	105
3.1 Реалізація принципів та наукових методів в розробці методичного підходу до формування конкурентноспроможного туристичного продукту	105
3.2 Модель формування та вибору туристичного маршруту	120
3.3. Практичні рекомендації щодо застосування моделі FOTM.....	130
3.4 Економічна ефективність від впровадження методичних підходів	144
Висновки по розділу 3	157
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	159
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	162
ДОДАТКИ	183

ВСТУП

Актуальність теми. Динамічні зміни в економіці, загострення міжнародної конкуренції, поглиблення міжнародних процесів інвестування, поява нових організаційних форм співробітництва та партнерства є трендом соціально-економічного розвитку. Складні умови функціонування суб'єктів господарської діяльності обумовлюють застосування методів управління, які дозволять створити засади для реалізації їх економічних інтересів. Наведені тенденції суттєво впливають на туризм, який є соціально-економічним явищем та відноситься до однієї із сфер світової економіки, що найбільш динамічно розвивається. На туризм припадає близько 11% світових споживчих витрат, 7% сумарних капітальних вкладень, 6% світового валового національного продукту та 5% усіх податкових надходжень. За оцінками експертів Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), туристський потенціал України використовується не повною мірою. До того ж для національного туризму характерним є високий рівень диференціації виїзного і в'їзного туристичних потоків, що негативно впливає на конкурентоспроможність туристичного продукту.

У нинішніх соціально-економічних умовах нестабільне зовнішнє середовище веде до проявів монополізації ринку туристичних послуг туроператорами, загострення конкуренції серед туристичних агентів. Для збереження ринкових позицій туристичних підприємств актуальним є розроблення організаційно-економічних методів та принципів управління підприємствами, застосування яких дозволить превентивно враховувати зміни у зовнішньому середовищі їх діяльності.

Вирішенню проблем управління діяльністю підприємств присвячені наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів: М.А. Берг [11], М.Н. Бідняка [9, 12, 81, 82], С.В. Воробйова [25], Т.А. Воркут [24], Д.В. Дорошкевич [53], Є.Г. Панченка [138], О.В. Козлова [79], О.Е. Кузьміна [101], А.А. Мазаракі [111], Л.М. Хміль [177], Ф.І. Хміль [178],

М.Г. Чумаченка [180], О.Р. Омеляновича [131], В.Г. Шинкаренка [181], М. Керхера [187] та інших науковців; теоретичним і методичним питанням управління туристичною галуззю присвячено публікації Я.І. Алмашій [4, 5], І.Т. Балабанова [8], М.Г. Бойко [14, 15], С.С. Галасюка [30], Н.І. Кабушкіна [69], В.А. Квартальнова [70 - 73], С.М. Кобзова [77], Є.В. Козловського [80], О.О. Любіцевої [108 – 110], Є.А. Макаревича [112], С.В. Мельниченко [119], І.М. Писаревського [140], І.Г. Смирнова [162, 163], В.С. Тикунова [167], Т.І. Ткаченко [168], О.О. Фастовця [174] та інших. Вагомі концептуальні положення стосовно принципів управління туристичними організаціями досліджували науковці Н.О. Алешугіна [3], Т.В. Грінькова [40], Р.Т. Ісмєєва [68], В.В. Побирченко [141], Д.С. Синка [161], Д.А. Чернішев [179] та інші. Осмислення теоретичних здобутків свідчить про науковий інтерес до проблематики управління діяльністю підприємств, удосконалення методів управління.

В умовах глобалізації та з урахуванням геоекономічних, геополітичних та геосоціальних реалій соціально-економічного розвитку, удосконалення методів управління суб'єктами туристичного бізнесу є актуальним науковим завданням. У цьому контексті зазначимо, що малодослідженими залишаються проблеми подолання диспропорційності в управлінні туристичними підприємствами. Це негативно впливає на процес проектування, розроблення та реалізації конкурентоспроможного туристичного продукту (послуги). З цих позицій є можливість констатувати про актуальність організаційно-економічного обґрунтування принципів і методів управління підприємством, які забезпечать конкурентні позиції на ринку туристичних послуг з урахуванням глобалізаційних викликів. Наукова і практична вагомість визначених питань зумовила вибір теми, мету, завдання, об'єкт і предмет дисертаційної роботи.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційну роботу виконано згідно з планом науково-дослідних робіт кафедри менеджменту Національного транспортного університету за темами:

«Організаційно-економічні проблеми транспортного комплексу України на сучасному етапі розвитку» (номер державної реєстрації 0110U008118) та «Теоретичні основи удосконалення системи управління підприємствами транспортного комплексу» (номер державної реєстрації 0114U006585). Особисто автором у контексті цих робіт узагальнено теоретичні та проаналізовано методичні аспекти розвитку управління економічною діяльністю підприємств у сфері туристського транспорту, які обумовлені і взаємопов'язані з розвитком туризму і транспортного комплексу в цілому.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є обґрунтування теоретичних засад та методичних рекомендацій щодо організаційно-економічного обґрунтування принципів і методів управління підприємством в умовах глобалізації.

Для досягнення поставленої мети було вирішено такі завдання:

- досліджено вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємств та визначено напрями їх адаптації до впливу чинників глобалізації;
- обґрунтовано принципи та методи управління підприємствами в умовах глобалізації та загострення міжнародної конкуренції на ринку туристичних послуг;
- визначено показники оцінювання економічної привабливості видів туристичних послуг;
- удосконалено шкалу оцінки рівня привабливості території здійснення туристичної подорожі з метою інформаційно-ресурсного забезпечення підприємств туристичної галузі для їх подальшого розвитку;
- розроблено методичні підходи до формування конкурентоспроможного туристичного продукту на основі використання удосконалених методів та принципів управління;
- розроблено модель проектування оптимального туристичного маршруту та її програмне забезпечення.

Об'єктом дослідження є процес організаційно-економічного обґрунтування принципів і методів управління підприємством.

Предметом дослідження є теоретичні та методичні положення організаційно-економічного обґрунтування методів та принципів управління підприємствами в умовах глобалізаційних викликів.

Методи дослідження. Основними методами дисертаційного дослідження є: статистичний, експертний, порівняльно-описовий, системно-структурний, картографічний. Картографічні зображення створені на основі методів і прийомів геоінформаційного картографування із застосуванням програмних продуктів: ГІС, пакет Microsoft Office, Microsoft Excel та Mathcad. Для реалізації поставленої мети використано *діалектичний метод* щодо вивчення економічної складової туристичних маршрутів; *метод аналітичного вирівнювання динамічних рядів*, *метод групування та порівняння* - для дослідження динаміки розвитку туристичної галузі України; *соціологічне дослідження*, *логіко-аналітичний метод та статистичний аналіз* – для удосконалення узагальненої шкали оцінки рівня привабливості території здійснення туристичної подорожі; *графічний метод* – для створення картографічного, графічного зображення та схематичного подання теоретичного матеріалу; *метод економіко-математичного моделювання* – для проведення експериментального дослідження; *абстрактно-логічний метод* – для здійснення теоретико-методичних узагальнень та формулювання висновків.

Теоретичною базою дослідження є фундаментальні положення системного підходу, діалектичного методу пізнання економічних процесів і явищ, логічного аналізу, теорії економіки та менеджменту, теорії стратегічного управління, а також роботи провідних вітчизняних і зарубіжних вчених у досліджуваній галузі.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативно-правові акти, статистичні дані Всесвітньої туристичної організації і Державної служби статистики України, звіти Міністерства освіти і науки України, а саме інформаційні документи з питань розвитку туризму: «Про хід виконання Програми розвитку туризму в м. Києві до 2015 року та Міської

цільової програми підготовки та проведення у м. Києві фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу», «Проект Концепції розвитку екскурсійної діяльності в м. Києві». Дані оброблялися з використанням сучасних програмно-інформаційних засобів і технологій.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в розробленні теоретичних положень та методичних рекомендацій щодо організаційно-економічного обґрунтування методів та принципів управління туристичними організаціями в умовах глобалізаційних викликів з метою формування конкурентоспроможного туристичного продукту, а саме:

вперше:

- використано принцип конвергенції в управлінні туристичними організаціями, який розкриває інтерпретацію процесів глобалізації у контексті консолідованого об'єднання суб'єктів туристичного ринку з метою підвищення ефективності їх діяльності та посилення конкурентоспроможної позиції на ринку туристичних послуг;

удосконалено:

- систему цільових орієнтирів організаційно-економічного адаптування методів та принципів управління туристичними підприємствами, застосування яких дозволяє за результатами багатофакторного кореляційно-регресійного аналізу в режимі реального часу оптимізувати процес формування туристичного маршруту;

- методичний підхід до оцінки економічної привабливості туристичної послуги (маршруту), який, на відміну від існуючих, враховує можливості задоволення вимог споживачів до туристичного продукту.

- процес шкалування оцінки рівня привабливості туристичної території, який, на відміну від існуючого, базується на використанні геоінформаційного забезпечення, що дозволяє сформулювати алгоритм оцінки туристичного потенціалу території та здійснювати моніторинг за змінами в природно-рекреаційному туристичному комплексі;

- науковий підхід до формування конкурентоспроможного

туристичного продукту на основі комплексної методики проектування оптимального туристичного маршруту із застосуванням принципів соціально-культурного, соціально-економічного спрямування, яка, на відміну від існуючих, дозволяє здійснювати сегментацію ринку туристичних послуг;

набуло подальшого розвитку:

- обґрунтування змістовності понять «пріоритетна територія подорожі (ПТП)», «*пріоритетно-цінний об'єкт (PZO)*», які визначили вектор організаційно-економічного обґрунтування методів та принципів управління туристичними підприємствами, що дозволило змодельовати алгоритм формування туристичного маршруту, який відображає спрямованість управління на врахування споживчих пріоритетів.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що теоретичні положення й методичні підходи доведені до рівня конкретних рекомендацій щодо розвитку підприємств в глобалізаційних умовах, а саме: розробки методичних підходів формування туристичного маршруту із застосуванням удосконалених методів та принципів управління підприємствами, на яких базується формалізована модель оптимального туристичного маршруту. Це дозволило розробити програмне забезпечення створення туристичного конкурентоспроможного продукту, що призвело до скорочення часу на здійснення екскурсійних замовлень і тематичних маршрутів. Впровадження удосконалених методів та принципів управління надає можливість посилити інтеграційні та інноваційні процеси, підвищити ефективність управління туристичними підприємствами. Розроблені в дисертації методичні підходи являють собою рекомендації з практичного їх застосування на туристичних підприємствах (туроператорах та турагенціях, які надають послуги самостійно). Розроблена формалізована модель виявлення туристичного потенціалу, результати дослідження можуть бути використані при розробці «Концепції розвитку туризму в Україні», «Концепції розвитку туризму в Києві та Київській області».

Результати дослідження, висновки і рекомендації та методичні підходи

до формування оптимального туристичного маршруту використовуються в діяльності ТОВ «Туристична пошта» (акт впровадження № 2814 від 12.01.2015р.), ТОВ «Краєвид» (акт впровадження № 102 від 13.01.2015 р.), ТОВ «Унітерра-III» (акт впровадження № 101/09 від 09.02.2015р.).

Окремі положення та практичні рекомендації дисертаційного дослідження впроваджено в навчальний процес Національного транспортного університету на кафедрі менеджменту та туризму під час викладання дисциплін: «Діяльність туристичної самодіяльної організації», «Туристичне країнознавство», «Рекреаційні комплекси», «Організація діяльності туроператора» (акт впровадження №2010/08-09 від 04.08.2014р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійно виконаною, завершеною роботою. Опубліковані одноосібно наукові праці містять ті положення, висновки й пропозиції, які сформульовані автором і відображають його внесок у дослідження проблеми. Особистий внесок автора міститься у статтях, що опубліковані у співавторстві: у праці [81] - визначення застосування економіко-математичного методу оцінки маршрутів; [82] - визначення впливу туристичних транспортних маршрутів на економіку країни; [85] - визначення порядку проблем організацій туристичної галузі; [81] - алгоритм формування маршруту; [83] - концепція розвитку туристичних організацій в сучасному економічному середовищі; [88] - макет альтернативного варіанту маршруту; [186] - модель формування оптимального маршруту.

Також здобувачем зареєстровано Державною службою інтелектуальної власності України авторське права на твори [158] - «Методичні підходи формування туристичного маршруту», автору належить алгоритм проектування та організації туристичного маршруту; [159] - «Програмне забезпечення моделі формування оптимального туристичного маршруту», автору належить розробка модулів для вирішення задачі маршрутизації; [160] - «Формалізована модель формування оптимального туристичного маршруту», автору належить блок-схема алгоритму формування

оптимального туристичного маршруту.

Апробація результатів дослідження. Основні наукові положення та практичні рекомендації дисертаційного дослідження доповідались та отримали позитивні відгуки науковців на міжнародних науково-практичних конференціях, зокрема: Міжнародній науково-практичній конференції «Стратегія розвитку сталого туризму» (м. Сімферополь, Кримський Інститут бізнесу, Самарський Інститут Бізнесу та Управління, Консалтингово-конфліктологічний центр, Центр Розвитку освіти, науки та інновацій, 2012 р.); VII Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі» (Київський інститут бізнесу та технологій, м. Житомир, 2013 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Эволюция научной мысли» (г. Уфа, Республика Башкортостан, 2014); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Туризмознавство»: наукові та практичні аспекти (Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, кафедра «Туризму», м. Івано-Франківськ, 2011 р.); 11-ти щорічних наукових конференціях професорсько-викладацького складу, аспірантів, студентів і структурних підрозділів Національного транспортного університету (м. Київ, 2005 – 2015 рр.).

Публікації. Основні положення та результати дисертаційної роботи опубліковано у 22 наукових працях, у тому числі: 8 - у фахових виданнях, 3 - у закордонних виданнях, 12 - у матеріалах конференцій. Отримано 3 свідоцтва про реєстрацію авторських прав на твори: «Методика формування туристичного маршруту», «Формалізована модель формування оптимального туристичного маршруту» та «Програмне забезпечення моделі формування оптимального туристичного маршруту».

Структура та обсяг дисертаційної роботи. Дисертація складається із вступу, трьох розділів основної частини, висновків, списку використаних джерел і додатків. Основний текст дисертації викладено на 161 сторінці комп'ютерного набору, містить 28 таблиць та 33 рисунки. Список

використаних джерел налічує 189 найменувань, розміщених на 21 сторінці. Дисертація має додатки на 51 сторінці.

РОЗДІЛ І.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ ПРИНЦИПІВ ТА МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

1.1 Особливості сучасного середовища функціонування підприємств

В умовах глобалізації країни світу переживають процеси трансформації та реорганізації всіх сфер управлінської діяльності і роль підприємств в цих умовах сучасності визначається особливою актуальністю, обумовленою низкою технологічних, економічних, політичних, соціальних, культурних проблем, що несе інтеграційний та інформаційно-комунікаційний прогрес, який створює об'єктивні умови як для об'єднання суспільства, так і для його роз'єднання.

В той же час глобалізація виступає як перехід до політики наднаціональних установ (ООН, НАТО, «Велика вісімка»), в економіці – транснаціональних корпорацій і наднаціональних органів (Всесвітній банк, ВТО – Всесвітня туристична організація), формування глобальних міжнародних економічних і політичних структур, що відкриває значні перспективи для дослідження цих процесів [26].

Мінливий глобалізаційний простір потребує від підприємств України адаптування до швидких економічних, політичних, соціальних змін за допомогою використання нових принципів та сучасних методів для ефективного управління. Це проявляється у реорганізації управлінської діяльності підприємств, розширення фінансових, культурно-соціальних, збутових, ресурсно-трудова ринків, збільшення частки іноземних прямих інвестицій в економіки, що розвиваються, розширення ринку праці, розповсюдження технологій, комунікацій і всесвітньої культурної інтеграції.

Проблеми управління підприємствами в сучасних глобалізаційних умовах висвітлені в багатьох працях вітчизняних та зарубіжних науковців:

Н.О. Алешугіної [3], Я.І. Алмашій [4, 5], В.Н. Бабарицької [7], І.Т. Балабанового [8], М. Н. Бідняка [9, 12, 81, 82], І.Б. Власової [19], С.Д. Воробйова [20], В.Г. Воронкової [26, 27], В.Р. Гуляєва [42, 43], Д.В. Дорокевич [53], Ю.Б. Забалдіної [60], Є. В. Козловського [80], О.О. Любіцевої [108-110], С.В. Мельниченко [119], Г.І. Михайліченко [122-124], Л.І. Нечаюк [128], Н.А. Соколова [164], Д.А.Чернішева [179], В.Г. Шинкаренка [181], Ф.Р. Штильмарк [183].

Глобалізаційні проблеми двадцять першого століття, ще малодосліджені і потребую аналізу, і багато країн світу не готові адаптуватися до швидких змін сучасного науково-технічного прогресу, до структурних змін на світовому ринку та соціокультурних перетворень суспільства, які формують геополітичний, геоекономічний, геокультурний простір розвитку держав. Симптоматику цих процесів необхідно вивчати на рівні світових передумов, державних перетворень та реорганізаційних управлінських процесів підприємств різних сфер виробничої діяльності. Фундаментальне дослідження теоретико-методологічних підходів глобалізаційних явищ чи суспільних процесів необхідно розпочати з розкриття категорійно-понятійного апарату, методичного осмислення окремих складових проблеми для визначення основних законів та концепцій за допомогою яких можливими є аналіз тих чи інших впливових проблем на суспільство.

Зміст самого поняття «глобалізація» залишається предметом гострих дискусій, викликаючи зіткнення різних, інколи навіть діаметрально протилежних точок зору і пояснюється двома причинами. По-перше, процес глобалізації почався порівняно недавно й оцінити його наслідки в повній мірі не є можливим. По-друге, розгортання даного процесу призводить до загострення протиріч в світовій економіці, зачіпає інтереси його різних суб'єктів. Не дивно, що інколи суспільні сили всіляко вітають та пропагандують економічну глобалізацію, тоді як інші виступають з її гострою критикою [17, 78, 170, с. 378].

Вище сказане несе суттєве осмислення сутності глобалізаційних процесів і їх вплив на розвиток підприємств України, тому є актуальним для сьогодення і потребує подальшого дослідження, аналіз якого необхідно представити в логічно-структурну схему рис 1.1.

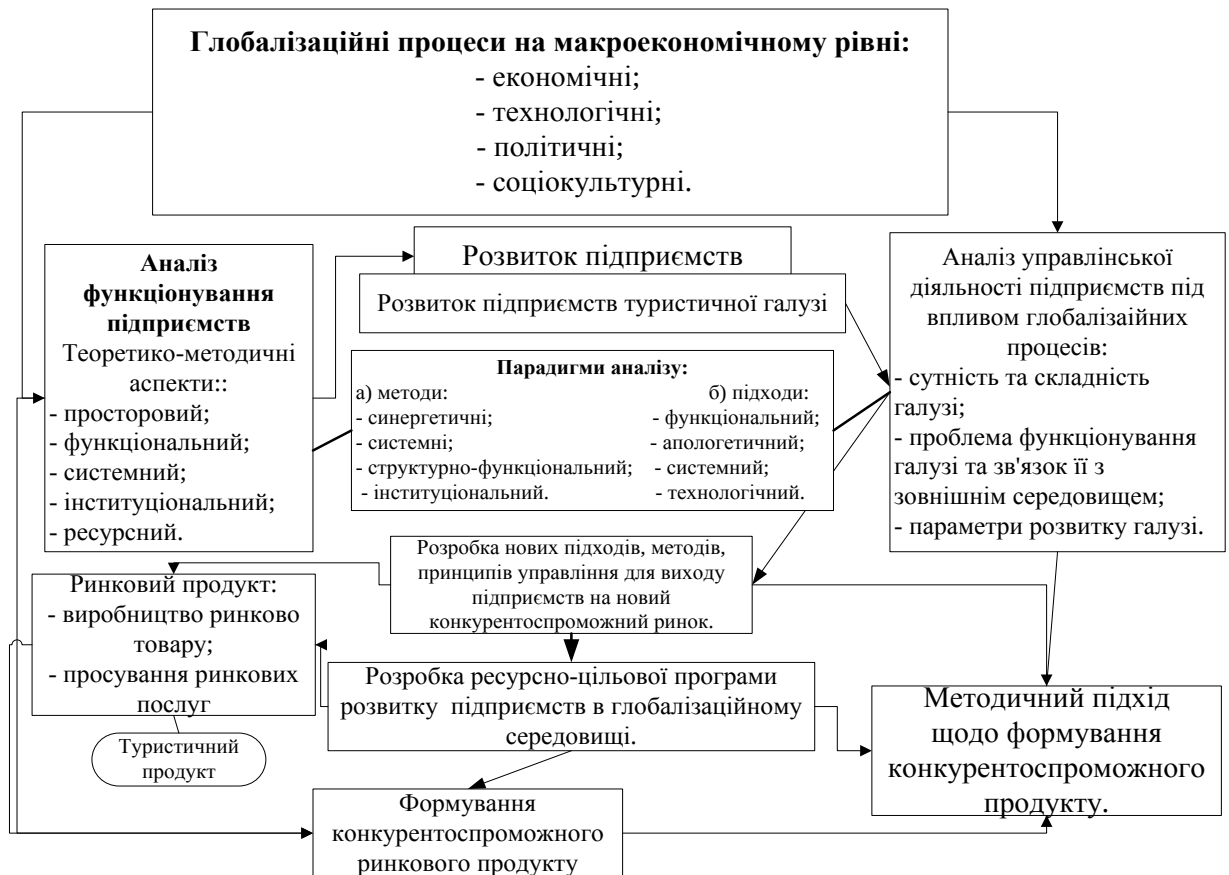


Рисунок 1.1 - Структурно - логістична схема дослідження
Авторська розробка

Процеси, які відбуваються в економіці та в соціальній сфері України - це все наслідки від глобалізаційного впливу на внутрішнє та зовнішнє середовище, яке пов'язане з всеосяжністю та багатосторонністю. Російський вчений С.Ю. Глазьев зазначав, що сучасний етап глобалізації являє собою процес формування єдиного світового економічного, фінансового, інформаційного та гуманітарного простору, який обумовлений зниженням ролі державних бар'єрів на шляху руху інформації, капіталів, товарів і послуг

та зростанням ролі наднаціональних інститутів регулювання економіки. [38, с. 20]. Як зазначає С.В. Любимцева, термін “глобалізація” всезагальний і характеризує процес поєднання національних соціально-економічних систем, створення єдиного світового економічного простору. Вона вважає, що процес глобалізації протікає одночасно в економічній, суспільно-політичній, культурній, екологічній та інших сферах життя країн світового суспільства і має різні аспекти [78, 107, с. 384-385]. Глобалізація є багатоаспектним соціально-економічним явищем, яке проявляється в трьох формах: як форма ведення бізнесу на основі вільного переміщення факторів виробництва та результатів їх використання через кордони різних держав; як процес інтеграції національних економік з метою розв’язання глобальних проблем; як поєднання національних економік з метою створення єдиного соціально-економічного простору [78, с. 37]. Таку думку висвітили науковці М.О. Козлова, Д.О. Грицишен та підтримує їх Л.В. Лєсков: «Підстав для оптимістичного прогнозу, як видно, достатньо: передумови для переходу до моделі сталого розвитку глобалізації існують. На жаль, однак, поки серед тих, хто здатний здійснювати вплив на прийняття стратегічних рішень, переважають прихильники колишньої лінії. Перш за все необхідно відмовитися від глухої моделі уніполярної глобалізації на користь стратегії рівноправного співробітництва локальних цивілізацій. Принципи соціальної справедливості повинні витіснити пануючу ліберальну теорію. Переорієнтація еволюційного вектору на модель сталого розвитку неможлива без опори на етичну систему.» [78, 105, с. 86]. В своїй монографії Н.Я. Кравчук розглядала глобалізаційні процеси з точки зору нововведень в процес управління і стверджувала, що сучасний етап еволюції економічної науки, кореспондуючи з епохальними трансформаціями у глобальному розвитку кінця XX - початку XXI століття, симптоматично породжує проблему інтелектуального та змістовного оновлення усталених теорій і концепцій, необхідності напрацювання понятійно-категоріального апарату, адекватного радикальним змінам, і застосування новітніх методів наукового

пізнання, організації та систематизації одержаних знань у концепції певної парадигми, що є далеко не простим завданням [97, с. 25]. В.Г: Воронкова «Глобалізація – процес універсалізації, становлення єдиних для всієї планети Земля структур, зв'язків і відносин в різних сферах життєдіяльності» [27, с. 1]. «Глобалізація стала важливою тенденцією розвитку сучасної світової економіки, надзвичайно прискоривши інновації і виявивши необхідність уточнення стратегії вдосконалення світових господарських зв'язків, посилення взаємодії національних економік на базі сучасних інформаційних технологій та узгодження принципів регулювання, створення гнучких ринків праці, товарів, капіталу» [27, с. 10].

Аналізуючи наукові праці вище наведених авторів, щодо висловлень про глобалізаційні процеси на макроекономічному рівні, стає за можливе виділення п'ятиох впливових та дуалістичних між собою, тому необхідне відображення групування їх наслідків та зміни діючих положень економічної, соціальної, політичної сфери на системи управління підприємств. Таким чином, можна виділити економічну глобалізацію, технологічну, політичну та соціокультурну, яка суттєво впливає на розвиток та діяльність підприємств, що визначаються як:

- економічна глобалізація – це формування глобальних ринків і стратегій поведінки, корпорацій і міжнародних фінансово-економічних інститутів, перспективи формування принципово нових економічних відносин і типів господарств [27, с. 5];
- технологічна глобалізація – це формування інноваційних технологій: комп'ютеризації, інформатизації та телекомунікації, які принципово змінили характер міжнародного інституту з охоплення нових ринків товарів, капіталів, робочої сили, інформації;
- політична глобалізація - це трансформація політичних інститутів, структур, відносин на міжнаціональному, міждержавному та світовому рівні;
- соціокультурна глобалізація – уніфікація цінностей і знецінення національно-культурної ідентифікації особистості [94, с. 32].

Особливості розвитку процесів глобалізації і вплив їх на розвиток підприємств систематизовані у рис. 1.2.



Рисунок 1.2 – Наслідки впливу глобалізації на розвиток підприємств

Авторська розробка

Негативний вплив цих процесів на сучасні вітчизняні підприємства спричиняють низький рівень іноземного інвестування в економіку України, затримуючи рівень розвитку технологічного, культурного, соціального потенціалу підприємства. Завдяки цьому відбувається саморуйнація управлінського апарату підприємств, та кардинальна перебудова їх

внутрішніх ресурсів: технологій, персоналу, товарів, послуг. Для адаптації підприємств в таких умовах необхідно виділити основні аспекти їх функціонування. Просторовий аспект дозволяє розвивати свої можливості на різних регіональних, державних та європейських ринках. Глобалізація призводить до того, що у межах одного ринку виникає все більше сегментів і одночасно вони можуть використовуватися і на ринках інших країнах, що призводить до закону глобалізаційної євросегментації Додаток Б.1.

Функціональний аспект направлено на реагування всіх необхідних сфер діяльності підприємств, таких як науково-технічних, інформаційних, фінансових, трудових ресурсів, які безпосередньо повинні виконувати певні функції підприємства в умовах глобалізації.

Системний аспект для управління підприємствами в мінливому середовищі передбачає аналізі геополітичних, геоекономічних, геосоціокультурних питань, які створюють системний глобалізаційний простір, що впливає на управління підприємствами.

Інституційний аспект передбачає використання макроекономічних законів норм суспільства, які описують залежність темпів економічного зростання від державної політики та інституційної структури геопростору.

Ресурсний аспект направлено на формування та удосконалення нових ресурсних джерел підприємств: фінансових, трудових, інформаційних, технологічних, товарних та створення конкурентоспроможних послуг, які впливатимуть на соціокультурні, економічні, технологічні процеси і завойовують нові ринки збуту.

Саме ресурсний аспект є актуальним для розвитку підприємств в сучасному середовищі, оскільки включає в себе використання вище наведених аспектів в комплексі. Формування та реалізація ресурсних можливостей призведе до ефективного управління підприємствами, регулювання їх потенціалу та формування конкурентних товарів, продуктів і надання привабливих послуг.

Така направленість розвитку підприємств в умовах глобалізації, зумовлює орієнтацію України в євроінтеграційні процеси; теоретико-методологічне обґрунтування законів управління підприємствами в сучасному середовищі і призвела до виділення закону, що базується на основі економічних, політичних, соціальних, культурних засад, направлених на інноваційний розвиток суспільства. Закон глобалізаційної кризи управління підприємствами та закон глобалізаційної євросегментації, які включають визначення основних детермінантів їх позитивного та негативного впливу на розвиток сучасних підприємств відображаються в наступному:

- екзогенних детермінантів, що зумовлені спонтанними змінами в ринковому середовищі, до яких держава, підприємство не встигає адаптуватись;
- ендогенних детермінантів, які формуються в онтогенезі середовища і відображають внутрішній програмно-цільовий розвиток підприємств;
- дуалістичні детермінанти, що зумовлюються змінами на рівні екзогенного та ендогенного середовища.

На підставі цих законів та виявленні впливових детермінант на розвиток та інтеграцію сучасних підприємств до світових глобалізаційних процесів необхідним є формування нового конкурентоспроможного середовища. Враховуючи специфіку діяльності та розвитку інших держав, окремих регіонів світу актуальним є застосування нових методів та принципів управління підприємствами України для їх розвитку, ефективного використання ресурсного потенціалу та адаптації к умовам глобалізації.

1.2 Принципи та методи управління підприємствами в умовах глобалізації

Дослідження реалій й простеження закономірності впливу глобалізаційних явищ на розвиток підприємств дає підстави для розгляду теоретико-методичних основ і фундаментального аналізу парадигми

управління. Успішне розв'язання цих завдань дозволить визначити конкурентні переваги та напрями ефективного використання внутрішнього ресурсного потенціалу підприємств України. В економічному розумінні, розвиток підприємств в сучасному геоекономічному просторі не можливе без розгляду внутрішнього та зовнішнього управлінського процесу.

А. Гальчинський пояснив це так: «Сучасний економічний простір, параметри якого необхідно визначити, поєднує в собі не тільки реальні господарські процеси, а й трансцендентні елементи їх діяльності, які ще тільки зароджуються, а отже залишаються теоретично неосмисленими, перебувають за межами видимого процесу, інституційних визначень» [97, с.43]. Його думка основана на тому, що кожний складний процес який відбувається в суспільстві, потребує розкладу його на більш прості, для їх повного осмислення.

Тобто, потрібен постійний аналіз змін глобалізаційних явищ, які безпосередньо впливають на діяльність підприємства і призводять до реорганізаційних змін в управлінні ними та осмисленні суті парадигм глобалізацій для застосування універсальних методів та принципів для прийняття еволюційних рішень в сучасному управлінні підприємствами, дають підстави для визначення еволюційного походження управлінської думки.

З початку минулого століття (тобто моменту зародження теорії управління) і до 60-х років принципи управління були побудовані по закритому типу [59]. Лише з розвитком суспільства, ускладненням продукції, що випускається, ростом наукомістких виробництв, управлінська наука стала підходити до рішення виникаючих проблем виходячи з тієї обставини, що робота підприємств багато в чому обумовлена зовнішнім середовищем. Сутність управління історично викладена в працях зарубіжних та вітчизняних вчених того часу табл.1.1.

Таблиця 1.1.- Історичний розвиток науки управління

Періоди	Автори	Сутність ідей, наукових підходів до розвитку управління
1	2	3
XVIII ст.	А. О. Самборський М. Г. Ліванов Адам Сміт	Використання окремих положень управління в практичній діяльності. Виникнення нових економічних теорій: теорія розподілу доходів; теорія рівноваги на ринку; теорія моральних почуттів. Головним мотивом управління людиною є прагнення поліпшити свій добробут.
XIX ст.	М.І. Туган Барановський Давид Рикардо Шарль Фур'є Роберт Оуен	Навчання про граничну корисність господарських благ. Встановлення теорій: цінностей, теорія соціального розподілу; теорія грошей; теорія відсотків й прибутку. Управління не розглядається як наука а перетворюється в основу фаластера, яка положена в ідеї продуктивності і споживання. Ведення принципу єдності.
Кінець XIX початок XX ст.	Ф. Р. Дунаєвський	Поява управлінської думки з точки зору організації управління. Поява теорії «адміністративної ємності». Ведення принципу комплексності та системи функцій організації.
Кінець XIX початок XX ст	Фредерік Уинслоу Тейлор його послідовники: Френк Гилбрет Оливер Шелдон Генрі Емерсон І.В. Вернадський М.Х. Бунге	Створення адміністративної школи управління. Управління вперше розглядається як наука, що спирається на точно визначені закони. Зародження теорії наукового менеджменту та ведення загальноприйнятих принципів управління: «Дванадцять принципів продуктивності». В управлінні працею домінує погляд на працівника як на людину з вузьким колом матеріальних потреб. Розробка перших методів підвищення продуктивності праці.
20-30р.р. XIXст.	Е.Мейо, Анрі Файоль О. К. Гастев, П. М. Керженцев, М. А.Вітке	Зародження «теорії людських відносин». А.Файоль використовує термін «адміністрування» замість «управління» та ввів чотирнадцять принципів управління, які направлені на поведінку людей. Управління людьми порівняно з управлінням речами ставиться на перше місце. П.М. Керженцев виявив принципи організації, які були направлені на ефективне використання часу. М. Вітке вперше висловлює ідею про створення науки управління людьми [10, с.101]

Продовження таблиці 1.1 – Історичний розвиток науки управління

1	2	3
20-30р.р. XIXст.	Дуглас Мак- Грегор	Управління розглядається на рівні керівного складу. Розробив теорію „Х” і „У”, як передумови відношення керівництва до персоналу[95;с,384] В управлінні слід приділити головну увагу людському фактору та принципу сумісної групової діяльності [95, с.380]. Гельмунт Кунц, С.О’Доннел розгляд концепцій теорії управління, а саме теорії системності і ситуативності та розробки методів управління на їх основі.
50-60р.р. XXст.	Гельмунт Кунц, Крис О’Доннел	«Змістовні» мотиваційні теорії: Вияв переліку та структури потреб людей, які визначають тип поведінки на виробництві. Доповнення ідеї А. Маслоу поняттями «потреби влади, успіху, відчуття причетності». Впровадження математичних методів у практиці прогнозування і моделювання виробничих систем. Управління людськими відносинами приймає форму окремої управлінської функції «управління персоналом». «Процесуальні» мотиваційні теорії: Теорія очікувань та справедливості Комбінація елементів теорії очікування та справедливості. Замість управлінської функції «управління персоналом» з’являються структурні підрозділи підприємств «управління людськими ресурсами».
	Абрахам Харольд Маслоу ДевідМак-Клелланд	
60-80р.р. XXст.	В.М.Глушков	
	Фредерік Герцберг	
80-90-тір.р. XXст.	Виктор Врум Л.Портер Е.Лоурер Д.С. Сінк	
	В.І. Рибальський та його наукова школа В. А. Ядов А. Г.Здравомислов Питер Друкер	
	Г.М. Добров Б.З.Мільнер	
	Е.Хаусвальд М.Г. Чумаченко	

Таблиця складена автором на основі джерел: [43, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 60, 108, 99, 489, 142, 160, 56, 44, 53, 164, 133, 21, 29, 147, 157, 164]

Таким чином, характерними сферами досліджень для вчених ХХ ст. були: пошук законів, методів і принципів управління; добору, підготовки і перепідготовки кадрів; ролі й стилю роботи керівника. Але з переходом України в ринкові відносини процес управління підприємства розглядається з боку системного підходу і початок розробки теорії організацій і загальної теорії систем. Значний внесок у розвиток теорії управління підприємствами зробили такі науковці: М.А. Берг [11], С.В. Воробйов [25], Є.Г. Панченко [138], О.Е. Кузьмін [101], О.В. Козлова [79], Л.М. Хміль [177], А.А. Мазаракі [111], Ф.І. Хміль [178], М.Г. Чумаченко [180].

В роботі С.В. Воробйова уточнено поняття апарата управління на рівні управлінського персоналу, обґрунтовано загально-методологічні принципи до оцінки ефективності управлінської праці, дотримання котрих забезпечить спрямованість оцінки на підвищення ефективності роботи підприємства [20, с.4].

У публікаціях Є.Г. Панченка простежується концепція адаптації американської моделі управління до конкретних українських умов.

М.М. Мартиненко сформував власний науковий напрям під впливом теорії загальних систем. Його теоретичні розробки з розвитку управління базуються на системному підході: організація розглядається як сукупність незалежних об'єктів управління. Це дало авторові змогу обґрунтувати концепцію об'єктно-цільового підходу до менеджменту [114, с.304].

А.А. Мазаракі надав великий внесок в науку управління. Його праці розглядає всі управлінські аспекти діяльності торговельних підприємств.

Подальший розвиток функціонального підходу до управління спостерігається у працях О.Е. Кузьміна. Із функціональних позицій управління розглядається ним як процес планування, організовування, мотивування, контролювання і регулювання [101].

Ф.І. Хміль вивчав моделі управління організацією, обґрунтував методи програмованого адаптивного управління діяльністю організацій. Він розглядав процес управління, що забезпечується діяльністю двох

взаємозалежних підпрограм — підпрограмою діяльністю організації у зовнішньому середовищі й підпрограмою формування внутрішнього середовища [178].

Л.М. Хміль визначив основні принципи формування механізму менеджменту на прикладі менеджменту банків, заснованих на корпоративній власності: системний характер, взаємозв'язок із зовнішніми та внутрішніми чинниками середовища функціонування менеджменту; цілеспрямованість; блочність побудови; взаємозв'язок функцій, методів та інструментів менеджменту [157].

З вищевикладеного зроблено висновок, що наука управління в Україні розвивалась, аналізуючи досвід американських шкіл, а практичне застосування розробок стримувалося відсутністю потреби виробників через нерозвиненість ринкового середовища.

Тобто, якщо узагальнити термін «управління» - це вплив на процеси, об'єкт чи систему, щодо прийняття рішення, у які входять процес планування, реалізації, контролю і оцінки.

Парадигм сучасного розвитку управлінської діяльності підприємств не можливі в нинішньому тлумаченні, а потребують радикальних змін в своєму застосуванні. Еволюційні методи (табл. 1.2), які фундаментально спрямують ефективне управління підприємств в глобалізаційному просторі, знайшли своє відображення в поєднанні методологічних здобутків декількох парадигм. Тобто можна виділити наступні сучасні методи:

- метод системності, якій дозволяє розглядати управління підприємства як комплект законів, принципів, що постійно взаємодіють з навколишнім середовищем;
- синергетичний метод - він показує, що в глобалізаційному просторі не можливе застосування лінійного управління системами (державою, підприємствами) так як економічні, політичні, соціокультурні явища є хаотичними. Тому необхідно в сучасних умовах в управлінні підприємствами застосовувати поєднання синергетичного та системного методів, що дозволяє

пояснити особливості розвитку управлінської системи в звичайному і катастрофічному режимах впливу глобалізаційного середовища;

- структурно-функціональний та інституційний методи дозволяють розкрити зміст екзогенних та ендогенних зрушень в суспільстві. Розкрити сутність геополітичних, гео економічних, геокультурних та геотехнологічних процесів.

Таблиця 1.2 – Методи управління підприємствами в умовах глобалізації

Найменування методу	Зміст методу
Системний	Передбачає розглядати підприємство у вигляді надзвичайно складної соціально-економічної системи, діяльність якої відбувається в зовнішньому середовищі з великою кількістю елементів. Дозволяє виявити ресурсний та інтелектуальний потенціал, можливості для становлення і розвитку та спрямувати функціонування системи.
Структурно-функціональний; інституційний	Дозволяють розкрити зміст екзогенних та ендогенних зрушень в суспільстві.
Синергетично-системний	Дозволяє пояснити особливості розвитку управлінської системи в звичайному і кризовому режимах функціонування та передбачає багатоваріантність, альтернативність вибору шляхів суспільно-політичного розвитку підприємств, його нелінійність та можливості самоорганізації.

Основою використання методів управління є закони і принципи суспільного виробництва, наукотехнічний, соціальний, правовий і психологічний рівень розвитку підприємства в сучасному середовищі. Тому для радикального поєднання та адаптації підприємств до глобалізаційних процесів необхідно застосування принципу конвергенції. Його сутність полягає в утворенні єдиного інтеграційного геопростору, об'єднання інтересів, ресурсів структурних елементів на рівні країн регіону зі схожим макроекономічними та структурними показниками розвитку. Швидка зміна детермінант зовнішнього середовища функціонування підприємств змінює самоорганізаційні процеси, тобто одна і та ж глобалізаційна ознака може вплинути на вибір в управлінні стійку тенденцію як дивергентну

направленість пошуку однакових ознак поведінки, а може об'єднати та зблизити системні одиниці управління в єдиний спільний економічний зв'язок, як конвергенція (рис.1.3).

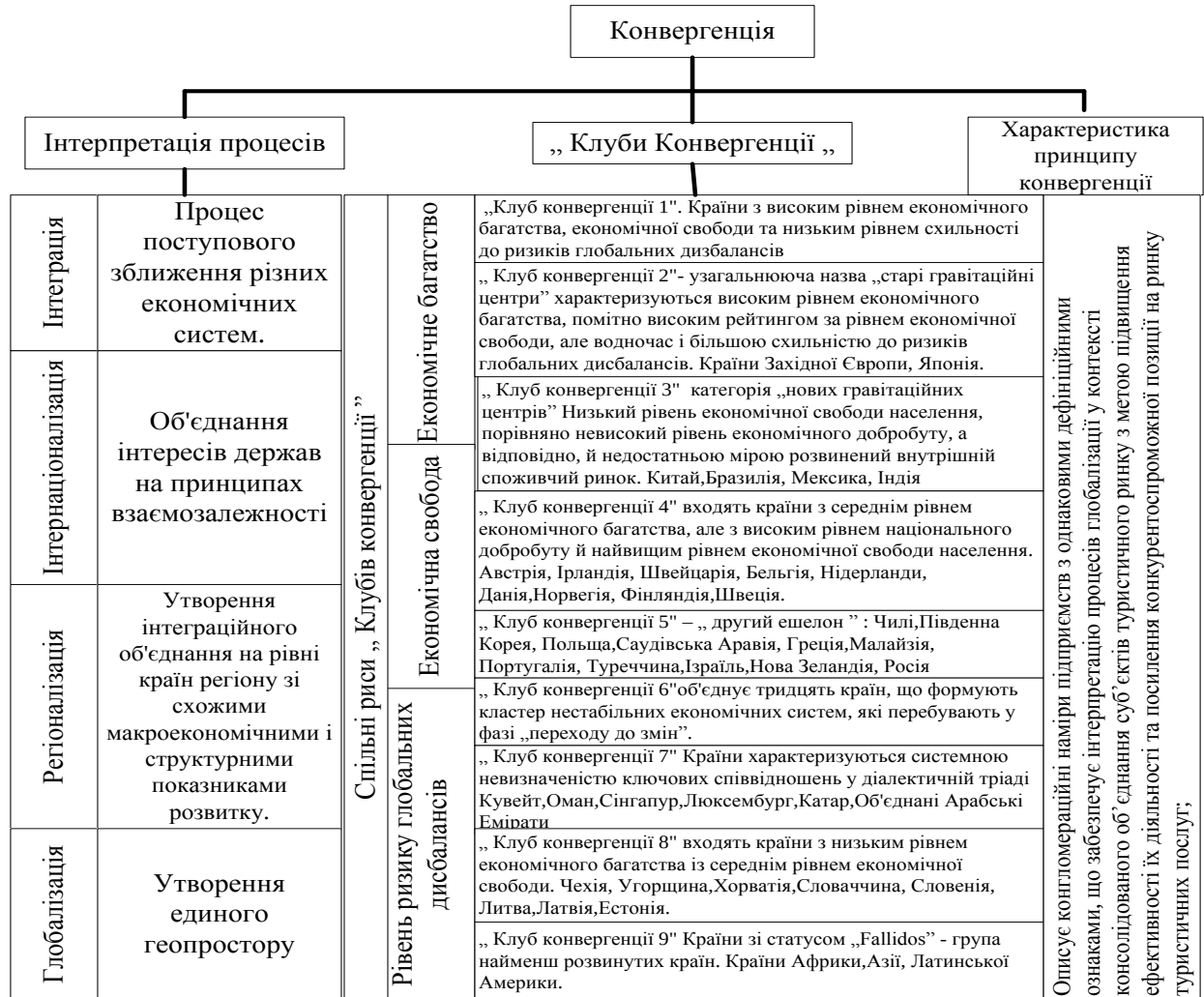


Рисунок 1.3 – Загальна характеристика конвергенції
Авторська розробка

В сучасному глобалізаційному світі принцип конвергенції застосовується на рівні співдружності країн з однаковими просторовими, політичними, економічними ознаками. Вони формують «клуби конвергенції» в склад яких входять держави сусіди з рівними рамками геоекономічного, геополітичного, геотехнологічного та геосоціального простору. Серед 9- ти світових конвергентних клубів, Україна увійшла в шостий, який характеризує слабкі політичні та економічні явища, що відіграють

визначальну роль у їх повільному економічному розвитку. Але в країні відбуваються спонукання до розвитку, а саме: поява нових політичних ідей, активізація суспільної діяльності, зростання потенціалу для розвитку науки та техніки. Сучасний стан геопростору потребує формування внутрішньодержавних «клубів конвергенції» на рівні асоціацій підприємств суміжних галузей. На сьогоднішньому етапі становлення, розвитку приватного підприємництва від глобалізаційних явищ постраждали підприємства невиробничої сфери, а саме: автомобільно - транспортного господарства та туристичні організації, які між собою взаємопов'язані. Підприємствам цих галузей передусім необхідно визначити конкурентні переваги на сучасному глобалізаційному ринку України та розвивати їх рис.1.4.

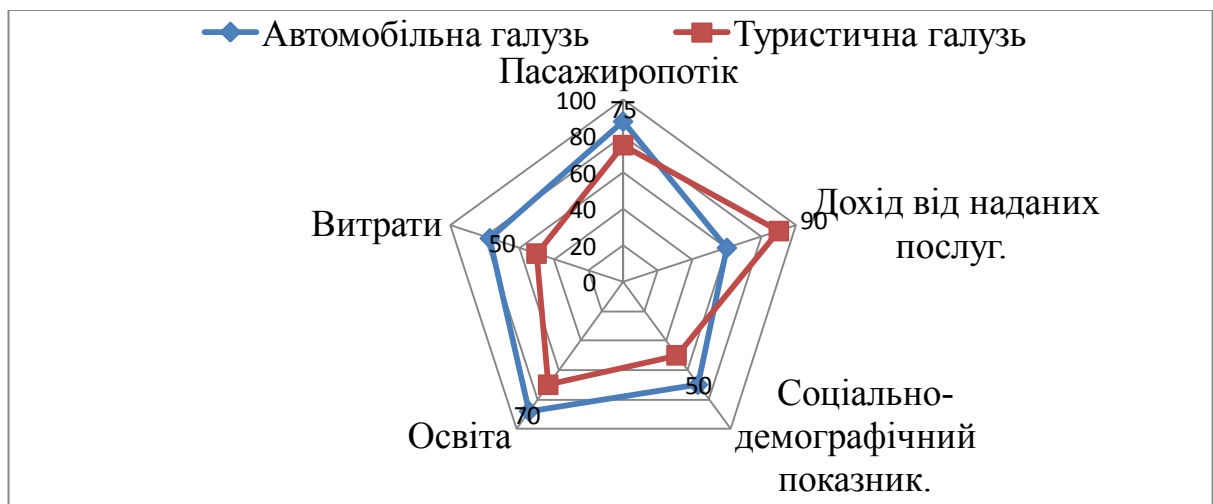


Рисунок 1.4 - Кількісні ознаки що характеризують можливе застосування принципу конвергенції

Рисунок складений автором на основі джерел: [45,49,51,165,]

Дані рисунку дають підстави зробити висновок, що ці галузі мають однакові політичні, демографічні, екзогенні та соціокультурні споріднені ознаки, тому можливе їх суспільне об'єднання. Основними ознаками кількісної оцінки принципу конвергенції, що дозволить адаптувати підприємства, для цих галузей є: пасажиропотік; ринкова ціна наданих послуг; дохід від наданих послуг; соціально-демографічний показник

обслуговування споживачів наданої послуги; середньооблікова кількість робітників, що мають вищу освіту. Застосування принципу конвергенції допоможе в складних глобалізаційних умовах об'єднання споріднених підприємств та суміжних з ними галузями для простежування і вчасного реагування на зміни в геоекономічному, геополітичному, геосоціальному просторі. Застосування цього принципу можливо і для застосування його в управлінні внутрішніми процесами підприємств. Цей принцип сприяє формуванню управлінського апарату сучасних підприємств на ресурсну направленість і дозволяє їм виробляти конкурентний ринковий продукт.

Складний сучасний стан економічного розвитку України, який перебуває під впливом глобалізаційних процесів, все більше уваги приділяє розвитку підприємств індустрії туризму.

Управлінській діяльності в туристичній галуззі почали приділяти увагу в останні десять років. Вона тривалий час розвивалась без суттєвої державної підтримки, що призвело до виживання переважно комерційних форм і видів туризму, в першу чергу виїзного, та практичного зникнення соціального туризму (насамперед, дитячого та молодіжного), конкурентоспроможність якого є суттєво обмеженою. Управління туристичним підприємством - це те, що дозволяє підприємству ефективно взаємодіяти із зовнішнім середовищем, продуктивно і цілеспрямовано розподіляти і спрямовувати свої зусилля, таким чином, задовольняти потреби споживачів туристичної послуги і досягати цілей із високим ступенем ефективності [99].

Теоретичним і методичним питанням сучасного управління туристичної галуззі присвячено публікації як зарубіжних, так і вітчизняних авторів: [3-5, 9, 7-15, 18-20, 22-28, 42-44, 56-75, 88, 102-111, 119, 122-128].

Так як діяльність туристичних підприємств орієнтована на велику кількість факторів і умов, що діють у постійно мінливому зовнішньому середовищі, в результаті чого ефективність функціонування організацій туристичного ринку не можна розглядати ізольовано від соціальних,

економічних та організаційних факторів. Тому підвищення ефективності виробництва зумовлюється взаємопов'язаністю цих аспектів.

Роботи вище наведених авторів присвячені певному результату діяльності туристичного підприємства, а саме:

Н.О. Алешугіна досліджувала питання розробки нових та використання вже діючих маршрутів в ході проведення Євро-2012 для активізації розвитку в'їзного туризму в подальшому.

Я.І. Алмашій визначала методологічні засади ефективної діяльності туристичної індустрії в цілому на сучасному етапі розвитку економіки.

В.В. Побірченко та І.М. Воронін присвятили свої праці управлінню контролем за якістю природного середовища та використання природних і рекреаційних ресурсів.

В.С. Казаков головну увагу приділив соціально-історичним типам економіки, мотивації діяльності, теоріям управління, соціальним і соціологічним аспектам маркетингу, аналізу інноваційних процесів, організаційно-культурному фактору функціонування і розвитку економіки.

О. М. Бобарикіна присвятила свою роботу розробці науково-методичних засад організації та управління маркетинговим дослідженням тур продукту.

Ю.П. Гуменюк вважає, що ефективною методологічною основою дослідження управління підприємствами є використання системного підходу, яке полягає у врахуванні взаємозв'язку правових, соціальних та організаційних аспектів функціонування рекреаційно-туристичного комплексу та його взаємодії з іншими сферами соціально-економічної діяльності у регіоні. Системний принцип дозволяє розглядати рекреаційно-туристичний комплекс, який є складовою економіки регіону, у свою чергу, як самостійну систему із вхідними та вихідними параметрами [44, с.22]

С.В. Мельниченко запропонувала алгоритм впровадження комплексної системи автоматизації управління туристичним підприємством. Дослідила можливість впровадження системи автоматизації управління підприємствами туристичної індустрії через створення та експлуатацію окремих

автоматизованих робочих місць, які сприяють оптимізації роботи найбільш завантажених спеціалістів підприємства, та покращують якість надання туристичних послуг. Формування стратегії у сфері інформаційних технологій зумовлено посиленням впливу ІТ на бізнес-процеси суб'єктів туристичної діяльності. У результаті виявлено необхідність уточнення процесу розробок ІТ-стратегії туристичного підприємства; розроблено основні етапи формування та реалізації стратегії у сфері інформаційних технологій; запропоновано перелік витрат та вимог, відповідно до яких повинно здійснюватись формування складових ІТ-бюджету. Розроблення та реалізація ІТ-стратегії, узгодженої з бізнес-стратегією підприємства забезпечить, довгострокове планування його діяльності [119, с.21].

Внаслідок дослідження Г.І. Михайліченко одержано ряд результатів, що містять удосконалені положення теорії та практики управління продуктовими та інформаційними потоками в межах логістичних систем туристичних підприємств. Вона дала нові визначення понять «туристичний продукт», «логістика в туризмі», «логістичні системи туристичних підприємств», «інформаційна інфраструктура логістичних систем».

Можна зробити висновки, що наука управління переросла від системного до стратегічного розуміння її проблематики. Досліджені роботи вчених наводять емпіричні описи діяльності туристичних підприємств і залишають поза увагою специфіку управління та особливості взаємодії суб'єктів туристичного ринку. Їх роботи направлені на певний господарський елемент туристичного ринку, тому є потреба більш глибоко дослідити сутність управління, яка застосовується у туристичних підприємствах, виокремити змістове наповнення принципів управління в сучасних економіко-політичних умовах розвитку туристичного ринку.

На наш погляд управління туристичною галуззю потрібно розглядати з різних сторін, а саме:

- управління через відповідні міжнародні організації (ЮНВТО, ООН та ін.);

- управління на міжнаціональному рівні через посередництво регіональних туристичних організацій та міждержавних об'єднань;
- управління на державному, регіональному та муніципальному рівнях через зв'язок галузевих туристичних одиниць та об'єднання опосередковано через різні інструменти управління;
- внутрішнє управління, що спрямоване на соціально-психологічні, економічні та адміністративні методи управління туристичними організаціями.

Крім того, сучасне управління туристичними підприємствами слід розглядати враховуючи не тільки вплив, а і досліджувати в розрізі загальноприйнятих принципів управління але і пристосовувати нові, які дозволять врахувати зв'язок між всіма учасниками туристичної діяльності.

Термін «принципи» – фундаментальні вихідні положення, що впливають із стійких тенденцій та закономірностей управління. Принципи відображають різні сфери діяльності організації та управління нею.

Принципам управління туристичною галуззю присвячені роботи з різних напрямків діяльності та розвитку туризму в Україні:

Н.О. Алешугіна при дослідженні створення туристичних маршрутів виділила такі принципи, а саме: емоційної, пізнавальної, культурної насиченості; інформативності; якості та безпечності; короткотривалості; зручності; доступності та адресності; брендовості; планованості; врахування місцевих інтересів; соціальної та екологічної безпеки; перспективності.

В.В. Побирченко та І. М. Воронін основними принципами в питаннях організації та оптимізації ПРС (природоохоронно-рекреаційна система) виділили: принцип типовості і унікальності природних систем; принцип цілісності природних (природоохоронних) систем; принцип цілісності соціальних (рекреаційних) систем; принцип цілісності природно-соціальних систем [141].

І.В. Саух при стратегічному управлінні РТК (регіонального туристичного комплексу) запропонував ряд принципів:

- цілеспрямованості, що передбачає вибір функцій, пріоритетних для об'єкту стратегічного управління та спрямованих на досягнення певних соціальних стандартів;

- комплексності, що передбачає визначення складу функцій об'єкту стратегічного управління з врахуванням узгодженості всієї сукупності прогнозних оцінок та факторів його розвитку;

- системності, що передбачає врахування передумов та обмежень розвитку об'єкту стратегічного управління, що обумовлені функціонуванням та змінністю зовнішнього середовища;

- адаптивності, що полягає у розробці спеціального механізму, який дозволяє вносити корективи у стратегічні плани та проекти під впливом змін як в самому об'єкті, так і в зовнішньому середовищі;

- ефективності, а з точки зору регіонального розвитку – соціально-економічної ефективності, що передбачає визначення такого набору функцій, який забезпечить досягнення стратегічних цілей при раціональному використанні його ресурсів;

- мінімізації ризиків.

В роботі Р.Т. Ісмієва [68] запропоновано основні принципи управління, які відображають загальні закономірності для різних туристичних організацій. До них належать:

- принцип міжнародної конкурентоспроможності, який означає, що в умовах глобалізації економіки туристичні підприємства для забезпечення стратегічних можливостей здійснення своєї діяльності повинні орієнтуватися на світовий рівень туристичних послуг;

- принцип нових завдань означає, що в умовах прискорення галузевих виробничих циклів, стратегічна система управління туристичним бізнесом повинна забезпечувати вирішення якісно нових завдань на наступних етапах розвитку, а не механічне повторення традиційних послуг;

- принцип системного підходу і комплексності завдань;

- принцип реінжинірингу. Цей принцип означає безперервний розвиток туристичної компанії як системи;
- принцип єдності та актуалізації інформаційної бази означає, що в системі стратегічного управління повинна накопичуватися і постійно оновлюватися інформація про попит та пропозицію туристичних послуг, необхідний для вирішення не якоїсь однієї або кількох завдань, а всієї сукупності завдань управління туристичною компанією;
- принцип узгодження пропускну́ї спроможності різних ланок системи;
- принцип раціонального поєднання уніфікації та ексклюзивності послуг.

Розробляючи систему управління інноваційною діяльністю необхідно прагнути до того, щоб пропоновані рішення підходили, можливо, більш широкому спектру завдань організації. Необхідно в кожному випадку визначати розумну ступінь уніфікації, за якої прагнення до широкого охоплення систем управління не призведе до істотного ускладнення типових рішень, але при цьому збереже винятковість (ексклюзивність) наданих послуг [67].

Д.А.Чернішев звертаючись до теорії управління сформував принципи раціонального управління стратегічним альянсом туроператорів, а саме: принцип застосовності; принцип багатофункціональності; принцип системності; принцип інтеграції; принцип орієнтації на цінності [179].

Дослідження історичного розвитку науки управління дають підстави до ствердження, що принципи управління спрямовувалися на різні середовища та направлені на різні сфери туристичної діяльності. Тому принципи управління повинні бути узагальнені і враховувати вплив глобалізаційних явищ та можливість адаптування туристичних підприємств до них. Для вивчення існуючих принципів управління та впливу їх на різні сфери діяльності туристичних підприємств з врахуванням способу впливу проведено комплексний аналіз дефініцій туристичного ринку

Простеження зв'язків між елементами внутрішнього і зовнішнього середовища туристичних підприємств передбачено проведення аналізу

дефініцій «рекреації, (природоохоронна-рекреаційна система)», «управління туристичними організаціями (внутрішньому і зовнішньому впливу)», «туристичні послуги», «туристичний продукт», що дають змогу краще зрозуміти компонентну структуру туристичної діяльності, яка базується на принципах управління (табл.1.3).

Таблиця 1.3 - Компонентний аналіз дефініцій принципів управління туристичним ринком

№ п/п	Спосіб впливу на управління	Спрямованість принципів управління та їх авторів			
		Управління туристичним комплексом. (природоохоронна-рекреаційна система)	Формування туристичних послуг	Формування туристичного продукту	Управління туристичними підприємствами
	1	2	3	4	5
1	Управління через відповідні міжнародні організації (ЮНВТО, ООН та ін.).	Т.В.Бочкарева			А.В.Бабкин, Н.А Соколова.
2	Внутрішнє організаційне управління підприємством.		Б.В.Емельянов		В.Е.Пилипенко, Э.А.Гансова, В.С. Казаков, В.А.Квартальнова, Д.А.Чернішев, Т.В.Грінько.
3	Управління на державному, регіональному та муніципальному рівнях	І.В. Саух, В. В.Побирченко, І. М.Воронін, Т.И. Дутова.	Н.О. Алешутіна, Ю.Б.Забалдіна		Р.Т. Ісмієва, В.С.Сенин, Л.І.Нечаюк, Н.О.Телеш.
4	Управління на міжнаціонально-му рівні	Ф.Р Штильмарк, С.А. Хомич, С.В Куніцин.		А.М.Руденко, М.А.Довгалёва	

Таблиця складена автором на основі джерел: [3, 12, 40, 60, 68, 73, 124, 153, 161, 179, 183]

Аналіз табл.1.2 свідчить про те, що сучасні принципи управління направлені на розвиток таких сфер туристичного ринку як: управління туристичним підприємством, і розглядаються авторами в ракурсі впливу з

боку державного, регіонального та муніципального рівня, а також враховується авторами і внутрішнє організаційне управління туристичним підприємством. Найменша увага приділяється принципам, що формують туристичний продукт та туристичну послугу, хоча діяльність будь якого туристичного підприємства не можлива без створення конкурентоспроможного туристичного продукту. В економічній теорії визначено поняття ринкового продукту - конкретний виріб, послуга, праця і взагалі будь-яка власність, у тому числі інтелектуальна, що може бути об'єктом купівлі і продажу.

Загально прийняті принципи можливо застосовувати в будь-якій туристичній сфері і на різних рівнях управління, але пристосування їх до створення нового конкурентного туристичного продукту, потребує додаткового дослідження. В законі України «Про туризм» визначено термін «туристичний продукт», як попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо) [60]. Більш конкретне визначення туристичного продукту надає В.Ф. Кифяк [65]. Він стверджує, що туристичний продукт - це сукупність речових (предметів споживання) та не речових (у формі послуг) споживчих вартостей, необхідних для задоволення потреб туриста, які виникають у період його туристичної подорожі [65, с.77].

Енциклопедія «Вікіпедія» [172] дає визначення «туристичного продукту», як комплекс послуг, робіт, товарів, необхідних для задоволення потреб туриста у період його туристичної подорожі.

Розгорнуте трактування туристичного продукту надає В.К Кіптенко [76]. Він так як і В.Ф. Кифяк ділить туристичний продукт на три складових: тур, додаткові туристично-екскурсійні послуги, товари (рис 1.5).

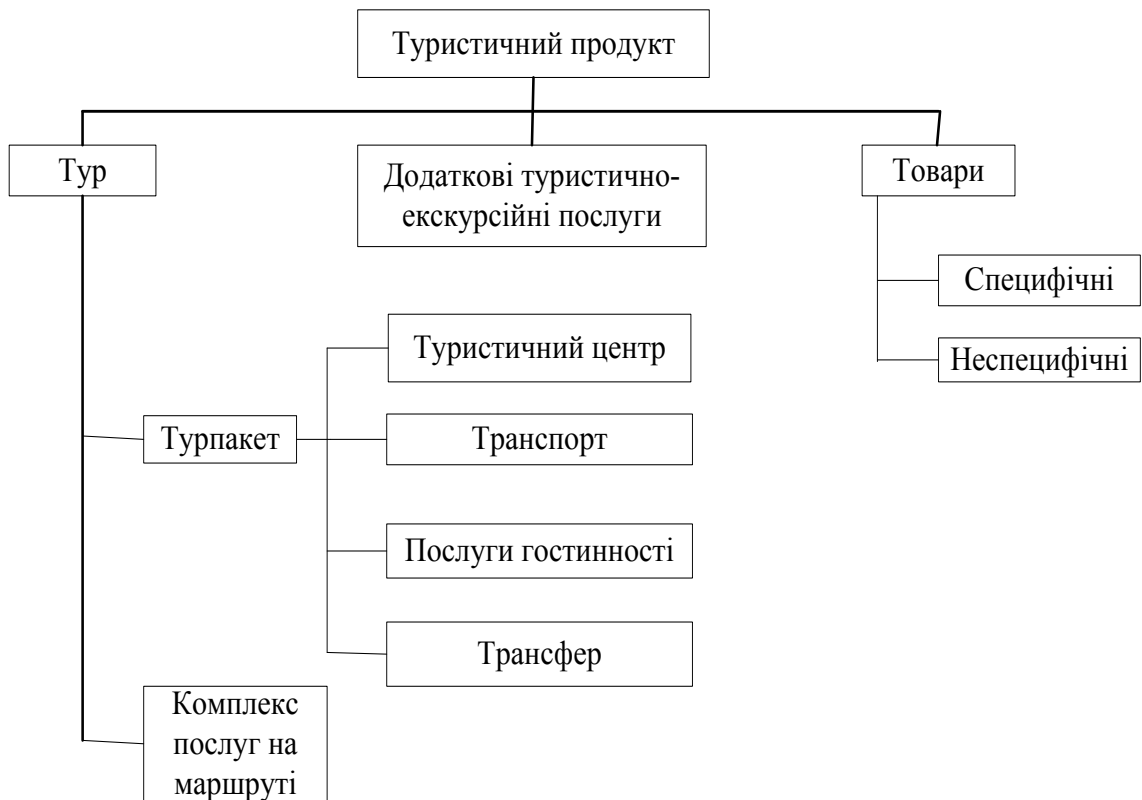


Рисунок 1.5 - Інтегральна структура туристичного продукту [75]

Тобто, можна зробити висновок, що туристичний продукт складається з туристичних послуг, як додатково-екскурсійних так і тих що входять в тур. Отже, конкурентний туристичний продукт - це той продукт, що формується з туристичних послуг, які задовольняють психологічні, культурні, соціальні, емоційні, духовні, естетичні та інформаційні потреби туриста.

За рахунок розробки конкурентоспроможного туристичного продукту туристичні підприємства мають можливість отримувати економічний ефект від просування нового туристичного маршруту на туристичний ринок, за рахунок цього підвищуються туристичні потоки, а це забезпечить стабільний дохід.

Створенням та просуванням туристичного маршруту займаються туристичні організаціями, тобто під туристичними організаціями розуміють підприємства туристичної галузі (турбюро, туристичні клуби, туроператори) які створюють та реалізують туристичний продукт

(туристичні маршрути) і виконують свою діяльність на національному, обласному та районному (місцевому) рівні.

Туристична послуга, як туристичний маршрут, формується, виходячи з форми та виду туризму, що обумовлені законом України «Про туризм». Класифікацію туристичних маршрутів пропонується представляти в такому вигляді (табл. 1.4).

Таблиця 1.4 - Класифікація туристичних маршрутів

Класифікаційні ознаки	Види туристичних маршрутів
За ціллю подорожі	культурно-пізнавальний; спортивно-оздоровчий; самодіяльний, у тому числі з активними методами пересування; екскурсійний, діловий і конгрес-туризм; курортний, лікувальний; гірськолижний; фестивальний; мисливський; шоп-туризм; релігійний; екстремальний, навчальний; науковий.
За формами організації	планові, самодіяльні.
За формою участі	індивідуальний; груповий; сімейний.
За віком	зрілий; молодіжний; дитячий; змішаний.
За побудовою траси	лінійні (з відвідуванням одного або кількох пунктів, які знаходяться на трасі, окрім початкового); радіальні, або стаціонарні (з відвідуванням одного пункту на маршруті); кільцеві (зі збігом точок початку і кінця маршруту та відвідуванням кількох пунктів на маршруті).
За часом	багатоденні (14-30 днів); кілька днів (1-3) – маршрути вихідного дня; кілька годин (екскурсії).
За типами	тематичні (з перевагою екскурсійного обслуговування і пізнавальної спрямованості); похідні (маршрути з активними способами переміщення); спортивно-оздоровчі (з перевагою у програмі спортивних й оздоровчих заходів).
За використанням транспортних засобів	автомобільний; залізничний; авіаційний; водний; велосипедний; кінний; комбінований.
За сезонністю	цілорічні; сезонні (ті, які функціонують у визначений сезон: лижні, водні, гірські тощо).
За географією	міжконтинентальний; міжрегіональний; регіональний; місцевий; прикордонний.
За способом переміщення	пішохідний; з використанням традиційних транспортних засобів; з використанням екзотичних видів транспорту (канатна дорога, фунікулер, дирижабль, космічний корабель, повітряна куля, дельтаплан). особистий транспорт туристів.

Удосконалено автором

Маршрут екскурсії – старанно розроблений маршрут проходження екскурсійної групи, пов'язаний із процесом послідовного показу об'єктів, і розповіді про них [143].

Науковий підхід до туризму передбачає розгляд кожної подорожі не як простої сукупності екскурсій, а як їх системи [175].

Писаревський І. М. поділив туристичні маршрути на спортивно – оздоровчі маршрути з активним способом пересування і комерційні маршрути. До групи спортивно-оздоровчих маршрутів відносяться всі спортивні види подорожі як самодіяльні, так і категорійні. Вони створюються за допомогою туристичних клубів і перевіряються та контролюються ММК [137], а також екскурсійні маршрути, які пропонуються і створюються туроператорами та турагенствами, окремими туристичними бюро, вільними екскурсоводами та гідами.

Сасін М.П. та Гринько С.А. класифікували спортивні та екскурсійні маршрути [157] за новими видами (Додаток Б). Фахівцями туристичної галузі розроблено понад 100 тематичних екскурсій. Їх наочна конкретність, емоційний вплив на туристів та екскурсантів роблять екскурсію ефективною формою популяризації та пропаганди історико - краєзнавчих знань, національно-культурної спадщини, вигідно відрізняють її з поміж інших форм пізнавально-просвітницької роботи. У цьому контексті досить цікавими є дані психологічної науки, які свідчать, що особливо запам'ятовується почуте на 10 %, а побачене – на 50 %. Отже, на екскурсіях, якщо виходити з цього посилення, половина побаченого залишається в пам'яті, оскільки підкріплена емоційним сприйняттям [93].

Тобто конкурентноспроможно послугою, яка враховує вище вказані параметри, є екскурсійні маршрути, що складають основу туру та виступають як і окрема послуга. Тому на наш погляд, можна виділити наступні принципи, які задовольняють потреби споживача туристичного продукту та впливатимуть на ефективну роботу туристичного підприємства, за рахунок

збільшення туристичних потоків через споживання нового конкурентного туристичного продукту, а саме екскурсійних маршрутів табл. 1.5

Таблиця 1.5 – Принципи формування конкурентоспроможного туристичного продукту

№	Принцип	Зміст принципу
1	Соціально-культурного спрямування	Передбачає врахування соціальних та культурних уподобань споживачів туристичної галузі, вивчення статистичної, анкетної та інформативної доступності при створенні туристичного екскурсійного маршруту.
2	Соціально-економічного спрямування	Передбачає мінімізацію собівартості туристичного продукту щодо задоволення туристичних потреб споживача туристичною екскурсійною послугою.
3	Цілеспрямованості	Передбачає врахування цілей споживача туристичної екскурсійної послуги та вивчення попиту на тематичні екскурсії на туристичному ринку.
4	Ефективності	Передбачає врахування специфіки дій по реалізації туристичної екскурсійної послуги з максимальним задоволенням уподобань туриста, що веде до збільшення туристичних потоків.
5	Системності	Передбачає безперервний зв'язок при створенні нового конкурентного туристичного продукту, екскурсійної послуги між всіма інфраструктурними одиницями.

Авторська розробка

Застосування цих принципів на практиці передбачає використання методів, за допомогою яких здійснювався б їх вплив на впровадження конкурентоспроможного туристичного продукту у виробничу діяльність підприємств туристичної галузі.

Запропоновані принципи базуються на соціальному факторі і направлені на різну споживчу аудиторію, тому туристичним організаціям при формуванні такого продукту необхідно застосовувати загальні методи, які б впливали на економічно – ефективний розвиток підприємства, покращували розвиток соціально-культурної сфери держави та розвивали рекреаційно-екскурсійний потенціал.

Принцип соціально-культурного спрямування, має велике значення для розвитку регіонального туристичного комплексу шляхом покращення середовища, архітектурного ансамблю міст та поселень, відкритих територій,

землекористування, планування вулиць, пішохідних зон, чистоти та екологічного стану тощо. При його впровадженні обов'язково слід використовувати метод аналітичного вирівнювання динамічних рядів, метод групування та порівняння - для дослідження динаміки розвитку туристичної галузі України; соціологічне дослідження, логіко – аналітичний метод та статистичного аналізу для оцінки привабливості території здійснення туристичної подорожі та уподобань споживачів туристичної послуги.

Масштабність туризму, його зв'язки з іншими сферами економіки дозволяє застосування принципу системності при формуванні туристичного продукту. Це свідчить про зв'язок інфраструктурних одиниць в такий спосіб, що спрямований на нівелювання негативних ефектів та зростання позитивних наслідків розвитку туристичного ринку. Реалізація цього можливо з використанням методу діалектичного пізнання економічних процесів і явищ, логічного аналізу, теорії економіки та менеджменту, теорії стратегічного управління.

Принцип ефективності та цілеспрямованості, направлений на використання методів: економіко-математичного моделювання – для проведення експериментального дослідження та абстрактно-логічного – для здійснення теоретико-методичних узагальнень уподобань потреб на туристичному ринку України.

Формування конкурентоспроможного туристичного продукту направлено на споживачів туристичної послуги (екскурсанта) для задоволення їх потреб та отримання економічної ефективності туристичному продукту. Тому моделювання туристичної екскурсійної послуги повинно проводитись з урахуванням соціально-економічних методів управління підприємством.

1.3 Вплив глобалізаційних процесів на особливості функціонування туристичних організацій

Глобалізаційні явища, які відбуваються в сучасному суспільстві, суттєво вплинули на розвиток туристичних підприємств, тому стан розвитку вітчизняного туристичного ринку характеризується достатньо складною, динамічною багатфакторністю. З одного боку, збільшується його ємність: (за даними статистики, кількість туристичних компаній і туристів постійно зростає), але в той же час якість обслуговування туристів, становище більшості культурно-історичних об'єктів та економіко – політична ситуація України свідчать про значні проблеми діяльності туристичних організацій.

Аналіз наукових джерел з проблематики управління туристичними підприємствами в Україні, державного регулювання діяльності галузі туризму, свідчить, що українським вченим тут належить вагомий теоретичний доробок. Цим питанням присвячені наукові праці Ю.В. Алексєєва [1,2], М.А. Берг [11], М.Г. Бойко [14,15], М. Борушака [16], С.С. Галасюка [30], Т.В. Грінько [40], Г.І. Жабер [59], М.І. Кабушкіна [69], В.Ф. Кифяка [75], Є.В. Козловського [80], С.М. Кобзової [77], Г.І. Михайліченка [122-124], І.М. Писаревського [140], І.Г. Смирнова [162, 163], О.О. Фастовця [173].

Деякі автори одночасно визначають туризм і як окрему галузь, і як комплекс взаємопов'язаний між собою інфраструктурних одиниць. Так, на думку М. Жукової, під галуззю туризму слід розуміти сукупність самостійних, територіально відособлених туристських господарських одиниць, що володіють певною матеріально-технічною базою та спеціалізуються на виробництві й реалізації туристських послуг і товарів, об'єднаних спільною діяльністю й управлінням [124, с.43]. Як вважає М. І. Кабушкін, туризм - це галузь економіки, що включає в себе діяльність туристичних організаторів, агентів і посередників [69, с. 12]. Але в зв'язку з

тим, що туристичний ринок охоплює широку інфраструктуру і стимулює розвиток готелів, ресторанів, підприємств торгівлі, тому поняття туризм можливо розглядати з різних сторін, а саме:

- як структуру, яка створює нові робочі місця;
- як мультиплікатор розвитку місцевої інфраструктури і зростання рівня життя місцевого населення;
- як види послуг;
- як засіб охорони природи і культурної спадщини;
- як вид рекреації;
- як вид соціально-культурної діяльності людей;
- як сукупність певних відносин;
- як форма міграції населення;
- як галузь національної економіки;
- як складна соціально-економічна система.

Законом України «Про туризм» поняття туризм визначається як тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без зайняття оплачуваною діяльністю. Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації (ВТО), туризм є похідним від французького *tour* (прогулянка, поїздка) і являє собою подорож у вільний час, один із видів активного відпочинку [146]. Велика кількість наукових праць присвячена саме цьому трактуванню туризму, питанням розвитку спортивного та спортивно-оздоровчого туризму, тобто тому напрямку, що передбачає активне пересування. Але основною рушійною силою розвитку туризму залишаються економічні вигоди, які він надає, а саме: зумовлює збільшення дохідної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників спричиняє збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними в бюджет); сприяє диверсифікації економіки, утворюючи галузі, що обслуговують індустрію туризму, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня

добробуту нації. Ця галузь є помітним джерелом податкових надходжень багатьох країн світу, формуючи понад 11% світового ВВП.

Так, за оцінками Всесвітньої туристської організації (ЮНВТО) [146] доходи від туризму у ВВП різних країн Європи на кінець 2014 року становлять: у Іспанії - 15,3%, Турції - 10,6 %, Франції - 9,7, Чехії - 8,9, а в Україні лише 8,5%. рис.1.6.

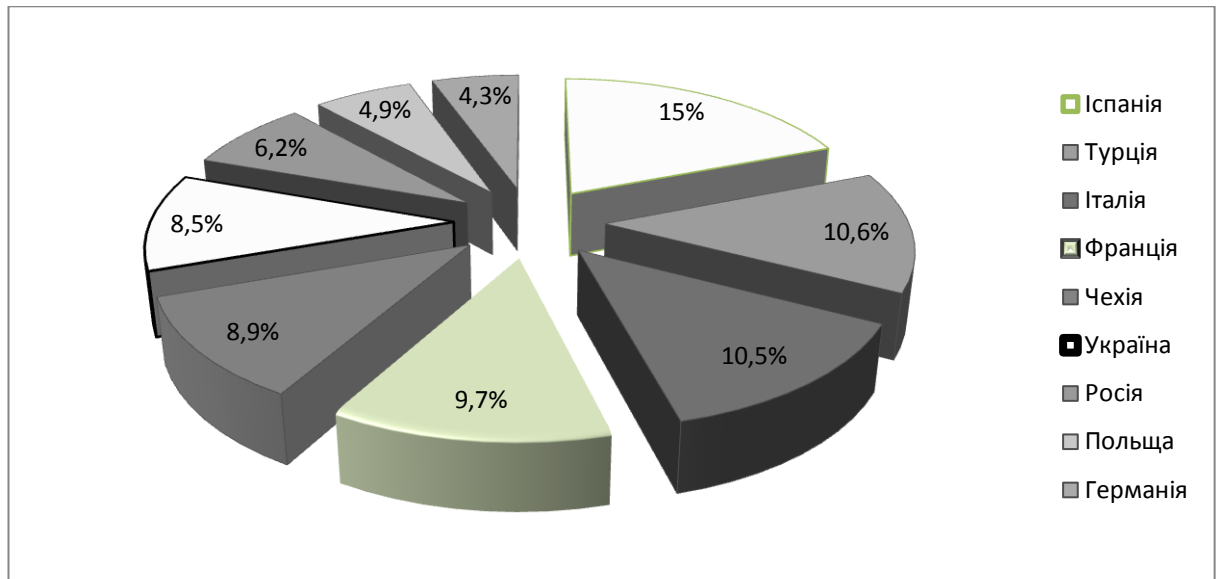


Рисунок 1.6 - Доходи від туризму у ВВП країни [130, с.1]

Хоча наша держава і випереджає по загальному вкладу туризму в ВВП такі країни, як Росію, Польщу та Германію, але сучасна тенденція розвитку туризму свідчить про те, що Україна використовує свій туристично-рекреаційний потенціал при високій диференціації розвитку виїзного і особливо в'їзного туризму в різних українських регіонах не повною мірою, що і пояснює більш низький внесок туризму в економіку країни порівняно з розвиненими країнами світу.

Для розвитку туризму, як соціально-економічної системи в сучасній жорсткій конкуренції в туристичній галузі потрібно вирішення нових завдань, пов'язаних з потребою в адекватному реагуванні держави на значні глобалізаційні зміни як зовнішнього, так і внутрішнього середовища функціонування організацій індустрії туризму. На економічне, соціальне,

культурне життя України впливають туристичні відносини, тому для розвитку туристичної галузі потрібен орган регулювання та підтримки з боку держави.

Особливістю формування нормативно-правової бази у сфері туризму є її комплексний характер, до якої входять численні правові норми різної галузевої спрямованості: конституційного, адміністративного, цивільного, екологічного, господарського, фінансового, податкового, трудового, митного, міжнародного права тощо. Загалом правові норми з питань туризму сьогодні містяться більше ніж у 200 нормативних актах і створюють відповідну систему туристичного законодавства. Разом з тим, не зважаючи на активне формування нормативно-правового забезпечення в Україні, його вплив на розвиток туристичної індустрії ще суттєво не відчувається. Державі необхідно удосконалити умови ліцензування, технологію стандартизації, сертифікації та статистики, візову стратегію України відносно іноземних держав, безпечних з міграційного погляду [80, с. 7].

Рушійною силою розвитку туризму виступає рекреаційний потенціал України, який теж потерпає від неуважного ставлення держави, що полягає у наступному.

1. Недостатнє бюджетне фінансування. За тривалий час економічної кризи та стагнації бюджетне фінансування культурної сфери значно знизилося. І така недостатня бюджетна підтримка культурно-історичної спадщини є наслідком залишкового фінансування культури в цілому. Україна ще далека від європейських стандартів у цій галузі, за якими бюджетні видатки на культуру становлять до 2 % бюджету на загальнодержавному рівні, та 3-4 % бюджету місцевого рівня. Багато пам'яток світового значення в нашій країні перебуває у критичному стані, і у разі неприйняття термінових реставраційних заходів їхня руйнація може мати незворотній характер [16, с.84].

2. Нераціональний розподіл наявного бюджетного фінансування. Здійснювані бюджетні видатки використовуються не завжди раціонально та

ефективно. Значна їхня частка спрямовується на зведення затратних «новобудов» на місці втрачених пам'яток та будівництво помпезних нових споруд сумнівної історичної та естетичної цінності. Водночас від хронічного недофінансування інтенсивно руйнуються існуючі пам'ятки, цінність яких не підлягає сумніву. Досить згадати спробу відбудови Десятинної церкви (хоча немає точного уявлення, який вигляд вона мала насправді), рішення про зведення у Києві монумента Соборності України (хоча його проект не пройшов фахової та громадської експертизи і викликав протести з приводу своєї ідеологічної та естетичної невідповідності) та багато інших. Ухвалюються рішення щодо зведення нових музеїв, тоді як вже існуючі потерпають від нестачі коштів, закладаються нові виставкові площі, на яких неможливо створити належні умови для зберігання експонатів [132, с.84].

3. Збереження культурно-історичної спадщини України потребує системності у діяльності органів державної влади. Управлінські функції розпорошені між Міністерством культури і туризму України, Міністерством будівництва, архітектури та житлово-комунального господарства України та іншими відомствами. Це призводить до проблем забезпечення комплексного державного керівництва охороною, використанням і відновленням культурної спадщини. Вже багато років, представниками громадських організацій висловлюється думка щодо необхідності створення окремого, самостійного центрального органу виконавчої влади з питань збереження культурно- історичної спадщини України, так як вона є основою розвитку туристичних організацій. Таку можливість передбачено статтею 3 Закону України «Про охорону культурної спадщини» [124, 126].

4. Недостатній контроль за виконанням чинних законів, правових актів та прийнятих рішень. Системного характеру в усіх регіонах України набули порушення законодавства з питань охорони та використання культурно-історичної спадщини під час відведення земельних ділянок під забудову та інших комерційних цілей (як от забудова в охоронній зоні Софії Київської). Навіть у разі припинення такої протиправної практики, щодо порушників,

здебільшого, не передбачено належної відповідальності. Почастішали випадки невиконання, несвоєчасного виконання, або ж виконання не в повному обсязі чи не належним чином рішень державної влади у даній галузі (зокрема указів Президента України). Приклад – зволікання з практичною реалізацією Указу Президента України «Про додаткові заходи щодо увічнення пам'яті жертв політичних репресій та голодоморів в Україні» від 11.07.2005 р. (зокрема, створення Українського інституту національної пам'яті) та з відповідним фінансуванням, що викликало негативний громадський резонанс [132, с.84].

5. Необхідність удосконалення нормативно-правової бази. Чинне законодавство України з питань охорони та використання культурно-історичної спадщини, в основному, задовольняє потреби регулювання цієї сфери і відповідає нормам та принципам міжнародного права. Таке законодавство визначається передусім Конституцією України, Основами законодавства про культуру, Законом України «Про охорону культурної спадщини», низкою законів та спеціальних нормативно-правових актів. Однак галузь туризму регулюється не тільки зазначеними нормативно-правовими актами, але й нормативними документами, що стосуються питань власності. Тому виникають різні правові колізії між спеціальними правовими документами, що стосуються охорони пам'яток, та тими, що регулюють відносини власності. Тому нагальною є потреба їхнього узгодження. Актуальним залишається узгодження внутрішнього законодавства України у цій галузі з підписаними і ратифікованими нею відповідними міжнародними конвенціями, договорами та угодами [132, с.85].

За даними Державного земельного кадастру загальна площа території України становить 60,4 млн га, з них: 72 % земель сільськогосподарського призначення; 17,2 % - ліси та інші лісовкриті площі; 1,6 % - болота; 1,7 % - незаболочені відкриті землі і 4 % території перебувають під водою. Особливо цінні землі займають біля 12 млн га (20 %). У структурі земель за формою впливу на природне середовище найбільше значення мають:

сільськогосподарські угіддя - 69,3 % від загальної площі; землі під промисловою забудовою — 0,4 %; землі природоохоронного, оздоровчого, рекреаційного, історико-культурного призначення — 4,1 % [47]. Курортні та рекреаційні території нашої держави становлять близько 9,1 млн га, тобто 15% території. 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, 5926 – пам'ятки монументального мистецтва, 16293 – пам'ятки архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафтні [38]. У нашій державі функціонує 61 історико-культурний заповідник, 13 мають статус національних (Додаток А).

Завдяки цим проблемам можливості розвитку туристичного ринку України обмежені, і виникають ситуації, коли турпідприємства не можуть задовольнити попит на туристичні послуги через нестачу в належному стані культурно – історичних екскурсійних об'єктів. Показники роботи суб'єктів туристичної діяльності у 2013 році подані на (рис.1.7).

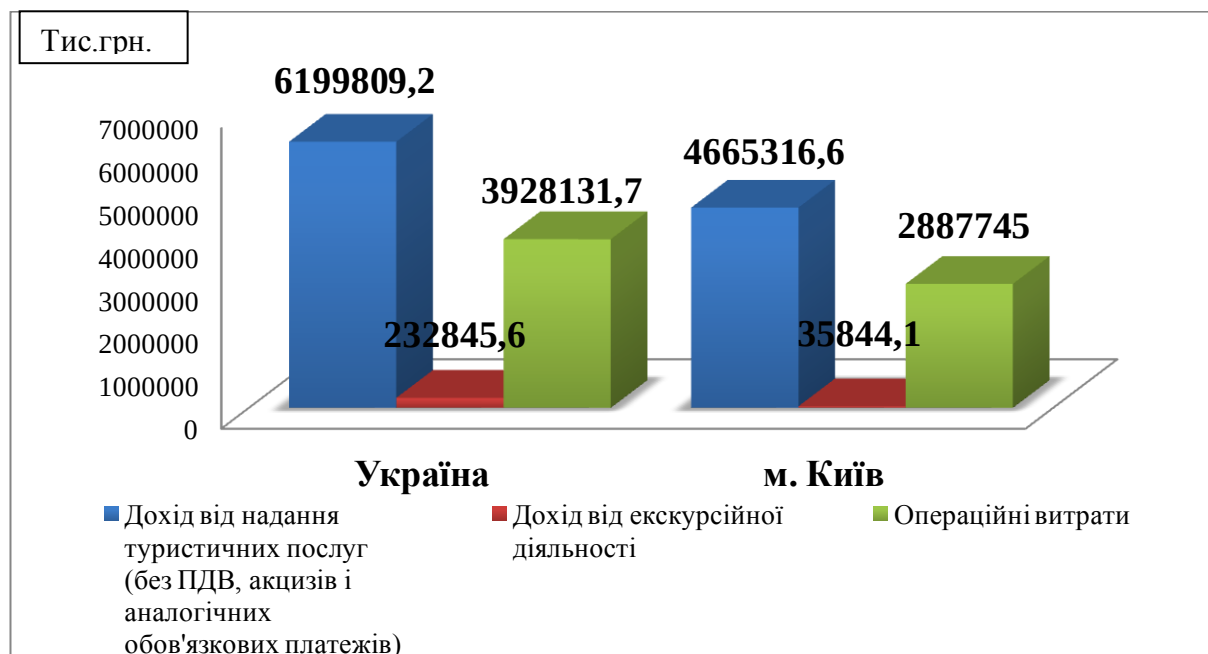


Рисунок 1.7 - Показники роботи суб'єктів туристичної діяльності у 2013 році

З рисунку видно, що екскурсійна діяльність займає 4% від всіх наданих туристичних послуг України. Це свідчить про те, що через проблеми з екскурсійними об'єктами, розвиток цього виду діяльності стримується.

Наступна проблема, яка існує і зараз, це транспортна галузь. Транспортний комплекс за сучасних умов функціонування є транспортно-логістичною системою, призначеною для виконання транспортної роботи, в межах якої взаємодіють транспортні засоби, шляхи сполучення та інфраструктура різних видів транспорту.

Основним продуктом національного авіаринку є авіап перевезення на міжнародних авіалініях, хоча тут доводиться конкурувати з потужними авіатранспортними корпораціями, наприклад, такими як «Люфтганза», «British Airways», «Austrian Airlines», «KLM» та іншими, які постійно розширюють свій ринковий сегмент. Ринок авіап перевезень України можна охарактеризувати як такий, що знаходиться в стадії становлення, має значну кількість суб'єктів різних форм власності та різного рівня розвитку, що, відповідно, характеризує різні можливості виходу на міжнародний ринок та роботи на внутрішньому ринку. Нестабільна цінова політика, нерегулярність рейсів, ненадійність і низька якість обслуговування порівняно із закордонними авіап перевізниками, що працюють на національному ринку у сегменті міжнародних авіап перевезень, разом із низькою платоспроможністю попиту на внутрішньому ринку роблять його ареною запеклої конкурентної боротьби. В країні зареєстровано понад 100 авіакомпаній, однак відносно стабільно на ринку пасажирських перевезень працюють тільки дев'ять. Всі авіакомпанії, як державні, так і недержавні (переважно акціонерні) мають подібні проблеми. В першу чергу - це застарілий парк літаків, середній знос яких становить 70%. Тому, внаслідок фізичного та морального старіння, кількість одиниць цивільної авіації щорічно зменшується і становить 380 повітряних суден, з яких лише 23,4% мають льотні можливості. Другою проблемою, що логічно пов'язана з попередньою, є невідповідність національного авіапарку міжнародним стандартам, що значно погіршує

конкурентні позиції вітчизняних авіаперевізників на міжнародному ринку, призводить до втрати престижних авіарейсів. Слід зауважити, що структура парку повітряних суден за останні роки почала змінюватись на краще за рахунок сучасних вітчизняних (АН-140), російських (ТУ-334) машин та американських «Boeing-737», які дозволяють здійснювати безпересадочні дальні перельоти [86, с. 58].

Конкурентоспроможність української авіації на міжнародному ринку авіаперевезень великою мірою забезпечується якістю наземного обслуговування, гарантованою сучасним обладнанням аеропортів. На території України наявні понад 160 цивільних наземних об'єктів, з яких тільки 74 аеродроми та 2 вертодроми занесені до державного реєстру як такі, що відповідають умовам реєстрації, але тільки 31 з них здатен обслуговувати значні та постійні потоки пасажирів і вантажів. Аеродроми є в усіх обласних центрах та деяких великих містах, але більшість з них працює нерегулярно. Стабільні показники діяльності і перспективи розвитку мають 8 вітчизняних пасажирських аеропортів: Бориспільський та Жулянський в Києві, аеропорти Донецька, Дніпропетровська, Львова, Одеси, Симферополя, Харкова, хоча статус міжнародних має значно більша кількість аеропортів. Тому вітчизняні та міжнародні авіакомпанії нарощують свою присутність саме в цих аеропортах і саме на їх розвиток спрямовані іноземні інвестиції. Понад 70% відправлень з аеропортів країни припадає на міжнародні авіалінії і понад половину з них обслуговує аеропорт «Бориспіль» (обсяг річного пасажиропотоку становить біля 1,4 млн осіб). Цей аеропорт є основним вузлом авіатранспортної системи України у здійсненні нею міжнародних контактів, але обсяги його діяльності на порядок менші за аналогічні показники, наприклад, Відня, не кажучи вже про найбільші розподільчі авіатранспортні вузли Європи

Іноземні туристи, що прибувають в Україну, надають перевагу сухоподольному, особливо автомобільному транспорту, що свідчить про переважання туристичних зв'язків з країнами. Аналогічна ситуація

характерна й для внутрішнього туризму. Домінування автотранспорту у виборі засобів пересування при подорожуванні можна пояснити зростаючою автомобілізацією населення, яка з 80-х років XX ст. зросла у 3,7 рази [61, 62], що значно підвищило загальну рухомість населення і позитивно вплинуло на туристичну рухомість. Як вказують дослідники [144, 150, 165], шестеро людей з десяти, що купують автомобіль, одним з провідних мотивів, що спонукав їх до його придбання, вказують бажання подорожувати, довільно обираючи час та маршрут подорожі. Все зростаюча комфортність автомобілів, їх швидкість, зручності управління та системи безпеки у поєднанні з розвитком транспортної інфраструктури (придорожні засоби розміщення та харчування, технічного обслуговування та заправки автомобілів тощо) і мережі шляхів сполучення, навіть незважаючи на втомлюваність, зростаючу аварійність при високій інтенсивності руху, відносну дорожнечу внаслідок зростання цін (в тому числі й сезонних) на паливо, паливно-мастильні матеріали та послуги, необхідні в дорозі, залежність від погодних умов тощо, забезпечують автотранспорту беззаперечні переваги у внутрішніх регіональних туристичних переміщеннях, які, за прогнозами, будуть і надалі домінувати в структурі туристичного процесу. Густа мережа автошляхів України найкращі техніко-економічні показники має в центральних, західних областях та в Криму, тобто у найбільш рекреаційно привабливих районах, в той час як у Причорномор'ї потребує значного поліпшення. Автомагістралі, що з'єднують Україну з сусідніми європейськими країнами, обладнані пунктами перетину кордону, кількість та пропускна спроможність яких постійно зростають. Найгустіша мережа залізниць - у Донбасі, Придніпров'ї, на заході країни. Залізниці з'єднують Україну практично з усіма країнами Центральної та Західної Європи. Залізничні паромні лінії забезпечують зв'язок з країнами Закавказзя, Іраном, Туреччиною, дають вихід на Балкани. Таким чином, розбудова транспортного комплексу країни є нагальною потребою розвитку всієї економіки.

Кожна інфраструктурна одиниця, яка відіграє певну роль в ланцюгу створення туристичного продукту, має суттєвий вплив глобалізаційних явищ а саме:

- низька якість складових національного туристичного продукту; значна частина природних територій та об'єктів культурної спадщини не пристосована для туристичних відвідувань, туристична інфраструктура в цілому не відповідає якісним параметрам, а туристичні послуги у більшості секторів туристичної індустрії – вимогам щодо якості обслуговування; відсутність цілісної та комплексної системи управління і контролю за використанням туристично-рекреаційних ресурсів країни, різне відомче підпорядкування туристичних та курортно-рекреаційних ресурсів; відсутність спеціального уповноваженого центрального органу виконавчої влади з питань діяльності курортів [98, с. 518];
- недосконалість організаційно-правових та економічних механізмів реалізації державної політики у сфері туризму і діяльності курортів, слабкою міжвідомчою координацією та взаємодією між органами державної влади та місцевого самоврядування [98, с. 519];
- відсутність ефективної системи захисту прав та інтересів туристів, забезпечення безпечних умов на об'єктах туристичних відвідувань та за напрямками туристичних маршрутів [98, с. 519];
- відсутність планування розвитку туризму, потреб населення та економіки держави завдяки чому простеження параметрів туристичного потоку у відповідності до наявних ресурсних можливостей;
- відсутність державної інвестиційної політики у сфері туризму, що є належною підтримкою розвитку пріоритетних видів туризму, зокрема, в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного туризму;
- недостатність нормативного, методичного та інформаційного забезпечення діяльності органів місцевого самоврядування, громадських організацій та суб'єктів підприємницької діяльності у сфері туризму і діяльності курортів [98, с. 519].

Для їх вирішення необхідно передусім зважений, системний підхід до вирішення ключових проблем даного напрямку, а саме: розробка принципів управління туристичними підприємствами, які б дозволили поєднати всі інфраструктурні одиниці туристичного ринку; сформувати єдину базу культурно рекреаційного комплексу України, що дозволить створювати громадські спілки для підтримки екскурсійних об'єктів в належному стані і поєднати державні, місцеві органи регулювання цієї галузі й допомогли б створювати новий туристичний продукт, який би задовольнив потреби держави, туристичних організацій та екскурсантів; поновити методичну базу по формуванню туристичних маршрутів, що дозволить розвиватись туристичним підприємствам в сучасному економіко-політичному становищі України і дозволить вивести туристичні підприємства з економічної кризи.

Проведені дослідження показали різноманіття, як вже раніше відомих, так і нових, виниклих під впливом запитів суспільства і розвитку туристичної галузі, видів і форм туризму. На підставі цього, сформовано класифікацію туристичних маршрутів, що найповніше відображає сучасні реалії розвитку туризму і дозволить сформувати конкурентоспроможний туристичний продукт, як новий туристичний маршрут.

Українська туристична галузь тривалий час розвивалась без суттєвої державної підтримки, що призвело до виживання переважно комерційних форм туризму та практичного зникнення соціального туризму.

Висновки по розділу 1

Для найбільш ефективного вирішення поставлених завдань і ґрунтуючись на проведеному дослідженні теоретичної та наукової літератури, можна зробити наступні висновки:

1. Дослідження впливу зовнішнього середовища та аналіз теоретично-методичних основ показав, що глобалізаційні процеси, які зумовили економічну, технологічну, політичну соціокультурну кризу

вплинули негативно на результати діяльності підприємств України. Нові зміни в суспільстві вимагають суттєве переосмислення управлінського апарату сучасних підприємств. Простеження глобалізаційних явищ призвело до виділення основних аспектів розвитку підприємств: просторових, функціональних, системних, інституційних, ресурсних. Встановлено, що ресурсні аспекти в сучасних умовах є значним важелем для динамічного розвитку підприємств і завоювань ними нових конкурентних позицій на глобалізаційних ринках.

2. Доведенно, що необхідна нова трансформація парадигм управління підприємствами в сучасному глобалізаційному середовищі. Були запропоновані нові еволюційні методи управління, а саме: метод системності, метод поєднання синергетичності та системності; структурно-функціональний та інституціональний. Вперше запропоновано в управлінні підприємствами принцип конвергенції, що призвело до радикального поєднання та адаптації підприємств до глобалізаційного простору.

3. Доведено, що складний сучасний стан економічного розвитку України, якій перебуває під впливом глобалізаційних процесів, суттєво вплинув на розвиток підприємств невиробничої сфери, а саме транспортної та туристичної галузі. Виявлено, що існуючі принципи не можуть повністю використовуватись при управлінні туристичним підприємством, тому що не враховують специфіку їхньої діяльності. Запропоновано для управління туристичними організаціями групу принципів, які базуються на задоволенні потреб споживачів туристичної послуги на їх потреби та впливають на ефективну роботу за рахунок збільшення туристичних потоків через споживання нового конкурентного туристичного продукту (маршрутів).

Основні результати дослідження, викладені в розділі, відображені у працях автора [81, 83, 84, 85].

РОЗДІЛ II.

ЗАСТОСУВАННЯ ПРИНЦИПІВ ТА МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

2.1 Організаційно – економічне обґрунтування детермінант формування ринкового продукту на ринку туристичних послуг

Розроблені принципи формування конкурентоспроможного туристичного продукту потребують дослідження факторів які безпосередньо впливатимуть на кожний з них. Майже кожен принцип оснований на соціальному факторі, а дослідження його неможливе без вивчення структури туристичного ринку в сучасному політичному та економічному середовищі. Одним з показників конкурентоспроможності туристичного продукту і обов'язковим важелем розвитку туристичного ринку України є динаміка туристичних потоків. На основі дослідження даних служби статистики України, адміністрації Держприкордонслужби України, Міністерства інфраструктури України та Держстату України сформована динаміка туристичних потоків України за останні сім років табл. 2.1.

Таблиця 2.1 - Туристичні потоки України (тис.осіб) [51]

Показники	Роки							
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Кількість громадян України, які виїжджали за кордон - усього*	17335	15499	15334	17180	19773	21433	23810	22438
Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну - усього*	23122	25449	20798	21203	21415	23012	24671	12712
Кількість туристів, які обслуговувались суб'єктами туристичної діяльності України – усього**	2863	3041	2290	2280	2199	3001	3454	2425

Продовження таблиці 2.1 – Туристичні потоки України (тис.осіб)

1		2	3	4	5	6	7	8	9
Із загальної кількості	Іноземні туристи	372	372	282	335	234	270	232	17
	Туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	336	1282	913	1295	1250	1957	2519	2085
Внутрішні туристи		2155	1386	1094	649	715	774	702	322
Кількість екскурсантів**		2393	2405	1909	1953	823	865	657	1174

* Включно з одноденними відвідувачами (за даними Адміністрації Держприкордонслужби України)

** 2007-2010 за даними Міністерства інфраструктури України, починаючи з 2011 року за даними Держстату України

Дані за 2014 рік надаються без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та зони проведення антитерористичної операції.

За даними дослідження 2012 та 2008 роки можна вважати продуктивнішими роками для розвитку туризму. Пріоритетними видами туристичної діяльності у 2012 році залишаються внутрішній та в'їзний туризм. В 2014 році суттєво зменшились туристичні потоки іноземних громадян в Україну і збільшився на 129 тис.осіб у порівнянні з 2012 роком виїзд громадян України за кордон. Ця ситуація виникла через політичне становище в країні. В 2012 році в Україні відбувався чемпіонат Європи по футболу і це призвело до підвищення цікавості іноземного туриста до історико – культурного, природного, етнократичного середовища нашої країни. Але суттєві прояви зацікавленості екскурсійною діяльністю відбулися в 2014 році в порівнянні з 2011-2013 роками, а це підтверджує, що треба приділити більшу увагу до формування конкурентоспроможних туристичних маршрутів екскурсійної направленості.

Принцип цілеспрямованості для формування конкурентоспроможного туристичного продукту передбачає проведення досліджень туристичних потоків України щодо уподобань туристів до мети подорожі,

використовуючи новий класифікатор туристичних маршрутів, де виділені головні цілі подорожі: пізнавальні; спортивні; самодіяльні, у тому числі з активними методами пересування; екскурсійні, ділові, конгрес-туризм; курортні, лікувальні; гірськолижні; фестивальні; мисливські; шоп-туризм; релігійні; екстремальні, навчальні, сформуємо таблицю 2.2.

Таблиця 2.2 - Розподіл туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за метою поїздки та видами туризму (осіб)

Показники	2013 рік							
	Усього	У тому числі за метою поїздки						Діти віком до 17 років
		ділова , конгрес; навчання, наукова.	культурно-пізнавальна, екскурсійна	лікування, курорти	спортивна, гірськолижна, мисливська, екстремальна	релігійні, фестивальні, шоп-туризм.	Інше	
	1	2	3	4	5	6	7	8
Усього обслуговано туристів	3067747	192873	2598789	122833	4802	10296	95354	352483
туроператорами	238545	125977	2016866	84488	45369	10161	93684	265829
турагентами	691202	66896	581923	38345	2233	135	1670	86654
з них	-	-	-	-	-	-	-	-
в'їзних (іноземних) туристів	221272	814	144655	49983	9307	8007	1706	3839
туроператорами	167095	5174	110900	32144	9190	7981	1706	28309
турагентами	54177	2440	33755	17839	117	26	-	9330
виїзних туристів	2270001	57368	2122062	2911	3135	1113	83412	261047
туроператорами	1806652	29563	1689750	1874	2137	1038	82290	200901
турагентами	463349	27805	432312	1037	998	75	1122	60146
внутрішніх туристів	58474	127891	332072	69939	35160	118	10236	53797
туроператорами	402798	91240	216216	50470	34042	1142	9688	36619
турагентами	17368	36651	115856	19469	1118	34	548	17178
Усього обслуговано туристів турагентами	386569	3949	362794	14955	3078	254	1539	55774
з них	-	-	-	-	-	-	-	-
в'їзних (іноземних) туристів	11039	101	9152	1702	61	-	23	5007
виїзних туристів	249389	3134	244454	482	664	5	650	32501
внутрішніх туристів	126141	714	109188	12771	2353	249	866	18266

З таблиці видно, що в 2013 році подорожі туристів відбувались з пізнавальної та екскурсійною метою. Але ця тенденція все рівно не на користь розвитку туристичного ринку України, тому що виїзних туристів на 1527 осіб більше ніж внутрішніх та в'їзних. Це свідчить про те, що туристів приваблюють історичні та рекреаційні ресурси інших країн більше, ніж нашої держави.

Для використання принципів формування конкурентоспроможного туристичного продукту (маршруту) треба дослідити фактори які розкривають кожний з принципів і впливають на формування туристичних маршрутів. Широке вивчення може дати SWOT-аналіз туристичного середовища України, за допомогою якого, з'ясуємо сильні та слабкі сторони формування в сучасному економічному та політичному становищі України конкурентоспроможного туристичного маршруту, виявити фактори, що впливають на їх раціональне використання. Таке дослідження можливе за допомогою експертної оцінки, яка базується на досвіді, знаннях та інтуїції спеціалістів. Експертна група для проведення дослідження сформована «Першим Національним каналом» та представниками туристичних підприємств. Для оцінки узгодженості думок по всіх напрямках (факторах, параметрах) розраховано коефіцієнт конкордації, який становив $K_{кон} = 0,908$, що є досить високим; дисперсія оцінок експертів $\delta_j^2 = 91,667$; коефіцієнт варіації оцінок, даних j напрямку ($M_j=92,5$). Показники експертного збігу напрямів припустимі, і тому була сформована група в кількості п'яти експертів.

Для проведення такого дослідження використовуємо метод «мозкової атаки», - коли експертна оцінка розробляється колективно групою спеціалістів за певним сценарієм проведення при обговоренні сильних та слабких сторін. Ними була сформована загальна SWOT-матриця (Додаток В). Другим етапом експертами сформовано зведене проблемне поле, де туристичний продукт розглядався як конкурентоспроможний туристичний маршрут (табл.2.3).

**Таблиця 2.3 – Аналіз проблемного поля туристичного продукту
України**

Можливості (Opportunities)		Загрози (Threats)	
Потенційний розвиток перспективних видів туризму. Активний розвиток сфери послуг за рахунок малого бізнесу. Можливості для туристичних підприємств отримувати доходи від місцевих ресурсів. Зростання привабливості районів України. Підвищення привабливості галузі на основі стабільної тенденції реалізації маркетингової політики території.		Несприятлива економічна та політична ситуації в Україні, що приводить до зниження платоспроможності попиту на турпродукт. Суттєвий вплив демографічного та соціального фактору. Зміна потреб і переваг потенційних споживачів туристичних послуг. Висока вартість туристичних путівок в зв'язку з високими транспортними витратами. Міжнародна конкуренція сусідніх держав.	
Сильні сторони (Strengths)		SO	ST
Сприятливе географічне розташування і природно-кліматичні умови. Наявність природних рекреаційних ресурсів для формування туристичних маршрутів. Багата історико-культурна спадщина, як потенціал для розвитку екскурсійного продукту, Відносно висока транспортна доступність.		Потенціал для розвитку різних видів туризму та створення додаткових екскурсійних послуг.	Зниження попиту на надані туристичні послуги, оптимальна стратегія ціноутворення на надання послуги (зниження цін); розширення асортименту надаваних туристичних послуг. Високі темпи освоєння нових туристичних об'єктів на суміжних територіях.
Слабкі сторони (Weaknesses)		WO	WT
Низький розвиток інфраструктури, сфери послуг та обслуговування туристів. Висока ціна туристичного продукту на національному та міжнародному ринках; невідповідність туристичних послуг міжнародним стандартам; відсутність сучасних автотранспортних засобів для обслуговування туристичних потоків; необхідність реконструкції об'єктів туризму.		Залежність цінової політики від курсу валют, зниження цін на надані туристичні послуги. Потреба залучення великих фінансових ресурсів для створення ринків додаткових послуг.	Залежність цінової політики від курсу валют. Неприятлива економічна та політична ситуація в країні, зниження доступності кредитних ресурсів, зниження темпів розвитку бізнесу, відхід з ринку.

Зведені дані таблиці 2.3 дозволяють скомпонувати і відокремити суттєві впливаючі фактори впливу та продовжити подальше експертне дослідження.

Наступний етап дослідження відбувався індивідуально експертом при дослідженні кількісної оцінки сильних та слабих сторін, можливостей та загроз зовнішнього середовища формування конкурентоспроможного туристичного продукту. З загальної вибірки всіх можливих варіантів SWOT було вибрано п'ять суттєвих альтернативних варіантів по кожній графі. Аналіз проводився з застосуванням методу ранжирування з виключенням та метод бальних оцінок (Додаток В.2). Сильні сторони впливу на формування конкурентоспроможного туристичного продукту приведені на рис 2.1.

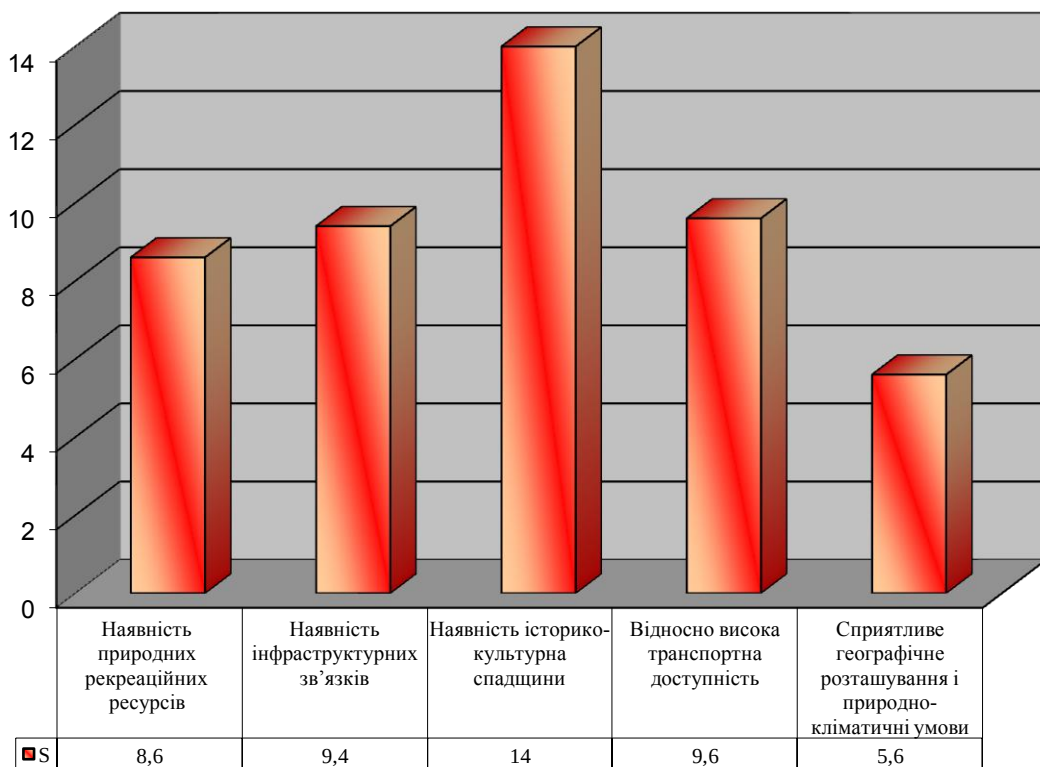


Рисунок 2.1 - Сильні сторони, які сприятимуть формуванню конкурентоспроможного туристичного маршруту

Аналіз сильних сторін показав, що пріоритетним фактором для формування конкурентоспроможного туристичного продукту, як туристичного маршруту є наявність історико – культурного потенціалу та природно - рекреаційних ресурсів. На третьому місці - відносно висока

транспортна доступність та наявність інфраструктурних зв'язків, для експертів географічне розташування території проведення маршруту має не суттєве значення.

Негативні фактори, які утримують розвиток (рис.2.2) експерти спрямовували на формування конкурентоспроможного туристичного маршруту та розглядали за кількісною оцінкою по балах, де 4 - найбільш суттєво впливають, а 1 - найменш суттєво і за рангами, де кожний із п'яти виділених факторів з загальної вибірки назначався, як пріоритетний ранг від 1 до 5 (найменше значення - 1, а найбільше 5, що вважались суттєво впливовими).



Рисунок 2.2 - Слабкі сторони впливу на формування туристичного конкурентоспроможного маршруту

На думку експертів розвиток туристичної індустрії в Україні стримується невідповідністю туристичних послуг міжнародним стандартам та знаходженням туристичних об'єктів в неналежному стані, що стримує туристичні потоки зацікавлених іноземних туристів до історично-культурної спадщини.

Негативно впливає на формування конкурентоспроможного туристичного маршруту застарілий парк автотранспортних засобів для обслуговування туристичних потоків та низький розвиток сфери обслуговування туристів. Це суттєво стримує підприємства туристичної галузі при наданні туристичної послуги.

В сучасному економічному та політичному становищі на формування нового туристичного продукту впливає нормативно-правова база та державне регулювання галузі туризму України.

Поле загроз формується з факторів внутрішньодержавного та міжнародного впливу і графічно показані на рис. 2.3.

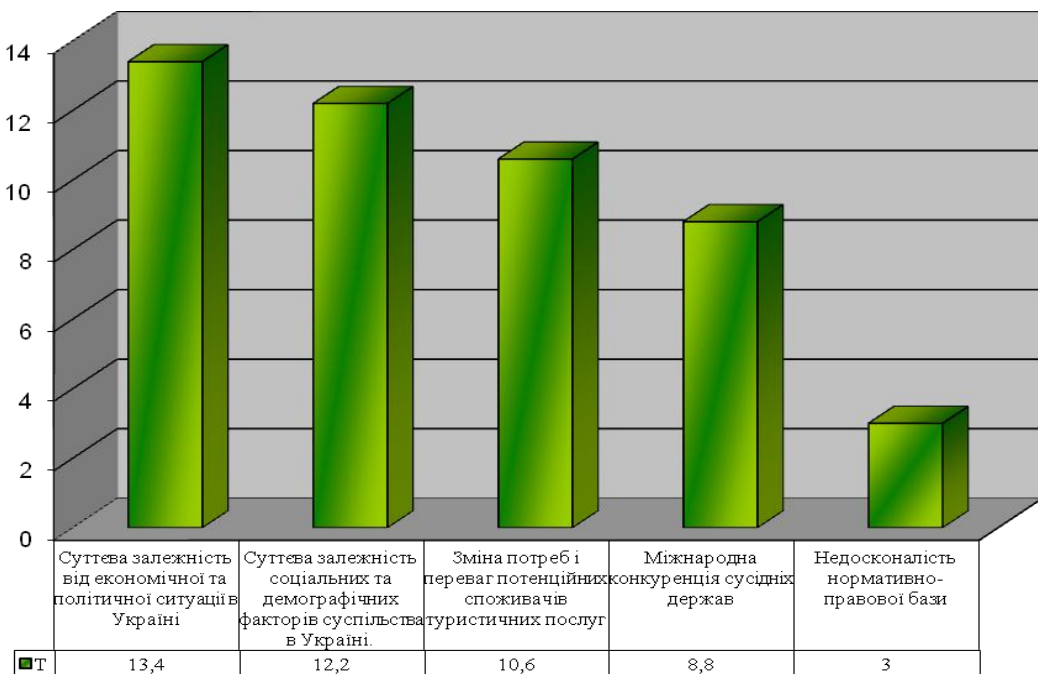


Рисунок 2.3 – Поле загрозливих факторів, що впливають на конкурентоспроможний туристичний продукт

Фактори загроз впливають як на новостворений туристичний маршрут, так і на існуючі на туристичному ринку України. Ці фактори покладенні в основу принципів формування конкурентоспроможного туристичного продукту і постійно повинні враховуватись та простежуватись при створенні маршруту. Експерти вважають, що вагомим фактором в полі загроз є суттєва залежність від економічної, політичної, соціальної та демографічної ситуації в Україні.

Незважаючи на загрозливі фактори, створення нового конкурентоспроможного туристичного продукту відкриває перспективні можливості для розвитку туристичної індустрії України. Одним з найважливіших важелів для економічного розвитку держави за рахунок розвитку туризму є залучення нових обсягів туристичних потоків України та ще декілька суттєвих факторів, що показані на рис.2.4.

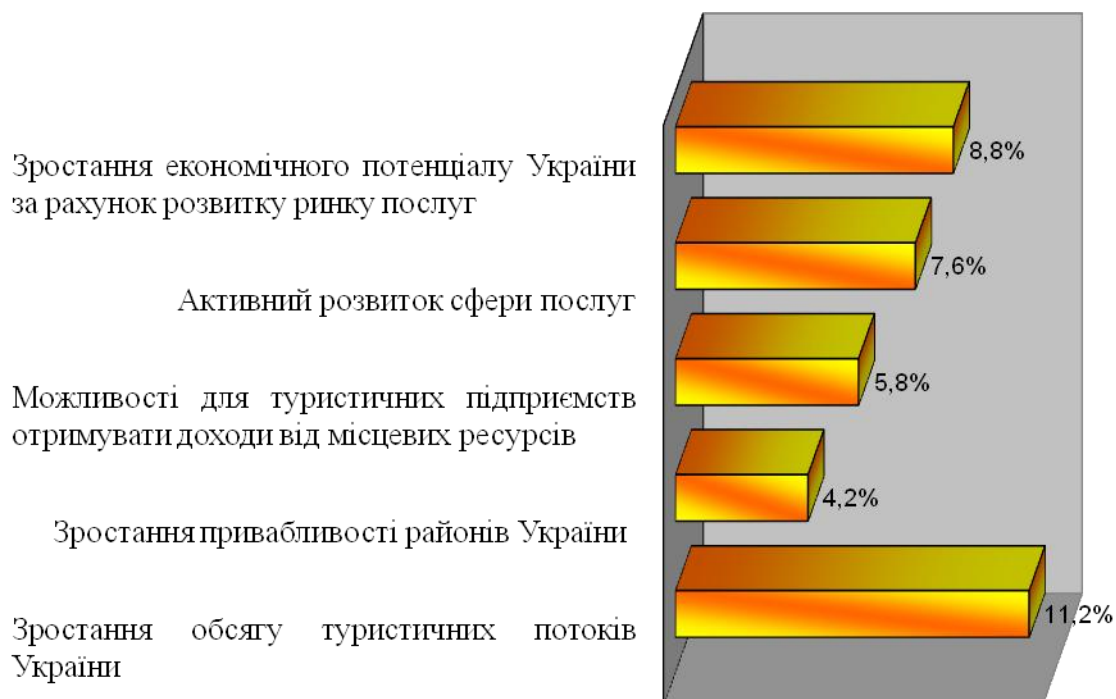


Рисунок 2.4 – Можливості розвитку туристичного ринку України за рахунок формування нових конкурентоспроможних туристичних маршрутів

Наведені на рисунку 2.4 дані фактори дозволяють вибрати шляхи, на які будуть спиратись новостворені маршрути. Зростання обсягу туристичних потоків можливе за рахунок створення туристичних маршрутів, які направлені на потенційного споживача туристичної послуги. Таким чином, експерти вважають, що за рахунок цього передбачається розвиток сфери послуг і призведе до поліпшення економіки України в цілому.

З метою підвищення популярності України серед вітчизняних та іноземних туристів необхідно запропонувати такі форми організації туристичної діяльності українських підприємствам: заохочувати українські туристичні підприємства використовувати інформаційні технології для того, щоб популяризувати свої туристичні послуги серед іноземних туристів та забезпечити швидке оновлення інформації про надавані послуги. Українське етно-село буде сприяти підвищенню популярності України як туристичної держави, завдяки незвичній атмосфері часів правління козацтва у таких куточках живої історії як: «Мамаєва Слобода», «Українське село», «Музей Пирогово», але це лише невелика кількість вже існуючих етно-сіл. Для підвищення темпів розвитку міжнародного туризму державі необхідно приділяти набагато більше уваги туристичній галузі.

Для залучення туристів, важливим фактором SWOT аналізу є культурна спадщина, музеї, театри, які являють собою генерацію міжнародних і локальних туристичних потоків. За кількістю історичних пам'яток Україна не відстає від європейських держав, але для збільшення напливу іноземних туристів, країні необхідно збільшити фінансування туристичної галузі з можливим покращенням якості наданих послуг.

Аналіз профілів розвитку інших країн, що показаний на рис. 2.5, дає змогу визначити, в яких напрямках необхідно розвивати індустрію подорожей і туризму в Україні, на яких складових необхідно зробити акцент.

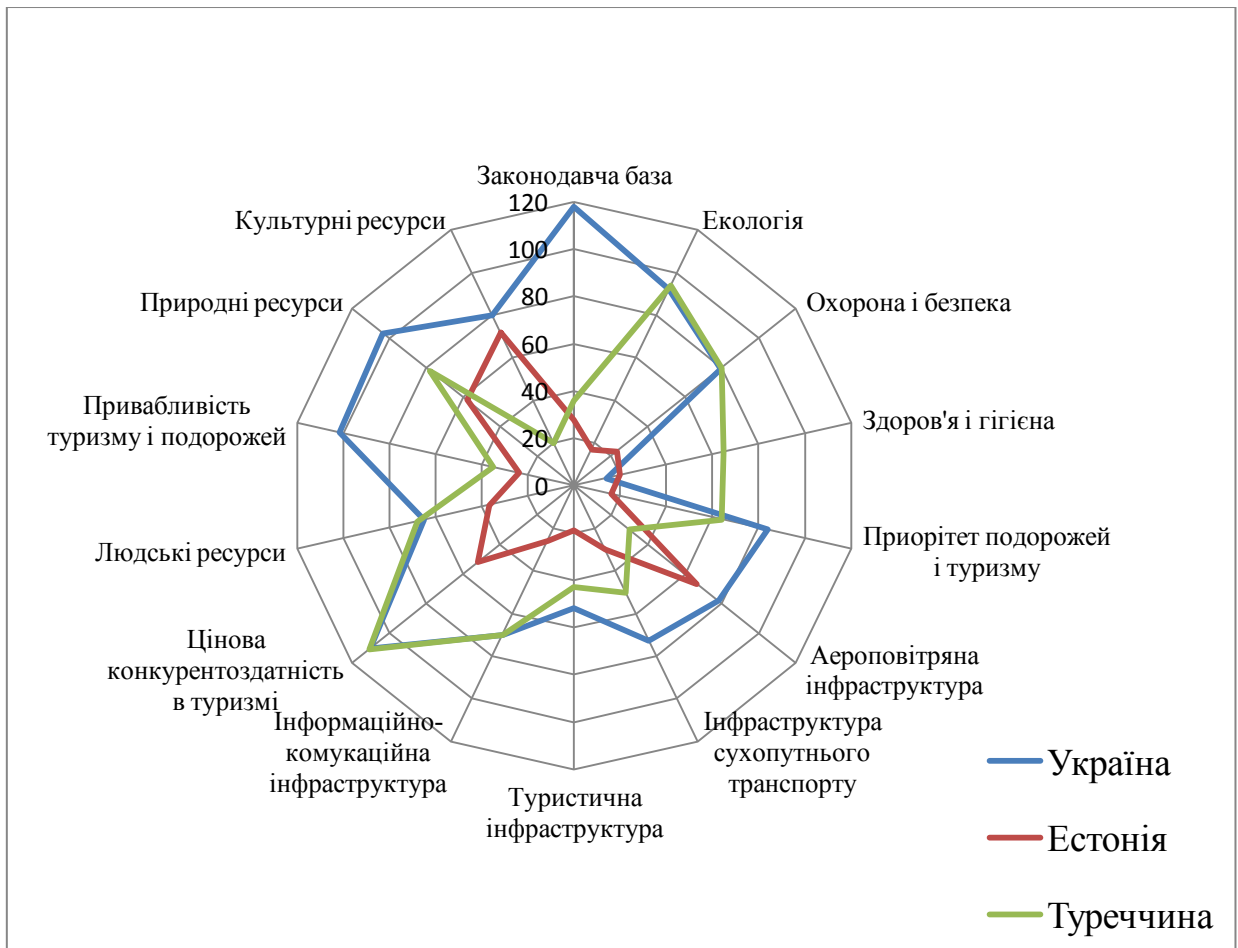


Рисунок 2.5 - Туристичний профіль України, Естонії, Туреччини [175]

Перший аргумент, який зазвичай наводиться в обґрунтуванні низької туристичної привабливості України, це є недостатні витрати з боку держави на маркетинг.

Україна витрачає на індустрію туризму і подорожей 5 % свого бюджету (2013 рік). З точки зору ефективності інвестицій цікавий приклад Туреччини, яка витрачає лише 0,5 % свого бюджету на розвиток туризму, при цьому потік туристів набагато вище, ніж в Україні [54].

SWOT-аналіз вивів всі можливі фактори, що впливають на формування конкурентоспроможного туристичного маршруту, але для використання їх потрібен чисельний вираз, за допомогою показників. Для перетворення факторів та прив'язки їх до певного принципу треба сформувати факторні групи. Проведений аналіз дозволив сформувати загальну вибірку факторів (рис 2.6).

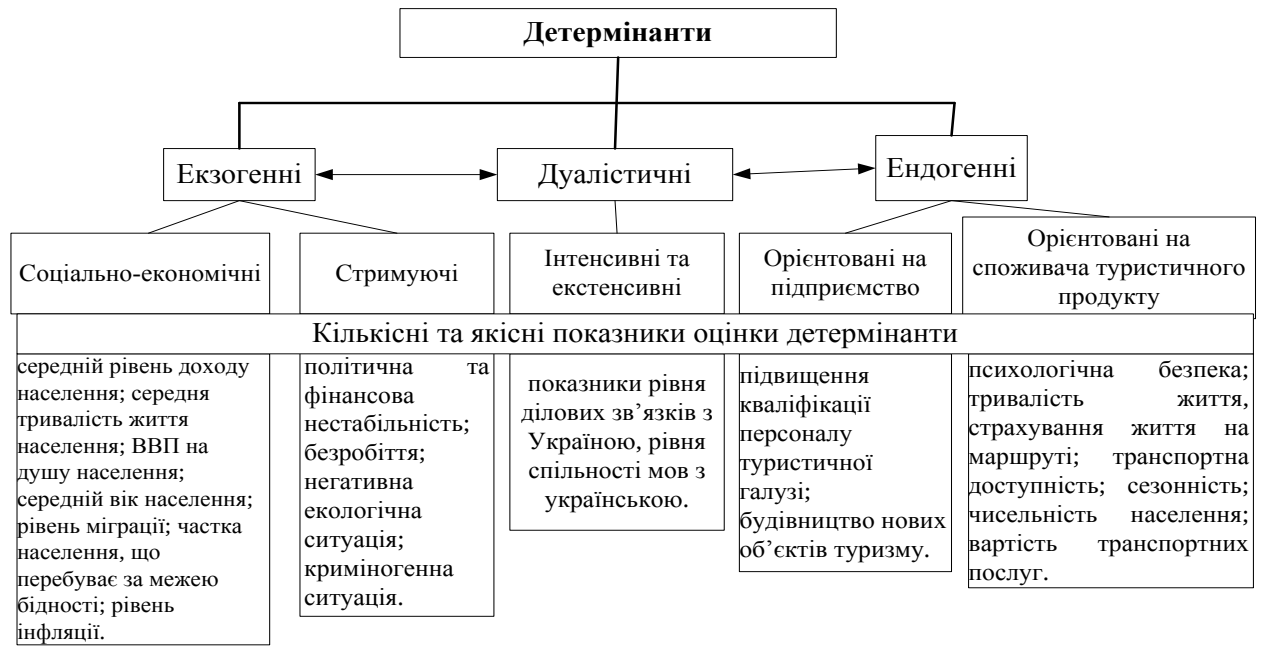


Рисунок 2.6 – Загальна вибірка детермінантів впливу на формування туристичного маршруту

Авторська розробка

Рисунок 2.6 показує зв'язок факторів та чисельних показників, які можливо пов'язати з принципами, що формують конкурентоспроможний туристичний продукт. Так принцип соціально – культурного спрямування враховує показники:

- середній рівень доходу населення;
- середню тривалість життя населення;
- індекс розвитку особистого потенціалу;
- середній вік населення;
- інтенсивність відвідування історико - культурних закладів;
- середній рівень тривалості освіти;
- рівень ділових зв'язків;
- демографічні показники (урбанізація, статеві-вікові);
- рівень спільності мов з Україною.

Принцип соціально - економічного спрямування передбачає мінімізацію собівартості туристичної послуги і враховує використання таких показників як:

- вартість транспортних послуг;
- державні витрати на освіту;
- ВВП на душу населення;
- частка населення, що перебуває за межою бідності;
- рівень інфляції;
- рівень безробіття;

Принцип ефективності передбачає реалізацію послуги з максимальним ступенем задоволеності і підкріплюються показниками:

- рівень криміногенної обстановки;
- індекс пріоритетності історичних туристичних об'єктів;
- сезонність подорожі.

Принцип системності та цілеспрямованості передбачає насиченість показників, які формуються за допомогою статистичних та маркетингових досліджень і формують інші показники, що дозволяє виявити спільні специфічні ознаки, які повинні враховуватися при формуванні туристичного маршруту. Найважливішими з них можна вважати:

- єдність у соціальному плані та в плані інфраструктури, можливість інтегрувати всі громади і землі, що створюють його цілісне обличчя;
- здатність ухвалювати економічні, соціальні та технологічні рішення, метою яких є участь у прогресивному процесі;
- орієнтованість на майбутнє, уміння використовувати шанси, що надаються глобалізацією та інформаційною революцією;
- полікультурність, вірність традиціям минулого і сьогодення;
- здатність здійснювати перспективні плани розвитку, спроможність приймати найважчі виклики;
- надання нових можливостей для всіх, особливо творчих осіб;

- культивування гордості за своє корінне місце проживання й місце роботи [16].

Подальший аналіз сприяв компонуванню показників, що безпосередньо впливають на принципи формування конкурентоспроможного туристичного продукту (маршруту). Для їх групування і визначення оптимальної кількості факторів був визначений кумулятивний відсоток, який показав для вибраних чотирьох перших факторів понад 75,5 % загальної дисперсії.

Отже, доцільно виділити чотири фактори, що впливають на формування туристичних маршрутів України та здійснити процедуру обернення (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 - Групування показників за факторами

Показники	Факторні навантаження			
	Культурний та соціально – економічні	Комунікабельності	Транспортної доступності	Психологічної безпеки
X1	0,867893	0,045551	- 0,052677	0,188714
X2	0,935216	0,197572	- 0,027933	0,041102
X3	0,936504	-0,105465	-0,018519	0,86586
X4	0,916989	-0,278595	0,067347	-0,012195
X5	-0,152669	-0,752153	0,036251	- 0,345053
X6	-0,575801	-0,745509	0,290778	-0,225634
X7	- 0,217274	0,367951	-0,207132	0,023002
X8	0,733554	0,252980	-0,28582	0,780999
X9	0,828413	-0,375415	0,177522	-0,060107
X10	0,774270	0,041247	0,461474	-0,214008
X11	0,788959	0,752980	-0,075189	-0,407991
X12	0,726858	0,277701	-0,048413	0,144395
X13	0,117936	0,055598	-0,229713	0,112358
X14	-0,700082	0,136838	0,316437	0,179661
X15	-0,777730	-0,333313	0,702509	-0,147309
X16	-0,726107	0,393139	0,951252	-0,615979
X17	- 0,197712	0,242095	-0,88779	-0,820367
X18	-0,022662	0,22088	-0,831756	0,484868
Загальна дисперсія	7,870416	2,661293	2,481714	2,833599
Частка загальної дисперсії	0,374782	0,126728	0,118177	0,134933

Факторний аналіз виконаний на базі реальних статистичних матеріалів світових статистичних даних та даних звітів м. Києва та Київської області за

допомогою математичного процесора STATISTICA 6,1 та програми MS Excel 2003.

Як видно з наведеної таблиці, перший фактор формують показники X1- X4, X7 X8, X9, X11- X16 другий – X5, X6, X11, третій – X7, X8, X14- X18.; четвертий – X3, X4, X6, X8, X17,

Побудова матриці факторів та показників, що сформують пріоритетні критерії вибору туристичного маршруту наведена в табл. 2.5.

Таблиця 2.5 - Матриця пріоритетних факторів для вибору туристичного маршруту

Показники		Фактори			
		Культурний та соціально – економічні	Комунікабельності	Транспортної доступності	Психологічної безпеки
X1	середній рівень доходу населення в м Києві	X			
X2	середня тривалість життя населення в м. Києві	X			
X3	ВВП на душу населення (за купівельною спроможністю)	X			X
X4	індекс розвитку особового потенціалу	X			X
X5	рівень ділових зв'язків з Україною		X		
X6	рівень спільності мови з Україною		X		X
X7	чисельність населення	X		X	
X8	вартість транспортних послуг	X		X	X
X9	середній рівень тривалості освіти	X			

Продовження таблиці 2.5 - Матриця пріоритетних факторів для вибору туристичного маршруту

X10	державні витрати на освіту (% від ВВП)	X			
X11	середній вік населення	X	X		
X12	рівень міграції	X			
X13	сезонність подорожі			X	
X14	частка населення, що перебуває за межею бідності (%)	X		X	
X15	рівень інфляції	X		X	
X16	рівень безробіття	X		X	
X17	рівень криміногенної обстановки				X
X18	індекс пріоритетності історичних туристичних об'єктів			X	

За визначеним набором показників було виділено наступні 4 групи факторів.

1 група – культурні та соціально - економічні (включає показники: середній рівень доходу населення, середня тривалість життя населення, ВВП на душу населення, індекс розвитку особистого потенціалу, середній рівень тривалості освіти, середній вік населення, рівень міграції, частка населення, що перебуває за межею бідності, рівень інфляції).

2 група – транспортної доступності (до неї входять показники чисельності населення, вартість транспортних послуг в Україні)

3 група – психологічної безпеки (її складають показники міжнародного індексу щастя, до якого входять показники суб'єктивної задоволеності життям, очікуваної тривалості життя, рівня екологічної безпеки)

4 група – комунікабельності (показники рівня ділових зв'язків з Україною, рівня спільності мов з Україною).

Для визначення сили впливу кожного фактора їх було проранжовано за остаточним (після обернення) відсотком охарактеризованої інформації (останній рядок таблиці). При переведенні цих даних у відсотки виявляється, що культурний та соціально - економічний фактор є найвпливовішим щодо формування і розвитку туристичних маршрутів, оскільки охоплює 37,4% загальної дисперсії. Другим за силою впливу є фактор транспортної доступності (13,5 %), третім – психологічний (12,7%), четвертим – фактор комунікаційний (11,8 %).

Додатково часто використовують поняття факторних переваг-показників, що відіграють роль оцінок внеску територіальних одиниць у кожний з факторів. Матриця факторних переваг обчислюється шляхом множення матриці вихідних даних на матрицю факторних навантажень, вони трактуються як відносні оцінки вияву певного фактора в кожній окремій територіальній одиниці і є основою для їх групування.

Для розкриття сутності кожного з досліджених факторів, розкриємо кількісний та якісний вплив показників, що їх розкривають. Негативним показником сьогодні виступає безробіття населення, що відіграє не меншу роль у розвитку туризму в регіоні. За даними Державної служби зайнятості в Києві та Київської області рівень безробіття становить всього 501 тис. осіб, в тому числі, серед молоді віком 15-35 років становить 7,25% [45]. Доходи населення – один з найважливіших показників, що характеризує рівень економічного та соціального стану суспільства. В ідеалі, працюючим членам сім'ї повинно бути гарантоване право на отримання достатнього мінімального доходу як у теперішній час, так і в майбутньому для задоволення матеріальних потреб, доступності до якісної освіти, медичних послуг і, звичайно, відпочинку, що забезпечує нормальну життєдіяльність та можливості розвитку людини [20]. Одним із найважливіших показників є добробут населення. Він впливає на розвиток в країні туризму.

Постійне збільшення доходів громадян України призведе до збільшення туристичних поїздок, зокрема, до збільшення кількості споживачів з високими доходами. В майбутньому населення України буде характеризуватися як таке, що має підвищену якість життя. Відпочинок, подорожі, мистецтво, культура стануть основними елементами, які заповнюють вільний час людини [127].

В умовах переходу до економіки знань наявність і реалізація інноваційної стратегії - необхідна умова динамічного розвитку як національної економіки, так і туристичної галузі. Постійний вплив на розвиток туризму спричиняють соціально-демографічні чинники, вплив яких є багатоаспектним. Безпосередньо це стосується кількісних та структурних характеристик населення, серед яких - чисельність населення, розміщення його по окремих регіонах, статеві-вікова структура (з виділенням працездатного населення), сімейний стан і склад сімей тощо.

По-перше, чисельність та розміщення населення обумовлює безпосередньо обсяг споживчого сектора туризму. До групи демографічних чинників відноситься також урбанізація (збільшення частки міського населення), ступінь якої прямо пропорційна інтенсивності туристських поїздок. Такі демографічні фактори, як зростання населення земної кулі, його нерівномірна щільність і концентрація у великих містах (урбанізація) призводять до збільшення туристичного потенціалу, посилення міграційних потоків, у т. ч. туристичних [129, с.145].

По-друге, статеві-вікова та шлюбно-сімейна структура населення виступають вагомим фактором розвитку туристичної галузі. Тобто, чітко простежується тенденція зміни туристської рухливості залежно від віку, статі та сімейного стану, зокрема найбільшу схильність до активних форм туризму проявляють особи у віці 18-30 років. Проте загальна туристська рухливість людей, як правило, досягає піку в 30–50 років. Дослідження показують, що неодружені люди значно мобільніші, ніж сімейні, а жінки виявляють до туризму більшу цікавість, ніж чоловіки. Збільшення середньої тривалості

життя та зміни в демографічному русі дозволило залучити до туристичного руху осіб похилого віку, які мають матеріальні можливості подорожувати [56].

По-третє, важливим є поведінкові та життєдіяльні характеристики населення, які розглядаються з точки зору демографічних даних, умов життя, звичок населення щодо туристичних послуг, а також із погляду знань та поглядів на різні аспекти культури, схильності та можливості до рекреації; робочий час і час для відпочинку, наявність і тривалість відпустки, рівень сфери освіти, охорони здоров'я та відпочинку формують попит на туристичний продукт [182].

Зростання загальної чисельності населення збільшує туристичний потенціал (до туристичного обороту залучаються нові людські резерви). У Києві та Київській області спостерігається така тенденція.

Чисельність наявного населення на 01.01.14 р. становила 1722,1 тис. осіб. Для порівняння, у 2013 р. – 1684.8 тис. осіб [36]. Зростання кількості населення відбуватиметься й надалі: загальний приріст (скорочення) чисельності населення становить – 2,6%, а середня щільність населення - 61,2 осіб на 1 км² (за даними 2013 року).

Збільшення густоти населення призводить до посилення міграційних процесів, однією із форм яких є туризм. Тобто збільшення густоти населення – це чинник підвищення попиту на історико – культурні цінності. Наприклад, із європейських країн, які мають підвищену щільність населення, туристичні потоки за кордон інтенсивніші, ніж з країн з меншою щільністю населення. Про подібну ситуацію можна говорити й у межах однієї країни. З погляду туристичного попиту, на нашу думку, малоурбанізований регіон здатен прийняти велику кількість туристів з інших областей України, особливо високоурбанізованих, де спостерігається дефіцит історичних та культурних цінностей та які мають більшу щільність населення.

Рівень урбанізації області впливає на переважаючі види туризму. Відомо, що у високоурбанізованих країнах зростають обсяги туристичних

потоків у зв'язку з потребою людини у відпочинку. В таких випадках особливою популярністю користуються тури вихідного дня з відвідуванням історичних та культурних цінностей. Цей вид туризму в Києві та Київській області посідає перше місце, через те що переважає міське населення - 1064,8 тис., що складає 61,8% [45], це призводить до негативного розвитку внутрішнього туризму.

Статеві-вікова структура населення напряму зумовлює існування тих чи інших форм туризму та можливість його існування взагалі. За результатами Всеукраїнського перепису населення, в Києві та Київській області кількість чоловіків становила 47%, жінок – 53% [45]. Дані свідчать про статеву диспропорцію в області. Віковий склад населення характеризується зменшенням частки дітей у загальній кількості населення поряд із суттєвим збільшенням частки осіб у віці, старшому за працездатний, що значно ускладнює сучасну демографічну ситуацію в області і зумовлює зростаюче старіння населення (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 - Структура вікових груп населення за даними переписів по роках, %

Вікові групи.	Роки.						
	1874	1897	1926	1939	1989	2001	2014
0-19	36,0	35,1	34,6	30,8	28,8	29,2	23,2
20-39	43,1	43,8	41,6	42,4	36,5	34,3	32,1
40-59	17,0	15,9	17,9	20,4	22,8	23,7	28,5
60+	3,9	5,1	5,8	6,5	11,8	12,7	16,2

Хоча у світі збільшення середньої тривалості життя населення дозволило ширше залучати до туристичного руху людей старшого віку, треба відзначити, що різними видами і формами туризму в Україні найчастіше займаються особи працездатного і молодого віку, що зумовлено різноманітними ментальними, психологічними, фізичними та економічними причинами. Тому попит на історичні та культурні цінності, передусім, спричинений особами молодшого за працездатний та працездатного віку.

Змушені відзначити, що зважаючи на сучасну статеву - вікову структуру в області, попит на історичні та культурні цінності не завжди є стабільним.

Все вище сказане дає можливість зробити компоненту принципів цілеспрямованості та системності, тому що їх суть полягає в поєднанні природних, інфраструктурних, культурних, історичних та інших об'єктів туристичного потенціалу України в єдиний ланцюг. Для поєднання їх треба виявити пріоритетний район функціонування конкурентоспроможного маршруту, для цього скомпонуємо всі компоненти туристичного потенціалу (рис.2.7).



Рисунок 2.7 - Фактори пріоритетного району функціонування конкурентоспроможного маршруту

Авторська розробка

Соціально-економічні фактори – це освітній рівень населення та кваліфікація, економічний рівень населення (доходи, заробітна плата, пенсії, рівень цін), зайнятість і безробіття, рівень злочинності і правопорушень, мода та інші психологічні чинники. Ми розглядаємо, насамперед, фактори, що формують попит і пропозицію на історико-культурні цінності.

Останнім часом все більший вплив на розвиток туризму спричиняють історико-культурні фактори, зокрема наявність та особливості формування історико-культурних рекреаційних ресурсів. Якщо природні рекреаційні ресурси більше слугують основою для розвитку лікувально-оздоровчої рекреації, то історико-культурні рекреаційні ресурси використовують переважно для організації різних видів пізнавального туризму. Проте це не означає, що історико-культурні ресурси не впливають позитивно на стан здоров'я людей, адже вони мають велике значення, зокрема для психологічного оздоровлення. Ці рекреаційні ресурси оптимізують рекреаційну діяльність у цілому й виконують важливі виховні функції (патріотичні, національного виховання, екологічні тощо). Розташування на певній території суспільно-історичних ресурсів формує її позитивний туристський імідж, впливає на локалізацію рекреаційних потоків і напрямки екскурсійних маршрутів, урізноманітнює рекреаційно-туристську пропозицію, зменшує сезонність у туризмі [56, с.146].

Для визначення внеску кожного фактора в структуру туристичного потенціалу території є бальна оцінка кожного об'єкту подорожі шляхом обчислення вагових коефіцієнтів. Ці об'єкти належать до групи культурної спадщини. Найвища величина коефіцієнта значущості рівня 3 присвоєна об'єктам, включеним ЮНЕСКО до Списку Всесвітньої спадщини, як видатних пам'яток культури та природи. Об'єктам культурної спадщини, що має особливе значення національного характеру, присвоюється коефіцієнт значущості рівний 2, а культурним об'єктам, що мають особливе значення для історії і культури суб'єкта України і взяті на державний облік, присвоюється коефіцієнт значущості рівний 1. Найбільшим потенціалом, а, отже, найвищим коефіцієнтом значущості рівним 4, володіють національні парки, які є не тільки природоохоронними, еколого-просвітницькими і науково - дослідними установами, але й призначені для організації регульованого туризму.

Узагальнену оцінку рівня пріоритетності території в залежності від цілей подорожі враховує пріоритетний рівень об'єкта, який визначається за формулою 2.1:

$$Pi = \sum_j^n R_{jz} , \quad (2.1)$$

де: Pi – пріоритетний рівень i – ї території подорожі;

R_{jz} – ранг привабливості j -го об'єкта, залежно від цілі подорожі z .

Найголовнішими пріоритетними об'єктами в нашому випадку є ті, що мають першочергову зацікавленість самого туриста і вони несуть коефіцієнт значущості рівний 5. Такі туристичні об'єкти виявлено за допомогою анкетного опитування (Додаток Г) і проведення експертного дослідження «Першим національним каналом» (рис 2.8).

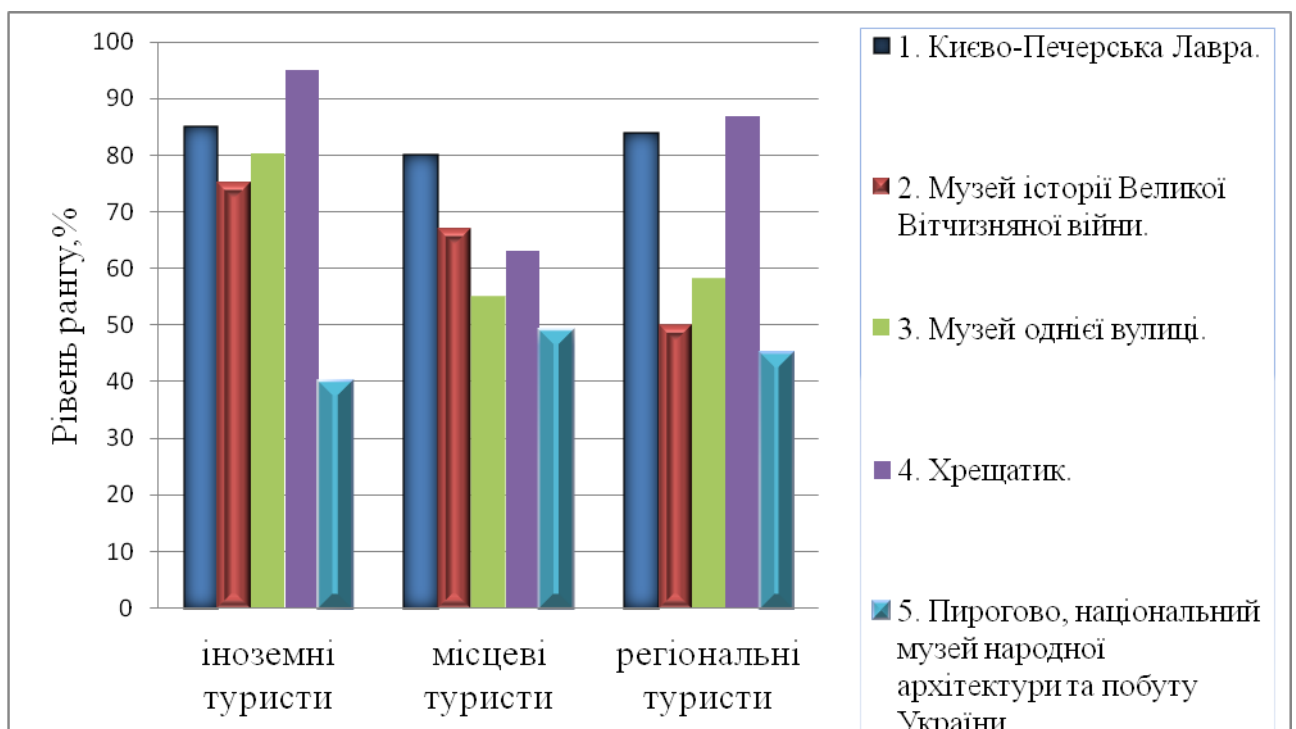


Рисунок 2.8 - Аналіз анкетних даних за пріоритетністю туристичних об'єктів м. Києва

Сумарна пріоритетність території дослідження враховує всі фактори впливу на вибір території подорожі:

$$SPi = IRiz + PrRiz + KRiz + SRiz \quad (2.2)$$

де: SPi - пріоритетність об'єкта для туристичної подорожі;

$IRiz$ - ранг інфраструктурної привабливості території подорожі;

$PrRiz$ - ранг природної привабливості території подорожі;

$KRiz$ - ранг культурно – історичної привабливості території подорожі;

$SRiz$ - ранг соціальної привабливості території подорожі.

Пріоритетно - цінні об'єкти (PZO) не входять в цю вибірку, тому що вони вже є вагомими і відіграють головну роль в ланцюгу формування маршруту.

Тому, при подальшому дослідженні використовувались показники, що наводяться в статистичному довіднику ООН, дані Державної служби статистики України та дані отримані методом експертних оцінок. З метою визначення факторів, що впливають на вибір екскурсійного туристичного маршруту обрано найбільш доступні статистичні показники.

Дієвим важелем дослідження територіальної організації ринків збуту туристичних маршрутів є картографічний метод та розробка картографічних моделей, які у взаємодії з структурно-логічними моделями відображають істотні аспекти розвитку туризму та є концентрованим і наочним результатом проведеного аналізу.

Вивчення особливостей демографічного складу населення Києва та Київської області дозволило проаналізувати структуру попиту та потреби споживачів в історико-культурних цінностях, а також варіанти пропозиції в розрізі наявних трудових ресурсів регіону. Зарубіжний досвід свідчить, що максимального ефекту в розвитку туризму можна досягти лише за умов співпраці органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, громадських і професійних організацій та підприємницьких структур. Зростання рівня

освіти збільшує потяг людини до знань, зацікавленість іншою культурою викликає бажання подорожувати і отримувати нові враження [61].

При розробці туристичного продукту, а саме туристичних маршрутів, фактори що впливають на вибір та розвиток цієї туристичної послуги можна поділити на чотири види, які враховані при впровадженні принципів формування конкурентоспроможної туристичної послуги в методичних підходах, щодо формування конкурентоспроможного туристичного маршруту.

2.2 Застосування удосконалених принципів та методів в формуванні конкурентноспроможного туристичного продукту

Оцінки ефективності туристичних продуктів (маршрутів) визначає систему показників, єдиних за змістом, порівняних на всіх рівнях державного управління в Україні та на міжнародному рівні, що характеризують обсяги туристичної діяльності і вплив туризму на економіку країни (регіону) [143]. Вона застосовується для гармонізації на державному рівні показників та джерел статистичної інформації, що визначають економічну та соціальну вагомість туристичних маршрутів в Україні, для підрахунку розмірів туристського споживання і залучених таким чином до обігу грошових коштів, інших вигод від розвитку туризму.

Найбільш точні результати обчислення дають розрахунки показників окремо за кожною країною, регіоном, населеним пунктом та категорією туристів. Для спрощення розрахунків припустимо групування туристів за категоріями. Одним з критеріїв групування є однаковий рівень туристських витрат, що визначається за результатами статистичного обстеження туристів або експертними оцінками [143].

Надходжень від різних видів туризму ведуться на основі даних про середню величину витрат одного відвідувача за одну добу подорожування з урахуванням тривалості перебування та кількості відвідувачів усіх категорій.

Ведення методів статистичного спостереження передбачає використання всіх можливих джерел статистичної інформації (як державної, так і відомчої звітності) та потребує здійснення певних додаткових розрахунків. Тому джерелом даних про туристські витрати вважається експертна оцінка, а також статистичне обстеження (опитування) туристів або суб'єктів туристичної діяльності [143,77].

Багатогранність туристичного продукту дозволяє підприємствам створювати унікальність з метою задоволення потреб і запитів споживачів. Для того, щоб не лише залучати, але й утримувати клієнтів, про що у своїх працях пишуть Ф. Котлер, Г.Б. Мунін, З.І. Тимошенко, М.Г. Бойко, Є.В. Самарцев, Т.І. Ткаченко необхідно формувати відмінні конкурентні переваги. Останнє стає можливим у випадку надання послуг, які підсилюють позитивний купівельний досвід споживача, тому рівень і ступінь задоволеності залежить від якості послуг, які надаються споживачу.

Обсяг реалізації туристичного продукту є валовим показником туристичної діяльності держави, характеризує масштаби її діяльності на локальному туристичному ринку і оцінюється за допомогою наступних показників: виручка (доход) від реалізації послуг (грошові одиниці національної або, при наявності спеціального дозволу, вільноконвертована валюта), кількість обслуговуваних туристів (осіб), тривалість туру (дні), обсяг реалізації туристичного продукту (туродні), кількість реалізованих турів (од.) [142].

Для того щоб вибрати собі туристичний маршрут індивід користується послугами туристичного ринку. Основними чинниками формування і функціонування вітчизняного ринку є попит та пропозиція.

Згідно цих чинників формуються основні стратегії залучення туристів туристичними фірмами. Попит представляє собою форму виразу суспільних потреб, забезпечених наявністю грошей у населення, а пропозиція - це платні товари та послуги, призначені для обміну. Пропозиція на туристичному ринку передусім характеризується явною перевагою послуг, які створюються

як в галузях, спеціалізованих для задоволення попиту туристів, так і в галузях, які одночасно задовольняють попит населення [168].

Виходячи з основних видів маршрутів можна виділити і три основні види послуг, які і є основною економічною складовою туристичного маршруту. До складу основних відносять, як правило, туристичні послуги, що включені до первісно придбаного і сплаченого туристом туристичного пакету відповідно до Програми і класу туру. Серед них: послуги розміщення (проживання), харчування, транспортні (перевезення) та страхування. Додаткові послуги включають: побутові, лікування, валютно-кредитні, торговельні, спеціальних видів зв'язку, інформаційні, культурно-видовищні, ігрові, спортивні, конгресне обслуговування та ін [142]. Специфічні послуги надаються підприємствами-посередниками (організатори маршруту) в туризмі, це послуги туристичних бюро, туристичних агентств, туристичних операторів, екскурсійних бюро, бюро подорожей та екскурсій та інших спеціалізованих туристичних підприємств (табл. 2.7).

Таблиця 2.7 - Структура туристичного продукту України [102] (%)

Види послуг	На внутрішньому ринку України для іноземних туристів	На внутрішньому ринку України для українських туристів	На закордонному ринку для вітчизняних туристів
Основні послуги, з них:	88,5	63,7	8,6
проживання	56,0	37,4	30,2
харчування	17,0	12,0	16,2
транспортні	13,0	11,2	23,5
страхування	2,5	3,1	6,7
Додаткові послуги, з них:	4,4	17,9	6,2
лікування	1,4	12,0	0,7
послуги	-	2,0	-
побутові	-	0,2	-
індустрії розваг	3,0	3,7	2,9
торгівельні	-	-	-

Продовження таблиці 2.7 - Структура туристичного продукту України [102] (%)

паспортно-візові	-	-	2,6
Специфічні послуги, з них	7,1	18,4	17,2
туристичних підприємств по організації подорожі	4,3	12,0	11,0
туроператорів	1,6	6,0	2,5
турагентів	-	-	-
екскурсійні	1,2	0,4	3,4
РАЗОМ	100,0	100,0	100,0

Дослідження показують, що в загальному обсязі вартості національного туристичного продукту основні послуги займають найбільшу питому вагу, у т.ч. для іноземних туристів – 88,5%; для українських туристів, які подорожують по Україні – 63,7%; для українських туристів, які виїждять за кордон – 8,6%. Питома вага додаткових і специфічних послуг, як видно з табл. 1, невисока і коливається для іноземних туристів, відповідно, від 4,4% до 7,1%. При чому, у складі останніх, екскурсійні послуги займають лише 1,2%, що недостатньо. При наявності унікального природно-рекреаційного потенціалу питома вага послуг лікування вагома лише для українських туристів на внутрішньому ринку – 12%. Така ситуація пояснюється багатьма причинами і потребує вирішення проблем формування та просування туристичного продукту не тільки на рівні підприємства, але й держави в цілому [149].

У системі управління господарською діяльністю виробничі функції - планування, організаційна, мотиваційна, контрольна, координаційна - є взаємопов'язаними та однаково вагомими. Разом з тим, дієвість економічного механізму обумовлюється, перш за все, грамотним використанням функції планування [142].

В наукових роботах вище представлених авторів використовувались показники, алгоритм розрахунку яких представлений в табл. 2.8.

Таблиця 2.8 - Алгоритм розрахунку показників, що використовуються в процесі аналізу обсягу та структури реалізації туристичного продукту (маршруту) підприємства [149]

Показники	Од. виміру	Алгоритм розрахунку
1	2	3
Обсяг реалізації туристичного продукту в процесі здійснення туристичної подорожі у співставних цінах	грн/од.	$P_{sci} = \frac{P_i}{I_{ui}},$ де P_i – виручка (дохід) від реалізації турпродукту у звітному періоді, грн., I_{ui} – індекс цін на послуги туризму або індекс інфляції за і-тий період, од.
Коефіцієнт рівномірності реалізації туристичного продукту	%	$\text{Крів.} = 100 - V,$ де V - коефіцієнт варіації реалізації тур продукту.
Обсяг реалізації туристичного продукту у точці беззбитковості: Для туроператорів	грн.од.	$P_{mn} = \frac{B_{пост}}{100 - PB_{пер}} \times 100, \text{ де}$ $B_{пост}$- витрати підприємства умовно-постійні, грн.од. $PB_{пер}$ – рівень витрат умовно-змінних, грн. од.
Коефіцієнт варіації реалізації туристичного продукту	%	$V = \frac{\delta \times 100}{\bar{P}},$ де δ - середньоквадратичне відхилення реалізації тур продукту; $\bar{P}$ – середня величина виручки (доходу) від реалізації турпродукту, грн.
Поріг безпечності підприємства з точки зору обсягу реалізації туристичного продукту	грн.од	$ПБр = P\phi - Pтб$ де $P\phi$ – виручка (дохід) від реалізації тур продукту, фактично отримана за досліджуваний період, грн.од; $Pтб$ – виручка (дохід) від реалізації тур продукту у точці беззбитковості, грн.од.

Продовження таблиці 2.8 - Алгоритм розрахунку показників, що використовуються в процесі аналізу обсягу та структури реалізації туристичного продукту (маршруту) підприємства

Середньоквадратичне відхилення реалізації туристичного продукту	грн. од.	$\delta = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (P_i - \bar{P})^2}{n}},$ де: P_i - обсяг реалізації туристичного продукту за i-тий період, грн. $\bar{P}$ - середній розмір виручки (доходу) від реалізації турпродукту, грн. n - кількість періодів дослідження, місяців
---	----------	---

При оцінці результатів комерційної діяльності використовується лінійна залежність між обсягом реалізації турпродукту та основними факторами, які на нього впливають, що можливо виразити формулою:

$$P = k \times \bar{t} \times \bar{ц}, \quad (2.3)$$

де: P – виручка (дохід) від реалізації туристичного продукту за певний період часу держави, грн. од.;

k – кількість обслугованих туристів (осіб);

$\bar{t}$ - середній час перебування туристів в подорожі, або на відпочинку, дні;

$\bar{ц}$ - середня ціна турпродукту за один тур - день, грн. од.

Економічність туристичних маршрутів ми можемо розглядати тільки в складі туристичного продукту. Тому ряд критеріїв, які повинні бути враховані при оцінці туристичних маршрутів, мають словесні, порівняльні, описові характеристики. Для отримання їх кількісних характеристик необхідно виразити фактори в числовому вигляді, для чого розробляється система критеріїв і показників. Різниця між ними полягає в тому, що критерії

являють собою більш загальні характеристики, у той час як показники призначені для конкретизації критеріїв.

Вибір критеріїв, і особливо показників впливаючих факторів, залежить від наявності інформації. Відсутність необхідних відомостей або великі витрати на їх отримання вимагають їх виключення або заміни. Залежно від структури фактора для його оцінки не обов'язково розробляти трирівневу систему «фактор – критерій – показник», тому що критерій і показник можуть відповідати один одному. Більше того, для вирішення деяких завдань всі чинники можуть бути оцінені однією характеристикою чи критерієм або показником. Це залежить як від складності об'єкта так і від поставленої мети.

Для перетворення наших факторів пріоритетного району функціонування конкурентоспроможного маршруту, що представлені на рис 2.7, в числовий вигляд, пропонується ряд показників, які характеризують кожен з компонентів туристичного потенціалу. Як було сказано раніше, всі ці критерії повинні підтримуватися певним інформаційним та статистичним комплексом. Дані таблиці 2.9 зв'язують інформаційні показники та фактори впливу на вибір пріоритетного туристичного району.

Таблиця 2.9 – Кількісне перетворення факторів пріоритетного району функціонування конкурентоспроможного маршруту

Фактори	Показники
1	2
Геологічні	
Рельєф місцевості	Ступінь розчленованості рельєфа
Геолого–геоморфологічні пам'ятки	Кількість геолого–геоморфологічних пам'яток на одиницю площі
Інфраструктурні	
Заходи розміщення	Кількість місць у готелях, турбазах, гостьових будинках на одиницю площі району
Підприємства харчування	Кількість посадочних місць в ресторанах, кафе, їдалень на одиницю площі району

Продовження таблиці 2.9 - Кількісне перетворення факторів пріоритетного району функціонування конкурентоспроможного маршруту

Соціальні заходи	Наявність медичних установ, опорних пунктів міліції та операторів зв'язку на одиницю площі району
Екскурсійного обслуговування	Кількість туристичних бюро, агентств на одиницю площі району
Транспортні розв'язки	Наявність доріг і аеропортів на одиницю площі району
Біологічні	
Природно-рекреаційні зони	Паркові та лісові зони на одиницю площі території району
Особливо-охоронні природні території	Відношення площі ООПТ до площі території району
Культурно – історичні	
Об'єкти культурної спадщини	Кількість пам'яток культури, історії, архітектури, археології, мистецтва на одиницю площі району
Народні ремесла	Кількість майстрів народних ремесел на одиницю площі району
Культурні події	Кількість ярмарків, фестивалів, свят на одиницю площі району
Заклади культури	Кількість музеїв на одиницю площі району

Аналіз пріоритетної території подорожі проведено в м. Києві та Київської області. Пам'ятки історії та культури в Києві та області розміщені дуже нерівномірної. Основна їх кількість припадає на центр міста. Однак кількісний показник цих пам'яток ще не дає уяви про рівень їх пізнавальної цінності і привабливості, а також про їх придатність для організації пізнавальних рекреаційних занять або включення у відповідні туристичні маршрути. Наприклад В. Мацола [117] пропонує оцінювати рекреаційну значимість території за щільністю пам'яток історії та культури на 100 км² площі. При цьому пропонується визначати щільність пам'яток найвищого класу (загальнонаціонального і міжнародного значення). Виходячи з цього, В.І. Мацола [117, с.72] пропонує оцінювати історико-культурні цінності за допомогою 5 бальної шкали. Недоліком даного підходу є те, що він може використовуватись для оцінки екскурсійних туристичних об'єктів великих

регіонів та міст, а не для визначення історико-культурного туристичного потенціалу поселення, чи навіть окремого адміністративного району.

Іншим автором Н.Ф. Поліною було запропоновано підхід [142, с.102], який для оцінки пізнавальної цінності включав такі ознаки: рівень організації об'єктів для показу і місцезнаходження туриста по відношенню до об'єкта огляду. За рівнем організації історико-культурні об'єкти в такому випадку поділяються на спеціально підготовлені для показу і не підготовлені, а за місцем знаходження суб'єкта до об'єкту огляду - на інтер'єрні і екстер'єрні історико-культурні об'єкти. Такі термінологічні звороти, а також поняття про необхідний час огляду історико-культурних об'єктів взято до уваги автором при розробці оціночних шкал запропонованої бальної системи оцінок екскурсійних туристичних об'єктів [112].

З погляду пізнавальної значимості оцінюються історико-культурні пам'ятки у запропонованій методиці В.С. Кравцівим, Л.С. Гринівим, С.П. Кузиком [96, с.72]. Усі названі методики оцінювання базуються на опитуванні експертів.

Великий внесок до виявлення споживчої цінності турпродукту з точки зору сприйняття та оцінки споживачами, викладено в роботах М.Г. Бойко та Т.І. Ткаченко. Вони запропонували в дослідженні цього питання використання функції якості QFD-методологію та FMEA-методологія, як наслідків відмов споживачів, а основою розрахункового перетворення формування споживчої цінності став метод розрахунку Європейського індексу задоволеності споживача (ESCI) [15]. Їх наукові розробки можливо застосовувати для оцінки історико-культурних ресурсів, доповнюючи бальним експертним оцінюванням та соціопитуванням споживачів туристичної послуги.

Через те, що сутність бального підходу оцінки історико-культурних ресурсів полягає в тому, що оціночні шкали побудовані на подальшій структуризації видових компонентів у відповідності з історико-культурною важливістю явищ, що їх характеризують, і часу, необхідного для огляду

таких об'єктів, то саме його використано для оцінки рівня привабливості території здійснення туристичної подорожі. Необхідний час огляду визначають спеціалісти-експерти. Чим більше часу необхідно для пізнання об'єкту, тим вища пізнавальна цінність, а це значить, що вищий оціночний бал йому присвоюється [112].

Шкалу оцінки рівня привабливості території здійснення туристичної подорожі розроблено на основі таблиці 2.9. В економіко-політичних умовах дуже важливо як найповніше визначити рівень привабливості усіх компонентів екскурсійних об'єктів. Для удосконалення шкали оцінки пріоритетності туристичної території подорожі об'єднаємо факторні групи в спільні блоки для більш зручних розрахунків. Дієвим шаблоном ресурсного потенціалу взято класифікацію Н.Ф. Полінової [112]. Таким чином в природний блок входять геологічні та біологічні.

1. Археологічні об'єкти.
2. Палацово-паркові ансамблі.

Теоретичні дослідження наукових джерел давали визначення, що природні рекреаційні ресурси – сукупність ресурсів природного походження. Вони мають відповідати вимогам, основними з яких є: по-перше, місце повинне відрізнятись від звичайного природного середовища людини; по-друге, в межах природного рекреаційного середовища має стикуватися кілька природних сфер – вода і суша, гори і море, рівнини і височини, ліс і степ і т.д. Найвищу рекреаційну оцінку мають природні території з найвищим рівнем контрасту середовища. До них належать ліси, лікувальні кліматичні місцевості, поверхневі і підземні води, естетичні якості. Але природно-біологічні рекреаційні ресурси представляють собою сукупність умов, явищ і процесів природного походження, видозмінених людиною у процесі своєї діяльності. Крім того, цей ресурс містить частину матеріального виробництва, яка безпосередньо забезпечує потреби рекреації, використовувані рекреантами об'єкти інфраструктури, а також трудові ресурси, зайняті у рекреаційному господарстві. До таких відносяться: штучні

лісові масиви, насипні пляжі, штучні водні об'єкти, дороги, канали тощо. Тому для визначення привабливості туристичної території подорожі по природному блоку встановлені саме такі дві групи, які в свою чергу поділилися на п'ять характеристик оцінювання.

Шкалу оцінки вибраних природних об'єктів ранжуємо в певну характерну ознаку, в якій найменша кількість балів 1, останній - об'єкти, що несуть важливий внесок для формування певного блоку і має значення високого рангу -5 балів.

Блок інфраструктурний формує таку класифікацію:

1. Громадські споруди (народні школи, народні дома, шпиталі, корчми, млини і т.п.
2. Пам'ятки народної архітектури (поселення, двори, господарські і житлові будівлі, дерев'яні церкви і т.п.).
3. Сакральні споруди (церкви, костели, синагоги тощо).

Блок культурно-історичний найголовніший для проведення екскурсій. Рекреаційні ресурси цього блоку представляють собою сукупність територій, об'єктів, обрядів, властивостей, створених людиною у процесі свого історичного і культурного становлення, набуття досвіду і його передачі через традиції, побут, культуру, господарство. До них відносяться історичні пам'ятки, традиційне житло, особливості культури, побут, ремесла тощо. Оцінка цього блоку формує такі групи:

А - Об'єкти культурної спадщини:

1. Меморіальні пам'ятки, пов'язані з історичними подіями, національно-визвольними війнами і бойовими та культурними традиціями.
2. Сучасні пам'ятки архітектури.

Б - Народні ремесла

1. Професійні художні промисли.
2. Народні художні промисли (ткацтво, килимарство, вишивка, художня обробка шкіри, художнє плетіння, деревообробка, гончарство тощо).

3. Пам'ятки фольклору.

В - Культурні події

1. Пам'ятники та пам'ятні місця, пов'язані з життям та творчістю діячів історії, культури.

2. Пам'ятники оборонного будівництва (земляні або муровані укріплення, замки із бастіонними укріпленнями, монастирі, найновіші фортифікаційні споруди XIX-XX ст.).

Г - Заклади культури

Пам'ятки матеріальної культури.

Групи, які сформовані на підставі чотирьох та трьох ознак ранжуються від більшого і можуть мати ранг від 1-5 балів. Крім ранжування за кількісними показниками (інфраструктури, природності, культурно-історичності) їх визначаємо за ступенем вибраних критеріїв пріоритетності об'єктів по бальній шкалі від 1 до 3 (соціальності, природності, історичності) (Додаток Д)

2.3 Дослідження методичних підходів формування туристичного продукту (маршруту)

Зараз туризм став явищем, що увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети. Більше того, на початку XXI ст. туризм за обсягами доходу справедливо посів третє місце серед провідних галузей світової економіки. Доходи, отримані від туризму за 2010 р, займають значну частину в бюджетах держав і становлять до 10% валого національного продукту. Показники динаміки росту прибутковості туризму значно випереджають показники інших галузей економіки. 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% [146].

Велика кількість наукових праць присвячена питанням розвитку спортивного та спортивно-оздоровчого туризму, тобто тому напрямку, що передбачає активне пересування туристів, але основною рушійною силою розвитку туризму залишаються економічні вигоди, які він надає. Так, туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури: готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо. Він зумовлює збільшення дохідної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників спричинює збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними в бюджет) [176]. Крім цього, як зазначалося вище, туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти і різного роду інвестицій. Він сприяє диверсифікації економіки, утворюючи галузі, що обслуговують індустрію туризму, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації.

Мережа суб'єктів туристичної діяльності України - юридичних та фізичних осіб підприємців у 2013 році становила 5692 одиниці, що на 6,5% більше, ніж у 2012 році. Структура мережі за видами туристичної діяльності представлена найбільш численною категорією – турагентами – 75% від загальної кількості суб'єктів, найменша категорія - суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність – 8,4%. Суб'єкти, що здійснювали туристичну діяльність як туроператори, складала 33,1% від загальної кількості юридичних осіб, які надають туристичні послуги [145, 146, 171, 176].

У роботах вітчизняних та іноземних науковців О. Любіцевої [108-110], Г.І Михайліченко [122-124], Майкла Керхера [187], Т. Рац, Л. Пуцько [188], Е. Чіаф, М. Пецагно [189], присвячених проектуванню туристичного продукту, немає технології створення туристичних маршрутів.

Так, Г.М. Михайліченко визначила основні етапи розробки нового турпродукту та перелік робіт по створенню туристичної пропозиції [123]. Майкл Керхер розглядає процес розробки продукту з культурного туризму [187], Т. Рац та Л. Пуцько досліджували значення, концепції та основні риси

тематичних маршрутів, процес їх створення та умови, за яких розроблений туристичний маршрут стає турпродуктом [188]. Е. Чіаф та М. Пецагло визначили, як саме туристичні ресурси впливають на процес розробок туристичних маршрутів [189].

Дуже цікаві роботи В.Г. Гуляєва [42, 43], Ємельянова [58], В.Ф. Кифяк [75], що присвячені проектуванню екскурсій. Кифяк В.Ф. стверджує, що підготовка екскурсій проводиться в декілька етапів: вибір теми екскурсії, створення екскурсії під вибрану тему, підготовка екскурсовода для проведення екскурсії. Вибір теми екскурсії залежить від потенційного попиту, конкретного замовлення або цілеспрямованого створення «банку» екскурсій [75]. Тема екскурсії повинна об'єднувати всі об'єкти відвідування в єдине ціле. Підготовка екскурсії проводиться творчою групою, склад якої залежить від теми екскурсії, тут можуть бути залучені працівники музеїв, галерей, наукових закладів, спеціалізованих туристично-екскурсійних організацій і т. ін. Робота розпочинається з підбору матеріалу по темі і його вивчення, відбору об'єктів показу, а також накопичення знань по всіх розділах теми. У широкому сенсі плановий туристський маршрут - це програма перебування туриста в подорожі, що включає відвідування певних пунктів та туристських об'єктів, а також участь у різноманітних туристсько-екскурсійних, культурно-масових і фізкультурно-оздоровчих заходах. За даними аналітичної довідки про роботу туроператорів та турагентів за 2010 рік в Україні створено більше 100 тематичних маршрутів [71].

Уперше визначення "етапи підготовки екскурсії" було введено у обіг у 1975 році ще за часів Радянського Союзу. Тоді в багатьох джерелах описувалися 15 таких етапів. Підготовка і контроль за туристичною галуззю була покладена на державу, тому в кожній установі, що пов'язана з будь-якою туристичною діяльністю, знаходились рекомендації, методичні вказівки, які безпосередньо створювались «Центральним советом по туризму и экскурсиям».

Чітких вказівок щодо етапів розробки туристських маршрутів в нормативній документації немає. Крім того, якщо йдеться про розробку комерційного туристського маршруту, що передбачає пересування туристів на автотранспорті, водних суднах, авіалайнерах, залізницею тощо, порядок і особливості планування, розробки та впровадження маршруту визначається безпосередньо туроператором, тобто розробником і залежить від багатьох чинників.

Пуцентейло П.Р. дає свою технологію створення турпродукту [147], за якою його формування послідовно проходить через такі етапи:

- генерування ідей відносно турпродукту, його кількісних і якісних властивостей на основі постійного вивчення дійсного і потенційного попиту. Ця робота повинна проводитися постійно, тому що в туризмі мода, прихильності, переваги часто змінюються;
- розробка концепції нового турпродукту, яка полягає в наданні йому конкретних споживчих властивостей, що відповідають попиту цільового ринку і матеріально-технічним та фінансовим можливостям туристичної фірми (мається на увазі вибір маршруту, програми, виду туризму, набору і класності послуг);
- пробний маркетинг, що означає продаж на ринку першої партії нового турпродукту з метою визначення відносин до нього потенційних покупців, а також виявлення й усунення можливих недоліків;
- комерціалізація нового турпродукту, що полягає в організації його масового продажу.

Його схема дуже поверхнева і може бути базою, але не можливе її використання для створення різних видів маршрутів, тим більше в турпродукт він не вкладає поняття маршруту. Що стосується його загальної ідеї, то вона носить науковий характер і по його етапах можна відокремити нитку послідовних складових туристичного продукту, а не туристичного маршруту.

Роботи О.О. Любіцевої присвячені розробці туристичного туру. Вона описує етапи створення туру в такій послідовності: вибір пунктів маршруту, ієрархізація цих пунктів, вибір пунктів початку та закінчення маршруту, а потім розрахунок вартості туру. Розробка схеми маршруту та його програмне забезпечення є нерозривно пов'язаними паралельними процесами. Розрахунок вартості туру ґрунтується на проведених організаційно-технічних заходів з пошуку партнерів та укладених з ними угод [108-110]. Концепція О.О. Любіцевої направлена на тури і передбачає їх розробку на більш глобальному рівні. Вчена намагалась поєднати туристичні багатоденні тури та математичні варіанти «задачі комівояжеру». Її опис зливається в одну думку і стає незрозумілим: чи то етапи розробки туру, чи пізнавального маршруту (кожний етап не пов'язаний з туристичним продуктом, а безпосередньо описує етапи теорії «графів»).

Тому, найбільш розповсюджена схема створення туристичних маршрутів, яка поділяється на такі етапи. Вибір пунктів маршруту, ієрархізація цих пунктів, вибір пунктів початку та закінчення маршруту. Після чого проводиться розробка схеми маршруту, розрахунок його вартості, яка ґрунтується на проведених організаційно-технічних заходах з пошуку партнерів та укладених з ними угод. Схематично це зображено на рис. 2.9.



Рисунок 2.9 - Етапи створення туристичного туру

Етап I. Маркетингове дослідження. Цей етап включає в себе: вивчення ринку туристичних послуг, побудову моделі маршруту, дослідження туристичних ресурсів по запланованому маршруту.

Туристичне районування є районування, представлене В.Вечерським на сайті "Українська спадщина" - <http://www.heritage.com.ua> у вигляді текстової інформації. В основі цього районування лежить оцінка соціальних туристичних ресурсів (Додаток А).

Етап II. Побудова траси маршруту.

Розробка схеми маршруту із зазначенням транспортного обслуговування. При ієрархізації пунктів маршруту основна увага повинна бути звернута на клас готелів та транспортну доступність обраних пунктів маршруту. Метою даного етапу є виділення диференціації пунктів маршруту відповідно до мети подорожі з відокремленням пунктів дислокації з тривалим програмним забезпеченням та екскурсійних пунктів. При розробці, наприклад, автобусного маршруту необхідно керуватися «Правилами дорожнього руху», «Уставом автомобільного транспорту», «Правилами перевезення пасажирів» та іншими відомчими нормами.

Вибір початкового та кінцевого пунктів маршруту здійснюється за показником транспортної доступності, тобто зв'язку з місцем постійного проживання потенційних туристів (зоною дії туроператора), взаємозамінності видів транспорту, типу транспортних засобів.

Схема маршруту залежить від обраної форми. Схема маршрутів можуть бути лінійні, кільцеві, радіальні та комбіновані (рис. 2.10).

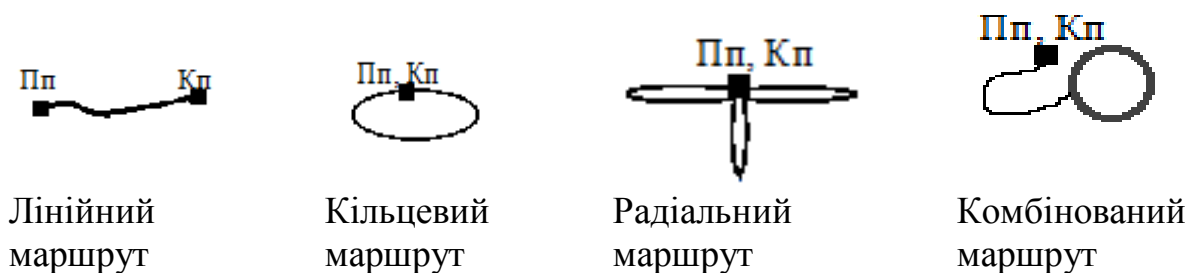


Рисунок 2.10 - Форми туристичних маршрутів

Умовні позначення:

Пп - початковий пункт маршруту;

Кп - кінцевий пункт маршруту.

Вибір схеми маршруту залежить від транспортної системи: конфігурації транспортної мережі, її густоти та технічного стану, рівня розвитку окремих видів транспорту, рівня розвитку транспортної інфраструктури, що забезпечує надійність та безпеку роботи транспорту.

Найпоширенішим випадком при розробці схеми є варіант, коли за обмежений термін при мінімізації витрат часу на переміщення між основними пунктами маршруту бажано забезпечити максимально можливу інформативність подорожі, тобто охопити як найбільше об'єктів показу за для задоволення пізнавальної мети. Такий варіант отримав назву "задача комівояжера".

При вирішенні цієї задачі можна застосовувати методичний апарат теорії «графів». Графо-аналітичні методи дають можливість відокремити найсуттєвіші елементи, унаочнити наявну інформацію, обґрунтувати відбір та ієрархізацію пунктів маршруту. Задача зводиться до побудови графо-математичного відображення просторової організації турпродукту.

Показники задаються по кожному варіанту схеми маршруту. Розробка трас походів повинна здійснюватися по територіях зі сприятливими природними умовами, що відповідають екологічним і санітарно-гігієнічним нормам та вимогам, встановленим у діючій нормативній документації (стандартах в галузі охорони природи), а також з урахуванням реальних можливостей розвитку конкретного виду туризму.

Етап III. Узгодження паспорту маршруту.

Він полягає у встановленні ряду об'єктивних та суб'єктивних обмежень. Об'єктивні обмеження виходять з умов сегментації ринку, а суб'єктивні визначаються можливостями туроператора. Обмеження визначаються перш

за все цільовим споживчим сегментом (вік, життєвий цикл сім'ї, стиль та рівень життя тощо). Часові обмеження стосуються сезонності та терміну подорожі. Економічні обмеження виходять з умов функціонування ринку (кон'юнктура ринку, стан конкурентного середовища, цінова політика тощо).

Основним обмеженням, що визначають вибір транспортних засобів на початковому етапі розробки маршруту є саме часові обмеження

Етап IV Затвердження технологічних документів.

Процедура створення туристичного маршруту довготривала за часом і може займати декілька місяців. Якщо розроблений маршрут є замовленим (разовим), то процедура його створення спрощується, за винятком заходів, що забезпечують його безпеку. Підставою для проведення екскурсійної діяльності є наявність дозволу та комплексу документів відповідно до вимог міждержавного стандарту «Проектування туристських послуг», зокрема:

- технологічної карти (методичної розробки) екскурсії;
- контрольного тексту екскурсії;
- матеріалів «Портфеля екскурсовода»;
- схеми маршруту екскурсії.

Документальною основою проектування послуги «Туристичний похід» є звіт про проведення експедиційного обстеження маршруту туристичного походу, а також матеріали соціологічного вивчення побажань туристів по обслуговуванню на даній трасі. Результатом проектування послуги "Туристичний похід" є паспорт траси туристичного походу.

Для проведення екскурсійної діяльності організатори також повинні мати:

- договори з транспортними підприємствами (при здійсненні транспортних екскурсій);
- договори з закладами культури та розваг (музеями, заповідниками, театрами, спортивними закладами тощо);
- прейскурант цін на екскурсійні послуги.

Розробка туристичного маршруту закінчується узгодженням і затвердженням паспорту маршруту. Паспорт туристичного маршруту використовується при формуванні турів, а також при розслідуванні шляхово-транспортних подій.

При розгляді заявок на спортивний похід [156] керівник групи для затвердження маршруту повинен оформити в маршрутно-кваліфікаційній комісії(МКК) обов'язкові документи: маршрутна книжка; маршрутний лист; рецензії на звіт про спортивно- туристський похід; довідка про залік походу; звіт про роботу МКК.

Представлений С.М. Кобзовою [77] алгоритм проектування регіональних маршрутів (рис. 2.11).

1. Збір та вивчення матеріалів щодо рекреаційних можливостей регіону Архівні джерела, книги, газети та журнали, туристичні каталоги, туристичні програми, проспекти, буклети, книги-гіди, путівники
2. Дослідження інфраструктури регіону Карти, довідники готелів, розклади рейсів
3. Дослідження існуючих на туристичному ринку пропозицій Туристичні каталоги пропозицій, туристичні програми, проспекти, буклети, прайси, аудіо, відеоматеріали
4. Поява ідеї розробки нового туристичного маршруту та доцільність його проектування Маркетингові дослідження аналогічних продуктів
5. Проектування туристичного маршруту Карти, довідники готелів, туристичні каталоги, туристичні програми, проспекти, розклади рейсів, графіки заїзду
6. Складання технологічної документації ЗУ „Про туризм”, наказ від 11.09.2007 № 1123/14390 „Ліцензійні умови провадження туроператорської та турагентської діяльності”, ГОСТ 28681.1-95 „Туристическо-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг”.
7. Складання кошторису туристичного маршруту Прайси, оферти
8. Пробний заїзд на маршрут і усунення виявлених недоліків
9. Реклама нового туристичного маршруту
10. Реалізація нової туристичної пропозиції та контроль за обслуговуванням туристів

Рисунок 2.11 - Алгоритм проектування регіональних туристичних маршрутів

Її робота базується на теоретичному поданні схеми для студентів при написанні курсових робіт, пов'язаних з туризмом.

Алгоритм описує 10 етапів створення туру, які враховуються в роботах іншими авторами, тому схема використовується як навчально-методична основа для навчального процесу.

Дослідження показало, що спортивні маршрути мають орган контролю і працюючу схему маршруту. Екскурсійні – створюються хаотично, не мають органів контролю та методичної бази для їх формування. Кожна туристична фірма створює їх за своєю власною схемою.

В Україні не існує загальної якісної методики формування туристичних маршрутів. На підставі цього туристичні підприємства створюють свою особисту технологію створення туристичних маршрутів. Багато туристичних організацій використовують методичні рекомендації Радянського союзу. Розпад СРСР привів до краху налагодженої нормативно-правової системи міжнародного та внутрішнього туризму.

Ситуація екскурсійної діяльності складалася не на користь цивілізованого розвитку туризму в Україні. Туристський простір залишається без контролю. Заповідник Софія Київська та Київська Лавра при створенні оглядових пішохідних маршрутів використовує методичне забезпечення: «Требования к методической разработке экскурсии. Методические рекомендации М.: ЦРИБ Турист, 1979», «О дифференцированном подходе к экскурсионному обслуживанию. Методические рекомендации М.: ЦРИБ Турист, 1974»[120]. Порядок етапів, що описується в цих джерелах, має такий вигляд.

В цій літературі підготовка екскурсії зазвичай розглядається в двох планах:

1. Підготовка нової теми екскурсії.
2. Підготовка початківця- екскурсовода до проведення вже розробленої в бюро екскурсії.

Підготовка нової теми включається в план методичного, екскурсійно-методичного або організаційно-методичного відділу бюро подорожей і екскурсій, екскурсійного бюро, в плани секцій, особисті плани екскурсоводів і ведеться відповідно до зазначених у них термінів.

Послідовність підготовки нової теми:

- визначення цілей і теми екскурсії;
- вивчення і накопичення матеріалів по темі;
- організація консультацій;
- виявлення і конкретне вивчення екскурсійних об'єктів;
- складання маршруту екскурсії;
- об'їзд або обхід маршруту;
- складання тексту екскурсії;
- складання "портфеля екскурсовода";
- складання карток екскурсійних об'єктів;
- складання методичної розробки;
- рецензування тексту і методичної розробки;
- проведення пробної екскурсії та затвердження екскурсії.

Правильне формулювання цілей екскурсії має велике значення, що визначає ідейну спрямованість екскурсії, допомагає у відборі й висвітленні матеріалу. Але на сьогодні саме цього пункту туроператори не дотримуються. Вибір маршруту відбувається більше за комерційною схемою – «менші втрати – більше прибутків». Крім цього не виконуються й інші пункти, тобто сучасна схема створення туристичних оглядових пішохідних маршрутів виглядає так:

- визначення комерційної направленості екскурсії;
- виявлення і конкретне вивчення екскурсійних об'єктів;
- складання маршруту екскурсії;
- складання тексту екскурсії;
- проведення пробної екскурсії.

Що стосується автобусних екскурсій, то за основу туроператори користуються схемою бувшого Радянського Союзу.

По автобусних екскурсіях схемою передбачалось наступне.

1. Виявлення основної теми екскурсії та тематичної структури.
2. Об'їзд міста для попереднього вибору об'єктів і маршруту.
3. Підбір бібліографії.
4. Вивчення літератури.
5. Вивчення джерел в архітектурі.
6. Вивчення фондів в краєзнавчому музеї.
7. Вивчення матеріалів у відділі рукописів рідкісних книг в наукових бібліотеках.
8. Зустрічі з вченими, що працюють над історією міста, для отримання рекомендацій.
9. Збір даних в статуправлінні та в інших установах.
10. Збір на місцях новітніх матеріалів, про які ще не писали в літературі, звіти підприємств, установ науки, культури і т.д.
11. Відбір та підготовка ілюстраційного матеріалу для перефотографування з наступним використанням відбитків для передач на телебаченні, у виданнях, буклетах і т.д.
12. Складання картотек екскурсійних об'єктів.
13. Перший об'їзд по місту для розподілу об'єктів і часу по підтемах екскурсій.
14. Обговорення попередніх підсумків розробок екскурсій на метод раді.
15. Комплектування портфеля екскурсовода.
16. Складання методичної розробки.
17. Написання тексту екскурсії на підставі зібраного матеріалу та методичних розробок.
18. Другий об'їзд по місту для уточнення маршруту і з'ясування виявлення логічних ув'язок і переходів екскурсії.

19. Підготовка листа про здійснення зупинок автобусів з туристами з перерахуванням всіх зупиночних пунктів.

20. Перше прослуховування екскурсії членами секції і методистами.

21. Учбова екскурсія для всіх екскурсоводів, які будуть вести міську оглядову екскурсію.

22. Передача тексту для ознайомлення і на рецензування та затвердження.

23. Допуск екскурсовода до проведення екскурсії при позитивному рішенні методиста на пред'явлення тексту та прослуховування пробної екскурсії.

24. Реклама створеної екскурсії

Схема дуже насичена, але нажаль її використовувати туристичними підприємствами складно. По - перше, туристичні агентства не мають в своїй організаційній структурі методичного відділу який би контролював перелік дій і досліджував оглядові об'єкти на новоствореній нитці маршруту.

По-друге, в державі не існує органу контролю за туристичною екскурсійною діяльністю туристичних підприємств.

По-третє, Законом України дозволяється створювати туристичні маршрути будь - яким органам туристичної індустрії та вільним гідам, екскурсоводам без будь - якої реєстрації. Таким чином держава вже втрачає дохід, тому що не отримує податків з цих осіб. Виходячи з цього, тому і не реєструються автобусні екскурсійні маршрути.

Хоча екскурсійна діяльність в м. Києві історично розвивалась великими темпами, але сучасний економічний та політичний стан України приводить до негативної ситуації в сфері і характеризується такими основними ознаками:

- відсутністю ефективної системи захисту прав та інтересів екскурсантів, забезпечення безпечних умов на об'єктах туристсько-екскурсійних відвідувань та за напрямками екскурсійних маршрутів;

- відсутністю сприятливих умов для розвитку екскурсійної справи, державної інвестиційної політики у цій сфері та належної її підтримки;

- практичною недоступністю якісного екскурсійного обслуговування для малозабезпечених верств населення, дітей, молоді, осіб похилого віку та з особливими потребами;
- відсутністю необхідної кількості професійних фахівців туристичного супроводу (екскурсоводів та гідів-перекладачів);
- відсутністю міського екскурсійно-методичного центру (ради), який би перевіряв професійні навички та знання фахівців туристичного супроводу, розробляв методики їх підготовки/перепідготовки та ін.
- практичною відсутністю місць паркування чи короткочасної зупинки екскурсійних автобусів біля об'єктів екскурсійного показу;
- відсутністю окремої дорожньої смуги для екскурсійного автотранспорту, що не дозволяє впровадження міських автобусних екскурсій із застосуванням багатомовної лінгафонної системи;
- відсутністю розвинутої мережі туристсько-інформаційних центрів та екскурсійних пунктів;
- відсутністю чіткої схеми підготовки та перепідготовки відповідних кадрів, їх категоризації і акредитації;
- відсутністю системи обов'язкового страхування екскурсантів;
- на належному рівні не здійснюється популяризація екскурсійної діяльності як важливої складової в духовному збагаченні населення, вихованні підростаючого покоління;
- потребує вдосконалення діяльність акредитаційних комісій для отримання дозволу на право здійснення туристичного супроводу (модернізація діючого реєстру фахівців туристичного супроводу, його висвітлення в ЗМІ, виготовлення бланків і бейджів із системами захисту тощо).

Раніше вже з'ясовано, що екскурсійні маршрути можуть бути і як складовою туру, так і окремою послугою й носити комерційний характер. Дослідження робіт вітчизняних та іноземних науковців, присвячених проектуванню туристичного продукту, не мають технології проектування

туристичних маршрутів, тому стає необхідним створення методичних підходів до формування раціонального туристичного маршруту, які будуть базуватись на принципах формування конкурентоспроможного туристичного продукту, де враховуються всі досліджені фактори.

Висновки по розділу 2

1. Одним з показників конкурентоспроможності туристичного продукту і обов'язковим важелем розвитку туристичного ринку України є динаміка туристичних потоків. Дослідженням встановлено, що в останні роки виріс попит на екскурсійні послуги, це свідчить про потребу приділяти більшій увазі цьому виду туристичного продукту.

2. Запропоновані принципи, що спрямовані на створення конкурентоспроможного туристичного маршруту залежить від багатьох факторів, які формуються на основі статистичного та експертного аналізу. За допомогою SWOT аналізу туристичного середовища України, виявив сильні та слабкі сторони формування конкурентоспроможного туристичного маршруту в сучасному економічному та політичному становищі України.

3. Переважно сильною стороною при створенні конкурентоспроможного маршруту є наявність історико - культурного потенціалу та природно - рекреаційних ресурсів. На думку експертів, невідповідність туристичних послуг міжнародним стандартам, стримують туристичні потоки та не сприяють зацікавленості іноземних туристів до історико-культурної спадщини. Суттєвий вплив на ці показники мають залежність від економічної, політичної, соціальної та демографічної ситуації в Україні.

4. Проведений аналіз дозволив сформувати загальну вибірку зовнішніх та внутрішніх факторів, які є складовою частиною принципів формування конкурентоспроможного туристичного продукту. Так, при

використанні принципу соціально-культурного спрямування, враховують показники демографічного та соціального спрямування [84, 85, 87].

5. Дослідження територіальних можливостей для різних видів маршрутів передбачає вивчення територіальної привабливості для проведення подорожей та для виявлення пріоритетно-цінних об'єктів, які будуть формують нитку маршруту. Для цього в роботі використовувався метод просторової комбінації параметрів, в основі якого лежить створення безперервних поверхонь, представлених проміжними тематичними картосхемами окремих факторів, що впливають на туристичний потенціал. Виявлення пріоритетно - цінних об'єктів базується на методі бальних оцінок на підставі експертних оцінок. Проведений аналіз виявив екскурсійні об'єкти, що відіграють важливу роль при формуванні конкурентоспроможного туристичного маршруту [81, 82, 83, 84, 85, 86, 87].

6. В результаті досліджень було виявлено наступні основні критерії вибору туристичного пріоритетного району подорожі: геологічні, інфраструктурні, біологічні, культурно-історичні. На підставі цього удосконалено узагальнену шкалу оцінки рівня привабливості території для здійснення туристичної подорожі [84, 85, 86, 87, 88].

7. Дослідження робіт вітчизняних та іноземних науковців, присвячених проектуванню туристичного продукту, показало, що в них не розглядаються технології проектування туристичних маршрутів, тому постає необхідність розробки методичних підходів до створення раціонального туристичного маршруту, які будуть базуватись на принципах формування конкурентоспроможного туристичного продукту, де враховуються всі досліджені фактори [86, 85].

РОЗДІЛ III.

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ МЕТОДІВ ТА ПРИНЦИПІВ В УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ

3.1 Реалізація принципів та наукових методів в розробці методичного підходу до формування конкурентноспроможного туристичного продукту

Проведене дослідження показало, що для України більш рентабельно розвивати туристичний продукт, зокрема екскурсійно-пізнавальні маршрути, які можуть існувати як окремі екскурсійні, так і як певною складовою туристичного туру. Після вивчення всіх можливих критеріїв та факторів впливу на вибір маршрутів було виділено найголовніші, за допомогою яких можливе використання принципів формування конкурентноспроможного туристичного продукту (маршруту) і створення раціональних екскурсійно-пізнавальних маршрутів.

Аргументовано застосування в управлінні туристичної організацією принципу економічності туристичних маршрутів, який дозволяє врахувати детермінанти формування конкурентноспроможного туристичного продукту і є основою розробленого методичного підходу до формування оптимального туристичного маршруту Додаток 3.

Таким чином, аналіз існуючих методичних підходів формування туристичних маршрутів показав, що при їх розробці використовувався метод евристики та лінійного програмування, однак вони не гарантують знаходження оптимальних рішень. Тому, в дисертаційній роботі зосереджено увагу на економічності туристичних маршрутів за рахунок використання уніфікованої моделі оптимізації та комплектації інформаційних маркетингових досліджень, що дозволяє отримати оптимальний економічний ефект.

Для екскурсійно-пізнавальних маршрутів необхідно виділити: пізнання історичної цінності міста (розширення кругозору учасників, їх знань географії та природи рідного краю); покращення духовного становища подорожуючого; покращення естетичного і морального стану (сюди входять екскурсійні маршрути по парках, водоймах, природних рекреаційних зонах); вивчення історії місцевості, спираючись на різні історичні факти міста та культурно-історичної спадщини предків.

Запропоновані методичні підходи [81, 158, 159, 160] охоплюють весь спектр факторів впливу на вибір споживачем туристичної послуги, несуть в собі соціально-економічний ефект та можуть бути пристосовані до будь-якого туристичного ринку (рис.3.1).

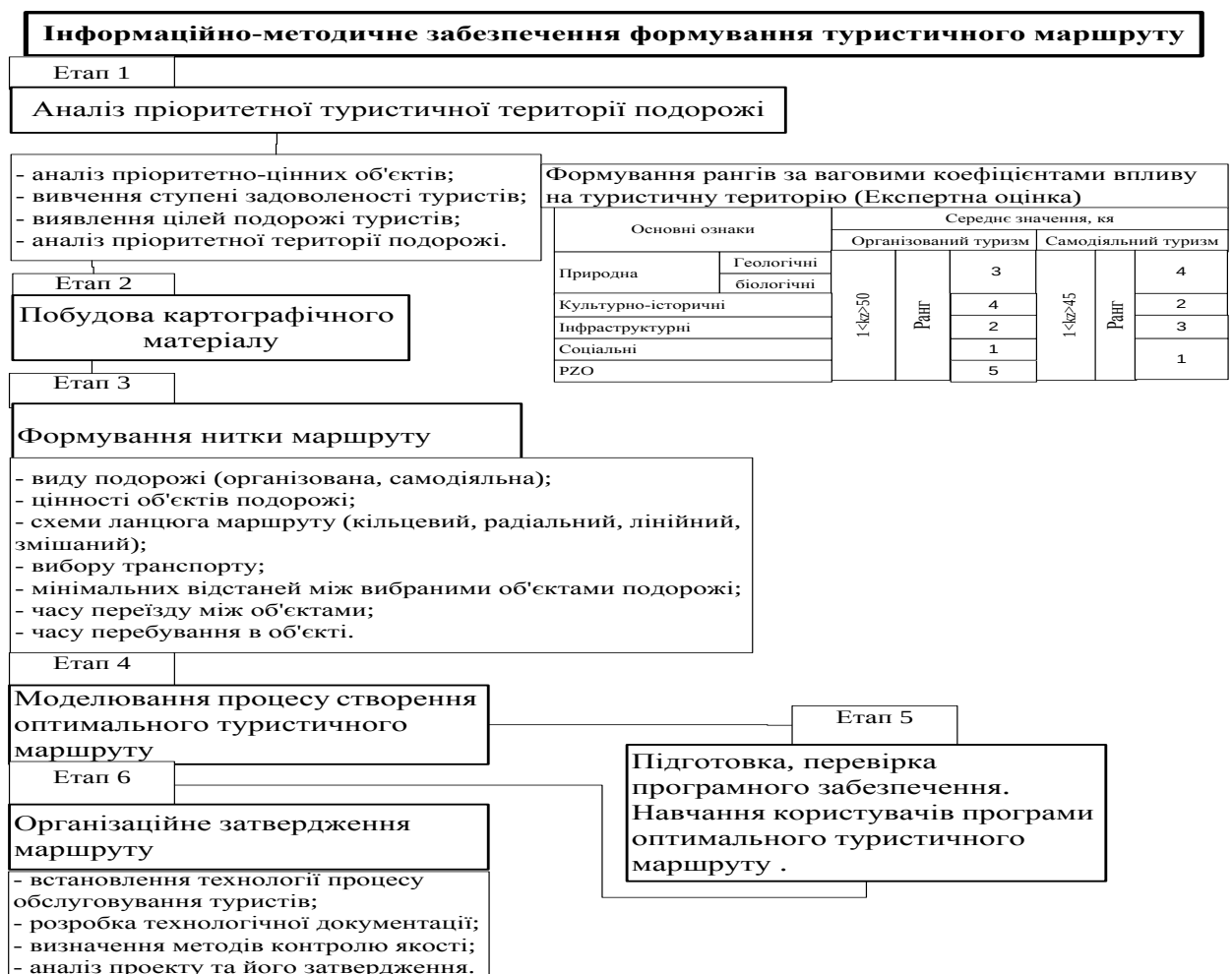


Рисунок 3.1 – Інформаційно-методичне забезпечення формування туристичного маршруту [158]

Авторська розробка

Виходячи з чого, можна сформулювати перший і найбільш суттєвий фактор для вибору району проведення походу це - наявність рекреаційного потенціалу.

Для дослідження оптимальної кількості об'єктів відвідування прийнято тривалість часу на екскурсійний маршрут не більше 2 - 4 годин і кількість оглядових об'єктів в свою чергу не більше 15, переїзди між об'єктами - від 10 до 15 хв. Тобто ці показники будуть сталими і на їх підставі можна виявити сталий час на відвідування одного історичного об'єкта. Проведений кореляційно-регресійний аналіз дав можливість виявити оптимальну кількість об'єктів. (табл. 3.1 – 3.3).

Розрахунки проведено за формулою:

$$Ti = (T - (t \times n)) / n, \quad (3.1)$$

де: Ti – час на відвідування одного об'єкта, хв;

T – загальний час на маршруті, хв;

t – час на переміщення між об'єктами, хв;

n – кількість об'єктів.

Таблиця 3.1 - Аналіз виявлення оптимальної кількості туристичних об'єктів при постійному часі на переміщення між об'єктами ($t = 15$ хв)

Кількість об'єктів	Час на переміщення між об'єктами.	Загальний час на маршруті.		
	t , хв	T , хв		
	15	240	180	120
	час переміщення між об'єктами, хв.	час на відвідування одного об'єкта (Ti), хв.		
3	45	65	45	25
4	60	45	30	15
5	75	33	21	9
6	90	25	15	5
7	105	19	11	2
8	120	15	7,5	0

Якщо, час на переміщення буде перевищувати або становитиме 15 хв., кількість оглядових об'єктів досить мала – всього 1-2 екскурсійних об'єкти. Тобто, цей час не дозволить максимально задовольнити потреби споживача екскурсійної послуги, тому що третину всього часу витрачається на переміщення між об'єктами, а не на огляд екскурсійних об'єктів.

Виявляємо оптимальний час на переміщення між екскурсійними об'єктами та максимальну кількість цих об'єктів, при сталому значенні основного часу на екскурсію 3 години та часу переміщення між об'єктами 13 хв.

Таблиця 3.2 - Аналіз виявлення оптимальної кількості туристичних об'єктів при сталому $t = 13$ хв

Кількість об'єктів	Час на переміщення між об'єктами.	Загальний час на маршруті.		
	t , хв	T , хв		
	13	240	180	120
	час переміщення між об'єктами, хв.	час на відвідування одного об'єкта (T_i), хв.		
3	39	67	47	27
4	52	47	32	17
5	65	35	23	11
6	78	27	17	7
7	91	21	12	4
8	104	17	9,5	2
9	117	14	7	0

Це дає можливість підвищити кількість туристичних об'єктів від 1 до 3, що можна вважати за більш прийнятний параметр.

Для більш точного аналізу проведемо розрахунки для часу переміщення між об'єктами, що становить 10 хв.

Таблиця 3.3 - Аналіз виявлення оптимальної кількості туристичних об'єктів при сталому $t=10$ хв.

Кількість об'єктів	Час на переміщення між об'єктами.	Загальний час на маршруті.		
	t , хв	T , хв		
	10	240	180	120
	час переміщення між об'єктами, хв.	час на відвідування одного об'єкта (T_i), хв.		
3	30	70	50	30
4	40	50	35	20
5	50	38	26	14
6	60	30	20	10
7	70	24,3	15,7	7,1
8	80	20	12,5	5
9	90	16,7	10	3,3
10	100	14	8	2
11	110	11,8	6,4	0,9
12	120	10	5	0

Аналіз даних табл.3.3. показав, що час на переміщення між об'єктами повинен бути наближений 13 хв.

З наведених графіків і розрахунків можна зробити вибірку по всіх варіантах вибору маршрутів. Як було з'ясовано, для туристів буде дуже важко проходити велику кількість історичних об'єктів, тому слід враховувати й місця на відпочинок та різні форс-мжорні обставини.

Виявлення оптимального часу на відвідування екскурсійних об'єктів з'ясуємо за допомогою методу хронометражу, який дає можливість скоригувати ряди і встановити коефіцієнт сталості. Експеримент проводився по всіх екскурсійних об'єктах за груповим класифікатором, якій поданий у розділі 2 з використанням природних, інфраструктурних та культурно-історичних об'єктів. Результати дослідження наведені в хронометражній карті в табл. 3.4.

Таблиця 3.4 - Хронометражна карта оптимального часу відвідування екскурсійного об'єкту, хв.

Елемент операції	№ спостереження					Сумарна довжина стійкості хронометражного ряду, хв.	Кількість спостережень	Середня арифметична величина хронометражного ряду	Коефіцієнт сталості
	1	2	3	4	5				
	Час спостереження, хв.								
Природні об'єкти									
Археологічні об'єкти	20	27	22	17	21	107	5	21,4	1,59
Палацово-паркові ансамблі	120	137	146	118	123	644	5	128,8	1,24
Інфраструктурні об'єкти									
Громадські споруди	45	32	27	41	20	165	5	33	2,25
Пам'ятники народної архітектури	15	10	13	11	13	62	5	12,4	1,15
Сакральні споруди	13	20	12	14	14	73	5	14,6	1,67
Культурно-історичні об'єкти									
Об'єкти культурної спадщини	10	7	8	9	11	45	5	9	1,57
Народні ремесла	15	23	13	20	18	89	5	17,8	1,77
Культурні події	7	8	11	9	17	52	5	10,4	2,43
Заклади культури	37	28	39	27	29	160	5	32	1,44

Сталість хронометражного ряду визначити не можливо, тому що це дослідження проводиться вперше і фактичний коефіцієнт сталості можна вважати нормативним.

Наступним етапом розробки методики є оцінка пріоритетної території для подорожі, в зв'язку з тим, що всі об'єкти знаходяться на обліку нашої держави і вже несуть свою першочергову цінність, яку вона встановила. Виходячи з цього, були виявлені наступні фактори оцінки обраних об'єктів. Вони повинні бути інформативними, носити інтегральний характер, мати кількісні або якісні характеристики, а при значній кількості впливових факторів їх доцільно об'єднувати в генетичні групи. Оцінювати туристичний

потенціал території Києва за факторами вибору пріоритетно-цінного об'єкта і для обробки доцільно використовувати бальний метод, за допомогою якісних шкал фіксованого набору компонентів туристичного потенціалу конкретної території (району). Це перш за все допоможе виявити більш вигідний район проведення екскурсії, тобто і вибір пріоритетно-цінних об'єктів буде відбуватися на виявленій території, це скоротить час на переїзди між об'єктами і дасть можливість підвищити або кількість відвідуваних об'єктів, або час на відпочинок в парку чи в історичному місці. Для кожного впливового фактора за допомогою анкетного опитування туристів була зібрана інформація, представлена статистичними та картографічними даними, яка переводилася в мережу ГІС. Геоінформаційна система (ГІС) - сучасна комп'ютерна технологія, що дозволяє поєднати модельне зображення території (електронне відображення карт, схем земної поверхні) з інформацією табличного типу (різноманітні статистичні дані, списки, економічні показники тощо). Конкретніше, це комп'ютерна система, що забезпечує можливість використання, збереження, редагування, аналізу та відображення географічних даних [33]. У результаті була сформована просторова база даних, на підставі якої по кожному впливовому фактору була побудована своя приватна картосхема. Для побудови картографічної поверхні розраховувалася середньо-квадратична помилка прогнозу і виконана перехресна перевірка, при цьому найкращий результат використовувався для побудови картографічної поверхні по кожному фактору [91, 92].

Надалі при ранжируванні показників впливових факторів на туристично пріоритетний район м. Києва був обраний метод природних груп, де межі класів визначаються статистично, методом пошуку сусідніх пар об'єктів, між якими є істотна відмінність у значеннях осередків. Фактор, що має найбільш сприятливе значення для реалізації поставленої мети, отримує вище значення, найменш сприятливий – нижче. Отримані значення показників впливових факторів проранжовано методом природних груп на 7 діапазонів.

Дане розділення забезпечує найбільш зручне візуальне сприйняття карт, що дає можливість побачити більш контрастно різницю між сусідніми діапазонами та істотно розвантажити карти від додаткової текстової інформації. Отримана в результаті досліджень за допомогою ГІС інформація стала більш доступною і інформативною для оцінки туристично-пріоритетного району м. Києва.

Під пріоритетно-цінним об'єктом (PZO) розуміється історична екскурсійна спадщина, яка більш приваблює споживача туристичної послуги (туриста) на даному етапі його життєдіяльності.

Для оцінки PZO - території були визначені головні фактори вибору об'єкта, які базуються на принципах соціально-культурного спрямування та системності. З них експерти виділили наступні групи: природні, культурно-історичні, соціально-економічні, які мають істотний вплив на формування туристичного потенціалу території. Вибір факторів дозволяє структурувати проблему, скоротити час на її реалізацію за рахунок більш чіткого уявлення досліджуваної ситуації.

У разі, коли фактори мають різний внесок у кінцевий результат в методику бальних оцінок необхідно внести коригування за рахунок введення масштабних множників, які можуть бути представлені ваговими коефіцієнтами впливових факторів, так і коефіцієнтами значущості.

Наступним фактором для оцінки історичного об'єкту є інтенсивність потоків туристів в ту чи іншу точку. Більшому потоку туристів до того чи іншого об'єкту надаємо коефіцієнт значущості рівня 3, середнього рівня - 2, і найменшому -1.

Економічним фактором, що вплине на визначення історичної цінності об'єкта – це ціна відвідування. Відносно високій ціні призначаємо рівень коефіцієнта значущості 3, середнього - 2 і низького - 1

Після виявлення всіх факторів необхідно провести відбір найбільш значущих компонентів туристської цінності території, для цього розроблено картографічні карти, на яких м. Київ поділений на сектори. Використовуючи

сітковий метод, спочатку були протестовані сітки з розміром осередку 1x1 і 10x10 км. Внаслідок великої кількості артефактів і зайвого узагальнення результатів даний підхід не дозволив об'єктивно оцінити досліджувані фактори. В результаті була використана сітка з розміром постійного осередку 5x5 км, що дозволило досягти однаковості, точності та достовірності інформації для виявлення територіальних відмінностей туристичної цінності об'єктів Києва. Отримані дані оброблялися в залежності від завдання, особливостей того чи іншого фактора, способу представлення вихідних даних. В якості показника впливового чинника об'єкти культурної спадщини використовувались, як кількість об'єктів культурної спадщини з урахуванням коефіцієнта значущості на одиницю площі. Для створення картосхеми даного показника впливового чинника послужила інформація про місцезнаходження пам'яток культурної спадщини Києва, які кодувались за їх адресою (Додаток Е). Далі об'єкти підсумовувалися, ділянка площини набувала значення в залежності від кількості потрапляння в неї об'єктів з урахуванням їх значимості. Тобто за цією методикою досліджено три виявлені фактори за якими створимо окремі карто-сітки. Після накладання цих карт з'ясовано район Києва, який більш придатний для екскурсійної діяльності.

Спосіб створення власної системи територіальних одиниць має незаперечну перевагу в тому, що дозволяє скоротити кількість осередків сітки, фактично задати їх за бажанням. Обмежена кількість осередків дозволяє надалі застосувати до розрахунку меж території безліч алгоритмів, реалізованих у статистичних пакетах, оскільки більшість з них обмежена кількістю змінних і спостережень, які можна задати. У той же час, якщо територіальний поділ розраховується за певним показником, наприклад, з транспортної доступності території, то це робить дану методику менш універсальною.

Спосіб накладання регулярної сітки територіального поділу постійного або змінного розміру є найбільш універсальним. Він при постійному розмірі сітки дозволяє розглядати територію у вигляді досить

невеликих ділянок. Сітковий метод, в основі якого лежить накладення на територію сітки, осередки якої мають постійне і рівне значення, дозволяє провести об'єктивний аналіз різної просторової локалізації точкових, майданних, лінійних факторів, що впливають на туристичний потенціал території.

Для проведення типології районів м. Києва спочатку розраховувалися відстані близькості значень туристичного потенціалу районів до «еталонів» (поєднання з максимальних, мінімальних і середніх оцінок). При виявленні трьох типів, де враховувалося відстань близькості значень туристичного потенціалу районів до «еталонів», відбулося об'єднання районів з 10 розглянутих в одну групу з великим розкидом евклідових відстаней, що не відображає індивідуальність району (табл. 3.5) по поєднанню компонентів туристичного потенціалу з урахуванням близькості евклідових відстаней до «еталонів» (поєднання максимальних, середніх і мінімальних оцінок)

Таблиця 3.5 - Типи туристичної привабливості районів м. Києва

Райони	Туристична привабливість (пріоритетність) без урахування значущості вагових коефіцієнтів				Туристична привабливість району з урахуванням значимості вагових коефіцієнтів							
					для організованих туристів				для самодіяльних туристів			
	оцінки блоків			комбінація	оцінки блоків			комбінація	оцінки Блоків			комбінація
	П	К	І		П	К	І		П	К	І	
Шевченківський	4	4	4	«333»	3	4	4	«333»	3	3	4	«333»
Оболонський	3	2	1	«333»	3	2	1	«111»	3	3	1	«333»
Дніпровський	3	2	3	«333»	2	3	3	«333»	3	2	4	«333»
Дарницький	3	2	3	«333»	3	2	3	«333»	3	2	4	«333»
Святошинський	3	4	4	«333»	3	4	3	«333»	2	4	4	«333»
Солом'янський	3	4	5	«333»	2	4	5	«333»	2	4	5	«333»
Голосіївський	4	4	2	«333»	4	4	2	«333»	4	4	2	«333»
Деснянський	2	1	1	«111»	3	1	1	«111»	3	1	1	«111»
Подільський	4	3	2	«333»	4	2	2	«333»	5	3	2	«333»
Печерський	4	4	5	«555»	4	4	4	«555»	5	4	5	«555»

Умовні позначення: П - природний блок, К - культурно-історичний блок, І - інфраструктурний блок.

В результаті кожна клітинка території набуває підсумкову кількість балів, з урахуванням або без урахування вагових коефіцієнтів, формують і обмежуючі фактори, які впливають на туристичний потенціал територій, що знаходиться своє відображення у підсумковій геоінформаційної моделі туристичного потенціалу території. При оцінці туристичного потенціалу території кожен впливовий фактор повинен бути відображений картографічно.

Тому були обрані характерні типи поєднання оцінок блоків туристичного потенціалу, такі як «444», «442», «344», «333», «222», які найбільш часто зустрічаються. Далі для всіх районів були розраховані евклідові відстані до цих п'яти типів, що дозволило розподілити всі райони на п'ять типів, які включають більш однорідні за структурою туристичного потенціалу муніципальні райони (табл. 3.6).

Таблиця 3.6 - Типологія туристичної привабливості районів м. Києва

Район	Оцінки блоків			Комбінація	Тип
	П	К	І		
Шевченківський	4	4	4	«444»	I
Оболонський	3	2	1	«222»	V
Дніпровський	3	2	3	«333»	IV
Дарницький	3	2	3	«333»	IV
Святошинський	3	4	4	«344»	III
Солом'янський	3	4	5	«344»	III
Голосіївський	4	4	2	«442»	II
Деснянський	2	1	1	«222»	V
Подільський	4	3	2	«442»	II
Печерський	4	4	5	«444»	I

До першого типу районів «444» відноситься Печерський, Шевченківський райони. Дані райони характеризуються в основному поєднанням високих оцінок природного, культурно-історичного та інфраструктурного значення. Печерський район відрізняється досить високими оцінками культурно-історичного блоку за рахунок великих значень

щільності об'єктів культурної спадщини, представлених пам'ятками архітектури, археології, мистецтва та історії. Серед пам'яток архітектури можна виділити культові комплекси «Києво-Печерська Лавра», Історико-архітектурна пам'ятка-музей «Київська Фортеця». З розташованих в цих районах 41 музеїв, найбільш відвідувані - історико - меморіальний музей «Національний науково-природничий музей НАН України», археологічний музей, палеонтологічний музей, ботанічний музей, зоологічний музей, геологічний музей, Музей мікромініатюр Миколи Сядристого і «Національний музей історії Великої Вітчизняної війни». Печерський район володіє розвинутим інфраструктурним комплексом, що знаходить підтвердження у високих оцінках інфраструктурного блоку, медичні установи та пункти поліції, представлено більшість операторів зв'язку.

До другого типу районів «442» відносяться Подільський та Голосіївський райони. Для цих районів у більшості випадків характерне поєднання високих оцінок природного, культурно-історичного блоків і низьких оцінок інфраструктурного блоку. Територіально Подільський район розташований на кордоні з районами першого типу. Голосіївський район, відрізняється від районів даного типу максимальною оцінкою природного блоку за рахунок високих оцінок геолого - геоморфологічної та біологічної груп факторів. Для району характерний розчленований рельєф з проявами карсту, зустрічаються, геолого-геоморфологічні пам'ятки, такі як Голосіївський парк. У цих районах проходять різні подієві заходи: ярмарки та різні свята, міжрегіональний літературно-музичний фестиваль. В районі працюють майстри народних промислів і ремесел, серед яких переважають майстри художнього різання по кості. Район характеризується лісовим ландшафтом, що являє собою пріоритетність природного блоку.

До третього типу районів «344» відносяться Святошинський, Солом'янський райони. Для цих районів характерне поєднання середніх оцінок природного блоку, високих і максимальних оцінок культурного та інфраструктурного блоків, але територіально вони розрізнені.

Четвертий тип районів «333» утворюють Дніпровський, Дарницький, райони, які розпадаються на два ареали і для них, як правило, характерне поєднання середніх оцінок з усіх розглянутих блоків туристичної різноманітності парків.

П'ятий тип «222» об'єднує Оболонський, Деснянський райони, які відрізняються, в основному, низькими оцінками природного, культурно-історичного та інфраструктурного блоків.

Проведений аналіз дозволив виявити формування різних типів районів залежно від ресурсів та уподобань туристів (рис. 3.2).

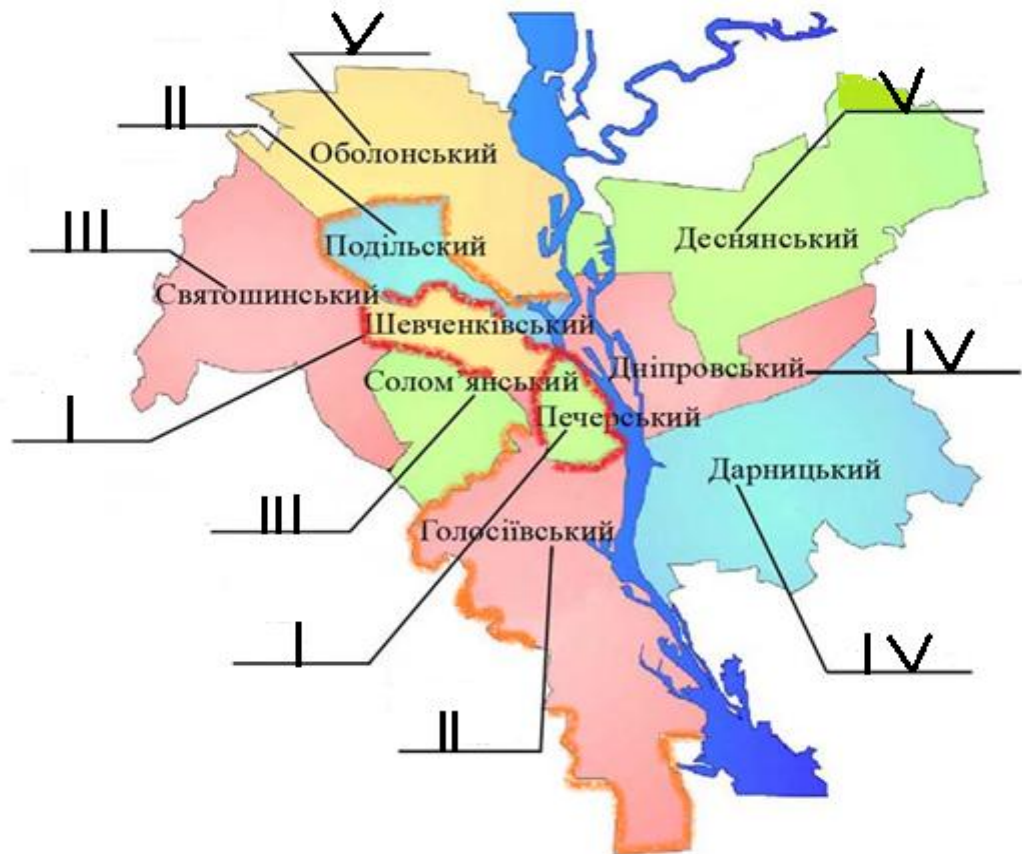


Рисунок 3.2 - Типи районів м. Києва

Наступним етапом методичних підходів є створення нитки маршруту. Тобто з вибраних об'єктів формуємо зв'язок, який буде складатися з визначення необхідної протяжності маршруту і тривалості походу (з

урахуванням складу групи, намічених цілей походу, вільного часу на екскурсію).

Визначення центрального об'єкта, найбільш цікавого туристам і є ключовим та основним, що задовольняє пізнавальні запити, сприяє їх повноцінній рекреації у природних умовах. Якщо час на екскурсійно - пізнавальний маршрут триває більше 6 годин, то бажано, щоб центральний об'єкт мав паркову зону, або неподалік знаходились кафе чи інші місця для відпочинку туриста. Після дослідження мінімальної відстані між вибраними об'єктами, всіх шляхів під'їздів до об'єктів різними видами транспорту вибирається оптимальніший з них.

Завдяки цьому формується схема маршруту (кільцева, радіального руху, лінійна, змішана) та початковий і кінцевий пункт маршруту. Схематично ці етапи показано на рисунку 3.3

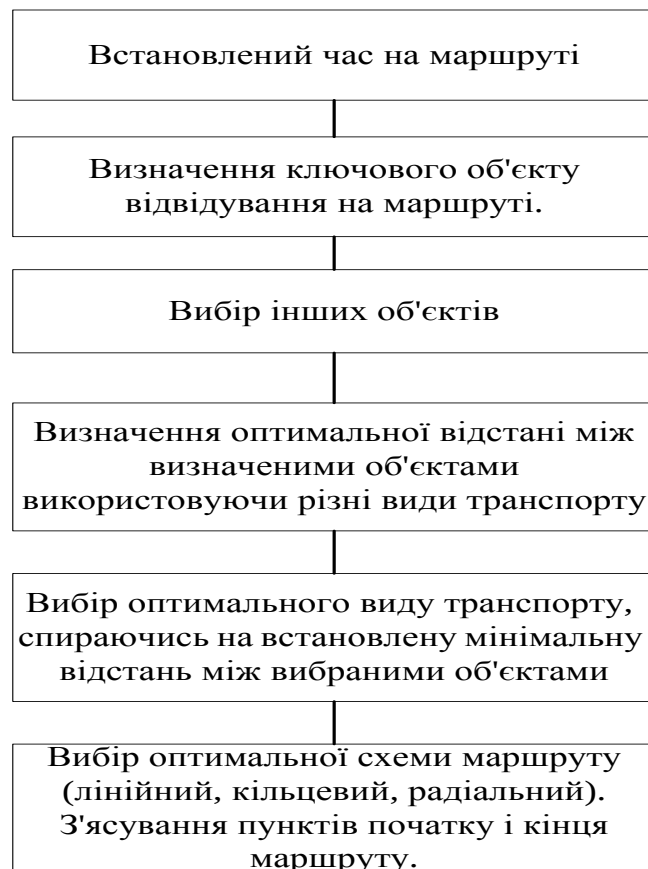


Рисунок 3.3 - Схема формування туристичного маршруту.

Для впровадження методичних підходів в діяльність туристичних підприємств розроблено алгоритм поетапного виконання дій по організації та формуванню туристичного маршруту (рис.3.4). Алгоритм складається з двох блоків, і відокремлює складну процедуру проектування туристичного маршруту і організаційні питання блоку 2, які передбачають оформлення документації та розрахунок витрат проекту:

- витрати на обслуговування екскурсійної послуги (маршруту);
- витрати на організацію та оформлення документації.

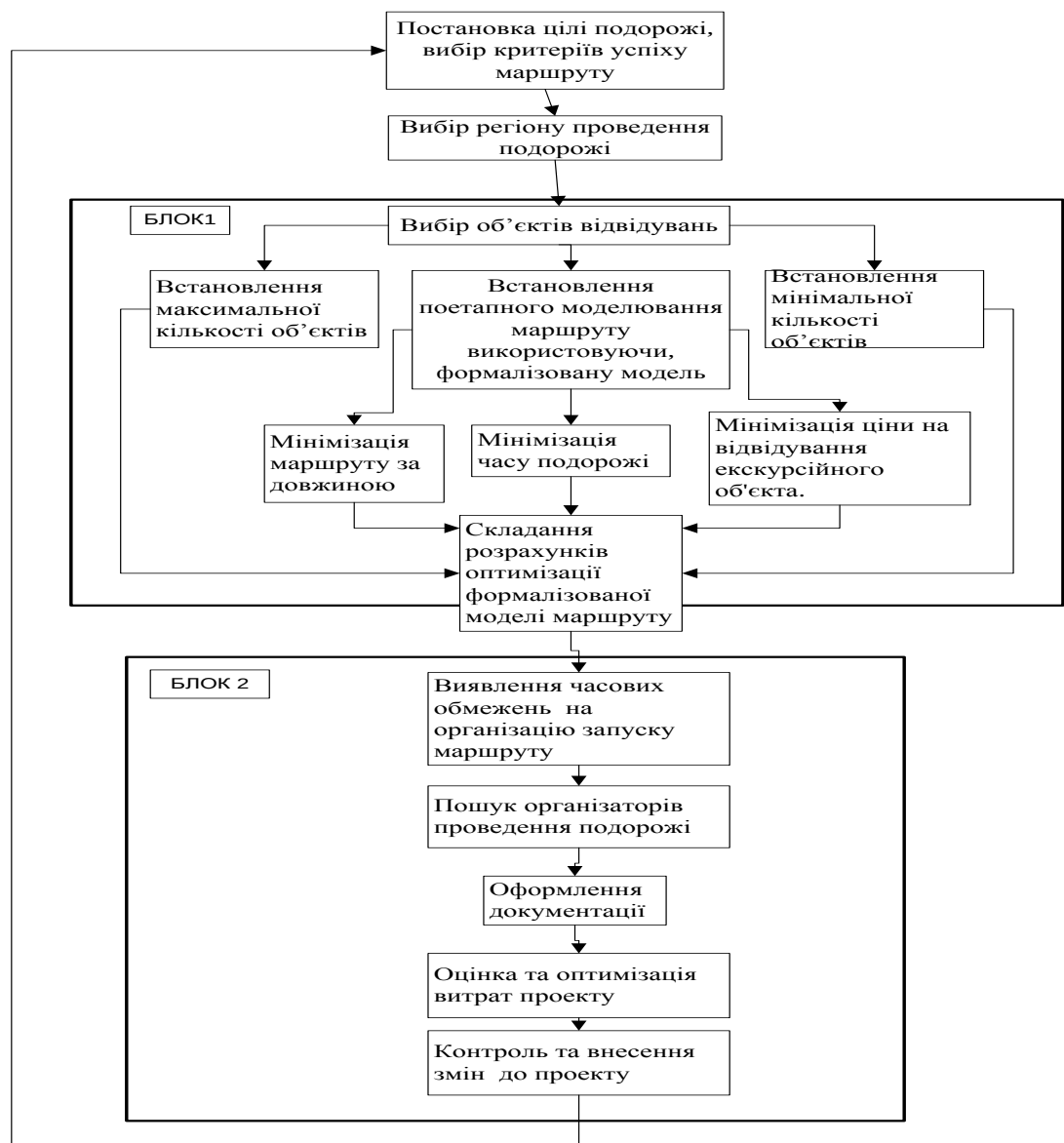


Рисунок 3.4 - Алгоритм проектування та організації туристичного маршруту

Авторська розробка

Отже, проектування туристичного маршруту передбачає здійснення комплексу дій, які описано в блоці 1, що дозволяє за допомогою формалізованої моделі, спростити складність дій при їх виконанні. Блок 2 передбачає вирішення організаційних питань оформлення документацій завершення схеми маршруту та передбачає контроль за реалізацією туристичного продукту. Розроблений алгоритм дозволяє вирішити складні маркетингові, організаційні та розрахункові задачі, які ставляться при формуванні нитки туристичного маршруту.

3.2 Модель формування та вибору туристичного маршруту

Завдання, що пов'язані з маршрутизацією здійснюється простими і ефективними методами евристики, які дозволяють швидко знайти потрібне рішення, однак вона не гарантує знаходження оптимального рішення. Як правило, для вирішення самого широкого кола оптимізаційних задач в логістиці використовуються саме методи лінійного програмування (ЛП) та цілочисельного програмування (ЦП). В дисертаційній роботі дається акцент на економічність туристичного маршруту та об'єднання гнучкості евристики й математичного моделювання з використанням циклічного програмування, що дозволяє отримати оптимальне або, принаймні, доказово краще рішення. Таке поєднання отримало назву уніфікованої методики оптимізації.

Поєднання цих двох методів допоможе вирішити та полегшити багато питань при створенні формалізованої моделі. По-перше, описати послідовність і переважність екскурсійних об'єктів, тобто визначити пріоритетність одного з них. По-друге, циклічне програмування та цілочисельне програмування допоможуть розробити вибірку декількох оптимальних варіантів маршрутів за рядами змінних показників.

Розроблений в дисертаційній роботі алгоритм проектування та організації туристичного маршруту (рис.3.7) представляє укрупнену модель (рис.3.5), на основі якої формується ефективний туристичний маршрут, що

на відміну від існуючих дозволяє визначити екскурсійні об'єкти і описати їх послідовність відвідування за пріоритетністю, вартістю, часом, довжиною нитки маршруту і зробити вибірку варіантів маршрутів за рядом змінних показників та визначити оптимальний за пріоритетністю туристичний маршрут.

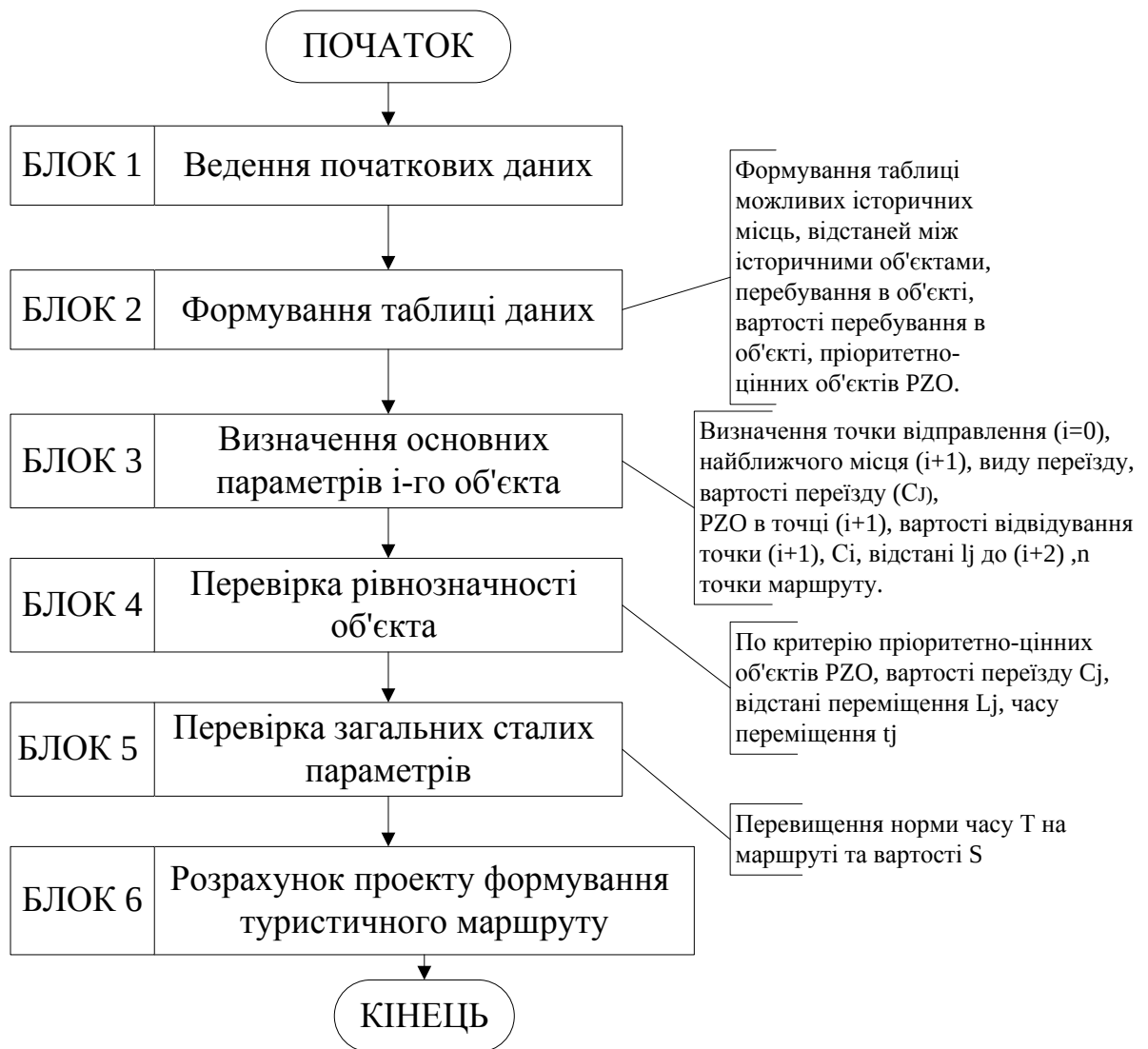


Рисунок 3.5 - Укрупнена блок – схема алгоритму формування туристичного маршруту

Авторська розробка

Розроблений алгоритм дозволяє вирішити складні маркетингові, організаційні та розрахункові задачі, які ставляться при формуванні нитки туристичного маршруту. Модель формування туристичного маршруту

передбачає використання модулів алгоритму, що за допомогою теорії множин, а саме з використанням математичного і циклічного програмування допомогли визначити пріоритетні території проходження маршруту та застосувати послідовність вибраних об'єктів за шкалою пріоритетності.

Це дало змогу розробити вибірку декількох оптимальних варіантів маршрутів по ряду змінних показників, які на підставі програмного забезпечення формують свою факторну групу, що дозволяє врахувати всі критерії вибору нитки ефективного маршруту, при цьому задіяти всі вхідні табличні дані. Тому для більш розгорнутого представлення етапів роботи кожного блоку на формалізованій моделі використано блок-схему формалізованої моделі по формуванню туристичного маршруту.

В нашому випадку такими змінними є: це кількість об'єктів $i = 0 + n$; Час перебування в кожному об'єкті – t ; ціна C_i – відвідування i -го об'єкту; вартість C_j перевезення туристів j -м видом транспорту.

Алгоритм формування туристичного маршруту (рис. 3.9) формується з блоків.

Блок 1 формує початкову інформацію. В ньому використовуються таблиці таких вихідних даних:

- формування таблиці можливих історичних місць (Блок 2);
- формування таблиці відстаней між точками (вибраними історичними містами) (Блок 3);
- формування таблиці можливого часу перебування в точці (Блок 4);
- формування таблиці історичної цінності в точці (Блок 5);
- Блок 6 передбачає формування таблиці вартості перебування в точці (Додаток Ж).

Блок 2 означає формування бази даних всіх історичних об'єктів та рекреаційного потенціалу в кожному з місць (районів м. Києва).

Проектування туристичного маршруту передбачає здійснення комплексу дій, які описано в блоці 1, що дозволяє за допомогою формалізованої моделі (рис.3.6), спростити складність дій при їх виконанні.

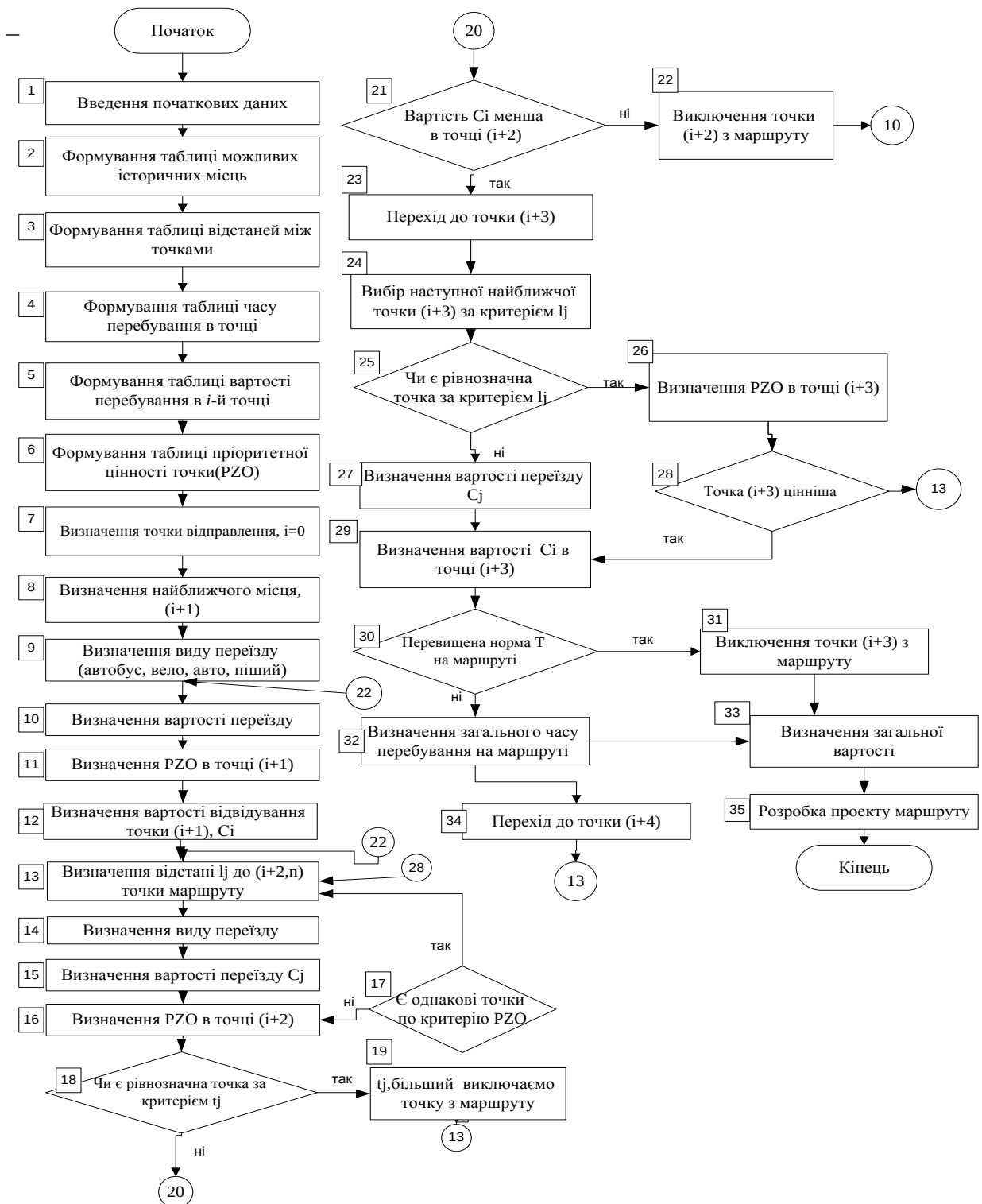


Рисунок 3.6 - Блок-схема формалізованої моделі
формування туристичного маршруту

Авторська розробка

Блок 3 означає, що на підставі вибраних об'єктів з певної територіальної зони за допомогою програми «Ділова карта» розраховується вибірка допустимих мінімальних відстаней між вибраними об'єктами.

Блок 4 означає використання приблизного часу перебування туриста в історичній точці. Ця таблиця базується на дослідницьких даних по наданню екскурсійних послуг і формується як середній час перебування в даній точці.

Блок 5 означає оцінку історичної цінності вибраних об'єктів за критеріями найбільших відвідувань в бальному відношенні.

Блок 6 означає формування бази даних середньої ціни послуги (екскурсії в тому чи іншому об'єкті).

На підставі попередніх блоків (вихідних даних) переходимо до Блоку 7, який означає вибір оптимальнішої точки відправлення туристичної групи ($i=0$) від якої і буде формуватись початок моделі й маршруту. Блок 8 вибір найближчої точки (історичного об'єкта) до пункту відправлення ($i+1$).

Від блоку 9 залежить весь етап економічності маршруту та вибір транспорту або способу пересування до вибраних об'єктів j . В залежності від об'єкта, міста або регіону можемо використовувати різні види транспорту, тарифи на перевезення яких залежить від наступних змінних :

- кількості перевезених осіб (N)
- відстані між об'єктами (l), яка формує загальну відстань на маршруті, $L_{\text{заг}}$;
- загального часу перебування на маршруті (T).

На підставі цього встановлена вихідна таблиця бази даних до тарифів Блоку 10 на пасажирські перевезення різними видами транспорту за змінними критеріями (табл. 3.7). При формування таблиці застосовувались вибірки пропозицій пасажироперевізників м. Києва.

Що стосується ціни на перевезення залізничним транспортом, то тарифи і ціни на квитки розраховані Укрзалізницею, використані на сайті Укрзалізниці <http://booking.uz.gov.ua/> [136] і тоді розрахунок вартості переміщення залізничним транспортом буде складатись з вартості квитка та кількості туристів.

Таблиця 3.7 -Тарифи на перевезення пасажирів автомобільним транспортом по Україні

Пасажиро - місткість автобуса		5-9 осіб	19 осіб	22 - 43 осіб	30 - 36 осіб	47 - 82 осіб
Пасажирські перевезення в місті Києві	Ціна за годину, грн.	80	90	150	170	220
	Мінімальний час замовлення становить 3, год.					
	Ціна за мінімальний час, грн.	200	250	400	500	600
Вартість пасажирських перевезень по Україні за 1 км.грн.		-	2	4	6,5	7

Відстані між містами України розраховується за комп'ютерною програмою DELLA, яка базується на супутникових комунікаціях, де показані всі карти України і програма, за допомогою якої розраховується відстань між містами. <http://della.com.ua/distance> [135, 136].

За допомогою експертного дослідження формується блок 11($i+1$). Коли повністю досліджений перший об'єкт на маршруті, переходимо поступово до екскурсійного об'єкту $i+1$ доданням цифр до i (0, 1,2,3..... 4) Тобто перший об'єкт має порядковий номер $0+1=1$, другий $1+1=2$, третій $2+1=3$ і так далі. Якщо історична цінність першого об'єкту є вище за інших, то необхідно, щоб його порядковий номер був більшим, ніж порядкові номери іншого об'єкту.

Переходимо до Блоку, 12 де досліджується наступна відстань до найближчого історичного об'єкту на маршруті. Знову блоком 13 досліджуємо вид пересування та переходимо до визначення історичної цінності об'єкту $i+1$ Блок 15. Якщо на цьому етапі серед вибраних раніше точок є однакові по пріоритетності точки (об'єкти), повертаємося знову до блоку 15 і виявляємо наступну історичну цінність точки маршруту. При цьому наступним критерієм вибору, з двох однаково історично цінних об'єктів, це мінімальна вартість перебування в ньому.

Переходимо до виявлення наступної мінімальної відстані до найближчого історичного об'єкту на маршруті. Знову досліджуємо вид пересування та переходимо до визначення історичної цінності об'єкту $i + 1$. Якщо на цьому етапі серед вибраних раніше точок є однакові по пріоритетності точки, то повертаємося знову до блоку 2 модулю 1 і виявляємо наступну історичну цінність точки маршруту. При цьому наступним критерієм вибору, з двох однаково історично цінних об'єктів, є мінімальна вартість перебування в ньому.

Якщо $i+2 \rightarrow \max C_i$ -го об'єкту переходимо до блоку 2, модулю 1 і виключаємо цю точку.

Якщо $i+2 \rightarrow \min C_i$ -го об'єкту, переходимо до наступної перевірки та розраховуємо її історичну цінність і переходимо до вибору наступного об'єкту.

Блок 3 передбачає перевірку наступних вибраних точок. Досліджуємо їх за:

- історичною цінністю $i + n$ і визначаємо найцінніші точки;
- за критерієм часу перебування в точці.

Якщо ж нема рівних за історичною цінністю точок, то переходимо до визначення вартості переїзду. Якщо час перебування в точці перевищує ліміт часу, то виключаємо цю точку з маршруту і переходимо до визначення загальної вартості маршруту. Якщо ж час не перевищує задоволеного ліміту то розраховується загальний час на маршруті.

Блок 21 передбачає перевірку ідентичності об'єктів по відстані, якщо така точка знайшлась, то переходимо до блоку 22 і повертаємося в попередню точку. Якщо цей об'єкт не знайдений, то переходимо до блоку 23 і знову вибираємо вид пересування.

Дослідження наступної точки блоку 24 визначає історичну цінність об'єктів ($i+n$) і якщо ми знаходимо схожі об'єкти, то переходимо до Блоків 25, 26 та 27, де визначається найцінніша точка. На цьому етапі вибору об'єкта з'являється новий критерій: вибір часу перебування в точці – Блок 29. Час на відвідування кожного історичного об'єкту різний, тому, в

залежності від рекреаційного об'єкту турист витрачає інший термін часу. Таблиця по відвідуванню історичних місць (об'єктів) м. Києва розроблена як хронометражна карта (табл. 3.4). Якщо ж в блоці 25 нема рівних за історичною цінністю точок, то переходимо до блоку 28 і визначаємо вартість переїзду.

Якщо час перебування в точці перевищує задані параметри, то з блоку 30 переходимо до 31 та виключаємо цю точку з маршруту і переходимо до блоку 34 визначення загальної вартості маршруту. Якщо ж час не перевищує заданих параметрів, то в блоці 32 розрахуємо загальний час на маршруті за формулою:

$$T_n = \sum_{i=1}^n t_i + (t_l + \frac{L_{zag}}{V_m}), \quad (3.2)$$

де: t_i – середній час перебування туриста в історичному об'єкті, хв.;

t_l – середній час перебування в дорозі, хв.;

L_{zag} – відстань переміщення пасажирів, км;

V_m – середня швидкість транспорту пересування по місту, км/год.

Ця формула використовується, якщо перевезення туристів відбувається автомобільним (автобусним) транспортом.

Визначення загальної вартості маршруту здійснюється за формулою:

$$C = \sum_{i=1}^n C_i + B, \quad (3.3)$$

де: C_i – середня ціна відвідування історичного об'єкта, грн.;

B – загальна вартість перевезення туристів, грн.

На рис 3.7 представлена робоча блок-схема алгоритму формування ефективного туристичного маршруту. Алгоритм базується на додаткових модулях програмного забезпечення, кожен з яких формує свою окрему

факторну групу, що дозволяє врахувати всі критерії вибору нитки ефективного маршруту і при цьому задіяти всі вхідні табличні дані.

Модульні блоки складають таку основну послідовність:

- визначення сумарної пріоритетності об'єкту відвідування;
- формування витрат часу між об'єктами відвідування;
- формування сумарних витрат часу між об'єктами відвідування;

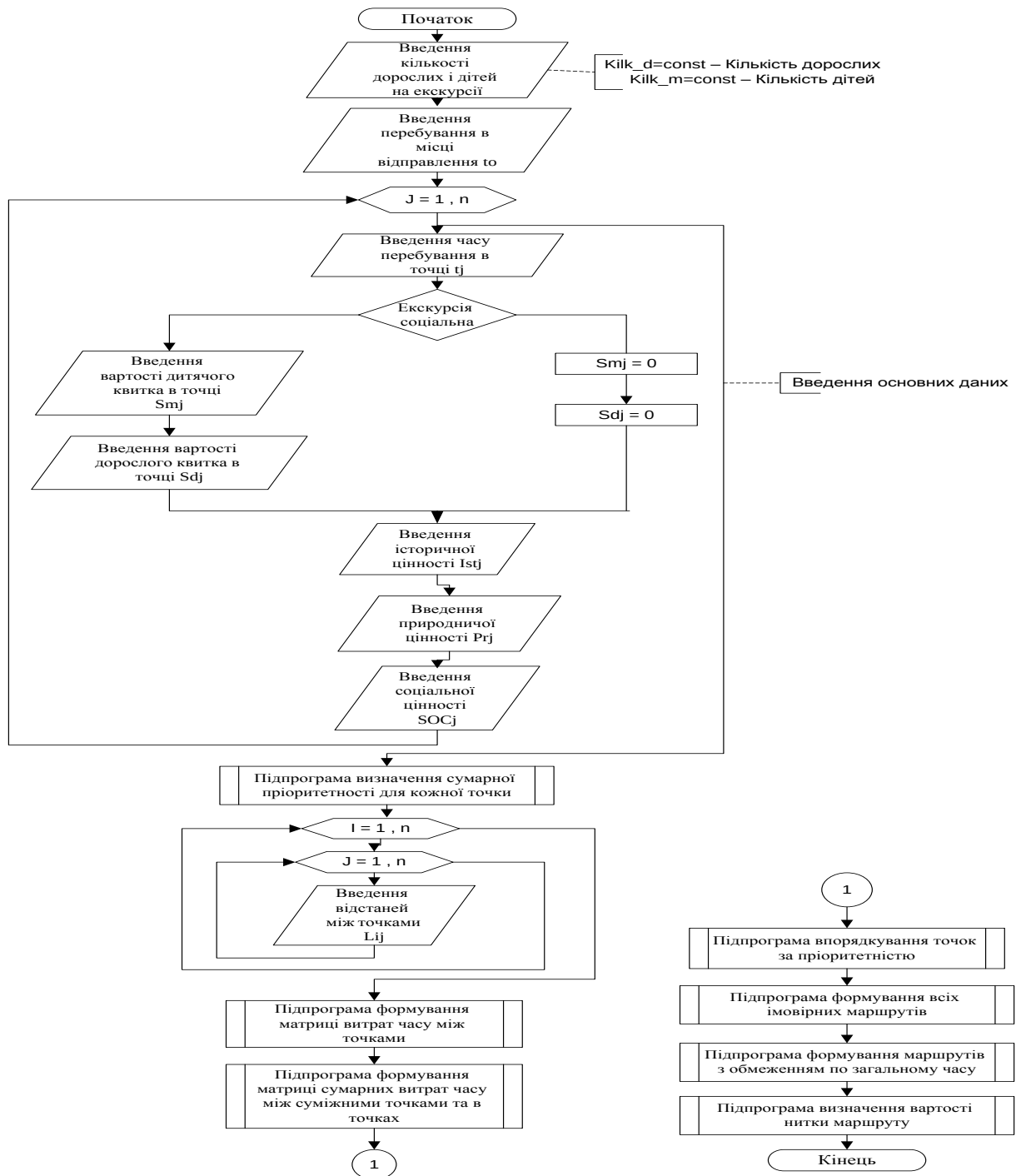


Рисунок 3.7 - Робоча блок - схема формування туристичного маршруту

- впорядкування об'єктів за пріоритетністю;
- імовірність формування всіх маршрутів на пріоритетній території подорожі;
- вибір маршруту з обмеженням загального часу подорожі;
- визначення загальної вартості обраного маршруту.

Аналіз проекту є завершальним етапом його проектування. Його здійснюють представники відповідних функціональних підрозділів туристичного підприємства. Він спрямований на виявлення і своєчасне усунення невідповідностей у проекті. Результатом аналізу є уточнений зміст технологічної документації туристичного підприємства.

Після проходження всіх етапів створення маршрутів переходимо до блоку 35, який вміщує в собі проектування маршруту, тобто оформлення всіх документів:

1. Оформлення договору надання екскурсійних послуг. Це організаційне питання з надання кваліфікованої екскурсійної послуги групі туристів. Організатори туризму зобов'язані користуватися послугами кваліфікованих фахівців-екскурсоводів (гідів, гідів-перекладачів), що мають належну ліцензію або акредитацію об'єкта (музею, храму, монастиря, іншого об'єкта туристського показу, національного парку).
2. Оформлення договору організаторів туризму або індивідуальних туристів (екскурсантів) з особами, що надають послуги екскурсовода (гіда, гіда-перекладача).
3. Укладення договору (приєднання до договору) надання екскурсійних послуг засвідчується екскурсійної путівкою. Форма екскурсійної путівки визначається в порядку, передбаченому уповноваженим державним органом з туризму. Особа, яка надає екскурсійні послуги, зобов'язана до укладення договору надати організатору туризму необхідну і достовірну інформацію про туристсько-екскурсійне підприємство, екскурсійне бюро, про послуги, їх види і особливості, кваліфікацію екскурсовода, про порядок і терміни оплати послуг.

Завершений етап проектування туристичного маршруту, який передбачений Блоком 2, де в алгоритмі проектування та організації туристичного маршруту передбачені наступні послідовні етапи:

- встановлення нормованих характеристик послуги;
- встановлення технології процесу обслуговування туристів;
- розробка технологічної документації;
- визначення методів контролю якості;
- аналіз проекту;
- подання проекту на затвердження.

Результатом проектування туристичної послуги є технологічні документи (технологічні карти, правила, інструкції і т.д.)

У документації з контролю якості повинні бути встановлені форми, методи та організація контролю за здійсненням процесу обслуговування туристів з метою забезпечення його відповідності запланованим характеристикам.

3.3. Практичні рекомендації щодо застосування моделі FOTM

Для того, щоб модель формування оптимального туристичного маршруту (FOTM) працювала ефективно потрібне якісне його впровадження, яке здатне забезпечити ефективне функціонування всіх підприємств туристичної галузі. Саме це допоможе скоротити витрати туристичних підприємств (турагенцій, туристичних екскурсійних бюро) на отримання туристичного продукту від туроператорів.

Комплексна оцінка туристичних маршрутів привела до створення двох моделей: перша – оцінка пріоритетного району туристичної подорожі; друга – поетапного формуванню раціональної нитки маршруту.

Використання моделі поетапного формування раціональної нитки маршруту передбачає створення програмного забезпечення, яке базується на комп'ютерних технологіях Matcat (рис.3.8).

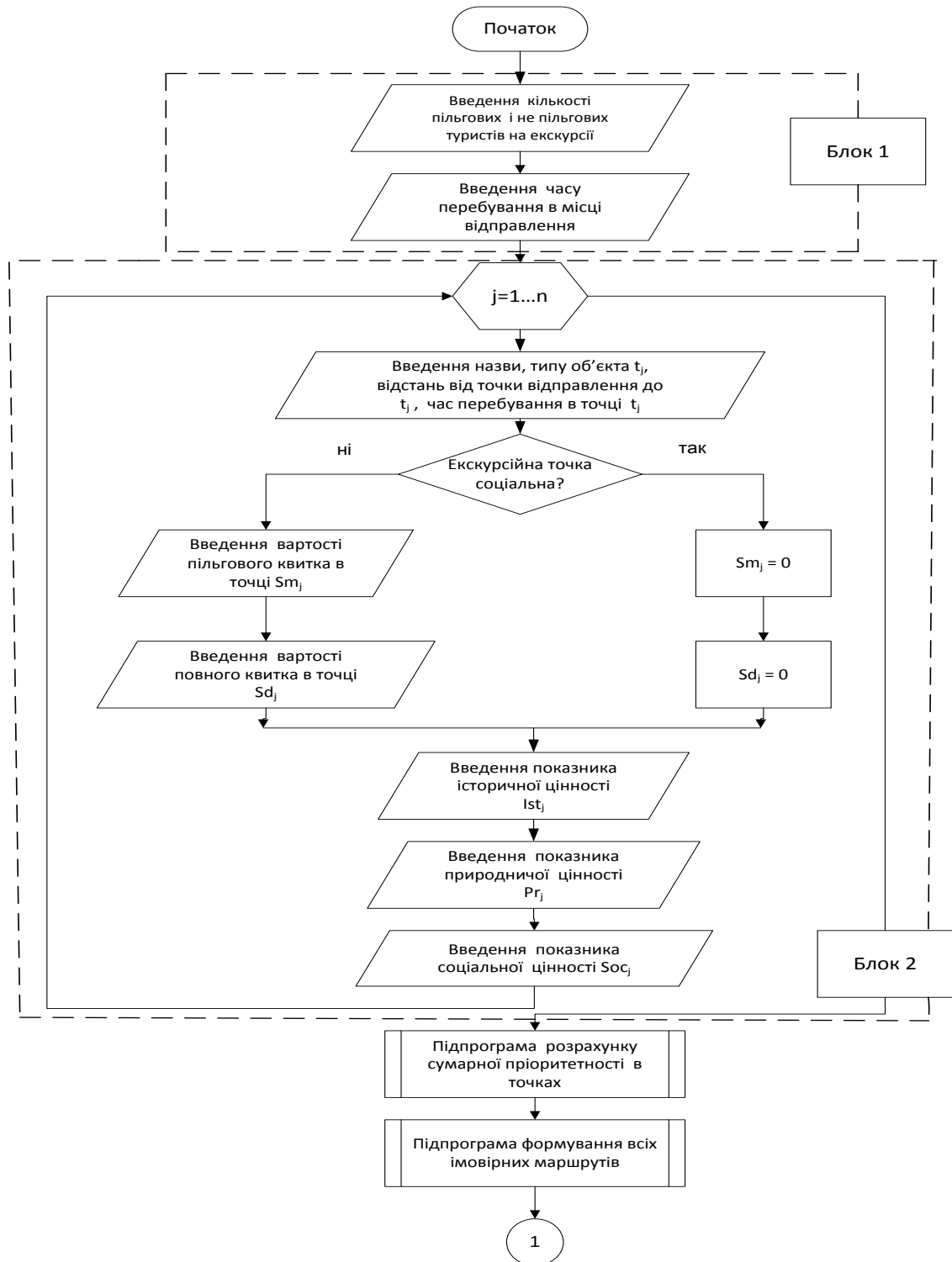


Рисунок 3.8 - Блок-схема програми реалізації завдання пошуку раціонального туристичного маршруту [140]

Блок 1. Вводяться дані про кількість дорослих та дітей на екскурсії. Від цих даних залежить вартість екскурсії, адже, у випадку, якщо вартість квитка в екскурсійній точці для дітей пільгова, то це впливає на вартість туру. При цьому:

Оцінка пріоритетного району туристичної подорожі дозволяє на основі аналізу виявленого туристичного потенціалу розробити рекомендації по перспективних напрямках розвитку туризму в районах міста для виявлення резервів їх подальшого зростання. В результаті дослідження оцінки пріоритетного району подорожі м. Києва встановлено, що найбільш активно використовуються об'єкти культурної спадщини, річки і озера для літніх пізнавальних і спортивних турів. Райони першого типу з високими оцінками природного, культурно - історичного та інфраструктурного блоку досить привабливі для розвитку туризму - це Шевченківський та Печерський райони м. Києва.

Кількість туристів без пільг визначається за такою формулою:

$$Kilk_d = const \quad (3.4)$$

Кількість туристів з пільгами визначається за такою формулою:

$$Kilk_m = const \quad (3.5)$$

За умовами поставленої задачі ця кількість є незмінною протягом всієї нитки маршруту, в кожній точці. Розглядається тільки два види екскурсантів – пільговики (діти, студенти, пенсіонери та інші категорії, що розглядаються за законом) та не пільговики.

Далі в Блок 1 вводиться значення часу перебування в точці відправлення. Воно приймається рівним 20 хв.

Це значення впливає на загальний час маршруту, тому повинно бути зафіксованим і визначеним.

Блок 2. Вводяться значення часу перебування в кожній точці, а також перевіряється, чи є екскурсійна точка соціальною. Для цього:

- запускається цикл по j - номери імовірних точок маршруту;
- вводиться вектор – стовбець назв імовірних об'єктів;
- вводиться вектор – стовбець відстаней від точки відправлення до кожної імовірної точки маршруту;
- вводиться вектор – стовбець часу перебування в кожній точці, який визначається за формулою:

$$t = t_1, \dots, t_n \quad (3.6),$$

де: t_1 – час перебування в першій точці маршруту, хв;

t_n - час перебування в наступній точці маршруту, хв.

- перевіряється умова, чи є екскурсійна точка соціальною. Для цього вводиться ранг пріоритетності 1 та 0. Якщо точка соціальна, показник дорівнює 0, якщо комерційна – 1.

Введення вартості пільгового квитка (Sm)

$$Sm_j = \begin{cases} Sm_j, & S_j = 1 \\ 0, & S_j = 0 \end{cases} \quad (3.7)$$

Введення вартості не пільгового квитка (Sd) проводиться в такому порядку:

$$Sd_j = \begin{cases} Sd_j, & S_j = 1 \\ 0, & S_j = 0 \end{cases} \quad (3.8)$$

- введення показника історичної цінності, Ist_j ;
- введення природничої цінності, Pr_j ;
- введення показника соціальної цінності, Soc_j ;

- завершення циклу після переходу по всіх номерах імовірних точок маршруту.

Підпрограма обчислення сумарної пріоритетності в точках передбачає виконання наступних дій:

1. Створюється матриця розмірності $m \times n$, де m - кількість рядків, n - кількість стовбців $m=3$

в i -тих рядках (номери точок) задаються показники цінностей для кожного j -го стовпця. Номер стовпця несе інформацію про вид цінності :

1 – історична;

2 – природнича;

3 – соціальна.

Кількісні показники цінностей змінюються від 1 до 3 для кожного типу цінностей.

2. Запускається цикл по i . Фіксується номер рядка.

3. Початкове значення суми для кожної точки приймається рівним 0

$$Sum=0 \quad (7)$$

4. Запускається цикл по j .

5. Для кожної точки обчислюється сума показників історичної, природничої та соціальної цінності точки за формулою:

$$Pr \, Sum_j = \sum_{j=1}^n (Ist_j, Pr_j, Soc_j) \quad , \quad (3.9)$$

де: Ist – історична цінність екскурсійного об'єкту;

Pr – природна цінність екскурсійного об'єкту;

Soc - соціальні туристичні об'єкти.

6. Після додавання всіх значень в рядку по стовбцях, цикл по j закривається, значення суми заповнює нове місце в векторі-стовбці, створеному із значень сум по поточному рядку.

7. Відбувається перехід до наступного рядка.
8. Після перебору всіх номерів точок цикл закривається.

Підпрограма формування всіх імовірних маршрутів.

1. Створюється матриця імовірних маршрутів між точками. По i та по j вводяться значення імовірних переходів між точками.

де: i – номер попередньої точки;

j – номер наступної точки.

Таким чином отримуємо множину імовірних варіантів переходів між точками. Це попередні дані, адже не враховуються ніякі обмеження. Імовірна матриця показана у вигляді формули (3.10)

$$C_{i,j} = \begin{matrix} & \begin{matrix} t_1 & t_2 & \dots & t_{n-1} & t_n \end{matrix} \\ \begin{matrix} t_1 \\ t_2 \\ \dots \\ t_{n-1} \\ t_n \end{matrix} & \begin{matrix} 0 & c_{1,2} & \dots & c_{1,n-1} & c_{1,n} \\ c_{2,1} & 0 & \dots & c_{2,n-1} & c_{2,n} \\ \dots & \dots & 0 & \dots & \dots \\ c_{n-1,1} & c_{n-1,2} & \dots & 0 & c_{n-1,n} \\ c_{n,1} & c_{n,2} & \dots & c_{n,n-1} & 0 \end{matrix} \end{matrix} \quad (3.10)$$

По i та по j вводяться значення імовірних переходів між точками l_{ij} :

де: i – номер попередньої точки;

j – номер наступної точки.

Таким чином отримуємо множину імовірних варіантів переходів L_{ij} між точками, які показані в матриці (3.11).

$$L_{i,j} = \begin{matrix} & \begin{matrix} t_1 & t_2 & \dots & t_{n-1} & t_n \end{matrix} \\ \begin{matrix} t_1 \\ t_2 \\ \dots \\ t_{n-1} \\ t_n \end{matrix} & \begin{matrix} 0 & l_{1,2} & \dots & l_{1,n-1} & l_{1,n} \\ l_{2,1} & 0 & \dots & l_{2,n-1} & l_{2,n} \\ \dots & \dots & 0 & \dots & \dots \\ l_{n-1,1} & l_{n-1,2} & \dots & 0 & l_{n-1,n} \\ l_{n,1} & l_{n,2} & \dots & l_{n,n-1} & 0 \end{matrix} \end{matrix} \quad (3.11)$$

Для цього запускаються два цикли – по i та по j .

Блок 3. Введення відстаней між точками. Створюється матриця імовірних відстаней між точками (рис. 3.9).

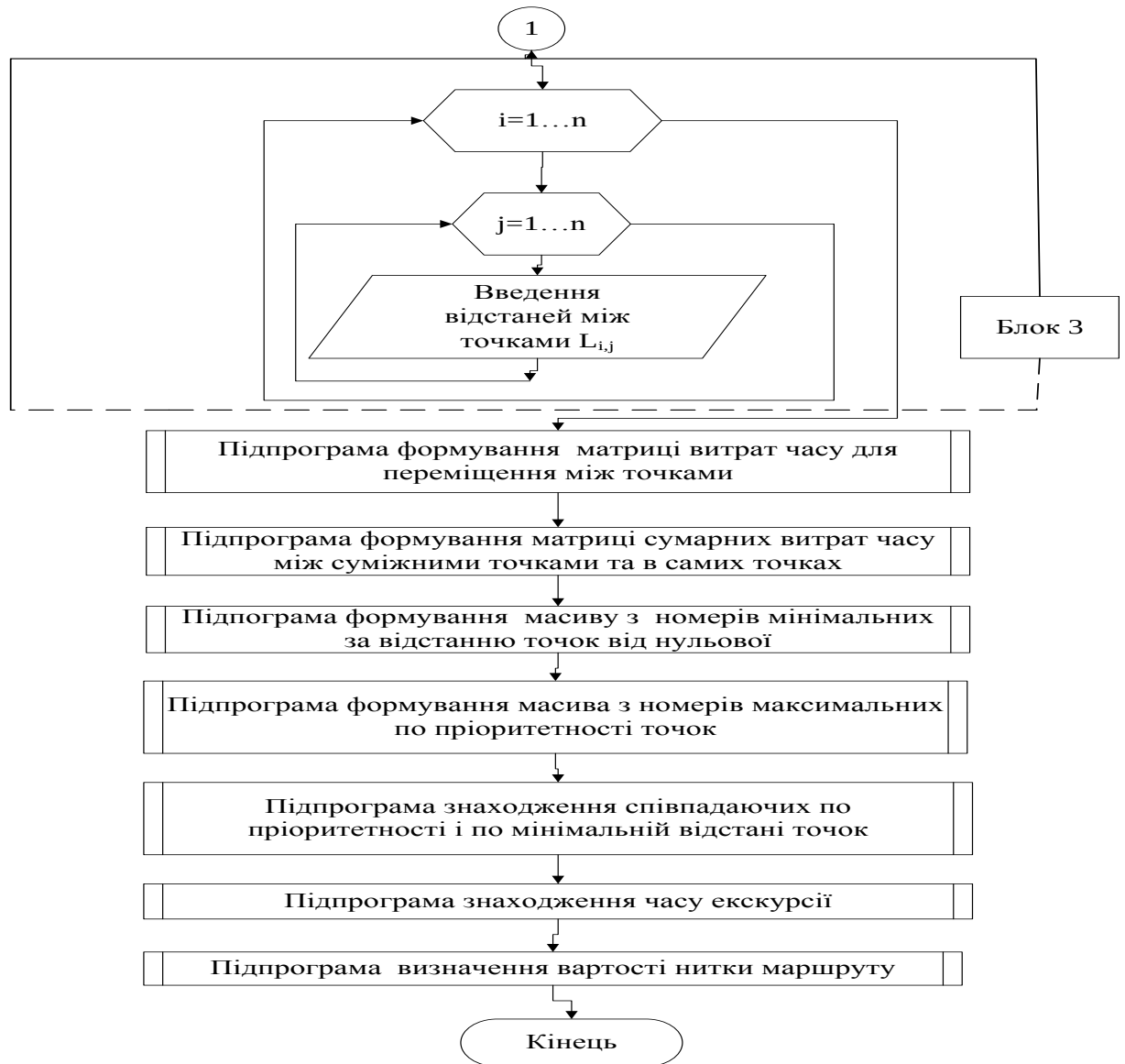


Рисунок 3.9 - Продовження блок-схеми програми реалізації завдання пошуку оптимального туристичного маршруту

Підпрограма формування матриці витрат часу для переміщення між точками.

1. Запускається цикл по i та по j – попередня та наступна точка.

2. Перевіряється умова, чи є відстань між точками більшою за 0,7 км. Якщо більше, то переміщення між точками відбувається на транспорті, швидкість якого приймається 40 км/год. Якщо менше, то екскурсанти переходять від однієї точки маршруту до іншої пішки. В цьому випадку швидкість (V_{ij}) складає 4 км/год.

$$V_{i,j} = \begin{cases} 40, l_{i,j} \geq 0.7 \\ 4, l_{i,j} \leq 0.7 \end{cases} \quad (3.12)$$

3. Розраховується значення часу, витраченого на переміщення між точками (t_{per}), яке визначається за формулою:

$$t_{per_{i,j}} = \frac{l_{i,j}}{V_{i,j}}, \quad (3.17)$$

де: $l_{i,j}$ – відстань між об'єктами, км;

$V_{i,j}$ – середня швидкість транспорту, км/г.

4. Формується матриця пояснень – пішки чи транспортом переміщаються екскурсанти між точками (3.13).

$$Rem_{i,j} = \begin{cases} "пішки", l_{i,j} < 0.7 \\ "транспорт", l_{i,j} \geq 0.7 \end{cases} \quad (3.13)$$

Після перерахунків в усіх точках формується матриця витрат часу, після чого цикли закриваються.

Підпрограма формування матриці сумарних витрат часу на перехід між суміжними точками та в самих точках.

1. Відкриваємо цикли по точках i та по j .

2. Знаходимо суму часу перебування в кожній точці та переходу між точками. Слід зазначити, що перебування в кожній точці описується вектором, а переходи між суміжними точками – матрицею.

Тому загальний час ($t_{zag,i,j}$) перебування на маршруті формуємо за формулою:

$$t_{zag,i,j} = t_{peri,j} + t_i, \quad (3.14)$$

де: $t_{peri,j}$ – час на переміщення між заданими точками, год.,(хв.);

t_i – час на відвідування i -ї точки, год.,(хв.).

3. Після використання всіх дій формується матриця t_{zag}

4. Закриваємо цикли.

Підпрограма формування масиву з номерів мінімальних за відстанню точок від нульової.

1. Задається значення, заздалегідь менше, ніж імовірно в масиві.

2. Початкове значення для рахівника кількості точок з найменшою відстанню від початкової задається рівним 0, $k=0$.

3. Задається цикл по j для перебирання всіх елементів масиву від 1 до n .

4. Задається умова для перевірки, чи є елемент масиву r меншим мінімального і якщо умова задовольняється, мінімальне значення приймає поточне значення

5. Якщо умова задовольняється, включається рахівник для визначення номера мінімального елемента масиву $k1$, присвоюється мінімальне значення - значення відстані до поточної точки і формується масив $dovg_min$ з номерів мінімальних значень.

6. Таких значень може бути декілька, тому виводимо і кількість таких значень $kilk_min$.

Підпрограма формування масива з номерів максимальних по пріоритетності точок.

1. Задається значення, заздалегідь менше, ніж імовірно в масиві $min = 1E-5$.
 2. Задається початкове значення кількості максимальних точок рівних 0.
 3. Запускається цикл для перебору всіх елементів масиву $prsum$ – сумарних пріоритетів.
 4. Умова для перевірки: чи є елемент масиву $prsum$ – більшим максимального.
 5. Цикл закривається, відкривається новий для тієї ж кількості елементів ($j=1 \dots m$).
 6. Перевіряються всі елементи масиву на їх рівність з максимальним. Якщо умова задовольняється, включається рахівник для визначення номера максимального елемента масиву $k2$, присвоюється максимальне значення – значення відстані до поточної точки і формується масив $prior_max$ з номерів максимальних значень.
 7. Закривається цикл.
- Підпрограма знаходження співпадаючих за пріоритетністю і за мінімальною відстанню точок.
- Перевіряється два масиви з вибраних номерів точок – за пріоритетністю та відстанню, чи вони однакові. Після першого збігу номер точки фіксується вибірка припиняється. Якщо збігу немає – першою точкою приймається перша та, що знаходиться найближче до нульової.
- 1). Відкривається цикл по i
 - 2). Відкривається цикл по j
 - 3). Перевіряється умова:

$$Persha_tochka = \begin{cases} prior_max, \text{ якщо } dovg_min = prior_max \\ dovg_min, \text{ якщо } dovg_min \neq prior_max \end{cases} \quad (3.15)$$

4). Закриваються цикли.

5). Виводяться значення першої точки після нульової та її назва.

Після того, як знайшли першу точку маршруту, необхідно знайти всю нитку маршруту. Це відбуватиметься шляхом перебору всіх значень відстаней між точками. В кожному стовбці знаходиться мінімальне значення i в наступних стовпцях елементи рядків, в яких ці значення знаходяться, замінюються на число $(1E5)$, тобто таке, що в будь-якому випадку буде більшим за елемент масиву.

Підпрограма знаходження першої точки і виключення її з добірки майбутнього маршруту.

1. Задається значення номера стовбця рівним 1, тобто $j=1$.

2. Відкривається цикл по i , тобто перебираються всі елементи стовпця по рядках.

3). Перевіряється умова, чи співпадає номер рядка з номером першої точки після нульової, чи ні. У випадку, якщо співпадає, елемент першого стовпця присвоюється рівним tm , якщо не співпадає – рівним вихідному значенню:

$$Persh_toch_Vykluch_{i,1} = \begin{cases} "tm", & \text{якщо } i = Persha_tochka \\ L_{i,1}, & \text{якщо } i \neq Persha_tochka \end{cases} \quad (3.16)$$

4. Цикл повторюється, доки не переберуться всі рядки. Потім цикл закривається.

Підпрограма формування матриці, в якій всі значення, що належить рядку розташування першої точки позначаються $1 * E^5$.

1. Запускаються цикли спочатку по рядках (i), потім – по стовпцях (j).

2. Перевіряється умова, чи дорівнює номер рядка $Persha_tochka$ або значення дорівнює 0. Якщо умова виконується, елементу надається значення $1 * E^5$, якщо ні – значення елементу масиву відстаней.

3. Перебираються в циклах всі елементи матриці. Цикли закриваються.
Підпрограма формування вектора з мінімальних значень стовпців.

Одна із задач цієї підпрограми полягає в тому, щоб в кожному наступному стовбці не використовувались ті рядки, в яких були знайдені значення. Це пов'язане з тим, що на нитці маршруту не можуть повторюватись точки екскурсії. В цій підпрограмі формуються два вектори – один з номерів мінімальних елементів, а другий безпосередньо з цих елементів. Порядок номерів i є самою ниткою маршруту, адже визначають попередню і наступну точку.

1. Відкривається цикл по стовбцях (j).

2. Позначається попереднє значення мінімального елемента таким, що заздалегідь більше будь-якого значення в матриці, $min=1000$.

3. Запускається цикл по рядках (i).

4. Перевіряється, чи є стовпець першим. Адже у випадку, якщо умова підтверджується, в цьому стовпці значення номера рядка, в якому знаходиться точка, відоме і дорівнює *Persha_tochka*.

5. Номер рядка заноситься в вектор *Nom_min_stovp*, що формується з номерів елементів.

6. У випадку, якщо номер стовпця відмінний від 1, перевіряються такі умови:

- чи менше елемент мінімального ряду, та (або);
- чи був мінімальний елемент в цьому рядку в попередніх стовпцях.

7. Якщо умова вірна, min надається значенню цього елемента.

8. Значення елемента, що задовольняє умову присвоюють рівним *IE5*.

9. Якщо якась з умов хибна, береться наступний елемент.

10. Перебираються всі значення і цикл по i закривається.

11. Мінімальне значення присвоюється елементу вектора, його номер заноситься в вектор *Nom_min_stovp*, а значення – в вектор *Znach_min_stovp*.

12. Цикл по j закривається.

Підпрограма розрахунку часу перебування на маршруті.

Для розрахунку часу перебування на екскурсії необхідно спочатку з матриці t_{zag} вибрати ті значення, що належать рядкам стовпців номерів мінімальних елементів Nom_min_stovp , створивши з них новий вектор t_{pereb} , а потім знайти їх суму.

1. Запускається цикл по стовпцях.
 2. Початкове значення кількості елементів дорівнює 0.
 3. Запускається цикл по рядках.
 4. Перевіряється умова, чи співпадає номер елемента рядка загального часу t_{zag} з номером мінімального елемента по відстані Nom_min_stovp .
 5. Якщо співпадає, то включається рахівник $k=k+1$ і формується новий масив t_{pereb} . Вихід із циклу i .
 6. Якщо не співпадає, береться наступний елемент.
 7. Після перебору всіх рядків переходимо до наступного стовпця.
 8. Вихід з циклу j .
 9. Знаходиться сума елементів масиву t_{pereb} .
- Сумарний час перебування T_{sum} на екскурсії визначається за формулою:

$$T_{sum} = \sum_{j=1}^n t_{pereb_j} \quad (3.17)$$

Підпрограма розрахунку вартості оптимізованої екскурсії розраховується з допомогою підпрограми Блоку 2.

1. Перевіряється вартість знаходження екскурсанта в кожній точці.
2. Вартість перебування в усіх точках додається.
3. До загальної вартості перебування в точках додається вартість переміщення між точками. Якщо пішки, то 0, якщо транспортом – додається вартість перевезень.

Впровадження методичних підходів передбачає виконання дій, які забезпечать ефективне використання всіх робочих модулів. Навчання користувачів програми PFOM представлений на рис. 3.10.

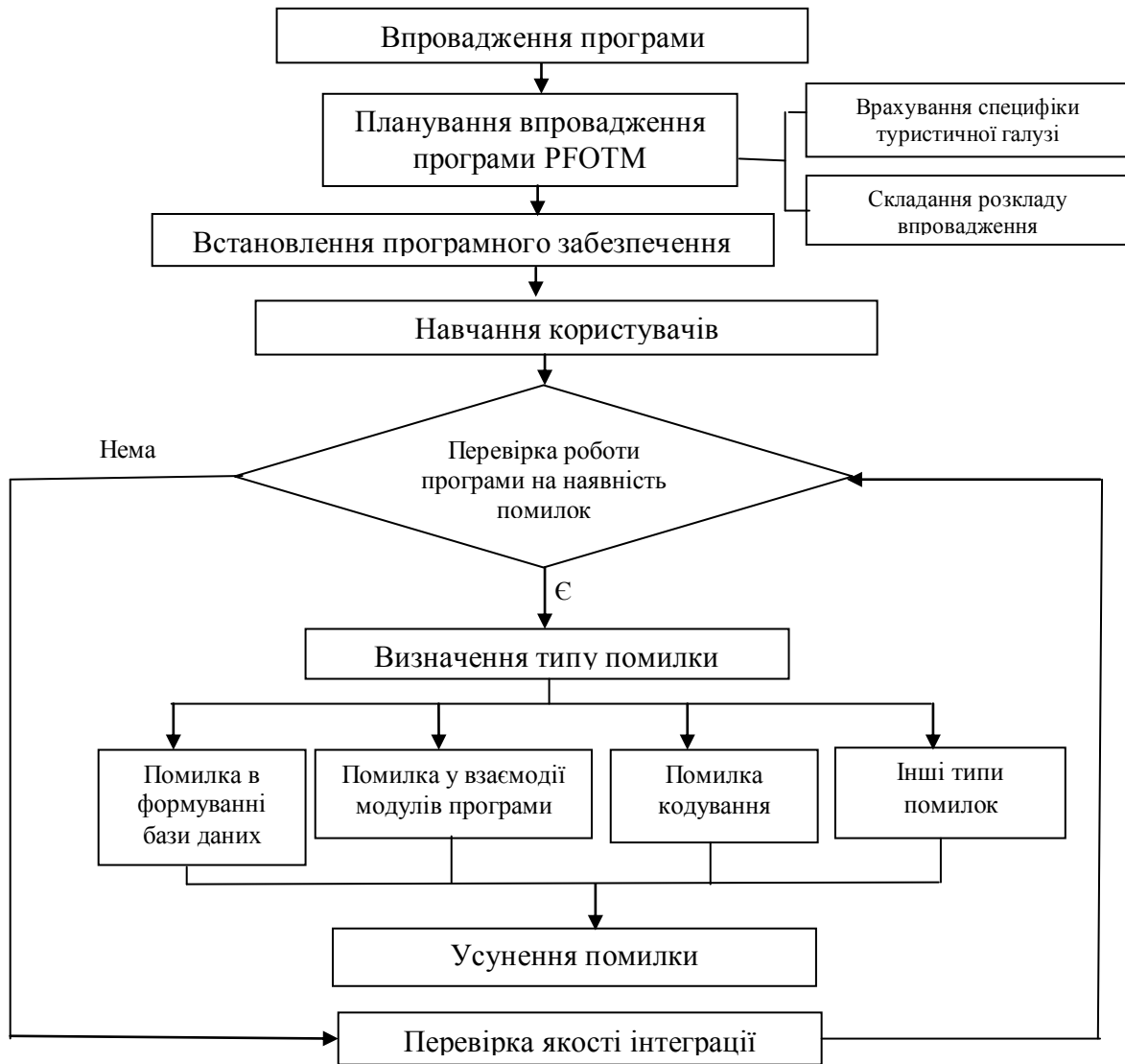


Рисунок 3.10 - Алгоритм впровадження методичних підходів

Розробка модуля за представленим алгоритмом дозволить здійснити оперативне управління в реальному режимі часу, при цьому дозволяє розробити отримане замовлення на створення тематичного маршруту за скороченим часом.

Для навчання співробітників туристичної організації виконуються наступні дії: отримання заявок на створення тематичних екскурсійних

маршрутів; з'ясування території подорожі; з'ясування пріоритетно - цінного об'єкта; узгодження кількості об'єктів відвідування; узгодження загального часу подорожі; узгодження виду переміщення на маршруті; створення нитки маршруту по заданих параметрах заявки.

Для створення більш швидких розрахунків нитки маршруту для співробітників туристичних підприємств було розроблене програмне забезпечення, яке не потребує великих затрат часу й певних додаткових навичок для його освоєння.

3.4 Економічна ефективність від впровадження методичних підходів

Для визначення економічного ефекту від впровадження методичних підходів було обрано туристичне бюро ТОВ «Краєвид», яке на ринку України здійснює туристичні екскурсійні послуги більше 40 років.

При впровадженні програмного забезпечення у виробничу діяльність ТОВ «Краєвид» необхідно мати тільки одного спеціаліста, а не три, тому що складні маркетингові дослідження по складанню нитки екскурсійного маршруту вирішує PFOTM (програма формування оптимального туристичного маршруту). Тобто таблиці сформованих баз даних культурно-історичних об'єктів та параметрів введення вихідних даних (часу, ціни, пріоритетних екскурсійних об'єктів), які передбачені в PFOTM для формування екскурсії по замовленню екскурсанта дозволяють спеціалісту з маркетингу створювати оптимальний маршрут за 30 хв, що призводить до скорочення тривалості оперативної роботи на формування екскурсійного туристичного продукту і не потребує використання додаткових трудових ресурсів (табл. 3.8).

Таблиця 3.8 – Заробітна плата спеціалістів ТОВ «Краєвид» до і після впровадження методичних підходів

Назва посади	До впровадження	Після впровадження
Витрати по заробітній платі, грн.		
Спеціаліст з маркетингу	90	
Методист організатор	90	150
Спеціаліст по роботі з клієнтами	90	
Економія заробітної плати	270 – 150 = 120 грн.	

Впровадження методичних підходів передбачає витрати, які підприємство зазнає в процесі проведення навчання з користування програмним забезпеченням при формуванні конкурентоспроможного туристичного маршруту працівників на робочому місці.

Навчання співробітників поза робочим місцем відбувалась на курсах з підготовки користувачів RFOTM – програми формування оптимального туристичного маршруту.

Витрати на навчання спеціалістів, яке тривало протягом двох місяців, становили:

- оплата спеціаліста по роботі з клієнтами становить:

$$940 * 2 = 1880 \text{ грн.}$$

- оплата методист - організатор:

$$1500 * 2 = 3000 \text{ грн.}$$

- оплата семінару спеціаліста з маркетингу та інформації:

$$800 * 1 = 800 \text{ грн.}$$

Всього витрат на оплату навчання становили: $1880 + 3000 + 800 = 5680$ грн.

Визначаючи абсолютну економічну ефективність вкладених коштів на навчання робітників ТОВ «Краєвид», використовуємо показник - коефіцієнт ефективності, який визначається як відношення одержаної економії від

зниження собівартості продукції до додаткових вкладень на навчання співробітників за формулою:

$$E_a = \frac{C_1 - C_2}{K}, \quad (3.18)$$

де C_1 та C_2 – собівартість наданої послуги до і після капітальних вкладень, грн;

K - величина додаткових вкладень на навчання, грн.

Таким чином собівартість (C_m) маршруту на один день визначається за формулою:

$$C_m = V_z + V_p, \quad (3.19)$$

де: V_z – змінні витрати на створення екскурсійної послуги (маршруту), грн;

V_p – постійні витрати на створення екскурсійної послуги (маршруту), грн.

ТОВ «Краєвидом» методичні підходи використовувались на міській екскурсії тривалістю три академічні години, 75 км протяжністю маршруту з 75% завантаженістю автобуса, вартістю квитка – 85 грн. Загальна калькуляція від впровадження методичних підходів на один екскурсійний автобусний міський маршрут наведена в табл. 3.9.

Таблиця 3.9 - Калькуляція на один екскурсійний маршрут ТОВ «Краєвид»

Показники	До впровадження.	Після впровадження.
Заробітна плата екскурсовода, грн.	250,00	250,00
Заробітна плата методичного відділу, грн.	270,00	150,00
Заробітна плата водіїв, грн.	220,00	220,00
Оренда автобуса, грн.	150,00	150,00
Господарчі витрати, грн.	200,00	200,00
Витрати на дизпаливо, грн.	220,00	220,00
Податок на прибуток, грн.	115,00	115,00
Витрати на рекламу, грн.	110,00	110,00
Собівартість маршруту, грн. (C_m)	1535,00	1415,00

Екскурсійні послуги підприємство надає кожен календарний день, тобто

$$C_{1,2} = C_m * n, \quad (3.20)$$

де: C_m - собівартість маршруту, грн;

n – кількість днів в місяці, грн.

C_1 – собівартість до впровадження методичних підходів становить:

$$C_1 = 1535 * 30 = 46050 \text{ грн в місяць};$$

C_2 – собівартість після впровадження методичних підходів в місяць становить:

$$C = 1415 * 30 = 42450 \text{ грн в місяць.}$$

Коефіцієнт абсолютної економічної ефективності вкладених коштів на навчання робітників ТОВ «Краєвид»:

$$E_a = (46050 - 42450) / 5680 = 0,63$$

Отриманий показник вищий від нормативного, тому додаткові вкладення на навчання визнаються ефективними. Для туристичних підприємств нормативний показник ефективності приймається на рівні 0,15. Показником абсолютної ефективності додаткових капітальних вкладень на навчання є термін їх окупності (повернення), тобто час, упродовж якого маса прибутку, одержана у зв'язку з капітальними додатковими вкладеннями, зрівняється або перевищить суму капітальних вкладень. Його визначають діленням суми капітальних вкладень на різницю в собівартість наданих туристичних послуг, який отримало підприємство внаслідок їх запровадження і розраховується за формулою:

$$T = \frac{K}{\Delta C_m}, \quad (3.21)$$

де ΔC_m - різниця собівартості до впровадження та після впровадження методичних підходів, грн.

$$\Delta C_m = C_1 - C_2 = 46050 - 42450 = 3600 \text{ грн}$$

Таким чином термін окупності додаткових капітальних вкладень на навчання співробітників ТОВ «Краєвид» за місяць становить:

$$T = 5680 / 3600 = 1,57, \text{ що становить } 47 \text{ календарних днів.}$$

Капітальні вкладення на навчання співробітників розподіляються рівними частинами на 47 днів і включаються в собівартість екскурсійного маршруту:

$$K_{вк} = 5680 / 47 = 121 \text{ грн.}$$

Калькуляція собівартості екскурсійного маршруту з використанням витрат на підготовку та підвищення кваліфікації фахівців ТОВ «Краєвид» наведена в табл. 3.10.

Таблиця 3.10 - Калькуляція на один екскурсійний маршрут

Показники	Місяць
Заробітна плата екскурсовода, грн..	250,00
Заробітна плата методичного відділу, грн.	150,00
Заробітна плата водіїв, грн.	220,00
Додаткові витрати на навчання співробітників, грн.	121,00
Оренда автобусу, грн.	150,00
Господарчі потреби, грн.	200,00
Дизпаливо, грн.	220,00
Податок на прибуток	115,00
Витрати на рекламу	110,00
Собівартість маршруту, грн.	1536

ТОВ «Краєвид» при наданні екскурсійної послуги, а саме екскурсії по м.Києву використовує автобус КАВЗ-4238 загальною пасажиромісткістю екскурсантів 33 особи, але до впровадження методичних підходів середня завантаженість автобуса складала 75%, що становить 25 осіб, тому подальші розрахунки проводяться з врахуванням фактичної завантаженості КАВЗ-4238 на екскурсії.

Витрати які припадають на одного екскурсанта розраховуються за формулою:

$$V_e = \frac{C_m}{Z_a}, \quad (3.22)$$

де: Z_a – завантаженість екскурсійного автобуса, осіб;

C_m – собівартість наданої послуги (екскурсійного маршруту), грн.

Розрахунок витрат в собівартості туристичного екскурсійного маршруту на одного екскурсанта при ціні на екскурсійну послугу 85 грн та завантаженості 75% дорівнює без врахування додаткових витрат на навчання співробітників:

$$V_e = 1415 / 25 = 56,6 \text{ грн.}$$

Розрахунок долі витрат в собівартості туристичного екскурсійного маршруту на одного екскурсанта при ціні на екскурсійну послугу 85 грн та завантаженості 75% дорівнює з врахування додаткових витрат на навчання співробітників:

$$V_e = 1535,85 / 25 = 61,4 \text{ грн.}$$

Таким чином прибуток за маршрут розраховується за такою формулою:

$$\Pi = (U_k \times Z_a) - C_m, \quad (3.23)$$

де: U_k – ціна на туристичну послугу (екскурсійного маршруту), грн;

Z_a – завантаженість екскурсійного автобуса, осіб;

C_m – собівартість наданої послуги (екскурсійного маршруту), грн.

Розрахунок прибутку за новоствореним екскурсійним маршрутом при ціні 85грн без урахування додаткових витрат на навчання співробітників становить:

$$\Pi = (85 \cdot 25) - 1415 = 710 \text{ грн.}$$

Розрахунок прибутку за новоствореним екскурсійним маршрутів при ціні 85грн з урахування додаткових витрат на навчання співробітників становить:

$$\Pi = (85 \cdot 25) - 1536 = 589 \text{ грн.}$$

В табл.3.11 показана прибуток та витрати екскурсанта до впровадження і після впровадження методичних підходів.

Таблиця 3.11 – Економія та витрати екскурсанта до і після впровадження методичних підходів на один екскурсійний маршрут

Показники			До впровадження		Після впровадження	
Вартість квитка, грн.	Завантаженість автобусу		Витрати на 1 екскурсанта	Прибуток, грн.	Витрати на 1 екскурсанта	Прибуток, грн.
	%	осіб				
85	75	25	61,4	590	56,6	710
					З врахуванням витрат на навчання	
					61,4	589

Динаміка прибутку підприємства ТОВ «Краєвид» до і після впровадження методичних підходів показано на рисунку 3.11.

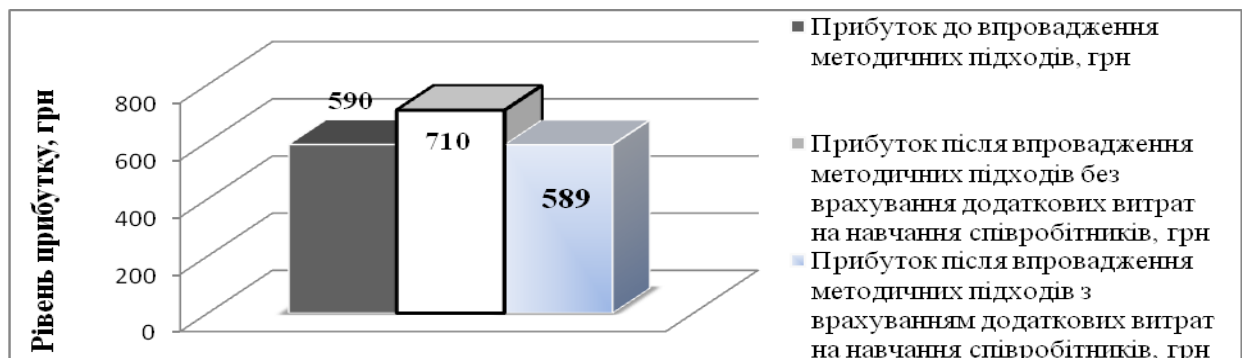


Рисунок 3.11 – Динаміка прибутку підприємства ТОВ «Краєвид» до і після впровадження методичних підходів

На діаграмі простежуються суттєве зростання прибутку підприємства після впровадження методичних підходів при встановленій ціні на екскурсійну послугу 85грн.

Для перевірки методичних підходів у виробничій діяльності в сучасних економічних умовах ТОВ « Краєвид» необхідно було застосувати стратегію ціноутворення на цей маршрут. Виявлення залежності прибутку від завантаження автобуса та ціни на екскурсійну послугу показана на рис. 3.12.

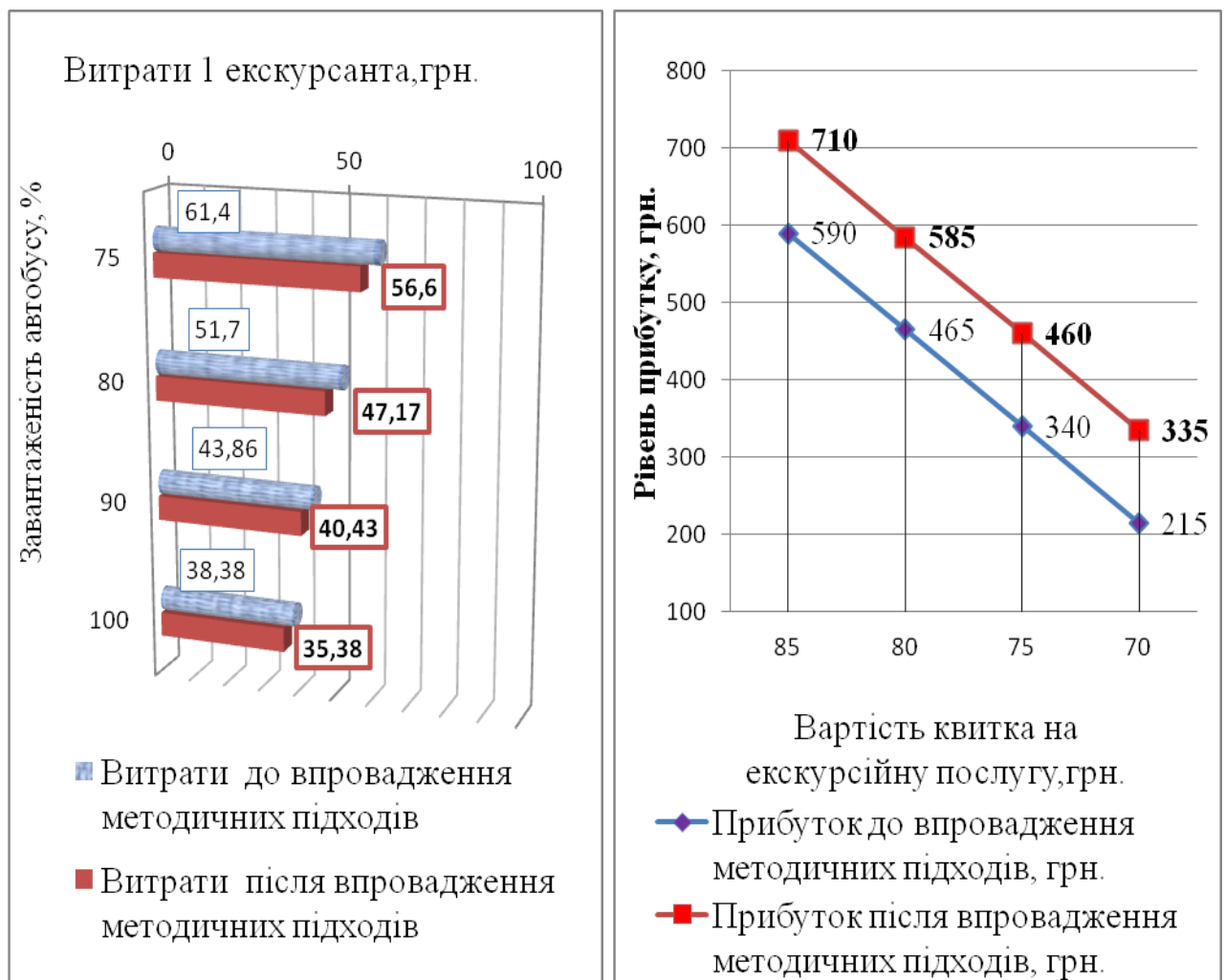


Рисунок 3. 12 – Залежність прибутку від ціни на надану туристичну послугу та завантаженості автобуса

Практичне дослідження залежності прибутку від завантаженості автобусу та ціни на екскурсію наведено в табл. 3.12

Таблиця 3.12 – Залежність прибутку від ціни та завантаженості автобуса

Показники, грн		Завантаженість автобуса, %							
		100	90	80	75	100	90	80	75
		Прибуток до впровадження, грн				Прибуток після впровадження, грн			
Вартість квитка,	85	1270	1015	760	590	1390	1135	880	710
	80	1105	865	625	465	1225	985	745	585
	75	940	715	490	340	1060	835	610	460
	70	775	565	355	215	895	685	475	335
	65	610	415	220	90	730	535	340	210
	60	445	265	85	-35	565	385	205	85

З'ясувалось, що встановлена ціна екскурсії 60 грн на одного туриста є мало прибутковою, тому не використовується в туристичній діяльності ТОВ «Краєвид». Соціальною вартістю квитка вважається 65-70 грн і використовувалась переважно на дитячих екскурсійних маршрутах. Оптимальною є вартість у 75 грн, тому що вона є меншою за ціну на туристичному ринку екскурсійних послуг і завантаження автобуса при встановлені такої ціни передбачає завантаженість автобуса на 90%. Прибуток підприємства за один виїзд на маршрут становив 835 грн, що на 125 грн більший при ціні 85 грн і з завантаженістю 75%.

В зв'язку з тим, що методичні підходи основані на принципах конкурентоспроможності туристичному продукту (маршруту) і враховували фактори економічності, соціальності і спрямованість на потреби туристів, ціну на цей туристичний маршрут в подальшому ТОВ «Краєвид» формувало в залежності від насиченості туристичного потоку (рис 3.13).

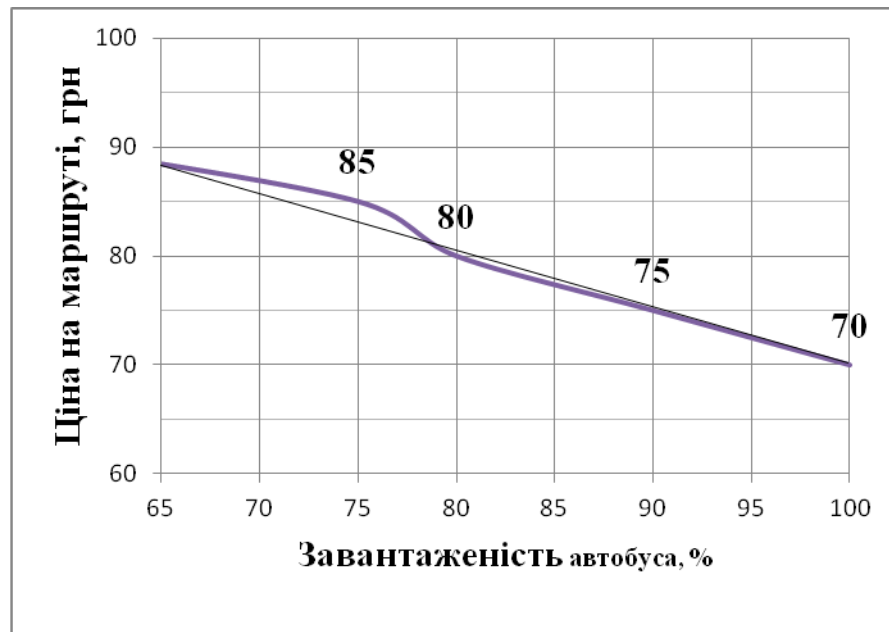


Рисунок 3.13 - Залежність ціни на туристичну послугу від туристичних потоків ТОВ «Краєвид»

Чим нижче ціна тим вищий попит, але ця тенденція не притаманна туристичному ринку, тому що в екскурсійній діяльності платять за якісну послугу. Таким чином новостворені маршрути надавались екскурсантам, виходячи з їх замовлення та цілі яку переслідували екскурсанти від цієї послуги. Оптимальною ціною на екскурсійну послугу, як видно з графіку можна вважати 80 грн. Вона передбачає стабільний попит на екскурсійну діяльність та прибуток ТОВ «Краєвид».

В зв'язку з тим, що на екскурсійну діяльність впливає фактор сезонності, який передбачений моделлю формування конкурентоспроможного туристичного маршруту, тенденцію різниць туристичних потоків на досліджений новостворений туристичний маршрут та стару екскурсію на 3 години і 75 км відстані за той же період часу представлений в табл.3.13. Для багатьох соціально-економічних показників характерним є наявність циклічних внутрішньо річних коливань, які мають назву сезонних.

Для виявлення та вимірювання сезонних коливань використовуємо індекс сезонності, який визначається за формулою:

$$I_c = \frac{\bar{Y}_i}{\bar{Y}_{заг}}, \quad - \quad (3.24)$$

де: $\bar{Y}_i$ - середнє значення показника за і-й період року;

$\bar{Y}_{заг}$ - загальне середньо-місячне значення за досліджені роки.

Таблиця 3.13 - Попит на екскурсійний маршрут ТОВ «Краєвид, осіб

Місяць року	Існуючий екскурсійний маршрут.					Новостворений екскурсійний маршрут				
	Роки			Середня місячна величина обсягу реалізації, осіб	Індекс сезонності, %	Роки			Середня місячна величина обсягу реалізації, осіб	Індекс сезонності, %
	2012	2013	2014			2012	2013	2014		
I	325	250	275	283	54,2	1290	550	885	908	173,7
II	375	350	325	350	66,9	550	565	765	626	119,8
III	550	500	525	525	100,4	950	785	875	870	166,4
IV	550	525	550	541	103,6	975	887	1150	1004	192,0
V	650	525	625	600	114,7	700	1130	1170	1000	191,2
VI	675	625	600	633	121,1	725	1210	1250	1061	203,0
VII	700	700	725	708	135,5	1170	1290	1140	1200	229,5
VIII	725	750	725	733	140,2	1250	950	700	966	184,9
IX	750	725	750	741	141,8	1290	1050	725	1021	195,4
X	550	500	525	525	100,4	1045	790	650	828	158,4
XI	375	350	325	350	66,9	985	700	675	786	150,4
XII	325	275	250	283	54,2	725	700	725	716	137,1
Всього	6550	6075	6200	6275	X	11655	10607	10710	10990	X

Отже, можна зробити висновки про те, що при реалізації турпродукту (екскурсії) ТОВ «Краєвид» є значні сезонні коливання. Ця тенденція виникає через природні та погодні умови. Наочне подання сезонних коливань здійснено шляхом побудови графіка сезонної хвилі рис.3.14 у якому по осі Х

відкладаю періоди часу на протязі року, а по осі у — значення індексів сезонності.

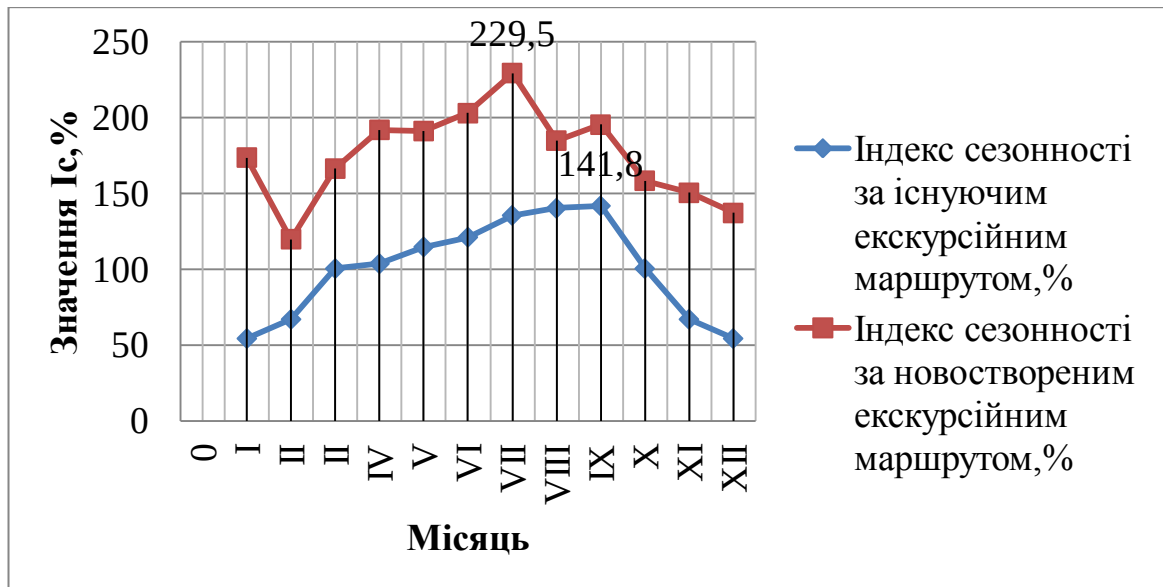


Рисунок 3.14 - Графік сезонної хвилі туристичних потоків ТОВ «Краєвид»

З рисунка 3.14 видно, що новостворений маршрут більш приваблює екскурсантів навіть при встановленій ціні 85 грн. Вищий рівень індексу сезонності припадає на липень та вересень, непродуктивними є зимові місяці.

Виходячи з вище наведеного графіка, необхідно розрахувати річний економічний ефект від впровадження методичних підходів ТОВ «Краєвид» за формулою:

$$E_p = \sum (V_{1e} - V_{2e}) \times N_{ep}, \quad (3.25)$$

де: V_{1e} — витрати на одного туриста до впровадження методичних підходів, грн;

V_{2e} — витрати на одного туриста після впровадження методичних підходів, грн;

N_{ep} — кількість туристів на екскурсійному маршруті, осіб.

Розрахунки приведені з використанням даних табл. 3.13 де вказаний реальний обсяг туристичних потоків з врахуванням індексу сезонності та ціни на екскурсійну послугу 85 грн. Розрахунки по місяцях приведені в табл.3.14

Таблиця 3.14 – Річний економічний ефект ТОВ «Краєвид» від впровадження методичних підходів по одному виду екскурсійної послуги, грн.

Роки	Місяць												Всього за рік
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	
2012	6192	2640	4560	4680	3360	6192	5616	6000	5016	4728	3480	3480	55944
2013	2640	2712	388	4258	5424	5808	6192	4560	5040	3792	3360	3360	50914
2014	4248	3672	4200	5520	5616	6000	5472	3360	3480	3120	3240	3480	51408

Тобто, при ціні на екскурсійну туристичну послугу на рівні 85грн ТОВ «Краєвид» від впровадження методичних підходів отримав економічний ефект в 2014 році розмірі 51 тис.грн, що при нинішньому економічному та політичному становищі є досить високою для функціонування в конкурентному середовищі на туристичному ринку України. На рисунку 3.15 показано ефективний рік для розвитку екскурсійної діяльності.



Рисунок 3.15 - Економічний ефект від впровадження моделі у ТОВ «Краєвид», грн.

З рисунка 3.15 видно, що найбільший ефект ТОВ «Краєвид» отримав в 2012 році. Ця тенденція виникла внаслідок підвищення туристичних потоків, а саме іноземних, в Україну в зв'язку з проведенням чемпіонату по футболу «Євро 2012». Суттєвий спад простежуються в 2013 та 2014 роках через вплив політичного, демографічного та економічного факторів.

Висновки по розділу 3

1. Для підвищення ефективності використання методичних підходів формування туристичного продукту і для мінімізації витрат туристичних підприємств створена модель формування оптимального туристичного маршруту, яка дозволить оптимізувати використання трудових ресурсів підприємства і підвищити попит на туристичні послуги.
2. При розробці методичних підходів формування туристичного продукту було виділено найголовніші фактори: перш за все вибір району, місцевості де буде формуватися туристична послуга (маршрут); вибір пріоритетно-історичних точок, які формують кількість об'єктів огляду на маршруті і опираються на ціль подорожі туриста; вибір транспорту пересування. Так, введення початкових даних здійснюється в різних інформаційних блоках, а визначення пріоритетності кожного об'єкту, витрат часу та розрахунок оптимальних відстаней між ними, рознесені у різні функціональні модулі.
3. Для розробки першого модуля вибору району подорожі, спираючись на цілі споживачів туристичної подорожі, було виділено і досліджено чотири істотно впливових цілей: пізнання історичної цінності міста; покращення духовного становища подорожуючого; покращення естетичного і морального становища (сюди входять екскурсійні маршрути по парках, водоймах, природних рекреаційних зонах); вивчення історії місцевості (спираючись на різні історичні факти міста та культурно-історичної спадщини предків).

4. Подальша розробка методичних підходів виявила максимальний час перебування туриста на маршруті (екскурсійному) і максимальну кількість оглядових об'єктів, що допомогла оптимізувати екскурсійну маршрутну нитку і сформулювати наступний етап методичного забезпечення.
5. Розроблений модуль по пріоритетності вибраної точки (екскурсійного об'єкту) передбачає використання математичного методу, як метод «бульбашки», який відноситься до методів лінійного програмування. Застосування його дозволило одночасно використовувати принцип багатокритеріального відбору для досягнення результату вибору.
6. Для формування модулів пріоритетно-цінних об'єктів та пріоритетної території подорожі, які пов'язані між собою і базуються на співвідношенні цілі подорожі і критеріїв вибору об'єктів, було використане анкетне опитування та експертне оцінювання. Результати дозволили уникнути численних труднощів, властивих методам системного аналізу та інших метричних методів дослідження.
7. Розроблено методичні підходи щодо формування конкурентоспроможного туристичного продукту з поетапним вирішенням складних організаційно-економічних завдань та програмне забезпечення для моделі формування раціонального туристичного маршруту.

Реалізація програмного забезпечення для моделі формування раціональних туристичних маршрутів в ТОВ «Краєвид» забезпечило отримання економічного ефекту по одному туристичному маршруту за три роки використання в розмірі 158,3 тис. грн.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі на основі проведеного дослідження теоретичних положень та аналізу особливостей функціонування підприємств в умовах глобалізації, удосконалено принципи та методи управління туристичними організаціями і розроблені методичні рекомендації щодо їх застосування. Отримані результати дозволили зробити такі висновки:

1. Дослідження особливостей діяльності підприємств в умовах соціально-економічної кризи дозволили визначити основні напрями їх адаптації до глобалізаційних процесів та виділити аспекти розвитку: просторові, функціональні, системні, інституційні, ресурсні. Найбільш значуща на сучасному етапі осмислення є ресурсна та просторова спрямованість управління підприємством. Визначено особливості функціонування підприємств в умовах економічної, технологічної, політичної глобалізації, яка суттєво впливає на діяльність туристичних організацій, спрямовану на інноваційний розвиток суспільства і базується на принципах і методах закону глобалізаційної євросегментації.

2. Компаративний аналіз сучасних методів та принципів управління виявив, що використання загальноприйнятого інструментарію управління в глобалізаційних умовах не може забезпечити ефективне функціонування підприємств. На підставі цього було виділено основні сучасні методи управління підприємством: системний, синергетично-системний, структурно-функціональний та інституціональний. Для адаптації підприємств до глобалізаційного простору було сформовано принцип конвергенції, який сприяє утворенню єдиного інтеграційного геопростору та забезпечує інтерпретацію процесів глобалізації у контексті консолідованого об'єднання суб'єктів туристичного ринку з метою підвищення ефективності їх діяльності. Виявлено, що існуючі принципи не можуть повністю використовуватись при управлінні туристичним підприємством в умовах

глобалізації, тому запропановано групу принципів формування конкурентного туристичного продукту (маршрутів), які базуються на задоволенні потреб споживачів туристичної послуги.

3. Обґрунтовано показники оцінювання туристичного продукту. Встановлено, економічну привабливість видів туристичних послуг за допомогою удосконалення їх класифікації та визначення рівня туристичних потоків за різними видами маршрутів. Доведено, що екскурсійно-пізнавальні туристичні маршрути відіграють важливу економічну, соціально-культурну роль у розвитку туризму в глобалізаційних умовах. Сформовано групу екзогенних, ендегенних та дуалістичних детермінант, які характеризують рівень попиту на туристичний продукт та враховують соціально-економічні зміни в суспільстві.

4. Удосконалено шкалу оцінки рівня привабливості території здійснення туристичної подорожі, за якою було виконано розширення етапів проведення низки окремих завдань з обґрунтування критеріїв вибору об'єктів подорожі. Запропонована термінологія – «пріоритетної території подорожі», на підставі цього дано визначення поняття «пріоритетно-цінного об'єкту». Використання цих понять дозволило систематизувати і розбити на факторні групи (інфраструктурні, природні, культурно-історичні) туристичні об'єкти.

5. Розроблено методичний підхід до формування конкурентоспроможного туристичного продукту з поетапним вирішенням складних організаційно-економічних завдань. Інструментарієм для його реалізації стали: алгоритм формування оптимального туристичного маршруту, формалізована модель формування туристичного маршруту, програмне забезпечення моделі формування туристичного маршруту та алгоритм впровадження методичного підходу. Методика базується на використанні наукових методів дослідження та принципах формування конкурентоспроможного туристичного продукту, застосування яких привело до отримання оптимального варіанту туристичного маршруту, який задовольняє потреби туристів і враховує соціальні, економічні фактори.

6. Запропоновано програмне забезпечення моделі формування оптимального туристичного маршруту, що базується на методі циклічного програмування з використанням комп'ютерних технологій MathCad 14. Це дозволяє в режимі реального часу розробляти оптимальну нитку туристичного маршруту, враховуючи уподобання споживачів туристичної послуги. Розроблені модулі програмного забезпечення подаються у вигляді матриць усіх вхідних параметрів (відстаней між об'єктами, статусу туристичних об'єктів: природні, культурно – історичні, соціальні та вартості відвідування об'єкта), які дозволяють простежувати зміни і оперативно оновлювати асортимент послуг, що є основою підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту та економічної ефективності господарської діяльності підприємств.

7. Використання розробленого методичного підходу до формування конкурентоспроможного туристичного продукту (маршруту) у ТОВ «Краєвид» забезпечило отримання економічного ефекту за три роки його діяльності в розмірі 158,3 тис. гривень.

Результати дисертаційного дослідження можуть використовуватися на підприємствах туристичної галузі, а також в організаціях, які займаються впровадженням і розробкою туристичних маршрутів (туроператорами).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеев А. А. Пособие по составлению отчетов о туристских походах, путешествиях и спортивных турах / А.А. Алексеев. – г. Москва: 12 ЦТ МО РФ., 2005
2. Алексеєва Ю. В. Державне регулювання розвитку туристичної галузі України в контексті досвіду Франції : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. держ. упр. : спец. 25.00.02 "механізми державного управління" / Алексеєва Юлія Вікторівна ; Одеський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України – Одеса, 2005. – 20 с.
3. Алешугіна Н. О. Принципи створення нових туристичних маршрутів до Євро-2012 Географія. Економіка. Екологія. Туризм: Регіональні студії. / Наталія Олександрівна Алешугіна. // Ніжин: Видавництво НДУ. – 2010. – С. 139 с. – С.4–9.
4. Алмашій Я. І. Діагностика комплексної ефективності діяльності туристичних підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.00.04 "економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)" / Алмашій Я. І. – Ужгород. МОН Укр. ДВНЗ, 2013. – 21с.
5. Алмашій Я. І. Теоретико-методологічні засади ефективної діяльності туризму в сучасній ринковій економіці / Я. І. Алмашій. // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту.. – 2012.
6. Аналітична довідка про роботу туроператорів та турагентів за 2010 рік (дані за формою № 1-ТУР). [Електронний ресурс] // Державна служба туризму і курортів України–2010. – Режим доступу до ресурсу: <http://tourism.gov.ua/publ.aspxd>.
7. Бабарицька В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення тур продукту : навч.посіб. / В. К. Бабарицька, О. Ю. Малиновська. – Київ: Альтерпрес, 2004. – 288 с.

8. Балабанов И.Т. Экономика туризма: учеб. пособие / И.Т Балабанов, А.И. Балабанов - М.: Финансы и статистика, 2000. – 108 с.

9. Бедняк М.Н., Клещ А.М. Организационно-экономический механизм управления стабильностью и эффективностью деятельности предприятия. / Михаил Нестерович Бедняк, Андрей Михайлович Клещ // Управления проектами, системный анализ и логистика. – К.: НТУ – 2012.– Вып.10. - С. 364 - 368

10. Белоконь Ю.Н. Пространственное планирование Украины в контексте межгосударственной интеграции / Ю.Н. Белоконь. – М.: Жираф, 2002. – 59 с.

11. Берг М. А. Оценка экономической эффективности вновь созданных экскурсионных маршрутов / М. А. Берг. // Вісник ДІТБ.Серія: Економіка, організація і управління підприємствами (в туристичній сфері). – 2007. – №11. – С. 230.

12. Бідняк М.Н. Теорія і практика традиційного і сучасного управління / Михайло Несторович Бідняк // Вісник НТУ. – К.: НТУ. – 2012. – Вип. 26.

13. Бобарикіна О. М. Організація маркетингових досліджень туристичного продукту : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.06.01 "Економіка, організація і управління підприємствами" / Бобарикіна Олена Миколаївна – Сімферополь, 2006. – 21 с.

14. Бойко М. Г. Методичні основи оцінювання економічних інтересів туристичних підприємств / М. Г. Бойко // Економічний часопис - XXI" – 2012 р.– № 9-10 – С. 24-34 (фахове видання).

15. Бойко М. Г. Формування споживчої цінності туристичних продуктів / М. Г. Бойко, Т. І. Ткаченко // Товари і ринки.– 2012 р. – № 2 – С.5-16

16. Борушак М. Стратегия развития туристических регионов : дис. докт. эк. наук : 08.00.05 / Борушак Мирослав – Институт региональных исследований НАН Украины, Ль, 2009. – 204 с..

17. Буйленко В. Ф. Основы профессиональной деятельности: Учебное пособие для вузов / В. Ф. Буйленко. – Ростов н/Д: Феникс; Краснодар: Неоглори, 2009. – 378 с.
18. Буйленко В. Ф. Планирование экологического туризма: Учеб. пособие. / В. Ф. Буйленко. Краснодар: Разум, 2006. – 243 с.
19. Буйленко В. Ф. Сервисная деятельность: Учеб. пособие для вузов / В.Ф. Буйленко. – Ростов н/Д: Феникс; Краснодар: Неоглори, 2009. – 156 с.
20. Бунге М. Х. Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії [Електронний ресурс] / Микола Християнович Бунге – Режим доступу до ресурсу: uk.wikipedia.org Бунге Микола Християнович.
21. Василькевич Л. О. Комплексна оцінка ефективності маркетингової діяльності туристичних підприємств з використанням чотирирівневої моделі туристичного продукту [Електронний ресурс] / Л. О. Василькевич // Ефективна економіка № 10. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: Днепропетровск. електронне видання..
22. Вітер І.І. Україна в системі глобального туризму // Дослідження міжнародної економіки. Збірник наукових праць. Вип. 1(70) / Гол. Ред. Пахомов Ю.М./ К.: Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України, 2012. – 194 с. – С. 16-28.
23. Власова И.Б. Основы туристской деятельности. / И.Б. Власова, И.В. Зорин, Е.Н. Ильина. – М.: Российский международный институт туризма, 2003. – 147 с.
24. Воркут Т.А., Дмитрієв М.М., Плошай В.Ф., Матейчик В.П., Шпильовий І.Ф., Мельниченко О.І., Кабанов В.Г., Маруніч В.С., Харута В.С., Вакарчук І.М. Концепція сітілогістики і пасажирські перевезення / Тетяна Анатоліївна Воркут, Микола Миколайович Дмитрієв, Віктор Федорович Плошай, , Василь Петрович Матейчик, Іван Федорович Шпильовий, Олександр Іванович Мельниченко, Володимир Григорович Кабанов, Валерій Степанович Маруніч, Віталій Сергійович Харута, Ігор Миколайович Вакарчук // Вісник НТУ. — К.: НТУ — 2012. — Вип. 26.

25. Воробйов С. Д. Публічне управління: Роль керівника у процесі управління змінами [Електронний ресурс] / Воробйов // Екологія ІТ іновачії на захисті довкілля. Наукові статті – Режим доступу до ресурсу: ecoukraine.org.
26. Воронкова В. Г. Місце і роль України в глобалізаційних процесах сучасності / В. Г. Воронкова. // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2009. – №37. – С. 16–32.
27. Воронкова В.Г. Глобалізація як процес універсалізації стосунків між державою та ринком / В.Г. Воронкова // –м. Запоріжжя.: 2008.
28. Врум В. 39. Мотивационная теория ожиданий В. Врума [Електронний ресурс] / В. Врум – Режим доступу до ресурсу: cfip.ru»Энциклопедия»Врума.
29. Гавран В. Я. Управління інвестиційною діяльністю в рекреаційно-туристичній сфері : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.02.03 "Організація управління, планування і регулювання економікою" / Гавран Володимир Ярославович – Львів, 2002. – 23 с.
30. Галасюк С.С. Необхідність удосконалення державного регулювання сфери туризму України/ С.С. Галасюк // Туристична освіта в Україні: проблеми і перспективи: Зб. наук. праць. – Київ: Тонар, 2007. - Вип. 4- С.67-73.
31. Гастєв О. К. Организация менеджменту [Електронний ресурс] / Олексій Капітонович Гастєв – Режим доступу до ресурсу: frontmanagement.org»fomants-1434-1.html
32. Генкин Б. М. Основы управления персоналом / Б. М. Генкин, Г. А. Кононова, В. И. Кочетков. – М: Высш. шк, 1996. – 383 с. – (Учеб. Для вузов).
33. Геоінформаційна система [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: uk.wikipedia.org»Геоінформаційна система.

34. Герасименко В.Г. Основы туристического бизнеса: Навч. Посібник / В.Г. Герасименко— Одеса: Чорномор'я, 1997. – 160 с.
35. Герасименко В.Г. Управління національним туризмом в контексті міжнародного досвіду / В.Г. Герасименко, С.С. Галасюк // Вісник ДІТБ. - 2009. - Вип.12. - 160-167 с.
36. Герцберг Ф. Теорія мотивації Фредерика Герцберга [Електронний ресурс] / Фредерик Герцберг – Режим доступу до ресурсу: uk.wikipedia.org Теорія мотивації Фредерика Герцберга
37. Гілбрет Ф. Б. Материал из Википедии — свободной энциклопедии [Електронний ресурс] / Фрэнк Бэнкер Гілбрет – Режим доступу до ресурсу: ru.wikipedia.org/wiki/Гилбрет,_Фрэнк.
38. Глазьев С.Ю. Место России в меняющихся взаимоотношениях центра и периферии мировой экономики / С.Ю. Глазьев // Экономическая теория на пороге XXI века – 7:Глобальная экономика / Под ред. Ю.М. Осипова, С.Н. Бабурина, В.Г. Белолипецкого, Е.С. Зотовой. – М.:Юристъ, 2003. – 992 с., С. 20.
39. Глушков В. М. Історія ІТ в Україні [Електронний ресурс] / Віктор Михайлович Глушков – Режим доступу до ресурсу: ua.uacomputing.com/persons/glushkov/.
40. Грінько Т. В. Удосконалення управління підприємствами туристичної сфери. / Татьяна Валеріївна Грінько. // Економіка, фінанси, право. – 2013. – №5. – С. 13–15.
41. Губайдуллин М.Г. Особенности формализации характеристик природной среды методами ГИС-технологий при освоении нефтяных 161 месторождений / М.Г. Губайдуллин, В.Б. Коробов, Н.В. Коновалова // Нефтепромысловое дело. - 2002. - №11. - С. 39-44.
42. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности: Учебное пособие. / В.Г. Гуляев. - М.: Нолидж, 1996. - 512 с.
43. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие / В.Г. Гуляев - М.: Финансы и статистика, 2003. - 305 с.

44. Гуменюк Ю.П. Організаційно-економічні механізми стимулювання розвитку рекреаційно-туристичного комплексу (на прикладі Тернопільської області) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.10.01 "Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка" / Гуменюк Юрій Петрович – Львів, 2005. – 22 с.

45. Державна служба зайнятості України [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: [dcz.gov.ua>control](http://dcz.gov.ua/control)

46. Державна служба туризму і культури (форум Україна) [Електронний ресурс] // Кабінет Міністрів України Постанова № 346. – 2006. – Режим доступу до ресурсу: [kodeksy.com.ua>norm_akt/source-KMU/type](http://kodeksy.com.ua/norm_akt/source-KMU/type). Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» - Відомості Верховної ради України. - 2003. - №13.

47. Державна служба України з питань геодезії, картографії та кадастру [Електронний ресурс] Матеріали круглих столів з питань земельної реформи. – Режим доступу: <http://land.gov.ua/kadastr-i-reiestratsiia>

48. Державно цільова програма підготовки України до Євро-2012 [Електронний ресурс] // Кабінет Міністрів України постанова № 346. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: [zakon.rada.gov.ua>laws/show/357-2010-p..](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/357-2010-p..)

49. Державної Служби Статистики України [Електронний ресурс] // Ukrstat.org - публікація документів. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: ukrstat.org.

50. Добров Г. М. Матеріал из Википедии — свободной энциклопедии [Електронний ресурс] / Геннадий Михайлович Добров – Режим доступу до ресурсу: ru.wikipedia.orgДобров, Геннадий Михайлович (учёный).

51. Довідка про динаміку туристичних потоків в Україні за 9 міс. 2010 р. (за даними Адміністрації Держприкордонслужби України). [Електронний ресурс] // за даними Адміністрації Держприкордонслужби України. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: [ukrexport.gov.ua>ukr/turizm/](http://ukrexport.gov.ua/ukr/turizm/)

52. Дон О.Д. Мотивація в концепції управління трудом/ О.Д. Дон // Управління трудовими ресурсами: проблеми і перспективи розвитку: Збірн. Доповідей міжнародн. Наук.-практ.конф.(Ч.1.) – Хмельницький: ТУП, 1997,- с.159-162.
53. Дорошкевич Д.В. Сучасний ринок систем управління ресурсами підприємства/ Дарья Вячеславовна. Дорошкевич // Управління проектами, системний аналіз і логістика. ☐ К.: НТУ.☐ 2007. - №2 ☐ С. 244-247
54. Друкер Питер Фердинанд [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [ru.wikipedia.org>wiki/Друкер,_Питер...](http://ru.wikipedia.org/wiki/Друкер,_Питер...)
55. Дунаевским Ф. М. Достижения харьковской школы организации управления во главе С Ф.Р. Дунаевским [Електронний ресурс] / Федор Михайлович Дунаевским. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: BiblioFond.ru>view.aspx
56. Дурович А.П., Кабушкин Н.И., Сергеева Т.М., Бирицкая Н.М. Организация туризма: Учебное пособие для вузов / А.П Дурович, Н.И Кабушкин, Т.М.Сергеева, Н.М.Бирицкая – Минск: Новое знание, 2003. – 632 с.
57. Дутова Т.И. Роль современного туристско-рекреационного кластера в сфере услуг / Т.И. Дутова / Российское предпринимательство. - 2010. - №8, Вып.2(165). - С.147-152.
58. Емельянов Б.В. Экскурсоведение: учебник / Б.В. Емельянов. – М.: Советский спорт, 2009. – 216 с.
59. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М.А. Жукова– М.: Финансы и статистика, 2004. – 200 с.
60. Забалдіна Ю. Б. Економічна діагностика та прогнозування розвитку регіонального ринку туристичних послуг. : дис. канд. ек. наук : 08.10.01 / Забалдіна Ю. Б. – розміщення продуктивних сил і регіональна економік. – 235 с.
61. Захарін С. З новим роком! Туризму і курортів! / С. Захарін // Дзеркало тижня. – 2009. – №1. – 23 с.

62. Захарін С. Нетуристичний квартал / С. Захарін // Дзеркало тижня. – 2009. – №8. – 23.с.
63. Здравомыслов А.Г. К вопросу о типологии образа жизни в социалистическом обществе // Л.: Социологические исследования. 1974. № 2. С. 88–89.
64. Злупко С. М. Історія економічної теорії / С. М. Злупко. – Київ: Знання, 2005. – 719 с. – (Навчальний посібник).
65. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: Организация деятельности. Учебник / Е. Н.Ильина - М.: Финансы и статистика, 2000. - 256 с.
66. Информационное обеспечение оперативно-розыскной [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: [info-library.com.ua>informatsijnezabezpechennja...](http://info-library.com.ua/informatsijnezabezpechennja...)
67. Исмаев Д.К. Маркетинг иностранного туризма в Российской Федерации. Теория и практика деятельности туристских фирм/ Исмаев Д.К. - М.: Академия, 2002.- 192 с.
68. Исмиева Р. Т. Управление эффективностью функционирования организаций туристического бизнеса : дис. канд. эк. наук : 08.00.05 / Исмиева Рена Турабовна – Махачкала, 2011. – 147 с
69. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма / Н.И. Кабушкин //2-е изд., перераб.-Мн.: Новое знание, 2001. - 430 с.
70. Квартальнов В. А. Туризм: Учебник / В. А.Квартальнов - М.: Финансы и статистика, 2000. - 320 с.
71. Квартальнов В.А. Биосфера и туризм: В 5 т. - Т. 5: Стратегический менеджмент в туризме./ В.А. Квартальное / - М.: Наука, 2003. - 412 с.
72. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления / В.А. Квартальное - М.: Финансы и статистика, 2000. - 542 с.
73. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма: Учебник. / В.А. Квартальное - М.: Финансы и статистика, 2003. - 673 с.

74. Керженцев П. М. Принципи організації / П. М. Керженцев. – М: Економіка. – 461 с. – (1986).
75. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні Навчальний посібник / В.Ф. Кифяк // Чернівці: Книги-XXI, 2003. - 300 с.
76. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму підручник [Електронний ресурс] / В. К. Кіптенко // Електронний каталог.Издательство: Знання. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: ISBN 978-966-346-800-6..
77. Кобзова С.М. Алгоритм проектування регіональних туристичних маршрутів Економіка. Управління. Інновації. /С.М. Кобзова. - 2010. - №1 (3). С.32-37.
78. Козлова М. О. Глобалізаційні процеси: економіко-сутнісне наповнення та соціально-економічні наслідки / М. О. Козлова, Д. О. Грицишен. // ВІСНИК ЖДТУ. Економічні науки. – 2011. – С. 30–37.
79. Козлова О.В. Інформаційні технології підтримки прийняття рішень з автоматизованого управління структурами процесів механообробки: Автореф. дис... канд. техн. наук: 05.13.06 / О.В. Козлова ; Севастоп. нац. техн. ун-т. — Севастополь, 2007. — 19 с. — укр.
80. Козловський Є. В. Державне регулювання в галузі туризму: становлення та розвиток в Україні : дис. канд. держ. упр. : 25.00.02 «Механізми державного управління/ Козловський Є. В. // Національна академія державного управління при Пре, 2009. – 207 с.
81. Компанец Е.А. Методики формування ефективного туристического маршрута/ Е.А. Компанец, М.Н. Бедняк // Сборник статей - г. УФА РИЦ Баш ГУ - 2014- Часть 2 С. 15-21
82. Компанець К.А. Аналіз економічності туристичних маршрутів України /М.Н. Бідняк, К.А.Компанець //Таврический экономический журнал - АР Крым, г. Симферополь - 2012 - № 5 – с11-14
83. Компанець К.А. Антикризова програма розвитку туристичної галузі / К.А. Компанець, І.О. Темник // - Науковий журнал Стратегія розвитку

України Національний авіаційний університет – К., НАУ – 2014 Вип 3– с 399-403

84. Компанець К.А. Види ризиків на підприємстві при втраті кваліфікованого керівника / К.А. Компанець // Вісник Національного транспортного університету. – 2007. - №15 – с. 334 – 338.

85. Компанець К.А. Головні проблеми розвитку туристичної індустрії України. / К.А. Компанець., С.В. Іванчук // - Збірник Управління проектами, системний аналіз і логістика К., НТУ – 2012. Вип 9 – с 328-332 –

86. Компанець К.А. Переваги та недоліки сучасної індустрії туризму./ К.А. Компанець// Вісник Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу – І.Ф. - 2011. - №17 - с 56 - 62.

87. Компанець К.А. Факторний аналіз туристичного потенціалу регіону / К.А. Компанець// - Матеріали Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі - 2013 – Ж. Київський інститут бізнесу та технологій Житомирська Філія – с 126- 130

88. Компанець К.А. Формування економічно вигідних маршрутів / К.А. Компанець., І.Ф. Лаврик // Вісник Національного транспортного університету - 2011 - К., НТУ Вип 24– с 345 - 348.

89. Компанець К.А. Формування економічно вигідних туристичних маршрутів / К.А. Компанець, С.В. Іванчук // - Вісник Національного транспортного університету К., НТУ - 2012 Вип 26– с 399-403.

90. Компанець К.А. Економічне обґрунтування туристичних маршрутів ./ К.А. Компанець // Вісник Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу – І.Ф.- 2011. - №15 - с 62 - 67 .

91. Коновалова Н.В. Интерполирование климатических данных при помощи ГИС-технологий / Н.В. Коновалова, В.Б. Коробов, Л.Ю. Васильев // Метеорология и гидрология. - 2006. - № 5. - С. 46-53.

92. Коновалова Н.В. К вопросу о выборе метода создания поверхностей в ГИС /Н.В. Коновалова, С.В. Коробов // Проблемы региональной экологии. - 2007. - № 4. - С. 131-137.

93. Концепція розвитку екскурсійної діяльності в м. Києві. Розробник: Головне управління комунального господарства Київ – 2010р., заступник міського голови – секретар Київради О. Довгий.
94. Костюк Т. Аксіологічний вимір сакрального простору ідентичності: вітчизняний вимір. / Татяна Костюк. // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2013.
95. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер; [пер. с англ. под ред. С.Г. Божук]. - [2-е изд.]. – Спб. : Питер, 2005. – 464 с. – (Экспресс-курс).
96. Кравців В.С. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери. / В.С. Кравців, Л.С. Гринів, М.В. Копач, С.П. Кузик. - Л: Інститут регіональних досліджень НАН України, 1999. - 78 с.
97. Кравчук Н. Я. Дивергенція глобального розвитку: сучасна парадигма формування геофінансового простору / Наталія Ярославівна Кравчук. – Тернопіль: "Знання", 2012. – 782 с. – (Монографія. Сучасна наука.).
98. Кузнецов, В. Проблеми розвитку туризму в Україні [Електронний ресурс] / В. Кузнецов,, Ю. Сологуб // Національний університет харчових технологій – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/18752/1/309.pdf>.
99. Кузнецова Н.В. История менеджмента. Представители административной школы (Г.Хопф, О.Шелдон и др.) [Електронний ресурс] / Н. В. Кузнецова – Режим доступу до ресурсу: textb.net/102/16.html
100. Кузьменко А.В., Берг М.А. Экскурсия «Село Прелестное – колоритный уголок духовности». – Донецк, 2006. – С.18 – 19.
101. Кузьмін О.Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Підручник / О.Є. Кузьмін, Н.І. Горбаль – Львів: Компакт-ЛВ, 2005. – 304с.

102. Куніцин С.В. Культура народів Причорномор'я. Принципи та закономірності організації інтеграційної взаємодії підприємств туристично-рекреаційного кластеру / С.В.Куніцин - 2012. - №235. - С.40-44.
103. Кунц Г. Управление: системный и ситуационный анализ управленческих функций. / Г. Кунц, С. О'Доннел. – М: «Прогресс», 1981. – 250 с. – (Том 1 Перевод с английского. Общая редакция и предисловие академика Д.М.Гвишиани.)
104. Левлок К.А. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия: Пер. с англ. / Левлок К. - М.: Вильяме, 2005. - 1008 с.
105. Лесков Л.В. Апокалиптика глобализации / Л.В. Лесков // Экономическая теория на пороге XXI века – 7:Глобальная экономика / Под ред. Ю.М. Осипова, С.Н. Бабурина, В.Г. Белолипецкого, Е.С. Зотовой. – М.:Юристь, 2003. – 992 с., С. 74-75.
106. Ліанова Е. Досвід соціальної політики в країнах розвинутої та перехідної економіки і можливості його використання в Україні / Е. Ліанова, В. Іванкевіч, В. Бевз. // Україна: аспекти праці.. – 1997. – №1. – С. 36–41.
107. Любимцева С.В. Глобализация и механизмы трансформации экономических систем / С.В. Любимцева // Экономическая теория на пороге XXI века – 7: Глобальная экономика / Под ред. Ю.М. Осипова, С.Н. Бабурина, В.Г. Белолипецкого, Е.С. Зотовой. – М.: Юристь, 2003. –992 с., С. 385-386.
108. Любіцева О. О. Геопросторова організація туристичного процесу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. геогр. наук : спец. 11.00.02 "економічна та соціальна географія" / Любіцева Ольга Олександрівна – Київ, 2003. – 27 с.
109. Любіцева О.О. Методичні підходи розробки турів: Навчальний посібник. / О.О. Любіцева . – К.: «Альтпрес», 2003. – 189с.
110. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любіцева - К.: Альтерпрес, 2004. - 436с.

111. Мазаракі А.А. та ін. Економіка торговельного підприємства. Підручник для вузів / Під ред. проф. Н.М. Ушакової. - К.: Хрещатик, 1999. - 800 с
112. Макаревич Э.А. Туристские походы выходного дня / Э.А. Макаревич— Мн.: Полымя, 1985. — 79с.
113. Мальцева Л.В. «Організація екскурсійних послуг» як навчальна дисципліна / Л.В. Мальцева // Вісник Луганського національного університету ім. Т. Шевченка. - 2012. - №4(239). - Ч.ІІ. - С.159-163.
114. Мартиненко М.М. Основи менеджменту. – К.: Каравела, 2005. – 496 с. Менеджмент: Навчальні матеріали у схемах і формулах / Ред. А. І. Кредісов.
115. Маскон М. Х. Основи менеджмента. / М. Х. Маскон, М. Альберт, Ф. Хедоурі. – М: Дело, 1992. – 702 с.
116. Маслоу А. Х. Материал из Википедии — свободной энциклопедии [Електронний ресурс] / Абрахам Харольд Маслоу – Режим доступу до ресурсу: 35. ru.wikipedia.org>Маслоу, Абрахам Харольд.
117. Мацола В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України / В.І. Мацола. – Львів.: Інститут регіональних досліджень НАН України, 1997. - 259 с
118. Мачтакова О. Г. Еволюція концепції мотивації як складової стратегічного управління на підприємстві / О. Г. Мачтакова. // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2010. – С. С. 99–107.
119. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в управлінні суб'єктами туристичної діяльності : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. ек. наук : спец. 08.00.04 "економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)" / Мельниченко Світлана Володимирівна – Київ, 2008. – 27 с.
120. Методические рекомендации по организаций и экскурсий на автобусных маршрутах. // М. ЦРИБ "Турист",. – 1978. – С. 45.

121. Мильнер Б. З. Теория организации. / Б. З. Мильнер. // М.: Инфра. – 2000. – №2. – С. 480.
122. Михайліченко Г.І. Удосконалення технологій створення туристичного продукту / Г.І Михайліченко. – К., Вісник КДТЕУ, 2000, №2. – с. 41-50
123. Михайліченко Г. І. Інформаційна та збутова логістика в туризмі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.06.02 "Підприємництво, менеджмент та маркетинг" / Михайліченко Ганна Іванівна – Київ, 2001. – 22 с.
124. Михайліченко Г.І. Практика організації туристичних подорожей: Навч. посіб. / Г.І. Михайліченко – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. – 156 с.
125. Михненко П. А. Основы менеджмента: Теория Д. Мак-Клелланда. Учебный курс [Електронний ресурс] / П. А. Михненко. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: free.megacampus.ru/xbookM0012/book/part-042/
126. Монастирський Г. Л. Теорія організації: Навч.-метод. комплекс / Г. Л. Монастирський. – Т: Екон. думка, 2007. – 84 с.
127. Мунін Г. Б. Маркетинг туризму : навч. посіб. Ч. 2. / Г. Б. Мунін, З. І. Тимошенко, Є. В. Самарцев, А. О. Змійов. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2005. – 427 с.
128. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент Навчальний посібник / Л.І. Нечаюк, Н.О. Телеш /- К.: Центр навчальної літератури, 2003. - 348 с.
129. Нємець Л.М., Сегіда К.Ю. Моштакова Н.В. Культура народів Причорномор'я Соціально-демографічні та історико-культурні фактори розвитку туризму / Л.М.Нємець, К.Ю. Сегіда., Н.В. Моштакова - 2009. - №176. - С.145-147.
130. Общий вклад туризма в ВВП - Туризм, общий вклад в ВВП.. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: knoeta.ru/Атлас Данных
131. Омелянович О.Р. Можливості використання соціальних

мережевих сервісів при підготовці спеціалістів туристичної галузі./
О.Р. Омелянович // Вісник НТУ - К.: - 2012, №24 с.392-397

132. Опалько Ю. В. Збереження культурно-історичної спадщини в сучасній Україні: проблеми та перспективи / Юрій Володимирович Опалько. // Стратегічні пріоритети.. – 2007. – С. 107.

133. Організаційно-правові акти Київради що до питань туризму в м. Києві / Головне управління готельного господарства, туризму та курортів виконавчого органу Київради (київської міської державної адміністрації) - Київ, 2004.

134. Оуэн Р. Материал из Википедии — свободной энциклопедии [Електронний ресурс] / Роберт Оуэн – Режим доступу до ресурсу: ru.wikipedia.org/wiki/Оуэн,_Роберт.

135. Офіційний сайт DELLA [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://della.com.ua/distance>

136. Офіційний сайт УкрЗалызниці [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://booking.uz.gov.ua/>

137. Офіційний сайт Шевченківський район Київ - Головне управління статистики... Шевченківська адміністрація, Шевченківський район Київ, Зімін, Шевченківська РДА, ШРДА, туристичні маршрути, реєстрація, субсидії, податкова..[Електронний ресурс] – Режим доступу shev.gov.ua

138. Панченко Євгенія. Пройнята любов'ю до України [Електронний ресурс] / Євгенія. Панченко // Вісник Книжкової палати. - 2012. - № 2. - С. 50-51. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vkp_2012_2_17.pdf

139. Пилипенко В. Е. Экономическая социология Учебное пособие. / В. Е. Пилипенко, Э. А. Гансова, В. С. Казаков. // К.: МАУП. – 2002. – С. 296.

140. Писаревський І. М. Планування та організація туристських маршрутів: Підручник / І. М. Писаревський, М. В. Тонкошкур// Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. - Х. : ХНАМГ, 2012. - 304 с.

141. Побирченко В. В. Культура народов Причерноморья. Природоохранно-рекреационное природопользование: принципы организации и функционирования. / В. В. Побирченко, И. Н. Воронин. – 2001. – №16. – С. 79.

142. Полинова Н.Ф. Оценка необходимого и достаточного времени на осмотр экскурсионных объектов. Социально-географические проблемы повышения эффективности туристско-экскурсионного обслуживания / Н.Ф. Полинова - Минск: Издательство Беларускаго университета, 1978. -С. 104.

143. Порядок проведення екскурсійної діяльності у м. Києві. [Електронний ресурс] // Заступник Київського міського голови – секретар Київради В. Яловий – 2007. – Режим доступу до ресурсу: [uazakon.com>document/fpart76/idx76036.htm](http://uazakon.com/document/fpart76/idx76036.htm).

144. Прес-реліз «Про роботу туристичних організацій та готелів м. Києва» 28 квітня 2010 року. [Електронний ресурс] // Офіційні повідомлення, прес-релізи Укрдержархіву (Держкомархіву) України. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: [archives.gov.ua>Архівні установи>..._press_2010-2011.php](http://archives.gov.ua/Архівні_установи/..._press_2010-2011.php).

145. Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів. [Електронний ресурс] // Розпорядження Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2009 р. № 1088 . – Режим доступу до ресурсу: www.gdo.kiev.ua.

146. Прогноз ВТО, приведенный в докладе "Туризм - панорама 2020" (Tourism: 2020 Vision) Доклады Всемирной туристической организации «Барометр мирового туризма»// UNWTO Tourism Barometer. Edition, 2007, 2009, 2010 (01). [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.unwto.org>.

147. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично – готельного підприємництва. Навч. посіб./ П.Р. Пуцентейло – К.: ЦУЛ, - 2007 – 300с.

148. Реалізація державної політики у галузі культури. Аналітичний звіт МКТ України за 2007 рік / Міністерство культури і туризму України. – К.: – 152 с.
149. Рикардо Д. Тенденция нормы прибыли к понижению (в оригинале у Маркса: Gesetz vom tendenziellen Fall der Profitrate) [Електронний ресурс] / Давид Рикардо – Режим доступу до ресурсу: ru.wikipedia.org/wiki/Рикардо,_Давид.
150. Рік і століття туризму / Інф. // Міжнародний туризм. – 2009. – № 2. – С.15.
151. Руденко А.М., Довгалёва М.А. Психология социально-культурного сервиса и туризма / А.М.Руденко, М.А. Довгалёва // Учебное пособие для ВУЗов. - Ростов-на-Дону: «Феникс», 2005.
152. Рыбальский, В.И. Автоматизированные системы управления в строительстве / В.И. Рыбальский.// Киев: Высшая школа, 1979. – 451 с.
153. Саати Т.Л. Аналитическое планирование: организация систем: Пер. С англ. / Т.Л. Саати, К. Керне. - М.: Радио и связь, 1991. - 224 с.
154. Саати, Т.Л. Принятие решений при зависимостях и обратных связях:аналитические сети: Пер. с англ. /Т.Л. Саати. - М.: Книжный дом «Либроком», 2010. – 360 с.
155. Савина Н.В. Экскурсоведение: учебное пособие / Н.В. Савина. – Минск: БГЭУ, 2010. – 256 с.
156. Сайт Центральної маршрутно-кваліфікаційної комісії Федерації спортивного туризму України – колеги суддів змагань туристських спортивних походів [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: www.cmkk.com.ua.
157. Сасін М.П., Гринько С.А. Вдосконалення класифікації видів і форм туризму. Феномен ХХ століття. Удосконалення класифікації видів і форм туризму / Михайло Сасін, Сергій Гринько // Краєзнавство.Географія. Туризм. – 2013. – листопад. – № 22. – С. 1 – 10.

158. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на науковий твір № 59658 «Методичні підходи формування туристичного маршруту» / К.А.Компанець, І.Ф. Лаврик; Національний транспортний університет; заявл. 18.03.2015 № 60056 ; опубл.15.05.2015

159. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на науковий твір № 59659 «Програмне забезпечення моделі формування оптимального туристичного маршруту» / К.А.Компанець, М.М.Дехтяр; Національний транспортний університет; заявл. 18.03.2015 № 60057 ; опубл.15.05.2015

160. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на науковий твір № 59657 «Формалізована модель формування оптимального туристичного маршруту»/ К.А.Компанець, М.Н. Бідняк; Національний транспортний університет; заявл. 18.03.2015 № 60055 ; опубл.15.05.2015

161. Синк Д. С. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение [пер. с англ] / Д. С. Синк. // М.: Прогресс. – 1989. – С. С.528.

162. Смирнов І.Г. Логістика: просторово-територіальний вимір / І.Г. Смирнов - К.: Обрії, 2004. - 335 с.

163. Смирнов І.Г. Організація транспортно-логістичного обслуговування у внутрішньому туризмі / І.Г. Смирнов // Внутрішній туризм в Україні: окремі аспекти: 36. ст. - К.: Ін-т туризму, 2002. - С. 72-80.

164. Соколова Н. А. Международное правовое регулирование туризма [Електронний ресурс] / Н. А. Соколова // Сайт – Режим доступу до ресурсу: Все о туризме - туристическая библиотека стаття.

165. Статистичний щорічник України за 2013 рік / За ред. О.Г.Осауленка. – К.: Консультант, 2014. – 574 с

166. Теория Л. Портера — Э. Лоулера [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: InfoManagement.ru>leksiya/teoriya_portera_loulera.

167. Тикунов В.С. Методичні підходи создания карт оценки рекреационного (потенциала с использованием ГИС-технологий

[Электронный ресурс] / В.С. Тикунов, Т.М. Красовская, Р.Р. Сатаев. - Режим доступа: <http://www.dataplus.ru/Industries/13Ecolog/mapmetod.htm>.

168. Ткаченко Т. І. Методичні основи управління обсягами комерційної діяльності туристичних підприємств [Електронний ресурс] / Т. І. Ткаченко – Режим доступу до ресурсу: dspace.nbuv.gov.ua/>...123456789...15-Tkachenko.pdf

169. Требования к методической разработке экскурсии. Методические рекомендации.- М.: ЦРИБ Турист, 1979.- С. 17-19

170. Трунин С.Н. Структурные сдвиги в мировой экономики в условиях глобализации / С.Н. Трунин // Экономическая теория на пороге XXI века – 7: Глобальная экономика / Под ред. Ю.М. Осипова, С.Н. Бабурина, В.Г. Белолипецкого, Е.С. Зотовой. – М.: Юристъ, 2003. – 992 с., С. 378.

171. Туристична діяльність в Україні у 2013р. Статистичний бюлетень. Державна служба статистики України – К: 2014

172. Туристский продукт [Електронний ресурс] // Википедия – Режим доступу до ресурсу: ru.wikipedia.org/wiki/Туристский_продукт.

173. Файоль А. Энциклопедия менеджмента [Електронний ресурс] / Анри Файоль – Режим доступу до ресурсу: besonus.narod.ru/Fayol.htm Анри Файоль (1841 - 1925).

174. Фастовець О.О. Організація транспортних подорожей і перевезень / О.О. Фастовець - К.: Музична країна, 2000. - 190 с.

175. Федоренко А., Шолох А. Колсандингова компания Развитие туризма в Украине (анализ туристической конкурентоспособности) [Електронний ресурс] / А.Федоренко, А.Шолох – Режим доступу до ресурсу: socium.com.ua/>2014/01/tourism-development-in-...

176. Фурье Ф. Материал из Википедии — свободной энциклопедии [Електронний ресурс] / Франсуа Мари Шарль Фурье – Режим доступу до ресурсу: ru.wikipedia.org/wiki/Фурье,_Шарль

177. Хміль Л.М. Формування механізму менеджменту в корпоративному секторі банківської системи: Автореф. дис... канд. екон.

наук: 08.06.02 / Л.М. Хміль ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. — К., 2001. — 19 с. — укр.

178. Хміль, Ф. І. Управління персоналом : підручник / Ф. І. Хміль. — К. : Академвидав, 2006. — 488 с.

179. Чернышев Д.А. Глобализационные и интеграционные процессы в управлении предприятиями индустрии туризма / Д.А.Чернышев // Российское предпринимательство. - 2011. - №4, вып.2 (182). - С.147-152.

180. Чумаченко М. Г. «Економічний аналіз» [Електронний ресурс] / М. Г. Чумаченко // Форум. — 2003. — Режим доступу до ресурсу: [forum.kneu.net.ua>archive/index.php/t-18111.html](http://forum.kneu.net.ua/archive/index.php/t-18111.html).

181. Шинкаренко В.Г. Застосовування інноваційних технологій підприємствами автотранспорту по обслуговуванню туристів / ВГ Шинкаренко // Проблеми підвищення ефективності - Харків: ХНАДУ 2013/3/6.- Вип.36

182. Школа І.М., Ореховська Т.М., Корольчук О.П., Кифяк В.Ф. Розвиток туристичного бізнесу регіону: навчальний посібник / І.М. Школа, Т.М. Ореховська, О.П. Корольчук, В.Ф. Кифяк— Чернівці: Книги – ХХІ, 2007. — 291 с

183. Штильмарк Ф. Р. Географическое размещение заповедников в РСФСР и организация их деятельности. Принципы заповедности (теоретические, правовые и практические аспекты) / Ф. Р. Штильмарк. // М. — 1981. — С. 60–76.

184. Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. — Москва: Омега-Л, 2007. — 567 с. — (3-е изд.,испр.). — (ISBN 5-365-00446-9. — ISBN 978-5-365-00446-7.).

185. Kompanets Katarina. Optimal tourist route modeling / K.A. Kompanets., I.F. Lawrik, A.F. Boyko / Nauka i Studia – Przemysl. Чехия — 2015 - № 4 (135) — С. 18 – 24

186. Kompanets Katarina. Route selection and formation model design /. К.А. Kompanets // - Научно – теоретический и практический журнал Оралдін Ғылым Жаршысы – г. Уральск. Казакстан - 2015. - № 6 (137) – С. 44 – 47
187. McKercher, B. Cultural tourism : the partnership between tourism and cultural heritage / Bob McKercher, Hilary Du Cros. – NY: Haworth Hospitality Press, - 2002. – 262 p.
188. Riccio ET. Logistics Frankly Speaking. - Вінниця: Нова кн., 2006. - 168 с.
189. Wrigth NJ. The Management of Service Operations. - N. Y.; London, L. Puczko: Cassee, 2004. - 239 p.

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1 - Туристичне районування України*

Назва туристичних районів	Характеристика туристичних ресурсів**
1	2
1.Карпатський (західний) туристичний район	5908 пам'яток містобудування і архітектури, тобто понад третина всіх пам'яток цього виду, що перебувають під охороною держави в Україні; 6 заповідників та 4 музеї, пов'язані з комплексами історико-архітектурної спадщини.
1.1.Львівський регіон	3659 пам'яток архітектури і містобудування, з яких 794 - національного значення. До Списку історичних міст і селищ включено 55 населених місць Львівщини. На базі комплексів історико-архітектурної та містобудівної спадщини в області створено 5 заповідників. На базі комплексу пам'яток народного будівництва у Львові діє найстаріший в Україні Музей народної архітектури.
1.2.Закарпатський регіон	152 пам'ятки архітектури, з них 137 - національного значення. Відомо близько 250 нововиявлених пам'яток архітектури. В Ужгороді діє регіональний Музей народної архітектури. До
1.3.Івано-Франківський регіон	1359 пам'яток архітектури, з них 149 - національного значення. До Списку історичних міст і селищ включено 26 населених місць Івано-Франківщини.
1.4.Чернівецький регіон	738 пам'яток архітектури й містобудування, з яких 112 - національного значення. Відомо понад 300 нововиявлених пам'яток. До Списку історичних міст і селищ увійшли 8 поселень.
2.Волинсько-Тернопільський туристичний район	2326 пам'яток містобудування і архітектури, 7 заповідників і 1 музей на базі комплексу архітектурно-містобудівної спадщини.
2.1.Волинський регіон	468 пам'яток архітектури, з яких 200 мають національне значення. Відомо близько 180 нововиявлених пам'яток архітектури. До Списку історичних міст і селищ включено 14 населених місць
2.2.Тернопільський регіон	1178 пам'яток архітектури й містобудування, з яких 180 - національного значення. Відомо 140 нововиявлених пам'яток. 26 населених пунктів області включено до Списку історичних міст і селищ
2.3.Хмельницький регіон	387 пам'яток архітектури й містобудування, з яких 230 - національного значення. Відомо близько 160 нововиявлених пам'яток. 24 населених пункти увійшли до Списку історичних міст і селищ.
2.4.Рівненський регіон	338 пам'яток містобудування і архітектури, з яких 109 мають національне значення. Є понад 300 нововиявлених пам'яток. До Списку історичних міст і селищ входять 13 поселень.
3.Житомирсько-Вінницький туристичний район	721 пам'ятка містобудування і архітектури, жодного заповідника.
3.1.Житомирський регіон	210 пам'яток архітектури, з них 64 - національного значення. Відомо понад 300 нововиявлених пам'яток архітектури.

Продовження таблиці А.1 - Туристичне районування України*

1	2
3.2.Вінницький регіон	511 пам'яток архітектури, з них 167 - національного значення. Відомо близько 160 нововиявлених пам'яток архітектури. До Списку історичних міст і селищ включено 17 населених місць Вінничини.
4.Київський туристичний район	1820 пам'яток містобудування і архітектури; 21 заповідник та заповідний комплекс.
4.1.Київ	675 пам'яток, з них 390 - національного значення. Два комплекси - собор Святої Софії з прилеглими монастирськими будівлями та Києво-Печерська лавра включені ЮНЕСКО до Списку всесвітньої спадщини. Відомо понад 1000 нововиявлених пам'яток архітектури, які, після відповідних досліджень, будуть взяті на державний облік. В місті на базі комплексів історико-архітектурної спадщини створено 4 заповідника і 2 музеї: Національний заповідник "Софія Київська", Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник, Державний історико-культурний заповідник "Стародавній Київ", Державний історико-меморіальний заповідник "Лук'янівське кладовище", Музей народної архітектури і побуту України та Музей "Київська фортеця".
4.2.Київський регіон	211 пам'яток архітектури, з яких 91 - національного значення. Виявлено понад 120 нововиявлених пам'яток архітектури. До Списку історичних міст і селищ включені 8 поселень. Діє 2 заповідники.
4.3.Чернігівський регіон	перебуває 230 пам'яток архітектури й містобудування, з яких 171 - національного значення. Відомо понад 160 нововиявлених пам'яток, 15 населених пунктів включені до Списку історичних міст і селищ. Діє 4 заповідники.
4.4.Черкаський регіон	312 пам'яток архітектури, з яких 56 - національного значення. Відомо понад 380 нововиявлених пам'яток архітектури. До Списку історичних міст і селищ увійшли 11 поселень. Діє 6 заповідників.
4.5.Кіровоградський регіон	392 пам'ятки архітектури, з них 17 - національного значення. Відомо близько 170 нововиявлених пам'яток. До Списку історичних міст і селищ включені 7 поселень. Діє один музей-заповідник.
5.Харківський туристичний район	1325 пам'яток містобудування і архітектури; 5 заповідників.
5.1.Харківський регіон	653 пам'ятки, з яких 73 мають національне значення. Відомо близько 300 нововиявлених пам'яток архітектури. До Списку історичних міст і селищ увійшли 16 поселень
5.2.Полтавський регіон	199 пам'яток, з яких 62 - національного значення. Є понад 300 нововиявлених пам'яток архітектури. До Списку історичних міст і селищ увійшли 10 поселень. Створено 3 заповідники.
5.3.Сумський регіон	473 пам'ятки архітектури і містобудування, з яких 127 - національної категорії обліку. Відомо понад 200 нововиявлених пам'яток архітектури. 15 населених місць увійшли до списку історичних міст. Створено 2 заповідники.

Продовження таблиці А.1 - Туристичне районування України*

1	2
6.Дніпровсько-Донецький туристичний район	80 пам'яток містобудування і архітектури; 4 заповідника.
6.1.Дніпропетровський регіон	318 пам'яток архітектури, з них 35 - національного значення. Відомо понад 200 нововиявлених пам'яток архітектури. До списку історичних міст і селищ включено 6 міст
6.2.Запорізький регіон	25 пам'яток архітектури, з них 5 - національного значення. Відомо понад 600 нововиявлених пам'яток архітектури. До списку історичних міст і селищ включено 5 поселень. Діють три заповідники.
6.3.Донецький регіон	140 нововиявлених пам'яток архітектури. До Списку історичних міст і селищ включено 8. Діє один заповідник.
6.4.Луганський регіон	341 пам'ятка архітектури, з них 25 - національного значення. Відомо близько 100 нововиявлених пам'яток. До Списку історичних міст і селищ включено 7 поселень.
7.Південний туристичний район	2804 пам'ятки містобудування і архітектури; 6 заповідників.
7.1.Автономна Республіка Крим	992 пам'ятки містобудування і архітектури, з яких 193 - національного значення. Відомо понад 50 нововиявлених пам'яток. До Списку історичних міст включено 26 населених пунктів. Діє 4 заповідники.
7.2.Місто Севастополь	95 пам'яток містобудування і архітектури, з яких 23 національного значення. Відомо понад 150 нововиявлених пам'яток. До складу Севастополя входять історичні міста Балаклава й Інкерман. З 1978 року діє заповідник "Херсонес Таврійський".
7.3.Херсонський регіон	143 пам'ятки архітектури, з яких 32 - національного значення. Відомо 87 нововиявлених пам'яток. До Списку історичних міст і селищ увійшли 7 поселень.
7.4.Миколаївський регіон	137 пам'яток містобудування і архітектури, з яких 14 мають національне значення. Відомо 460 нововиявлених пам'яток архітектури. До Списку історичних міст входять 5 поселень. В області є один заповідник.
7.5. Одеський регіон	1437 пам'яток містобудування і архітектури, з яких 72 - національного значення. До Списку історичних міст увійшли 12 поселень. Державний історико-архітектурний заповідник "Стара Одеса".

*Джерело[37]: В.Вечерський. "Українська спадщина" -

<http://www.heritage.com.ua/kraeznavstvo/regioni/Resursi/resursy01.htm>

**Наводиться кількість тих пам'яток, які взято на державний облік

Додатки Б



Рисунок Б.1 – Методи і принципи глобалізаційної євросегментації

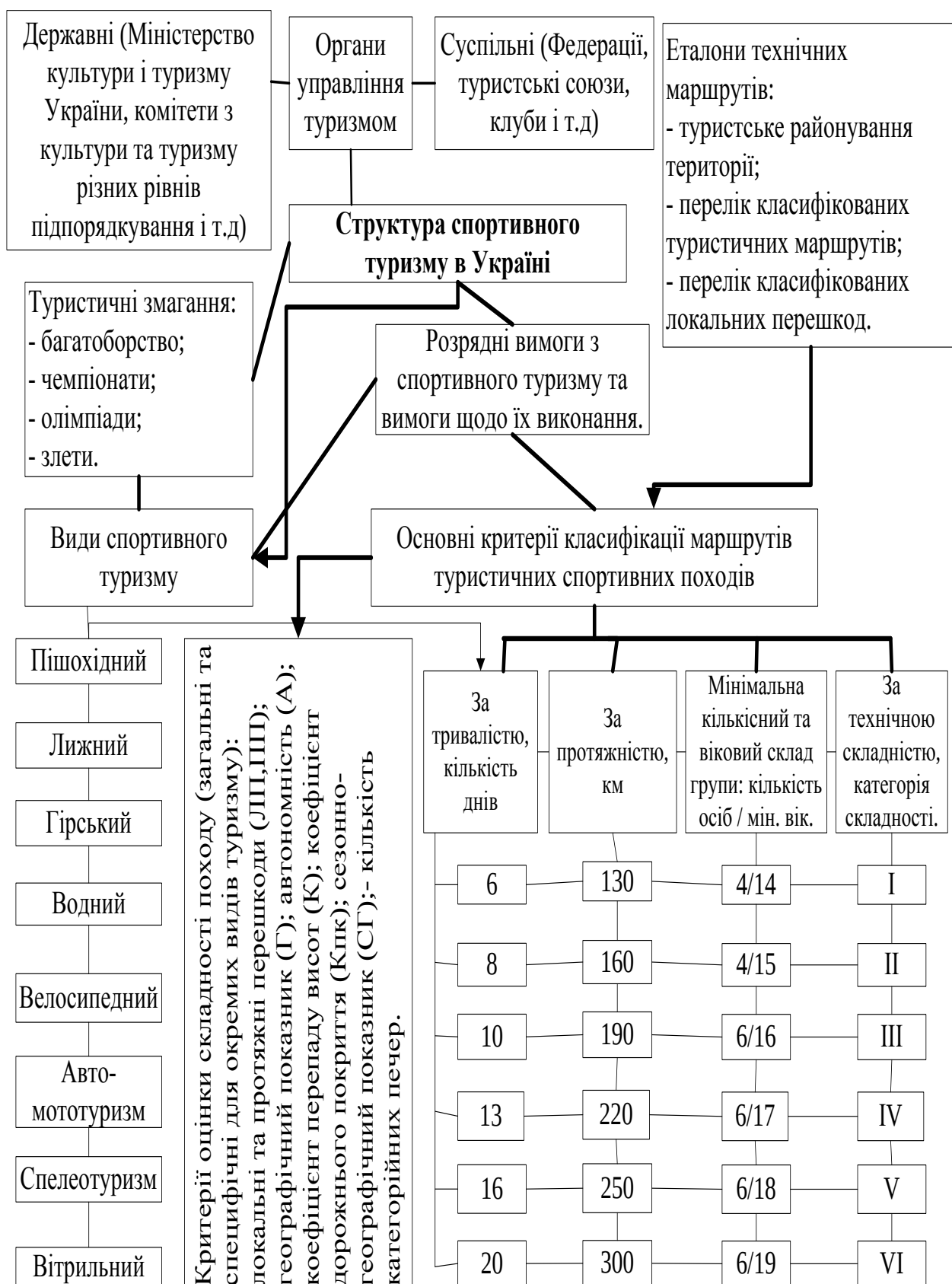


Рисунок Б.2 - Структура спортивного туризму в Україні [138, с.7]

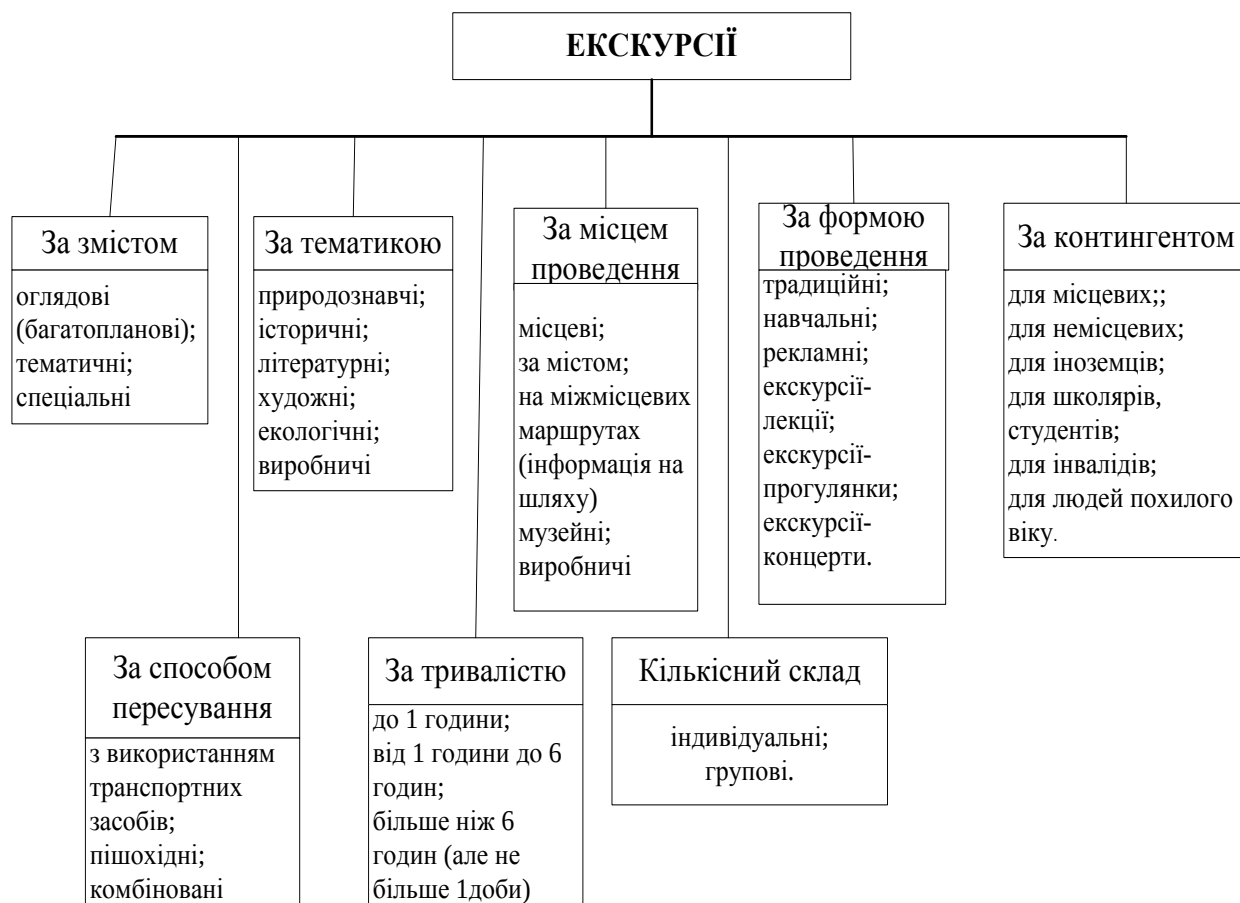


Рисунок Б.3 - Класифікація видів екскурсій [138]

Додаток В

Таблиця В.1 – SWOT аналіз туристичного продукту України

Сильні сторони	Слабкі сторони
S: Вигідне географічне становище; сприятливі кліматичні умови; наявність природних рекреаційних ресурсів для формування туристичних маршрутів спортивного та екскурсійного; багата історико-культурна спадщина, як потенціал для розвитку екскурсійного продукту, потенціал для розвитку молодіжного і дитячого туризму; існує водний простір для розвитку водно-екскурсійного продукту; наявність біоресурсів для розвитку мисливсько-рибальського туризму; наявність інфраструктури; велика кількість музеїв та виставок з наявністю предметів музейного значення; транспортна мережа; зростаючий попит на диверсифіковані види відпочинку; розуміння місцевою владою важливості розвитку рекреаційно-туристичної індустрії.	W: Нерозвинена туристична інфраструктура, недосконалість митної та податкової систем; недосконалість управління міжнародним туризмом з боку держави; відсутність рекламних матеріалів для просування туристичних продуктів на міжнародному ринку; нестача інвестиційних ресурсів; збільшення вартості туристичного продукту при оновленні обладнання та зниження його конкурентоспроможності; висока ціна туристичного продукту на національному та міжнародному ринках; невідповідність туристичних послуг міжнародним стандартам; відсутність сучасних автотранспортних засобів для обслуговування туристичних потоків; необхідність реконструкції об'єктів туризму; відсутність інформаційної бази, що містить суб'єкти туристичної діяльності; недолік стимулюючих факторів для розвитку в'їзного і внутрішнього туризму; нестача кваліфікованих фахівців у туристичній індустрії; несприятливі демографічні процеси; невизначеність законодавства України щодо вільних економічних зон; невисокі доходи внутрішніх туристів; суб'єктивний підхід до потенційних інвесторів; створення належної реклами історико-культурних цінностей області; несприятливе політичне становище; недостатнє фінансування; привласнення історико-культурної території чиновниками

Продовження таблиці В.1 – SWOT аналіз туристичного продукту України

Можливості	Загрози
О: Зростання обсягу туристичного ринку; виділення туристичної індустрії району пріоритетом економічного розвитку; проведення активної рекламно-інформаційної роботи щодо заохочення інвестування туристичної галузі; урізноманітнення послуг на діючих туристичних об'єктах; проведення масових заходів з метою ознайомлення з унікальними пам'ятками без розвинутої інфраструктури; створення конкурентних умов серед потенційних інвесторів; проведення аукціонів і тендерів при реалізації інвестиційних проектів; рекреаційне використання об'єктів природно-заповідного фонду; можливість поєднувати кілька видів туризму; можливість розвитку туристичної інфраструктури за рахунок залучення інвестицій; зростання економічного потенціалу за рахунок розвитку ринку послуг; підвищення привабливості галузі на основі стабільної тенденції реалізації маркетингової політики території.	Т: Висока конкуренція на світовому і національному туристичних ринках; недосконалість нормативно-правової бази; низький попит населення на послуги в'їзного та внутрішнього туризму; мала доступність об'єктів археологічного туризму для туристів; незадовільний стан об'єктів археології; низька безпека подорожей до природних пам'яток; брак виставкових залів, для демонстрації товарів народних художніх промислів; недостатнє просування народних художніх; висока вартість туристичних путівок в зв'язку з високими транспортними витратами; міжнародна конкуренція сусідніх держав; несвоєчасна реакція на зміни у зовнішньому середовищі; зміна політичної та економічної ситуації в державі; конкуренція інших галузей національного господарства; зміна у смаках споживачів.

Таблиця В.2 - Кількісна оцінка SWOT - аналізу зовнішнього середовища конкурентоспроможного туристичного продукту

Сильні сторони	№ експерта											Слабкі сторони	№ експерта										
	Експерт 1		Експерт 2		Експерт 3		Експерт 4		Експерт 5		Середнє значення		Експерт 1		Експерт 2		Експерт 3		Експерт 4		Експерт 5		Середнє значення
	бали	ранг	бали	ранг	бали	ранг	бали	ранг	бали	ранг			бали	ранг	бали	ранг	бали	ранг	бали	ранг	бали	ранг	
Наявність природних рекреаційних ресурсів.	3	2	3	1	4	4	3	2	3	4	8,6	Низький розвиток інфраструктури, сфери послуг та обслуговування туристів.	2	3	3	4	4	3	3	2	3	1	7,8
Наявність інфраструктурних зв'язків.	2	3	3	4	4	2	3	4	3	3	9,4	Висока ціна туристичного продукту на національному та міжнародному ринках.	1	2	2	1	2	1	3	3	3	2	4,2
Наявність історико-культурної спадщини.	4	4	2	2	3	5	3	5	4	5	14	Невідповідність туристичних послуг міжнародним стандартам.	4	4	1	3	2	2	4	4	3	5	10,8
Відносно висока транспортна доступність	2	5	4	5	3	1	3	3	3	2	9,6	Відсутність сучасних автотранспортних засобів для обслуговування туристичних потоків	3	5	2	5	3	4	2	1	3	3	9,6
Сприятливе географічне розташування і природно-кліматичні умови	4	1	3	3	3	3	4	1	2	1	5,6	Необхідність реконструкції об'єктів туризму	4	1	3	2	2	5	4	5	3	4	10,4

Продовження таблиці В.2 - Кількісна оцінка SWOT - аналізу зовнішнього середовища конкурентоспроможного туристичного продукту

Загрози	№ експерта										Можливості	№ експерта											
	Експерт 1		Експерт 2		Експерт 3		Експерт 4		Експерт 5			Середнє значення	Експерт 1		Експерт 2		Експерт 3		Експерт 4		Експерт 5		Середнє значення
	бали	ранг	бали	ранг	бали	ранг	бали	ранг	бали	ранг			бали	ранг	бали	ранг	бали	ранг	бали	ранг	бали	ранг	
Суттєва залежність від економічної та політичної ситуації в Україні.	4	5	3	2	4	5	3	4	3	3	13,4	Зростання обсягу туристичних потоків України.	4	3	4	4	4	5	4	2	4	5	15,2
Суттєва залежність соціальних та демографічних факторів суспільства в Україні.	3	3	4	1	4	4	4	5	3	4	12,2	Зростання привабливості районів України.	2	1	4	1	3	3	2	3	4	2	5,8
Зміна потреб і переваг потенційних споживачів туристичних послуг.	2	1	3	5	3	3	4	3	3	5	10,6	Можливості для туристичних підприємств отримувати доходи від місцевих ресурсів.	2	2	3	2	4	4	3	1	2	4	7,4
Міжнародна конкуренція сусідніх держав.	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	8,8	Активний розвиток сфери послуг.	4	4	2	3	3	2	2	5	3	3	9,4
Недосконалість нормативно-правової бази.	2	2	1	3	2	1	3	1	3	1	3	Зростання економіки України за рахунок розвитку ринку послуг.	2	5	3	5	4	1	3	5	3	1	9,4

Таблиця В.3 - Проблемне поле SWOT- аналізу

		Сильні сторони				Слабкі сторони			
		Середні величини, %	Наявність історико-культурної спадщини	Відносно висока транспортна доступність	Наявність інфраструктурних зв'язків	Середні величини, %	Невідповідність туристичних послуг міжнародним стандартам	Необхідність реконструкції об'єктів туризму	Відсутність сучасних автотранспортних засобів для обслуговування туристичних потоків
Загрози	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Середні величини, %		14	9,6	9,4	X	10,8	10,4	9,6
	Суттєва залежність від економічної та політичної ситуації в Україні.	13,4	Нова стратегія, що спрямована на розвиток рекреаційних ресурсів.	Пошук нових економічних способів переміщення туристів на маршруті.	Пошук шляхів зниження вартості туристичної послуги	13,4	Затримка розвитку туристичних послуг.	Зниження туристичної привабливості України	Неможливість створення нового туристичного продукту.
	Суттєвий вплив соціальних та демографічних факторів суспільства в Україні.	12,2	Нова стратегія ціноутворення на відвідування рекреаційних ресурсів	Складання нових соціально-економічних способів переміщення туристів на маршруті.	Формування соціальних туристичних послуг.	5,2	Неможливість користуватись туристичними послугами України.	Зниження туристичних потоків.	Переважає створення соціальних видів переміщення на туристичному маршруті.
	Зміна потреб і переваг потенційних споживачів туристичних послуг.	10,6	Нова стратегія спрямування потреби споживача туристичного продукту	Орієнтація туристичної послуги на потреби туристів.	Пошук шляхів удосконалення інфраструктурних зв'язків, для задоволення потреб туристів	3,4	Зниження іноземних туристичних потоків в Україну.	Непривабливість туристичних послуг.	Неможливе формування нового автотранспортного маршруту, спрямованого на потреби туриста.

Продовження таблиці В.3 - Проблемне поле SWOT- аналізу

Можливості	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Середні величини, %		14	9,6	9,4	х	10,8	10,4	9,6
	Зростання обсягу туристичних потоків України.	15,2	Розробка тур продукту, спираючись на історико-культурні потреби туристів.	Розвиток транспортної доступності.	Покращення інфраструктурних зв'язків, для створення нових туристичних послуг.	15,2	Підвищення контролю за якістю туристичної послуги.	Затримка розвитку культурно-історичного туристичного продукту.	Створення туристично-транспортних асоціацій.
	Активний розвиток сфери послуг.	9,4	Розробка нових культурно-історичних послуг.	Розвиток стратегічного маркетингу туристичних підприємств, які надають турпослуги.	Розвиток інфраструктурних зв'язків.	9,4	Посилення загрозливих явищ для розвитку сфери послуг.	Залучення іноземних інвесторів для розвитку культурно-історичних екскурсійних послуг.	Розробка нових програм змішаних маршрутів.
	Зростання економіки України за рахунок розвитку ринку послуг.	9,4	Розробка нового економічного турпродукту екскурсійного напрямлення.	Розвиток транспортних підприємств, які надають послуги пасажироперевезення.	Розвиток та удосконалення екскурсійної інфраструктури України.	9,4	Зниження туристичних потоків.	Залучення державних органів для підтримки і розвитку туристичного ринку послуг	Розробка інвестиційних програм, щодо розвитку турисько-транспортних послуг.

Додаток Г

Соціальне опитування

Таблиця Г.1 - Анкета для виявлення потенційного туристичного об'єкту.

Шановний респондент, просимо Вас заповнити анкету, використовуючи правдиві дані і вашу думку! Всі ваші відповіді конфіденційні! Позначаєте Ваші відповіді галочкою в порожньому відділенні.

Основні відомості							
1	Ваш стан	чоловік			жінка		
2	Ваш вік	До 20 років	21-30 років	31-40 років	41- 50 років	51-60 років	60 та старше
3	Сімейний стан	Одружений (заміжня)			Не одружений (не заміжня)		
4	Чи маєте дітей	так			ні		
5	Ваша освіта	вища	Незакінчене вище (менше курсів)	4	Середня (школа)	Середня спеціальне (технікум, коледж)	
6	Рід занять	Учень	Робочий	Керівник	Пенсіонер	Інше (будь ласка, уточніть)	
7	Ваш дохід	Низький (до 2 тис. грн)	Нижче середнього (3- 5тис.грн)		Середній (6-9 тис.грн)		Високий (10 тис.грн і вище)
Питання туристичної анкети.							
1	Які друковані ЗМІ Ви використовуєте для отримання інформації по туристичних поїздках?	1	Загальні та ділові газети/журнали:				
		2	Розважальні газети/журнали:				
		3	Спеціалізовані туристичні видання:				
		4	Газети рекламних оголошень:				

Продовження таблиці Г.1. - Анкета для виявлення потенційного туристичного об'єкту.

		5	Інші газети/журнали:	
		6	Використовую телебачення.	
		7.	Використовую Інтернет	
2	Скільки разів на рік Ви робите туристичні поїздки в межах України?	1	1 раз	
		2	2-3 рази	
		3	4 й більше	
		4	Не здійснюю туристичні подорожі	
3	Скільки разів на рік Ви робите екскурсійні прогулянки по м.Києву?	1	1 раз	
		2	2-3 рази	
		3	4 и більше	
		4	Не здійснюю	
4	Який вид відпочинку вас приваблює	1	Пляжний відпочинок	
		2	Екскурсійний тур	
		3	Лікування	
		4	Освіта	
		5	Екстремальний туризм (альпінізм тощо)	
		6	Інше (що саме?)	
5	Якій вид екскурсій вас приваблює більше.	1	Природознавчі	
		2	Історичні	
		3	Літературні	
		4	Мистецькі	
		5	Полонницько -релігійні	
		6	Екологічні	
		7	Виробничі	
6	Знаєте Ви якісь місця для відпочинку в м. Києві	так		ні
7	Які з перелічених пам'яток м. Києва Ви бажаєте відвідати ще не один раз:	1	Національний музей Тараса Шевченка. Музей видатних діячів української культури: Лесі Українки, М. Лисенка, П. Саксаганського, М. Старицького	
		2	Меморіальний комплекс «Національний музей історії Великої Вітчизняної війни 1941-45 рр.»	
		3	«Музей води»	
		4	Києво-Печерська Лавра з Ближніми і Дальніми печерами (XI-XVIII ст.)	
		5	Пам'ятник Богдану Хмельницькому	
		6	Київський академічний театр оперети	

Продовження таблиці Г.1 - Анкета для виявлення потенційного туристичного об'єкту

1	2	3	4	5
8	Назвіть свої пріоритетні історичні міста м. Києва, які Ви бажаєте відвідати.	1		
		2		
		3		
		4		
9	На ваш погляд, чи привабливий м. Київ, як зона туристичного відпочинку (якщо ні, то поясніть чому?)	так	ні	
			Чому? _____ _____ _____	
10	В яких місця відпочинку Ви любите відпочивати з друзями?	1	Парки	
		2	Кафе	
		3	Ліси	
		4	Інше:	
11	Яка екскурсія в вашому житті Вам запам'яталась?			
12	Які місця і пам'ятки Києва та Київської області Ви порадили б відвідати вашому іногородньому другу?	1		
		2		
		3		
		4		
13	Якими чинниками Ви керуєтесь при виборі ресторану?	1	Місце розташування	
		2	Вартість страв	
		3	Якість страв	
		4	Рекомендації знайомих	
		5	Рекомендації службовців фірми	
		6	Якість ресторанного обслуговування	
14	Які способи проведення дозвілля найбільш привабливі для Вас?	1	Прогулянка по набережній річки Дніпро	
		2	Поїздка на теплоході по річці Дніпро	
		3	Заміська прогулянка	
		4	Відвідування української родини	
		5	Відвідування Зоосаду	
		6	Відвідування музею	
		7	Екскурсія по місту	
		8	Інше	

Продовження таблиці Г.1 - Анкета для виявлення потенційного туристичного об'єкту.

15	Чи брали ви колись яку-небудь ознайомчу екскурсію, не пов'язану з метою поїздки?	так	ні
16	Приїжджаючи в нове для вас місто, чи цікавить вас його історія, походження назви міста	так	ні
17	У разі ствердної відповіді на попереднє запитання, чи готові ви витратити час на походи по історичних/археологічних музеях, відвідування лекцій, чи достатньо загальної ознайомчої екскурсії? (Випишіть, будь ласка, що цікавить вас, або напишіть своє)		
18	Виберіть, в якому з нижченаведених готелів вам би хотілося оселитися	1	Шикарний готель-центр, з якого можна і не виходити, тому що все необхідне для відпочинку тут є.
		2	Невеликий готель в сільському стилі; окремі будиночки
		3	Готель потрібен тільки щоб було де виспатися і освіжитися. Ви хочете подивитися країну і готові скоротити витрати на готель.
		4	Якщо ви хочете, опишіть, який ви бачите готель: _____ _____ _____ _____

Продовження таблиці Г.1 - Анкета для виявлення потенційного туристичного об'єкту.

19	Чи готові ви відмовитися від декількох екскурсій заради більш близького знайомства з магазинами і торговими центрами?	так	ні
20	На ваш погляд, що з нижченаведеного зацікавило вас?	1 Камерний оркестр у стінах середньовічного замку	
		2 Сучасна дискотека	
		3 Виставка сучасного мистецтва	
		4 Важко відповісти	
21	Комунікабельні Ви?	так	ні
22	Як Ви ставитеся до туризму в групі?		
23	Який спосіб пересування Вам підходить найбільше?	1 Автобусні екскурсії;	
		2 Морські та річкові прогулянки;	
		3 Власний автомобіль;	
		4 Піша прогулянка;	
		5 Інше (будь ласка, уточніть)	
24	Що для Вас є головною причиною звернення в ту чи іншу туристичну компанію?	1 Популярність компанії	
		2 Реклама компанії в ЗМІ	
		3 Рекомендації друзів, знайомих	
		4 Минулий досвід спілкування з цією компанією	
		5 Конкретна пропозиція, зацікавило Вас	
25	Які основні цілі Ви переслідуєте при здійсненні подорожі?	1 Знайомство з визначними пам'ятками району і його культурою;	
		2 Відпочинок в екологічно чистому районі та відвідування красивих місць природи;	
		3 Спортивно-розважальний відпочинок;	
26	При здійсненні екскурсії яку ціль Ви найчастіше переслідуєте?	1 Підвищення свого рівня знань про історію своєї держави	
		2 Цікавість всім новим	
		3 Шкільне завдання	
		4 Як розважальний характер	

Продовження таблиці Г.1 - Анкета для виявлення потенційного туристичного об'єкту.

27	Відвідуєте Ви фестивалі, спортивні змагання, що проходять у м. Києві на регіональному і місцевому рівні, які?	так	ні
28	Що, на Вашу думку, зараз перешкоджає розвитку туризму у Вашому регіоні?	1	Відсутність цікавих можливостей для туризму і відпочинку
		2	Складність транспортної доставки і висока вартість проїзду
		3	Відсутність інфраструктури (умов проживання і харчування, транспортних засобів, необхідного сервісу)
		4	Потенційні відвідувачі не знають про можливості туризму у вашому регіоні (відсутність інформації та реклами)
		5	Недоброзичливе ставлення місцевих жителів до туристів
29	Яким, на Вашу думку, повинен бути туризм у Вашому районі?	1	Масовим, нічим не обмеженим
		2	Організованим, обмеженим в такій мірі, щоб не допустити руйнування природного середовища
		3	Елітарним
		4	Інше:
30	Що, на Вашу думку, необхідно зробити, щоб туризм у Вашому районі, Києві приносив максимальну користь місцевим жителям? (будь ласка, виберіть не більше 5 найбільш важливих напрямків)?	1	Вирішити інфраструктурні проблеми (транспорт і сервіс)
		2	Збільшити потік туристів у Ваш район
		3	Побудувати готелі та гостьові будинки
		4	Організувати більше платних послуг для туристів, щоб дохід від цього отримували місцеві жителі
		5	Організувати групи активістів з місцевих мешканців, які будуть безпосередньо брати участь у проектах з розвитку туризму
		6	Створити етнографічний комплекс, де місцеві жителі покажуть туристам традиційні заняття, промисли, костюми і т.д., де будуть виступати місцеві фольклорні групи (на платній основі)
		7	Налагодити виготовлення та продаж сувенірів з місцевим колоритом і символікою
		8	Залучити фінансові кошти у вигляді грантів та (або) інвестицій
		9	Підготувати кваліфікованих гідів-провідників
		10	Інше _____ - _____

Таблиця Г.2 - Зразок анкети

Шановний експерте! Просимо Вас взяти участь у дослідженні, давши відповідь на запитання анкети з оцінювання якісних показників процесу формування оптимального рівня туристичної привабливості регіону, а саме:

- якість навколишнього природного середовища району м. Києва;
- економічна привабливість району м. Києва;
- політична стабільність району м. Києва

Ваше завдання полягає у визначенні рангів показників, надавши їм певну суму балів: від 1 до 5.

Наприклад. Оцініть якість закладів розміщення туристів (оцінки від 1 до 5 балів).

Райони м. Києва	Функціональне призначення закладів	Культура обслуговування	Професійність обслуговування	Середня оцінка
Шевченківський				
Печерський				
Подільський				
Оболонський				
Святошинський				
Солом'янський				
Голосіївський				
Деснянський				
Дніпровський				
Дарницький				

Додаток Д

Таблиця Д.1 - Узагальнена шкала оцінки рівня привабливості території здійснення туристичної подорожі

Групи і підгрупи об'єктів	Ранг	Оцінка, бали			Коефіцієнт значущості
		Природний	Соціальний	Культурно-історичний	
1	2	3	4	5	6
Природний блок					
1. Археологічні об'єкти					
Території первісного заселення	1	2	3	2	6
Стоянки, поселення	2	2	2	2	12
Кургани	3	2	2	2	18
Древні городища (прості)	4	2	2	3	28
Древні городища - складні (з декількома лініями оборони, дитинцем і довколишнім містом)	5	1	2	2	25
2. Палацово-паркові ансамблі					
Окремі залишки палацово-паркових ансамблів	1	1	2	1	4
Окремі фрагменти палацово-паркових ансамблів	2	3	1	1	10
Впорядковані фрагменти палацово-паркових ансамблів	3	3	2	2	21
Добре збережені палацово-паркові ансамблі.	4	3	3	3	36
Добре збережені і впорядковані палацово-паркові ансамблі	5	3	3	3	45
Інфраструктурний блок.					
1. Громадські споруди.					
Частково збережені елементи громадських споруд	1	1	1	1	3
Середньої збереженості елементи громадських споруд	2	1	1	2	8
Повної збереженості елементи громадських споруд	3	2	3	3	24
Реставровані пам'ятки громадських споруд	4	1	3	3	28
Добре збереженні пам'ятки громадських споруд	5	1	3	3	35
2. Пам'ятки народної архітектури (поселення, двори, господарські і житлові будівлі, дерев'яні церкви і т.п.)					
Окремі будівлі з елементами народної архітектури	1	1	2	3	6
Окремі будівлі, що є пам'ятниками народної архітектури	2	1	3	3	14
Церкви, садиби, що є пам'ятниками народної архітектури	3	1	3	3	21
Окремі вулиці, або групи будівель, що є пам'ятниками народної архітектури	4	1	2	1	16
Поселення, що визнані як пам'ятники народної архітектури, або спеціально зведені (музеї під відкритим небом)	5	1	2	2	25

Продовження таблиці Д.1 - Узагальнена шкала оцінки рівня привабливості території
здійснення туристичної подорожі

1	2	3	4	5	6
3. Сакральні споруди (церкви, костели, синагоги тощо)					
Фрагменти культових споруд	1	1	3	1	5
Окремі культові різностильові споруди	2	1	3	2	12
Комплекс культових різностильових споруд	3	1	3	2	18
Окремі культові стильові споруди	4	1	3	2	24
Комплекс культових стильових споруд	5	1	2	3	30
Блок культурно-історичний					
А - Об'єкти культурної спадщини					
1. Меморіальні пам'ятки, пов'язані з історичними подіями, національно-визвольними війнами і бойовими та культурними традиціями					
Пам'ятні місця, пов'язані з історичними подіями, національно-визвольними змаганнями, бойовими традиціями, що підтверджуються історичними джерелами	1	1	3	3	7
Окремі пам'ятки, меморіальні дошки, пам'ятні знаки простих форм	2	1	3	3	14
Окремі пам'ятки, меморіальні дошки, що мають високу мистецьку цінність	3	1	3	3	21
Групи пам'яток, меморіальні, парки, споруди, дошки, пам'ятні знаки простих форм	4	1	3	3	28
Група пам'яток, меморіальні музеї, парки, споруди та пам'ятні знаки, що мають високу мистецьку цінність	5	1	2	3	30
2. Сучасні пам'ятки архітектури					
Окремі пам'ятки архітектури, що збудовані з використанням сучасних будівельних матеріалів, технологій, композиційних вирішень	3	1	2	2	15
Окремі сучасні пам'ятки архітектури, що зведені з використанням найновіших технічних засобів	4	1	2	2	20
Група сучасних пам'яток архітектури, що зведені з використанням найновіших технічних засобів	5	1	1	2	20
Б - Народні ремесла					
1. Професійні художні промисли:					
Наявність музейних експозицій, що побудовані на базі зібраних зразків професійних народних майстрів	3	2	2	3	21
Наявність окремих майстрів з експозицією власних творів	4	1	2	3	24
Наявність декількох професійних майстрів та музейних експозицій, складених із художніх творів професійних майстрів	5	2	2	3	35

Продовження таблиці Д.1 - Узагальнена шкала оцінки рівня привабливості території
здійснення туристичної подорожі

1	2	3	4	5	6
2. Народні художні промисли (ткацтво, килимарство, вишивка, художня обробка шкіри, художнє плетіння, деревообробка, гончарство тощо)					
Наявність музейних експозицій, що побудовані на основі зібраних зразків народних умільців	3	1	2	3	18
Наявність окремих народних умільців з експозицією власних творів	4	1	2	3	24
Наявність декількох народних умільців та музейних експозицій, складених із художніх творів народних умільців	5	1	2	3	30
3. Пам'ятки фольклору					
Наявність окремих традицій, що збереглися у родинному і громадському побуті	5	2	2	3	35
Поширення окремих жанрів, або видів фольклору	4	2	2	3	28
Наявність різножанрового та різновидового складу фольклору	5	2	2	3	35
В - Культурні події					
1. Пам'ятники та пам'ятні місця, пов'язані з життям та творчістю діячів історії, культури:					
Пам'ятні місця, пов'язані з учасниками історичних подій національно-визвольних змагань, війн, діячам історії та культури, що підтверджуються історичними джерелами	1	1	2	3	6
Окремі пам'ятники учасникам історичних подій, національно-визвольних змагань, війн, діячам історії та культури спрощені (з обмеженою інформацією)	2	1	2	3	12
Окремі пам'ятники учасникам історичних подій, національно-визвольних змагань, війн, діячам історії та культури, що мають високу мистецьку цінність	3	1	2	3	18
Групи пам'ятників учасникам історичних подій, національно-визвольних змагань, війн, діячам історії та культури простих форм (з обмеженою інформацією)	4	1	2	3	24
Групи пам'ятників учасникам історичних подій, національно-визвольних змагань, війн, діячам історії та культури, що мають високу мистецьку цінність	5	1	2	3	30
2. Пам'ятники оборонного будівництва (земляні або муровані укріплення, замки із бастіонними укріпленнями, монастирі, найновіші фортифікаційні споруди XIX-XX ст.)					
Частково збереженні елементи оборонних споруд	1	2	2	3	7
Середньої збереженості елементи оборонних будівель або окремих архітектурних комплексів	2	2	2	3	14

Продовження таблиці Д.1 - Узагальнена шкала оцінки рівня привабливості території здійснення туристичної подорожі

Повністю збережені елементи, або окремі комплекси пам'яток оборонного будівництва	3	1	2	3	18
Реставровані пам'ятки оборонного будівництва без музейної експозиції	4	2	2	3	28
Добре збережені і оновлені пам'ятки оборонного будівництва з музейною експозицією	5	2	2	3	35
Г - Заклади культури					
Індивідуальні музейні експозиції	3	1	1	2	12
Відомчі музеї пам'яток матеріальної культури	4	1	1	2	16
Етнографічні музеї, музеї народної архітектури і побуту	5	1	2	3	30

Додаток Е

Таблиця Е.1 – Історичні соціальні об'єкти м. Києва

№	Назва історичного об'єкту	Адреса історичного об'єкту
1	2	3
1	Ар-Рахма, київська соборна мечеть	вул. Лук'янівська, б. 46
2	Бабій Яр, пам'ятник	вул. Олени Телігі, б. 10
3	Володимирський собор, Володимирська парафія Української православної церкви (УПЦ КП)	бульв. Тараса Шевченко, Центр, д. 20
4	Древній Київ, державний історико - архітектурний заповідник	Андріївський спуск, б. 5/31
5	Золоті ворота, музей	вул. Володимирська, б. 40А
6	Літературно - меморіальний будинок - музей Т.Г.Шевченко	пер. Тараса Шевченко, Центр, б. 8А
7	Лядські (Печерські) ворота і пам'ятник Архистратигу Михайлу	майдан Незалежності, б. 2
8	Меморіал Голодомору	пл. Перемоги,
9	Монумент Незалежності	майдан Незалежності, б. 1
10	Обеліск Перемоги, пам'ятник Невідомого солдату	Площа Слави
11	Засновники Києва, пам'ятник	майдан Незалежності, б. 2
12	Пам'ятник Олександрю Пушкіну	пр. Перемоги, б. 1
13	Пам'ятник Арсенальцям	вул. Івана Мазепи (Січневого Повстання), б. 3
14	Пам'ятник Богдану Хмельницькому	Володимирська вул., б. 22
15	Пам'ятник Валерію Лобановському	вул. Михайла Грушевського, б. 3
16	Пам'ятник воїнам - афганцям	вул. Лаврська (Січневого Повстання), б. 16
17	Музей історії Михайлівського Золотоверхого монастиря	вул. Трьохсвятительська, б. 63
18	Домик Петра І, музейна експозиція	вул. Костянтинівська, б. 6/8 з
19	Золоті ворота, музей	Володимирська вул., б. 40А
20	Літературно - меморіальний будинок - музей Т.Г.Шевченка	пер. Тараса Шевченка, Центр, б. 8А
21	Пам'ятник в честь воз'єднання України з Росією (Арка Дружби народів)	Володимирський узвіз, б. 2
22	Пам'ятник в честь засновників Києва	Набережне шосе,
23	Пам'ятник В'ячеславу Чорноволу	Музейний пер., б. 4
24	Пам'ятник генералу Ватутіну	вул. Михайла Грушевського, б. 3
25	Пам'ятник Григорію Петровському	вул. Михайла Грушевського, б. 1
26	Пам'ятник Григорію Сковороді	Контрактова пл., б. 1
27	Пам'ятник Жертвам тероризму	вул. Мечникова, б. 1
28	Пам'ятник козаку Мамаю	майдан Незалежності, б. 2
29	Пам'ятник К.Д. Ушинському	вул. Петровського, Первомайський, б. 1
30	Пам'ятник Київським залізничникам	вул. Василя Ліпківського (Урицького), б. 1
31	Пам'ятник княгині Ольги	Трьохсвятительська вул.,

Продовження таблиці Е.1 – Історичні соціальні об'єкти м. Києва

1	2	3
32	Пам'ятник князю Володимирі	Володимирський узвіз, б. 2
33	Пам'ятник Хрещення Русі (Магденбурського права)	Набережне шосе,
34	Пам'ятник Лесі Українки	вул. Михайла Грушевського, д. 1 бульв. Лесі Українки, б. 1
35	Пам'ятник Михайлу Грушевському	бульв. Тараса Шевченко, б. 3
36	Пам'ятник Нестору - Літописцю	вул. Лаврська (Січневого повстання), б. 1
37	Пам'ятник Миколаю Лисенку	вул. Лисенко, б. 1
38	Пам'ятник Миколаю Островському	Повітрофлотський пр., б. 1
39	Пам'ятник Миколаю Терещенку	вул. В'ячеслава Чорновола, б. 1
40	Пам'ятник М.Щорсу	бульв. Тараса Шевченка, Центр, б. 1
41	Пам'ятник Першому київському трамваю	Владимирський спуск, б. 2
42	Пам'ятник Петру Сагайдачному	Контрактова пл., б. 4
43	Пам'ятник П. Чубарю	вул. Героїв Севастополя, б. 1
44	Пам'ятник працівникам органів внутрішніх справ	Соломенська пл., б. 1
45	Пам'ятник студентам и викладачам КПІ	пр. Перемоги, б. 2
46	Пам'ятник Тарасу Шевченко	бульв. Тараса Шевченко, Центр, б. 2
47	Пам'ятник учасникам Січневого повстання 1918 році	вул. Михайла Грушевського, б. 4
48	Пам'ятник Шолом - Алейхему	Рогнединська вул., б. 1/3
49	Пам'ятник Ярославу Мудрому	Золотоворотський переїзд, б. 3
50	Пам'ятник знак жертвам голодомору 1933р.	вул.Трехсвятительская.
51	Софіївський собор	Володимирська вул., б. 24
52	Софія Київська, державний заповідник, відділ Кирилівська Церква	вул. Олени Телегі, б. 12Б
53	Шандор Петефі, пам'ятник	вул. Воровського, б. 8
54	Андріївський спуск	Поділ
55	Києво – Печерська Лавра	вул. Лаврська, 25
56	Хрещатик	вул. Хрещатик
57	Андріївська церква	Андріївський узвіз, б. 23
58	Аптека-музей	вул. Притисько - Микільська, б. 7
59	Археологічний музей	вул. Богдана Хмельницького, Центр, б. 15
60	Ботанічний музей	вул. Богдана Хмельницького, Центр, б. 15
61	Водно - інформаційний центр, КП	вул. Михайла Грушевського, б. 1В
62	Геологічний музей	вул. Богдана Хмельницького, Центр, б. 15

Продовження таблиці Е.1 – Історичні соціальні об'єкти м. Києва

1	2	3
63	Державний політехнічний музей при НТУУ КПІ	пр. Перемоги, б. 37
64	Будинок на Приори, відділ національного музею Т.Г. Шевченка	вул. Вишгородська, б. 5
65	Будинок Турбіних, літературно - меморіальний музей М.О. Булгакова	Андріївський спуск, д. 13
66	Духмяна Піч, український етнічний ресторан	с. Лисники, 4-й кілометр Новообухівський траси)
67	Жуляни, Державний музей авіації	вул. Медова, д. 1
68	Зоологічний музей	вул. Богдана Хмельницького, Центр, б. 15
69	Київська фортеця, історичко - архітектурний пам'ятник	вул. Госпітальна, б. 24А
70	Київський літературно - меморіальний музей Максима Рильського	вул. Максима Рильського, б. 7
71	Київський музей російського мистецтва	вул. Терещенківська, б. 9
72	Лабіринт привидів, кімната страху, кунсткамера	вул. Хрещатик, б. 15
73	Літературно - меморіальний музей-квартира П.Г. Тичини	вул. Терещенківська, б. 5
74	Мамаєва слобода, козацький селіще	вул. Михайла Донця, б. 2
75	Меморіальний будинок -музей М.В. Лисенка	вул. Саксаганського, б. 95
8	Музей А.С. Пушкіна	вул. Кудрявська, б. 9
77	Музей Бориса Грінченко	вул. Воровського, б. 18/2
78	Музей воскових фігур	пр. Перемоги, б. 29
79	Музей вторинної сировини	вул. Степана Сагайдака, б. 112
80	Музей видатних діячів української культури Л. Українки, М. Лисенка, П. Саксаганського, М. Старицького	вул. Саксаганського, б. 97
81	Музей гетьманства (будинок Мазепи)	Спаська вул., б. 16Б
82	Музей Івана Гончара, Український центр народної культури	вул. Лаврська (Січневого повстання), б. 29
83	Музей мистецтв імені Богдана і Варвари Ханенко	вул. Терещенківська, б. 15
84	Музей історії м. Києва	вул. Славгородська, Б. 25 Андріївській узвіз, б. 5/31 вул. Кудрявська, Б. 9
85	Музей історії Туалету	вул. Рибальська, б. 22
86	Музей історичних коштовностей України	вул. Лаврська (Січневого Повстання), б. 15
87	Музей Київська Фортеця	вул. Госпітальна, б. 18
88	Музей книги та друкарських справ України	вул. Лаврська (Січневого Повстання), б. 15

Продовження таблиці Е.1 - Історичні соціальні об'єкти м. Києва

1	2	3
89	Музей культурного спадщини	Московська вул., Печерськ, д. 40Б
90	Музей Марини Заньковецької	вул. Червоноармійська (Велика Васильківська), 6121
91	Музей однієї вулиці	Андріївський узвіз, б 2Б
92	Музей сучасного образотворчого мистецтва	Глибочицька вул., б. 17
93	Музей театального, музичного та кіномистецтва України	вул. Лаврська (Січневого Повстання), б. 21
94	Музей українського народного декоративного мистецтва	вул. Лаврська (Січневого Повстання), д. 21
95	Національний Військово-Історичний музей України	вул. Михайла Грушевського, б 30/1
96	Національний музей історії Великої Вітчизняної війни 1941-1945 років, меморіальний комплекс	вул. Лаврська (Січневого Повстання), б. 24
97	Національний музей історії України	Володимирська вул., б 2
98	Національний музей літератури України	вул. Богдана Хмельницького, Центр, б. 11
99	Національний музей медицини України	вул. Богдана Хмельницького, Центр, б. 37
100	Національний музей Т.Г. Шевченка	бульв. Тараса Шевченка, Центр, б. 12
101	Національний науково-природничий музей, ЦНМП НАНУ	вул. Богдана Хмельницького Центр, б. 15
102	Національний художній музей України	вул. Михайла Грушевського, б. 6
103	Палеонтологічний музей	вул. Богдана Хмельницького, Центр, б. 15
104	Пирогова, національний музей народної архітектури та побуту України	с. Пирогово, юрид.адреса: 01015, м .Київ, вул. .І. Мазепи, 21, корп.19
105	Центральний Державний архів-музей літератури і мистецтва України (ЦДАМЛМ України)	Володимирська вул., б. 22А
106	Центральний музей прикордонної служби України	вул. Лаврська (Січневого Повстання), б. 24
107	Чорнобиль, Національний музей МВС України	Хоревий пер., б. 1
108	Шоколадний будиночок, філія Київського музею російського мистецтва	вул. Шовковична, б. 17
109	Майдан Незалежності	між Хрещатиком, вулицями Бориса Грінченка, Софійською, Малою Житомирською, Михайлівською, Костьольною, Інститутською, Архітектора Городецького та провулком Тараса Шевченка.

Продовження таблиці Е.1 – Історичні соціальні об'єкти м. Києва

110	Маріїнівській палац	вул. Грушевського, б. 5
111	Будинок з Химерами	вул. Банкова, б. 10
112	Пам'ятник Запорожцю	вул. Васильківська, б. 20
113	Пам'ятник Сміттевозу	вул. Газопровідна, б. 2
114	Пам'ятник матері-одиначці	пр. Перемоги, 11 Центральний РАГС
115	Пам'ятник В'ячеславу Чорноволу	вул. Грушевського, б. 6
116	Пам'ятник «Захисникам кордонів Вітчизни всіх поколінь»	Знаходиться на перетині вулиць Золотоворітської та Рейтарської
117	Пам'ятник В'ячеславу Чорноволу	вул. Грушевського, б. 6
118	Пам'ятник Ярославу Мудрому	вул. Володимирська, 40-а.
119	Пам'ятник будівельнику	Оболонському районі, близько м. Мінська.
200	Пам'ятник князю Святославу	вул. Велика Житомирська

Додаток Ж

Таблиця Ж.1 – Ціни квитків на екскурсійні об'єкти м. Києва

Музеї ,виставки	Ціна, грн			Адреса
	дорослий	дитячий	груповий	
1	2	3	4	5
Шевченківський район				
Національний музей історії України	30	15	54	вул. Володимирська, 2
Національний науково-природничий музей НАН України, археологічний музей, палеонтологічний музей, ботанічний музей, зоологічний музей, геологічний музей	28	20	60	Вулиця Богдана Хмельницького, 15
Музей мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків	20	10	-	вул. Терещенківська, 15-17
Національний музей російського мистецтва	30	15	-	вул. Терещенківська, 9
Музей циркового мистецтва	-	-	80	пр. Перемоги, 82
Літературно-меморіальний музей-квартира П. Г. Тичини	15	10	-	вул. Терещенківська, 5
Літературно-меморіальний музей-квартира М. Бажана	10	7	-	вул. Терещенківська, 5, кв. 5
Музей «Золоті Ворота»	15	8	-	вул. Володимирська, 40-а
Національний музей Тараса Шевченка	15	5	25	бул. Т. Шевченка, 12
Національний музей медицини України	35	25	-	Вулиця Богдана Хмельницького, 37
Національний музей літератури України	-	30	-	Вулиця Богдана Хмельницького, 11
Центральний державний архів-музей літератури і мистецтва України			124	вул. Володимирська, 22а
Державний політехнічний музей	-	-	-	пр. Перемоги, 37
Музей сучасного образотворчого мистецтва України	20	10	50	вул. Глибочицька, 17

Продовження таблиці Ж.1 - Ціни на екскурсійні об'єкти м. Києва

1	2	3	4	5
Музей О. С. Пушкіна	15	8	-	вул. Кудрявська, 9
Музей воскових фігур	25	10		пр. Перемоги, 29
Літературно-меморіальний будинок-музей Тараса Шевченка	15	5	25	провулок Тараса Шевченка, 8-а
Музей київської астрономічної обсерваторії	10			вул. Обсерваторна, 3В
Музей історії Михайлівського Золотоверхого монастиря	-	-	-	вул. Трьохсвятительська, 8
<u>Археологічний музей</u>	25	15	60	<u>вул. Богдана Хмельницького, 15</u>
Музей телебачення	-	-	75	вул. Мельникова, 42
Музей Київського метрополітену	-	-	-	проспект Перемоги, 35
Печерський район				
Музей історичних коштовностей України	50 грн.	-	-	Лаврська вулиця, 9, корпус 12
Києво – Печерська Лавра	50 грн.	-	-	вул. Лаврська, 15
Музей мікромініатюр Миколи Сядристого	35 грн.	-	-	Лаврська вулиця, 21
Державний музей іграшки	40 грн.			Кловський узвіз, 8
Водно-інформаційний центр	40 грн.			вул. Михайла Грушевського, 1В
Музей культурної спадщини	30 грн.			вул. Московська, 40б
Музей книги та друкарства України	30 грн.			Лаврська вулиця, 21
Музей історії Києва	35 грн.			Хрещатик, 2
Державний музей театального, музичного та кіно-мистецтва України	40 грн.			Лаврська вулиця, 21
Національний художній музей України	35 грн.			вул. Михайла Грушевського, 6
Центральний музей Збройних Сил України	25 грн.			вул. Михайла Грушевського, 30/1

Продовження таблиці Ж.1 - Ціни на екскурсійні об'єкти м. Києва

Печерський район				
1	2	3	4	5
Історико-архітектурна пам'ятка-музей «Київська Фортеця»	35 грн.			вул. Госпітальна, 24а
Національний музей історії Великої Вітчизняної війни	30 грн.			Лаврська вулиця, 44
Музей історії туалету	30 грн.			вул. Рибальська, 22
Державний музей українського декоративного мистецтва	40 грн.			Лаврська вулиця, 21
Музей Івана Гончара	35 грн.			Лаврська вулиця, 29
Музей спортивної слави України	30 грн.			вул. Червоноармійська, 55а
Народний музей революційної бойової і трудової слави заводу «Арсенал»	25 грн.			Московська вулиця, 2
Подільський район				
«BodyTown-вибрані живописні твори Юрка Коха»	-	-	-	Галерея «АВС-арт», вул. Воздвиженська 106
«Ефір»	-	-	-	Галерея «Триптих», вул. Андріївський спуск, 34
Музей М. Булгакова	25	10	-	Андріївський узвіз, 13
.Аптека-музей	10	7	-	вул. Притисько-Нікольська, 7
«Формула краси»	10 грн.	-	-	Галерея «Парсуна», вул. Хорива, 43
«Гольдман»	30 грн.	-	-	Арт-центр «Я-Галерея», вул. Хорива, 49б
«Лінас Ляндзбергес. Псевдолитовський пейзаж»	30 грн.	-	-	Галерея «Цех», вул. Фрунзе, 69

Продовження таблиці Ж.1 – Ціни на екскурсійні об'єкти м. Києва

1	2	3	4	5
«Нехай всередині, за гіпсом цієї маски, рухливі ховаються риси»	30 грн.	-	-	Вул. Андріївський спуск, 2б
«Mainstream Girls Gallery»	30 грн.	-	-	Галерея «Mainstream Girls», вул. Туровська 31
Музей гетьманства	1 грн	-	-	вул. Спаська 16-б
«Проект проектів. Миколай Малишко»	30 грн.	-	-	Арт-центр «Я-Галерея», вул. Хорива, 49б
«Київ. Тедді Ленд-3»	50 грн.	-	-	Вул. Сагайдачного, 6а
Музей Чорнобиля	10 грн	3 грн	-	провулок Хорива, 1
Музей однієї вулиці	20 грн	10 грн.	-	Андріївський спуск, 2-Б
«Татлін. Антон Логов»	50 грн.	-	-	Арт-центр «Я-Галерея», вул. Хорива, 49б
Оболонський район				
“Музей Пожежної справи”	10 грн.	-	-	вул. Малиновського, 6
“Музей історії ім. В.М. Бакуля”	10 грн.	-	-	вул. Автозаводська, 2
"Виставка 3Д живопису"	50 грн.	-	-	Пр-т. Оболонський, 1б
Музей "Дім на пригорку"	10 грн.	-	-	вул. Вишгородська, 5
Виставка "L-Art Modern"	15 грн.	-	-	пр-т Московський, 13а
“Меморіальний дім-музей Ф.С. Красицького”	10 грн.	-	-	вул. Брюсова, 20/16
Корабель-пам'ятник Монітор «Железняков»	-	-	-	вул. Електриків, 31
“Сад камнів”	-	-	-	Пр-т. Героїв Сталінграду, 2г
«EKZOland»	55 грн.	-	-	Пр-т. Оболонський, 1б

Продовження таблиці Ж.1 - Ціни на екскурсійні об'єкти м. Києва

Деснянський район				
1	2	3	4	5
Музеї: «Хата моєї бабусі»	30 грн			Центр дитячої та юнацької творчості
«Історія Великої Вітчизняної Війни у фронтових долях земляків»	35 грн			Центр дитячої та юнацької творчості
«Музей партизанської слави»	25 грн			розміщений у Вищому комерційному училищі КНТЕУ
«Музей бойової слави 59-армії»	25 грн			діє у СЗОШ № 190
«Музей Слави та Пам'яті»	40 грн			діє у СЗОШ № 238
«Рідна хата»	35 грн			розташований у СЗОШ № 278
Дарницький район				
Музей Бойової Слави партизанів і підпільників України ВВВ	20 грн.	-	-	вул. Здолбунівська, 7б
Музей історії космонавтики	-	-	18	вул. Тростянецька, 12
Музей історії каналізації Києва	20 грн.	-	-	Харківське шосе, 50а
Міжнародний музей української вишивки	15 грн.	-	-	вул. Новодарницька, 15/1
Музей історії ВО «Київський радіозавод»	25 грн.	-	-	вул. Бориспільська, 9
Виставка хризантем «ART модерн»	25 грн	7 грн	-	
Парк імені воїнів-інтернаціоналістів — міський парк.	Вхід вільний	-	-	вул. Архітектора Вербицького.
Парк «Привокзальний».	Вхід вільний	-	-	Парк знаходиться в Дарницькому районі міста Києва,
Парк «Позняки»	Вхід вільний	-	-	Знаходиться на стику вулиці Драгоманова та пр. П. Григоренка.

Продовження таблиці Ж.1 - Ціни на екскурсійні об'єкти м. Києва

1	2	3	4	5
Парк «Партизанська слава»	20	15	-	Знаходиться між вулицями Тростянецькою та Славгородською
Парк «Прибережний».	Вхід вільний	-	-	Знаходиться на Дніпровській набережній,
Парк імені екіпажу бронепоезда «Тарашанець»	Вхід - вільний	-	-	Парк в Дарницькому районі міста Києва, в місцевості Нова Дарниця.
Голосіївський район				
Київський літературно-меморіальний музей М.Рильського	12 грн.	-	-	03039, м. Київ, вул. М.Рильського, 7
Музей видатних діячів української культури Лесі Українки, Миколи Лисенка, Панаса Саксаганського, Михайла Старицького	10 грн.	-	-	01032, м. Київ, вул. Саксаганського, 97
Національний музей народної архітектури та побуту України	10 грн.	-	-	с. Пирогово, юрид.адреса: 01015, м. Київ, вул. .І. Мазепи, 21, корп.19
Історико-меморіальний музей М.Грушевського (Відділ Музею історії м. Києва)	15 грн.	-	-	01033, м. Київ, вул. Паньківська, 9
“Меморіал” ім.В.Стуса	20 грн.	-	-	03040, м.Київ, вул. Стельмаха, 6-А
Історико-архітектурна пам'ятка-музей “Київська фортеця”	15 грн.	-	-	Регіональний Ландшафтний парк “Лиса гора”, вул. Госпітальна, 24-а
Національний музей бджільництва України	10 грн.	-	-	вул. Заболотного, 19
Музей Великої Вітчизняної війни	20 грн	-	-	вул. Васильківська, 27

Додаток 3

Додаток 3.1- Методичний підхід до формування конкурентоспроможного туристичного продукту

Методичний підхід до формування конкурентоспроможного туристичного продукту				
Мета: формування оптимального туристичного маршруту, який є основною складовою туристичного продукту, для підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств та посилення конкурентоспроможної позиції на ринку за рахунок				
Етапи	Інструментарій	Принципи	Наукові методи дослідження	Адаптування методу
Етап 1	Алгоритм формування оптимального туристичного маршруту. Формалізована модель формування туристичного маршруту. Програмне забезпечення моделі формування туристичного продукту. Алгоритм впровадження методичного підходу.	Соціально-культурного та соціально-економічного спрямування.	Групування та порівняння.	Для дослідження динаміки розвитку туристичної галузі
Аналіз пріоритетної туристичної території подорожі			Логіко – аналітичний, статистичного аналізу.	Для оцінки привабливості території здійснення туристичної подорожі та уподобань споживачів туристичної послуги.
Етап 2		Цілеспрямованості	Експериментального та абстрактно-логічного дослідження.	Для здійснення теоретико-методичних узагальнень уподобань потреб на туристичному ринку
Побудова картографічного матеріалу				
Етап 3		Ефективності	Діалектичного пізнання економічних процесів і явищ, логічного аналізу, теорії економіки та менеджменту, теорії стратегічного управління.	Для виявлення зв'язку між суб'єктами туристичного ринку. Для формування алгоритму проектування конкурентоспроможного туристичного продукту.
Формування нитки маршруту				
Етап 4		Системності		
Моделювання процесу створення оптимального туристичного маршруту				
Етап 5				
Підготовка, перевірка програмного забезпечення. Навчання користувачів програмою оптимального туристичного маршруту .	ВИСНОВКИ	1. Використання запропонованих принципів конкурентоспроможного продукту дозволило сформувати алгоритм оптимального туристичного маршруту, враховуючи всі детермінанти. 2. Адаптування наукових методів дозволило проаналізувати складові кожного етапу методичного підходу. 3. Комплексне виконання послідовних дій дозволило створити інструментарії методичного підходу. 4. Інструментарії методичного підходу дозволяють в режимі реального часу створювати оптимальний туристичний маршрут, який є основою конкурентоспроможного туристичного продукту.		
Етап 6				
Організаційне затвердження маршруту				

Додаток 3.2 - Модулі програмного забезпечення по формуванню оптимального туристичного маршруту

Час перебування в місці відправлення

Вектор назв об'єктів

$$l1 := \begin{pmatrix} \text{"Фонтан Самсон"} \\ \text{"Будинок контрактів"} \\ \text{"Гостинний двір"} \\ \text{"Річковий вокзал"} \\ \text{"Фунікулер"} \end{pmatrix} \quad \text{Rem}_1(n1, n1, L1) = \begin{pmatrix} \text{"пішки"} & \text{"транспорт"} & \text{"транспорт"} & \text{"транспорт"} & \text{"транспорт"} \\ \text{"транспорт"} & \text{"пішки"} & \text{"пішки"} & \text{"транспорт"} & \text{"транспорт"} \\ \text{"транспорт"} & \text{"пішки"} & \text{"пішки"} & \text{"транспорт"} & \text{"транспорт"} \\ \text{"транспорт"} & \text{"транспорт"} & \text{"транспорт"} & \text{"пішки"} & \text{"транспорт"} \\ \text{"транспорт"} & \text{"транспорт"} & \text{"транспорт"} & \text{"транспорт"} & \text{"пішки"} \end{pmatrix}$$

$$nL1 := \text{cols}(L1) = 5$$

Матриця відстаней між об'єктами (км)

Вектор відстаней від точки відправлення до екскурсійних точок

$$L1 := \begin{pmatrix} 0 & 1 & 1.3 & 2.9 & 1.8 \\ 1 & 0 & 0.52 & 1.9 & 1.4 \\ 1.3 & 0.52 & 0 & 8.8 & 0.72 \\ 2.9 & 1.9 & 8.8 & 0 & 2.6 \\ 1.8 & 1.4 & 0.72 & 2.6 & 0 \end{pmatrix} \quad l1_0 := \begin{pmatrix} 0.300 \\ 0.300 \\ 0.520 \\ 2.2 \\ 1.2 \end{pmatrix}$$

$\hat{e}_i$

$$mL1 := \text{rows}(L1) = 5$$

Час перебування
в кожній точці

$$t1 := \begin{pmatrix} 5 \\ 11 \\ 13 \\ 13 \\ 13 \end{pmatrix} \quad \hat{o}_i$$

Вартість перебування
в кожній точці

$$St1 := \begin{pmatrix} 0 \\ 10 \\ 10 \\ 10 \\ 0 \\ 1.5 \end{pmatrix}$$

Типи об'єктів

$$t1 := \frac{t1}{60} = \begin{pmatrix} 0.083 \\ 0.183 \\ 0.217 \\ 0.217 \\ 0.217 \end{pmatrix}$$

Пріоритетності об'єктів

$$\text{Pr1} := \begin{pmatrix} 3 & 1 & 2 \\ 3 & 1 & 3 \\ 2 & 1 & 2 \\ 2 & 2 & 3 \\ 3 & 2 & 2 \end{pmatrix}$$
 В першому стовбці -
 історична, в
 другому -
 природнича,
 в третьому-
 соціальна

$n1 := \text{rows}(\text{Pr1})$
 $i1 := 1..n1$

$m1 := \text{cols}(\text{Pr1})$
 $j1 := 1..m1$

$n1 = 5$

Сумарна пріоритетність

$$\text{PrSum1} = \begin{pmatrix} 6 \\ 7 \\ 5 \\ 7 \\ 7 \end{pmatrix}$$

$$\text{FormPr}(n, m, D) := \begin{array}{l} \text{for } i \in 1..n \\ \quad \left| \begin{array}{l} S \leftarrow 0 \\ \text{for } j \in 1..m \\ \quad S \leftarrow S + D_{i,j} \\ B_i \leftarrow S \end{array} \right. \\ B \end{array}$$

$\text{PrSum1} := \text{FormPr}(n1, m1, \text{Pr1})$

Формування матриці перебування в дорозі між точками

$t_{\text{per1}} := \text{Tper}(n1, m1, L1)$

$$\text{Tper}(n, m, A) := \begin{array}{l} \text{for } i \in 1..n \\ \quad \text{for } j \in 1..n \\ \quad \left| \begin{array}{l} v_{i,j} \leftarrow 40 \text{ if } A_{i,j} > 0.7 \\ v_{i,j} \leftarrow 4 \text{ otherwise} \\ t_{i,j} \leftarrow \frac{A_{i,j}}{v_{i,j}} \end{array} \right. \\ t \end{array}$$

$$t_{\text{per1}} = \begin{pmatrix} 0 & 0.025 & 0.033 & 0.073 & 0.045 \\ 0.025 & 0 & 0.13 & 0.048 & 0.035 \\ 0.033 & 0.13 & 0 & 0.22 & 0.018 \\ 0.073 & 0.048 & 0.22 & 0 & 0.065 \\ 0.045 & 0.035 & 0.018 & 0.065 & 0 \end{pmatrix}$$

Матриця пояснень, перебуває в дорозі пішки чи транспортом

$$\text{Rem}_1(n, m, A) := \begin{array}{l} \text{for } i \in 1..n \\ \quad \text{for } j \in 1..m \\ \quad \quad \left| \begin{array}{l} \text{Re}_{i,j} \leftarrow \text{"\u0440\u0435\u0434\u0435\u0432\u0430\u043d\u0435"} \quad \text{if } A_{i,j} > 0.7 \\ \text{Re}_{i,j} \leftarrow \text{"\u0442\u0440\u0430\u043d\u0441\u043f\u043e\u0440\u0442\u043e\u043c"} \quad \text{otherwise} \end{array} \right. \\ \text{Re} \end{array}$$

Формування матриці перебування в дорозі між точками та в самих точках

$$t_{\text{zag}} = \begin{pmatrix} 0.083 & 0.108 & 0.116 & 0.156 & 0.128 \\ 0.208 & 0.183 & 0.313 & 0.231 & 0.218 \\ 0.249 & 0.347 & 0.217 & 0.437 & 0.235 \\ 0.289 & 0.264 & 0.437 & 0.217 & 0.282 \\ 0.262 & 0.252 & 0.235 & 0.282 & 0.217 \end{pmatrix}$$

$$\text{Tzag}(n, m, A, b) := \begin{array}{l} \text{for } i \in 1..n \\ \quad \text{for } j \in 1..n \\ \quad \quad T_{i,j} \leftarrow A_{i,j} + b_i \\ T \end{array}$$

$$t_{\text{zag}} := \text{Tzag}(n1, m1, t_{\text{per}1}, t1)$$

1. Знаходження першої точки маршруту

Формуємо масив з номерів мінімальних за відстанню точок від 0

Формування маршрутів

$$\text{er1}(n, R) := \begin{array}{l} \text{min} \leftarrow 100 \\ k1 \leftarrow 0 \\ \text{for } j \in 1..n \\ \quad \text{min} \leftarrow R_j \quad \text{if } R_j \leq \text{min} \\ \text{for } j \in 1..n \\ \quad \text{if } R_j = \text{min} \\ \quad \quad \left| \begin{array}{l} k1 \leftarrow k1 + 1 \\ d1_{k1} \leftarrow j \end{array} \right. \\ d1 \end{array}$$

$$\text{dovg_min} := \text{ZnPer1}(n1, l1_0)$$

$$\text{dovg_min} = \begin{pmatrix} 1 \\ 2 \end{pmatrix} \quad \text{номери точок з мінімальною відстанню від 0}$$

$$\text{kilk_min} = \text{length}(\text{dovg_min}) = 2 \quad \text{кількість таких точок}$$

Формуємо масив з номерів максимальних по пріоритетності точок

$ZnPer2(n, R) :=$

$\max \leftarrow -100$ $k2 \leftarrow 0$ for $j \in 1..n$ $\max \leftarrow R_j$ if $R_j \geq \max$ for $j \in 1..n$ if $R_j = \max$ $k2 \leftarrow k2 + 1$ $d2_{k2} \leftarrow j$ $d2$	задається значення, заздалегідь менше, ніж імовірно в масиві умова для перевірки, чи є елемент масиву R - більшим максимального якщо умова задовільняється, включається рахівник для визначення номера максимального елемента масиву $k2$, присвоюється максимаьне значення - значення відстані до поточної точки і формується масив $d2$ з номерів максимальних значень.
--	--

$prior_max := ZnPer2(n1, PrSum1) = \begin{pmatrix} 2 \\ 4 \\ 5 \end{pmatrix}$ Вчмм

$kilk_max = \text{length}(prior_max) = 3$ **кількість таких точок**

Знаходимо співпадаючі по пріоритетності і по мінімальній відстані точки

$Spivpadinnya(m, n, a, b) :=$

for $i \in 1..m$ for $j \in 1..n$ if $a_i = b_j$ $d \leftarrow b_j$ break otherwise $d \leftarrow a_i$ break d	Перевіряється два масиви з вибраних номерів точок - по пріоритетності та відстані. Перевіряється, чи вони однакові. Після першого співпаданя номер точки фіксується вибірка припиняється. Якщо співпаданя немає - першою точкою приймається перша та, що знаходиться найближче до нульової.
--	---

2. Знаходження послідовності точок маршруту

Знаходження першої точки і виключення її з добірки майбутнього маршруту

$Persh_toch_Vykluch(n, znach, A) :=$

$k \leftarrow 0$ $j \leftarrow 1$ for $i \in 1..n$ $B_{i,1} \leftarrow "tm"$ if $i = znach$ $B_{i,1} \leftarrow A_{i,1}$ otherwise B	
---	--

- позначається точка маршруту в матриці імовірних маршрутів

Отже, перша точка маршруту після нульової буде "tm"

$$\text{Pers_toch_Vykluch}(n1, \text{Pers_tochka}, L1) = \begin{pmatrix} 0 \\ \text{"tm"} \\ 1.3 \\ 2.9 \\ 1.8 \end{pmatrix}$$

Формуємо матрицю, в якій всі значення, що належить рядку розташування позначаються буквами

для першої точки

$$\text{df}(m, n, D, zn) := \begin{cases} \text{for } i \in 1..m \\ \quad \text{for } j \in 1..n \\ \quad \quad \left| \begin{array}{l} A_{i,j} \leftarrow 1 \cdot 10^5 \text{ if } i = \\ A_{i,j} \leftarrow D_{i,j} \text{ otherv} \end{array} \right. \\ \quad \quad \quad A \end{cases}$$

$$\text{df}(mL1, nL1, L1, \text{Pers_tochka}) = \begin{pmatrix} 1 \times 10^5 & 1 & 1.3 & 2.9 & 1.8 \\ 1 \times 10^5 & 1 \times 10^5 & 1 \times 10^5 & 1 \times 10^5 & 1 \times 10^5 \\ 1.3 & 0.52 & 1 \times 10^5 & 8.8 & 0.72 \\ 2.9 & 1.9 & 8.8 & 1 \times 10^5 & 2.6 \\ 1.8 & 1.4 & 0.72 & 2.6 & 1 \times 10^5 \end{pmatrix}$$

ДОДАТОК И

Акти впровадження результатів дисертаційного дослідження

1. Додаток И.1 - Акт впровадження результатів дисертаційного дослідження ТОВ «Краєвид»
2. Додаток И.2 - Акт впровадження результатів дисертаційного дослідження ТОВ «Туристична пошта»
3. Додаток И.3 - Акт впровадження результатів дисертаційного дослідження ТОВ « Унітерра – ІІ»
4. Додаток И.4 - Довідка про впровадження результатів науково – дослідної роботи в навчальний процес Національного транспортного університету

Додаток И.1 - Акт впровадження результатів дисертаційного дослідження ТОВ
«Краєвид»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Генеральний директор
Туристичне бюро ТОВ «Краєвид»
В.Т. Котлярова

«13» жовтня 2015 р.



АКТ ВПРОВАДЖЕННЯ
результатів дисертаційного дослідження

Цей акт складено про те, що результати наукових досліджень за темою дисертаційної роботи Компанець Катерини Андріївни «Організаційно – економічне обґрунтування принципів та методів управління підприємством (на прикладі туристичних організацій)», використані в практичній діяльності туристичного бюро ТОВ «Краєвид»

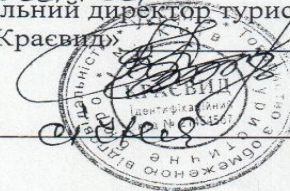
Впроваджено методичні підходи щодо формування туристичних маршрутів з мінімізацією змінних витрат підприємства на їх створення. Використання цих методичних підходів при аналізі та розрахунку загальних витрат туристичного бюро дозволило зменшити частку змінних витрат у собівартості нововведених маршрутів на 5,3% та частку прямих витрат у витратах підприємства на 11,5%.

Рекомендації автора, щодо формування інформаційної бази екскурсійних об'єктів дозволило розробити напрямки розвитку туристичних маршрутів, орієнтованих на споживача туристичної послуги, що являє собою найважливіших аспектів стратегії розвитку туристичного бюро та отримання додаткового прибутку.

Зав. туристичним бюро
Краєвид

Генеральний директор туристичного бюро
ТОВ «Краєвид» В.Т. Котлярова

«13» жовтня 2015р.



Додаток И.2 - Акт впровадження результатів дисертаційного дослідження ТОВ
«Туристична пошта»

№ 2814

ЗАТВЕРДЖУЮ

Генеральний директор
ТОВ «Туристична пошта»
Марінічев М. С.

« 12 » серпня 201 5 р.

АКТ ВПРОВАДЖЕННЯ
результатів дисертаційного дослідження

Цим Актом засвідчую, що результати дисертаційного дослідження Компанець Катерини Андріївни на тему: «Організаційно-економічне обґрунтування принципів та методів управління підприємством (на прикладі туристичних організацій)» використані в діяльності ТОВ «Туристична пошта».

Впроваджено рекомендації до проектування туристичних оглядових маршрутів з використанням програмного забезпечення формування оптимального туристичного маршруту. Імплементация принципів соціально-культурного, соціально-економічного спрямування та цілеспрямованості в управлінні ТОВ «Туристична пошта» призвело до моніторингу уподобань туристів і формуванню конкурентоспроможної туристичної послуги.

Згадані вище розробки мають наукову та практичну цінність. Їх використання у діяльності призвело до зменшення собівартості пропонувананих туристичних маршрутів на 6,2%, що становить 5,27 тис.грн в місяць.

Генеральний директор
ТОВ «Туристична пошта»

М. С. Марінічев

« 12 » серпня 201 5 р.



Додаток И.3 - Акт впровадження результатів дисертаційного дослідження ТОВ «
Унітерра – III»

**ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
«УНІТЕРРА-III»
61058, м. Харків, вул. Культури, 25 А
ЄДРПОУ 33897405**

Вих. № від 09. лютого. 2015р.
W 101 / 09

**АКТ ВПРОВАДЖЕННЯ
результатів дисертаційного дослідження**

Результати наукових досліджень за темою дисертаційної роботи Компанець Катерини Андріївни «Організаційно – економічне обґрунтування принципів та методів управління підприємством (на прикладі туристичних організацій)» використані в практичній діяльності Міжнародного центру бізнесу і туризму ТОВ «УНІТЕРРА-III».

Впроваджено рекомендацій з проектування та організації туристичних маршрутів з використанням формалізованої моделі оптимізації та комплектації інформаційних маркетингових досліджень, направлених на можливості задоволення вимог споживача до туристичного продукту та розширення клієнтської бази, що дозволило систематизувати цільові орієнтири організаційно-економічного адаптування методів та принципів управління туристичним підприємством щодо формування туристичних маршрутів та підвищити загальний прибуток підприємства на 7 %.

Директор ТОВ «УНІТЕРРА-III»



А.І. Ільїн

Додаток И.4 - Довідка про впровадження результатів науково – дослідної роботи в навчальний процес Національного транспортного університету

000578



УКРАЇНА

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТРАНСПОРТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

01 010, Київ, вул. Суворова, 1, т.ф. +38 (044) 280 8203, т. +38 (044) 280 8765, e-mail: general@ntu.edu.ua

04.08.14 № 2009/08-09

на № _____

ДОВІДКА

про впровадження результатів науково-дослідної роботи
в навчальний процес Національного транспортного університету

Результати наукових досліджень за темою дисертаційної роботи Компанець Катерини Андріївни «Організаційно – економічне обґрунтування туристичних маршрутів» впроваджено в програму підготовки бакалаврів, спеціалістів і магістрів фахового спрямування «Туризмознавство (туристична діяльність)» і адаптовано на протязі 2009 -2014 навчальних років на факультеті «Економіки, менеджменту і права», в Інституті заочного та дистанційного навчання Національного транспортного університету.

Найменування впровадженого результату	Форма впровадження та досягнутий практичний ефект
Навчальні програми з дисциплін: – « Діяльності туристичної самодіяльної організації»; – «Туристичне країнознавство»; – «Рекреаційні комплекси»; – «Організація діяльності туроператора»	Матеріали дисертаційної роботи впроваджені у вигляді електронних конспектів лекцій, тестових завдань різного ступеня важкості та реалізовані у навчальних програмах і методичному курсі «Прометей 4.3». Впровадження зазначених і реалізованих методичних матеріалів дозволило перейти до якісного і комплексного опанування навчальних дисциплін з використанням досвіду формування оптимальних туристичних маршрутів для різних видів туристичної діяльності. Також вони допомагають в навчальному процесі сформувані і комплексно донести слухачеві повну інформаційну базу рекреаційного комплексу України.

Проректор з навчальної роботи



О.К. Гришук

Додаток К

УКРАЇНА



ДЕРЖАВНА СЛУЖБА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ УКРАЇНИ

СВІДОЦТВО
про реєстрацію авторського права на твір

№ 59657

Науковий твір "Формалізована модель формування оптимального туристичного маршруту"
(вид, назва службового твору)

Автор(и) Компанець Катерина Андріївна, Бідняк Михайло Несторович
(повне ім'я, псевдонім (за наявності))

Авторські майнові права належать Компанець Катерина Андріївна, вул. Суворова, 1, м. Київ, 01010; Бідняк Михайло Несторович, вул. Суворова, 1, м. Київ, 01010; Національний транспортний університет, вул. Суворова, 1, м. Київ, 01010
(повне ім'я фізичної та/або повне офіційне найменування юридичної особи, адреса)

15.05.2015

Дата реєстрації



Голова Державної служби інтелектуальної власності України
 А.Г.Жарінова

Продовження додатку К

**ДЕРЖАВНА СЛУЖБА
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІ УКРАЇНИ**

Україна, 03680, МСП, м. Київ-35,
вул. Урицького, 45
Тел. (044) 494-06-06
Факс (044) 494-06-67
E-mail: post@sips.gov.ua


**STATE INTELLECTUAL
PROPERTY SERVICE
OF UKRAINE**

Ukraine, 03680, MSP, Kyiv-35,
45, Urytskogo str.
Tel. (044) 494-06-06
Fax (044) 494-06-67
E-mail: post@sips.gov.ua

Р І Ш Е Н Н Я
ПРО РЕЄСТРАЦІЮ АВТОРСЬКОГО ПРАВА НА ТВІР

Державна служба інтелектуальної власності розглянула заяву
Національний транспортний університет, вул. Суворова, 1, м. Київ, 01010

(повне ім'я фізичної або повне офіційне найменування юридичної особи, адреса)

заявка від 18.03.2015 № 60055

про реєстрацію авторського права на твір і прийняла рішення зареєструвати авторське право на службовий твір Науковий твір "Формалізована модель формування оптимального туристичного маршруту"; Компанець Катерина Андріївна, Бідняк Михайло Несторович; Національний транспортний університет

(вид, повна, скорочена (за наявності) назва твору, повне ім'я, псевдонім (за наявності) автора (ів), повна офіційна назва роботодавця)

Внесення відомостей до Державного реєстру свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір та видачу свідоцтва будуть здійснені за умови сплати збору за оформлення і видачу свідоцтва про реєстрацію авторського права на твір відповідно до п.3 постанови Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2001 року № 1756 "Про державну реєстрацію авторського права і договорів, які стосуються права на твір".

Якщо протягом трьох місяців від дати одержання заявником рішення про реєстрацію авторського права на твір Державна служба не одержала документ про сплату збору за оформлення і видачу свідоцтва у розмірі та порядку, визначених законодавством, або копію документа, що підтверджує право на звільнення від сплати зазначеного збору, заявка вважається відхиленою і реєстрація авторського права та публікація відомостей про реєстрацію Державною службою не проводиться.

Голова Державної служби
інтелектуальної власності



А.Г. Жарінова

Додаток Л

УКРАЇНА



ДЕРЖАВНА СЛУЖБА
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІ УКРАЇНИ

СВІДОЦТВО
про реєстрацію авторського права на твір

№ 59658

Науковий твір "Методика формування туристичного маршруту"
(вид, назва службового твору)

Автор(и) Компанець Катерина Андріївна, Лаврик Іван Федорович
(повне ім'я, псевдонім (за наявності))

Авторські майнові права належать **Компанець Катерина Андріївна, вул. Суворова, 1, м. Київ, 01010; Лаврик Іван Федорович, вул. Суворова, 1, м. Київ, 01010; Національний транспортний університет, вул. Суворова, 1, м. Київ, 01010**
(повне ім'я фізичної та/або повне офіційне найменування юридичної особи, адреса)

15.05.2015

Дата реєстрації



Голова Державної служби
інтелектуальної
власності України

А.Г.Жарінова

Продовження додатку Л

**ДЕРЖАВНА СЛУЖБА
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІ УКРАЇНИ**
Україна, 03680, МСП, м. Київ-35,
вул. Урицького, 45
Тел. (044) 494-06-06
Факс (044) 494-06-67
E-mail: post@sips.gov.ua



**STATE INTELLECTUAL
PROPERTY SERVICE
OF UKRAINE**
Ukraine, 03680, MSP, Kyiv-35,
45, Urytskogo str.
Tel. (044) 494-06-06
Fax (044) 494-06-67
E-mail: post@sips.gov.ua

РІШЕННЯ**ПРО РЕЄСТРАЦІЮ АВТОРСЬКОГО ПРАВА НА ТВІР**

Державна служба інтелектуальної власності розглянула заяву
Національний транспортний університет, вул. Суворова, 1, м. Київ, 01010

(повне ім'я фізичної або повне офіційне найменування юридичної особи, адреса)

заявка від 18.03.2015 № 60056

про реєстрацію авторського права на твір і прийняла рішення зареєструвати авторське
право на службовий твір **Науковий твір "Методика формування туристичного
маршруту"; Компанець Катерина Андріївна, Лаврик Іван Федорович; Національний
транспортний університет**

(вид, повна, скорочена (за наявності) назва твору, повне ім'я, псевдонім (за наявності) автора (ів), повна офіційна назва роботодавця)

Внесення відомостей до Державного реєстру свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір та видача свідоцтва будуть здійснені за умови сплати збору за оформлення і видачу свідоцтва про реєстрацію авторського права на твір відповідно до п.3 постанови Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2001 року № 1756 "Про державну реєстрацію авторського права і договорів, які стосуються права на твір".

Якщо протягом трьох місяців від дати одержання заявником рішення про реєстрацію авторського права на твір Державна служба не одержала документ про сплату збору за оформлення і видачу свідоцтва у розмірі та порядку, визначених законодавством, або копію документа, що підтверджує право на звільнення від сплати зазначеного збору, заявка вважається відхиленою і реєстрація авторського права та публікація відомостей про реєстрацію Державною службою не проводиться.

Голова Державної служби
інтелектуальної власності



А.Г. Жарінова

Додаток М

УКРАЇНА



ДЕРЖАВНА СЛУЖБА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ УКРАЇНИ

СВІДОЦТВО
про реєстрацію авторського права на твір

№ 59659

Науковий твір "Програмне забезпечення моделі формування оптимального туристичного маршруту"
(вид, назва службового твору)

Автор(и) Компанець Катерина Андріївна, Дехтяр Марина Михайлівна
(повне ім'я, псевдонім (за наявності))

Авторські майнові права належать Компанець Катерина Андріївна, вул. Суворова, 1, м. Київ, 01010; Дехтяр Марина Михайлівна, вул. Суворова, 1, м. Київ, 01010; Національний транспортний університет, вул. Суворова, 1, м. Київ, 01010
(повне ім'я фізичної та/або повне офіційне найменування юридичної особи, адреса)

15.05.2015

Дата реєстрації



Голова Державної служби інтелектуальної власності України

А.Г.Жарінова

Продовження додатку М

ДЕРЖАВНА СЛУЖБА
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІ УКРАЇНИ
Україна, 03680, МСП, м. Київ-35,
вул. Урицького, 45
Тел. (044) 494-06-06
Факс (044) 494-06-67
E-mail: post@sips.gov.ua



STATE INTELLECTUAL
PROPERTY SERVICE
OF UKRAINE
Ukraine, 03680, MSP, Kyiv-35,
45, Urytskogo str.
Tel. (044) 494-06-06
Fax (044) 494-06-67
E-mail: post@sips.gov.ua

РІШЕННЯ

ПРО РЕЄСТРАЦІЮ АВТОРСЬКОГО ПРАВА НА ТВІР

Державна служба інтелектуальної власності розглянула заяву
Національний транспортний університет, вул. Суворова, 1, м. Київ, 01010

(повне ім'я фізичної або повне офіційне найменування юридичної особи, адреса)

заявка від 18.03.2015 № 60057

про реєстрацію авторського права на твір і прийняла рішення зареєструвати авторське
право на службовий твір Науковий твір "Програмне забезпечення моделі формування
оптимального туристичного маршруту"; Компанець Катерина Андріївна, Дехтяр
Марина Михайлівна; Національний транспортний університет

(вид, повна, скорочена (за наявності) назва твору, повне ім'я, псевдонім (за наявності) автора (ів), повна офіційна назва роботодавця)

Внесення відомостей до Державного реєстру свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір та видачу свідоцтва будуть здійснені за умови сплати збору за оформлення і видачу свідоцтва про реєстрацію авторського права на твір відповідно до п.3 постанови Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2001 року № 1756 "Про державну реєстрацію авторського права і договорів, які стосуються права на твір".

Якщо протягом трьох місяців від дати одержання заявником рішення про реєстрацію авторського права на твір Державна служба не одержала документ про сплату збору за оформлення і видачу свідоцтва у розмірі та порядку, визначених законодавством, або копію документа, що підтверджує право на звільнення від сплати зазначеного збору, заявка вважається відхиленою і реєстрація авторського права та публікація відомостей про реєстрацію Державною службою не проводиться.

Голова Державної служби
інтелектуальної власності



А.Г. Жарінова