

Some of those countries referred as “Eastern European countries” has successfully achieved the goal to build market-oriented economy, become capitalist system and even are members of European Union. Other countries are still struggling on their way to become a strong member of European community.

So as we can see, despite of some common pre-conditions of region development, a lot depends on individual policy which took place in the countries after Soviet Union collapsed.

References

1. “United Nations Statistics Division- Standard Country and Area Codes Classifications” available at: <http://unstats.un.org/unsd/methods/m49/m49regin.htm#europe>.

2. Lipton, David, and Jeffrey Sachs. "Creating a Market Economy in Eastern Europe: The Case of Poland." Brookings Papers on Economic Activity 1 (1990).

УДК 332

Микуланинець Світлана, аспірант
Мукачівський державний університет
м. Мукачево, Закарпатська обл., Україна

ЗАСТОСУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ РЕГІОНУ

Mykulanets Svitlana, Postgraduate student

APPLICATION OF LOGISTICS TOOLS TO INCREASE COMPETITIVENESS OF REGION TOURISM INDUSTRY

Теорією та практикою регіонального управління визнано, що туризм у сучасній регіональній економіці став одним із важливих її секторів, забезпечуючи значну частину податкових надходжень у місцевий бюджет, розвиток регіону та інфраструктури туристично-рекреаційної сфери. На сьогоднішній день спостерігається недостатній розвиток туристичної галузі, неповне використання її потенціалу, невідповідність туристичних послуг міжнародним стандартам. Щодо матеріально-технічної бази туристичних об'єктів та їх конкурентоспроможності, на жаль, на цей час інфраструктура готельного ринку України не задовольняє попиту на готельні послуги ні за кількістю, ні за якістю. Все це зумовлює необхідність оптимізації управління туристичною сферою в регіоні. Для цього необхідно покращити окремі логістичні процеси, здійснювати управління розвитком туристичної галузі на державному та регіональному рівнях, вдосконалення фінансово-економічних механізмів та інформаційного забезпечення управління, функціонування туристичної сфери на основі вдосконалення законодавчої та податкової бази, сталого розвитку України. Туристична

сфера в Україні, як і в багатьох країнах світу, може стати важливим джерелом прибутків. Перспективи розвитку логістики у туризмі сприяють покращанню якості туристичного продукту, здешевленню туристичних послуг та наближенню їх до міжнародних стандартів.

Національний туристичний ринок характеризується наступними ознаками: - потенціал розвитку туристичної галузі полягає, зокрема, у стимулюванні виїзних туристів до споживання вітчизняного туристичного продукту; - практика виробництва вітчизняного туристичного продукту базується, здебільшого на його матеріальній складовій та недостатньо враховує маркетинговий потенціал інформаційного супроводу; - хаотичність, недостатня керованість процесів просування туристичного продукту та розподілу туристичних потоків, а також тінізація окремих сфер діяльності обумовлюють невідповідність «офіційних» попиту та пропозиції на туристичному ринку України [2].

Вирішення виділених проблемних питань розвитку галузі вимагає розроблення та використання сучасних інтегрованих механізмів управління туристичними послугами та потоками туристів, що дозволяють забезпечити високу якість послуг відповідно до запитів споживачів із мінімальним рівнем витрат, а також оптимальне використання потужностей туристичних об'єктів. Посилення інтеграції окремих структурних елементів у ланцюгу «проекування – постачання – виробництво – розподіл – збут – післяпродажне обслуговування» цілком лежить у площині формування та використання логістичних принципів та інструментів управління в галузі туризму [4].

Метою застосування логістичних підходів у сфері послуг, зокрема туристичних, є пошук нових шляхів кардинального підвищення ефективності використання ресурсного та виробничого капіталу, забезпечення більш високої конкурентоспроможності всіх учасників інтегрованих логістичних ланцюгів [4]. При цьому оптимальність як базова логістична категорія в логістиці туризму набуває подвійного характеру та передбачає: з одного боку, оптимізацію використання туристичних ресурсів, а з іншого – оптимізацію туристичних потоків з метою забезпечення збалансованого соціального, екологічного та економічного розвитку регіону. Така подвійність зумовлює особливості побудови логістичного ланцюга, в якому формуються двосторонні відносини між підприємством (фірмою), що надає послуги, та клієнтом.

Інтегратором таких логістичних утворень повинні стати окремі туристичні оператори, які згідно з національним законодавством є ключовою ланкою в системі формування та розподілу туристичного продукту. Діяльність туристичних операторів передбачає й управління попитом, зокрема його формування на основі оцінки туристичного потенціалу регіону та розроблення і використання відповідних маркетингових заходів, а також збільшення інформаційної наповненості туристичного продукту. Збільшення інформаційної

наповненості туристичного продукту передбачає, зокрема, творче, інноваційне опрацювання та вироблення екскурсійних програм щодо різноманітних туристичних ресурсів регіону, серед яких також можна розглядати: - наявність торговельної й розважальної інфраструктури; - спортивні об'єкти та споруди, а також об'єкти військово-промислового комплексу; - наявність великих виробничих підприємств; - фінансову інфраструктуру; - наявність наукових та освітніх закладів, їх унікальні особливості; - пам'ятки історії та архітектури, унікальні об'єкти етнічної культури; - об'єкти сучасного мистецтва; - медичні заклади й об'єкти; - культові релігійні споруди; - природно-рекреаційні ресурси та ін. На цій основі можна формувати пріоритетні цілі й напрямки розвитку окремих територій регіону – центрів спортивного розвитку, наукових та освітніх центрів, етнічного розвитку, центрів здоров'я та краси, центрів культурного розвитку та ін. Такі туристичні центри повинні сприяти збільшенню потоків внутрішніх туристів в Україні.

Головною метою функціонування логістичної системи є збалансування попиту та пропозиції на ринку туристичних продуктів і послуг. Управлінський аспект зводиться не тільки до планування, контролю, оперативного управління формуванням, просуванням і реалізацією продуктового та інформаційного потоків у межах логістичної системи, що охоплює операційні цикли постачальників і посередників туристичного продукту [3], а також формування та розподілу туристичних потоків. Взаємодія суб'єктів туристичного ринку в рамках логістичної системи передбачає вирішення таких завдань: розміщення туристичних об'єктів з урахуванням традицій розвитку регіону (зокрема культурно-історичних, соціально-економічних); розвиток транспортної мережі; розвиток сучасних форм медичного та соціального обслуговування, забезпечення належної якості надання адміністративних послуг; розроблення належних схем санітарного очищення територій; надання інформаційно-консультаційних послуг споживачам та координації діяльності суб'єктів туристичного ринку і т. ін.

Ефективна взаємодія суб'єктів туристичного ринку в рамках логістичної системи потребує інформаційної підтримки функціонування туристичного ринку, а саме: створення та ведення єдиної інформаційної бази туристичних ресурсів та об'єктів; використання систем контролю за рухом туристичних потоків та використанням матеріально-технічної бази туристичних об'єктів; інформаційна підтримка різноманітних заходів у туристичних кластерах; забезпечення розвитку сучасних фінансово-економічних інструментів під час оплати туристичних послуг. Окремі елементи інформаційної системи повинні передбачати оцінювання відповідності принципам сталого розвитку як виробників туристичних продуктів, так і посередників та третіх сторін. Комплексне застосування логістичних

інструментів дозволить досягти цілей політики розвитку туристичної сфери, враховуючи територіальні та галузеві особливості відповідних регіонів.

Список використаних джерел:

1. Воробйова О. А. Маркетингові інструменти підвищення конкурентоспроможності рекреаційно-туристичних регіонів/ О. А. Воробйова // Вісник ОНУ ім. І.І.Мечникова, 2012. Т.17. Вип.2. – С.27.
2. Мішенін Є. В. Логістичні орієнтири розвитку туристичного ринку України / Є. В. Мішенін, І. І. Коблянська // Механізм регулювання економіки, 2014. – № 4 – С. 65-79.
3. Михайліченко Г. І. Інформаційна та збутова логістика в туризмі : автореф. дис. на здоб. наук. ступ. к.е.н. за спец. 08.06.02./ Г. І. Михайліченко – [Електронний ресурс]. – К. : Київський національний торговельно-економічний університет, 2001.
4. Одинцова, Т. Н. Методологические основы управления логистической системой туристского обслуживания : автореферат дис. на соиск. уч.степ. д.э.н. по спец. 08.00.05. [Текст] / Т. Н. Одинцова – СПб. : ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет», 2011. – 42 с.

УДК 352.075

Панухник Олена, д.е.н., професор

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
м. Тернопіль, Україна*

ПІДВИЩЕННЯ РОЛІ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ У РОЗВИТКУ НИЗОВИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Panukhnyk Olena, Dr. Econ. Sc., Professor

INCREASING ROLE OF PUBLIC RELATIONS IN THE DEVELOPMENT OF GRASSROOTS TERRITORIAL ECONOMIC SYSTEM

Низові територіальні одиниці, не маючи достатньо великого власного потенціалу до розвитку, тяжіють до більш потужного центру, формуючи мікрорегіон – відносно цілісну відтворювальну соціально-еколого-економічну систему, яка виділяється своїм економіко-географічним положенням, комплексом природних, матеріальних, трудових, фінансових ресурсів, а також є первинним економічним регіоном, за подальшого подрібнення якого ці ознаки втрачаються. Мікрорегіон як функціональне об'єднання дає більші можливості кожному з його учасників через досягнення кумулятивного або й синергічного ефекту від спільної акумуляції усіх видів ресурсів.

Зовнішній комунікаційний процес (зв'язки з громадськістю) органів місцевої державної влади як суб'єктів регулювання розвитку цього мікрорегіону повинен