
Дніпропетровський національний університет

Економіка: проблеми теорії та практики

Збірник наукових праць

Випуск 257

Том V

ДНУ
Дніпропетровськ
2009

УДК 336
ББК 65.01
Е 45

Друкується відповідно до постанови Вченої Ради
Дніпропетровського національного університету

Головний редактор:

д-р екон. наук, проф. *Анатолій Антонович Покотілов*

Редакційна колегія:

д-р фіз.-мат. наук *С. О. Смірнов*, д-р екон. наук *В. А. Ткаченко*,
д-р техн. наук *О. М. Марюта*, д-р екон. наук *Л. В. Попкова*,
д-р екон. наук *О. В. Ковальов*, д-р екон. наук *Я. Г. Берсуцький*,
д-р техн. наук *Ю. Д. Морозов*, д-р екон. наук *Г. О. Крамаренко*,
д-р екон. наук *О. С. Галушко*, д-р техн. наук *Р. Б. Тян*, д-р екон. наук *В. В. Дорофійенко*,
д-р екон. наук *О. Й. Шевцова*, д-р наук з державного управління *М. Х. Корецький*

Рецензенти:

д-р екон. наук, проф. Дніпропетровського національного університету: *І. Л. Сазонець*;
д-р екон. наук, проф. Дніпропетровської державної медичної академії: *А. В. Батура*

Е 45 Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. —
Випуск 257: В 7 т. — Т. V. — Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. — 300 с.

ISBN 978-966-8736-05-6

У збірнику аналізуються актуальні проблеми економіки.
Для студентів, аспірантів та викладачів вузів.

УДК 336
ББК 65.01

ISBN 978-966-8736-05-6

© Колектив авторів, 2009

Польова О.Л.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО КОМФОРТНОГО
УТРИМАННЯ ТВАРИН ЯК ОДНОГО ІЗ ЧИННИКІВ ЕНЕРГО-
ОЩАДНОГО ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА1147

Усатенко А.В., Скрипкина Д.А.

АДАПТАЦИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ПРОИЗ-
ВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ
УПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ1154

Колесніченко В.Ф., Остапенко В.М

ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ
ПОЗИЧАЛЬНИКА1160

Karel Schelle

THE SHORT OUTLINE OF THE DEVELOPMENT OF THE
PUBLIC ADMINISTRATION IN THE CZECH REPUBLIC1170

Терехов Є.В.

ОБГРУНТУВАННЯ РІВНЯ РЕНТНОГО ДОХОДУ ВІД ЗЕМЕЛЬ
ГІРНИЧОГОПРОМИСЛОВОГО ВИКОРИСТАННЯ1173

Макаренко П.М.

РЕПУТАЦІЯ ТА ІМІДЖ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА
СПІВВІДНОШЕННЯ ПОНЯТЬ1181

Борух В.О., Томілін О.О., Журавель В.О.

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПОЛТАВСЬКОГО РЕГІОНУ1188

Томіліна О.О., Гаврилова О.А., Фрішберг М.В.

ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ
ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ1195 ✓

Прошак Г.

ВПЛИВ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ОСНОВНІ
СКЛАДОВІ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ УКРАЇНИ1202

Садовська І.Б., Сардачук І.І.

УПРАВЛІНСЬКИЙ КОНТРОЛЬ В РОСЛИННИЦТВІ1209

Пельтек Л.В., Карасьова Л.О.

НАПРЯМИ ВІДНОВЛЕННЯ СТІЙКОЇ РИНКОВОЇ ПОЗИЦІЇ
УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ - ВИРОБНИКІВ ФЕРОСПЛАВІВ1220

Івашина С.Ю., Тусь М.В.

ЗОВНІШНІЙ БОРГ УКРАЇНИ: ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ
ТА АНАЛІЗ СТРУКТУРИ1233

Борух В.О., Томілін О.О., Журавель В.О.
Європейський університет Полтавська філія

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПОЛТАВСЬКОГО РЕГІОНУ

Анотація У статті досліджено сутність та потенціал туристичної діяльності Полтавського регіону України та розроблено стратегію розвитку на основі концепції виживання людини в умовах збереження природи. Визначено проблеми, діяльності туристичних компаній, сформульовано напрями стабілізації та подальшого зростання ефективності туристичного бізнесу.

Ключові слова: турпродукт, туристична індустрія, сільський туризм, інновація, стратегія, потенціал, ефективність.

Вступ

Полтавщина – здавна є духовною, культурною і мовною скарбницею України, тому цей регіон з покон віків приваблює багатьох видатних людей близького і далекого зарубіжжя.

Незалежність України проголошена у 1991р. спонукала до розвитку ринкових відносин різних галузей, у тому числі і туристичних. В зв'язку з цим виникли туристичні агенції та туристичні компанії, що мають мережеву інфраструктуру і здатні обслуговувати значну кількість потенціальних туристів різного напрямку. Особливе місце займає історико-культурний та сільський туризм.

Управління діяльністю туристичних компаній вимагає нових поглядів і підходів, які дозволяють оперативно реагувати на ринкові зміни шляхом підготовки альтернативних і гнучких рішень та забезпечити прибуткове і довгострокове функціонування компаній. Інформаційні технології забезпечують новий етап розвитку сучасного туристичного бізнесу і визначають характер створення і надання клієнтам якісного турпродукту.

Інноваційний розвиток туристичної діяльності сприятиме збільшенню обсягів обслуговування клієнтів в розробці нових турпродуктів, що сприятиме підвищенню ефективності туристичних компаній.

Дослідження розвитку туристичної діяльності присвятили свої праці вітчизняні та зарубіжні науковці: В. В. Бородин, А. В. Вовчак, В. Г. Герасименко, А. О. Змійов, Д. К. Ісаєв, Ф. Котлер, Д. Маурік, Г. Б. Мунін, І. І. Ополченцев, Ю. М. Правик, Є. В. Самарцев, В.С. Санін, З. І. Тимошенко, О.О. Терещенко та інші.

Постановка завдання

Метою статті є оцінка туристичного потенціалу Полтавського регіону, визначення рівня світового впливу на діяльність туристичних компаній і напрямів стабілізації та розвитку туризму у після кризовий період.

© Борух В.О., Томілін О.О., Журавель В.О., 2009

Можливості ефективного здійснення інвестицій в туристичну індустрію передбачає системне дослідження показників, а також удосконалення на цій основі відповідних теоретичних засад із метою надання цілісності, комплексності і завершеності за рахунок узагальнення наявних підходів і доповнень.

Спираючись на основні ідеї управлінського підходу до туристичного бізнесу, визначені такі завдання:

- теоретичне обґрунтування пріоритетних напрямків розвитку туризму;
- оцінка стратегічного потенціалу розвитку туристичних компаній Полтавського регіону;
- створення бази даних, аналіз наявної інфраструктури та можливості сервісного обслуговування туристів;
- аналіз ефективності діяльності туристичних фірм;
- визначення перспективи розвитку туристичних компаній регіону.

Результати

Концепція розвитку туристичної діяльності виступає, як науковий базис, що визначає стратегічний розвиток країни і засноване на принципах економічної самостійності, ініціативності, та впровадження інноваційних можливостей у систему туристичного бізнесу України і її регіонів.

Туристична індустрія з її інноваційним потенціалом дозволяє створити умови для досягнення виробничої стабільності, активізації інвестиційних потоків, зростання ефективності інвестицій, що забезпечать поступове зростання економіки країни.

Комерційний успіх туристичної компанії, яка спеціалізується на організації і проведенні туристичних подорожей в значній мірі залежить від членів туристичної індустрії. В туристичному бізнесі тісно взаємопов'язані подорожі та готельно-ресторанні цей взаємозв'язок проявляється у витонченій формі [1, с.10].

Туризм, є феноменальним явищем, яке має вплив на економіку та політику країни. Діяльність туристичної індустрії вигідна прямо або опосередковано всім сторонам, що беруть участь у цьому процесі. Державна влада також зацікавлена в одержанні доходів від туристичної галузі, тому за визначенням деяких авторів: "Туристична індустрія в економіці країни займає важливе місце, тому що на частку туризму припадає 6% світового національного продукту, 7% усіх світових інвестицій і близько 11% усіх споживчих витрат. Всесвітня туристична організація прогнозує, що до 2010 року кількість поїздок становитиме 1006 млн. прибутковість туризму зросте до 1,1 трлн. дол." [2, с.11].

Основні показники діяльності туристичної компанії формуються і відображаються в системі бухгалтерського і управлінського обліку і разом з плановими показниками є важливим джерелом інформації для проведення аналітичних досліджень та застосування традиційних і специфічних методів економіч-

ного аналізу діяльності.

Туристична діяльність пов'язана з задоволенням людських потреб і забезпечує людині необхідність відновлення своїх фізичних і духовних сил шляхом відпочинку, подорожей та отримання певного набору розваг. Попит на турпродукт визначається шляхом залучення уваги клієнтів, придбання і використання туристичного продукту, тому туристичні фірми і компанії повинні продавати продукт, що найповніше задовольняє потреби людей. Якщо попит перевищує пропозицію турпродуктів, то продавцю не потрібно докладати багато зусиль, щоб його турпродукт знайшов споживача.

Коли ж пропозиція перевищує попит на якийсь із видів туристичних послуг, то це змушує докладати зусилля і збільшувати витрати на реалізацію турпродукту, щоб отримати прибуток, тому важливо задіяти весь трудовий, управлінський і організаційний потенціал туристичного комплексу.

Крім цього потенціал туристичної індустрії включає в себе сукупність довгострокових вкладень у розвиток туристичного бізнесу країни, що дозволяє визначити масштабність програми туристичного розвитку. Потреби залучення капіталу слід розглядати, як відправний пункт туристичної індустрії в сучасних умовах. Сутність туристичної індустрії полягає у ефективному використанні потенціальних можливостей підприємства, та подальшим розвитком туризму, що є динамічною категорією, яка великою мірою визначається ендегенними і екзогенними факторами впливу.

Ендегенні фактори зумовлені розвитком ефективності використання окремих потенціалів підприємства і включає фінансово-економічні, інноваційні, виробничі, інтелектуальні, інформаційні та інші чинники.

Зовнішні умови діяльності туристичних компаній визначаються конкретними цілями управління, обсягами їх діяльності, напрямками і політикою створення та реалізації туристичних продуктів. Екзогенні фактори обумовлені макросередовищем, в якому функціонує туристична компанія.

Внутрішні можливості туристичних компаній характеризуються результатами їх діяльності, що визначають мету нашого дослідження та перспективи розвитку туризму.

Інвестиційний потенціал туристичної індустрії включає сукупність наявних власних та залучених коштів, які необхідно раціонально використати для реалізації потреб туристичної компанії і поставленої мети. Зростання інвестицій у розвиток туризму дає підставу припустити, що іноваційно - інвестиційний потенціал туристичної індустрії здатний сприяти розвитку туризму як окремого виду економічної діяльності. Слід відмітити, що іноземні інвестиції в туристичну галузь є обмеженими, і активізація туристичних фірм можлива лише при активному зростанні капіталу за рахунок внутрішніх інвестицій. В той же час багато країн світу використовують власні та залучені інвестиції і отримують прибутки від туризму [3, с. 19].

Історія полтавського краю бере витoki із глибини віків. Плин часу, культурно-етнічні процеси, які відбувалися на території сучасної Полтавщини, та визначні історичні події залишили по собі унікальні пам'ятки культурної спадщини.

Полтавська область має значний природний, історико-культурний та соціально-економічний рекреаційний потенціал, що створює передумови розвитку туристичного бізнесу.

До історико-культурних цінностей регіону належать такі об'єкти: пам'ятка архітектури Лубенський (Мгарський) Спасо-Преображенський, Полтавський Хрестовоздвиженський, Козельщинський Різдва-Богородиці монастирі XVII-XIX ст., скіфське городище VI - III ст. до н.е. у с. Більську Котелевського району, Троїцька та Миколаївська церкви, дзвіниця та Триумфальна арка в Диканьці, інші пам'ятки архітектури. В області діє 23 музеї державного значення. У регіоні збережені і розвиваються народні промисли та ремесла, проводяться майстер-класи, що дає змогу проводити презентації, виставки-продажі виробів народних майстрів; набуває розвитку фестивальний турпродукт, основою якого є традиційні районні свята ("Бузковий гай" у с. Диканька, "Осінне randevu" в м. Миргород, "Осіннє золото" в с. Березова Рудка, "Решетилівська весна" та багато інших).

Таблиця 1

Основні показники розвитку туристичного бізнесу Полтавській області за 2001-2007 рр.

Показники	2001 р.	2002 р.	2003 р.	2004р.	2005 р.	2006р.	2007р.	2007 до 2001р., %
Усього обслужено туристів, осіб	49472	55848	65002	50201	56393	63021	72334	146,2
Іноземні туристи,	792	1033	1045	1727	2104	1742	1839	232,2
Громадяни України, які виїжджали за кордон, осіб	608	1110	2497	4128	6930	9816	11808	19,4 разу
Туристи, охоплені внутрішнім туризмом, осіб	48072	53705	61460	44346	47359	51463	58687	122,1

Джерело: Статистичний щорічник Полтавської області за 2007р., с.386

Аналіз розвитку туристичної індустрії Полтавського регіону свідчить про ефективність туристичного бізнесу, так як обсяг доходів у 2003 році склав -

14,6 млн. грн., що в 2,7 разу більше ніж у 2000 році. В той же час до бюджетів усіх рівнів надійшло коштів більше 1,4 млн. грн.

Передбачається зростання економічних показників туристичної діяльності у майбутньому. За оцінкою експертів Всесвітньої туристичної організації до 2020 року прибутки в Україні від туризму складуть 31,3 млн. умовних грошових одиниць, а частка туристичного ринку – 1% від загальної суми грошових ринкових потоків [5].

Таким чином окреслені позитивні перспективи розвитку туристичної діяльності, про що свідчать основні показники динаміки розвитку туристичного бізнесу (табл.1).

Дані таблиці 1 свідчать про те, що кількість туристів за досліджуваний період зростає з року в рік. Так число обслужених туристів у 2007 році зросло на 22862 особи або на 46,2% порівняно з 2001 роком. Багато громадян України виїжджає за кордон в різні країни світу, лише в 2007 році їх чисельність становила 11808 осіб, що майже на 2000 осіб більше попереднього року, а порівняно з 2001 роком їх чисельність зросла в 19,4 разу. Чисельність клієнтів, що охоплені внутрішнім туризмом, також зросло і у 2007 році склала 58687 осіб, що свідчить про можливість успішного розвитку туризму у регіоні.

У відповідності до потреб населення зростає мережа туристичних агентств. Так у 2008 році в Полтавській області працювало 178 турагентів і туроператорів, що обслуговують клієнтів у відповідності до їх запитів. Майже всі райони області є перспективними для розвитку різних видів туризму. Особливо розвинутий оздоровчий туризм, культурно-пізнавальний та культурно-етнографічний, релігійно-паломницький, спортивний і екстремальний туризм та інші. Особливо активно розвивається мисливський та сільський туризм, а також дитячий туризм. Лише оздоровчий туризм включає 14 санаторіїв, 7 профілакторіїв, 2 будинки відпочинку та 10 баз відпочинку, 12 закладів одно- двохденного перебування [3, с.183].

Важливою умовою розвитку туристичного бізнесу є наявність відповідної інфраструктури насамперед готелів та можливості сервісного обслуговування туристів (табл.2).

Кількість готелів за досліджуваний період зменшилась на 17 одиниць у зв'язку з тим, що вони не відповідали сучасним вимогам, мали застаріле обладнання і високий коефіцієнт зношеності (46%). Житлова площа всіх номерів залишилася на рівні 2001 року. Коефіцієнт використання місткості готелів склав 0,28, що свідчить про низький рівень використання місткості всіх наявних в області готелів. Це дозволяє зробити висновок, що в Полтавській області є значний резерв розміщення туристів особливо в осінньо-зимовий період.

Для цього необхідно застосувати всі можливі прийоми менеджменту щодо просування турпродуктів на туристичному ринку.

Таблиця 2

Основні показники діяльності готелів та інших місць для короткострокового проживання у Полтавській області за 2001-2007 рр.

Показники	2001 р.	2002 р.	2003 р.	2004р.	2005 р.	2006р.	2007 р.	2007р. до 2001р. , %
Кількість підприємств готельного типу	60	55	48	49	45	45	43	71,7
Кількість номерів	1429	1311	1209	1243	1234	1270	1262	88,3
Житлова площа всіх номерів, тис. м. кв.	25,1	23,3	22,2	23,7	23,4	24,3	25,1	100,0
Одноразова місткість, місць	2919	2590	2402	2603	2571	2686	2632	90,2
Обслужено приїжджих, тис. осіб	120,0	106,9	101,5	87,0	83,7	87,8	90,6	75,5
Коефіцієнт використання місткості	0,29	0,30	0,29	0,26	0,31	0,25	0,28	X

Джерело: Статистичний щорічник Полтавської області за 2007р., с.386

Не дивлячись на те, що використання готельної місткості складає 28% у регіоні існує потреба збільшення готельних місць першого класу та класу люкс. Крім цього на території Полтавської області до класу 4 зірки відноситься лише готель «Галерея» та «Палацо», але їх потужність не відповідає потребам. Тому готель «Палацо» побудував новий готельний комплекс з номерами люкс і напівлюкс. На стадії завершення знаходиться будівництво 5 зіркового готелю, який буде введено в дію протягом 2010 року. Зростання ресурсного потенціалу готелів Полтавського регіону сприятиме подальшому розвитку туризму.

За останні роки органи влади та громадські організації виявили зацікавленість розвитку туристичної індустрії на Полтавщині. В області створені сприятливі умови розвитку внутрішнього туризму та супутніх підприємств, які займаються народними промислами.

Висновки

Завдяки розширенню ресурсної бази туристичної індустрії, зберігається тенденція до істотного зростання кількості відвідувань туристами визначних місць Полтавщини. Показник приросту турпродуктів був найвищий за 2007 рік,

що позитивно вплинуло на динаміку доходів від туристичної діяльності. Все це дозволило в більшій мірі забезпечити діяльність, пов'язану з відпочинком та задоволенням духовних потреб населення.

Проведений аналіз туристичної діяльності Полтавської області дозволяє розробити стратегію туризму на 2020 рік. В регіоні існують сприятливі рекреаційні умови для відпочинку, лікування і оздоровлення населення; вигідне географічне положення території та налагоджена транспортна інфраструктура; приваблива історико-культурна спадщина. Сформовані перспективні напрямки для зростання інвестиційної діяльності в туристичну галузь.

Стратегія розвитку туризму на рівні регіону передбачає:

- послідовний курс на формування партнерства між державним, науковим, приватним, соціальним сектором и економіки;
- розробка інноваційних науково-культурних, соціально-економічних підходів сприяння потребам туристичної індустрії;
- удосконалення співробітництва між різними рівнями наукової адміністрації, а також соціальними службами пов'язаними з діяльністю туристичних фірм;
- відповідність управління персоналом вимогам туристичного законодавства і його підвищення кваліфікації кадрів;
- активізація участі муніципальних структур в процесах планування процесу, контролю і наукового аналізу діяльності туристичних компаній.

Таким чином впровадження стратегії розвитку туризму на рівні Полтавського регіону дозволить ширше використовувати людські ресурси в сфері туристичної індустрії, сприятиме збільшенню зайнятості трудових ресурсів, збільшить можливості трудової участі науковців, ветеранів, студентів та інших категорій населення.

Література

1. Котлер Ф., Маркетинг .Гостеприимство и туризм./ Ф.Котлер, Дж. Боун, Дж. Мейкенз. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 787 с.
2. Мунін Г.Б., Маркетинг туризму/ Г.Б. Мунін, З. І. Тимошенко, Є.В. Самарцев, А. О. Змійов. – Ч. 1. – К.: Вид-во Європейського університету, 2005. – 324 с.
3. Правик Ю. М. Маркетинг туризму/ Ю. М. Правик. – К.: Знання, 2008. – 303 с.
4. Статистичний щорічник Полтавської області за 2007 рік, Полтава: Держкомстат, 2008. – 433с.
5. [www/ world-tourism. org/ ruso](http://www/world-tourism.org/ruso).