

УДК 338.48

Фрей Л.В.

кандидат історичних наук, доцент
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаського державного технологічного університету

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ

FORMATION OF COMPETITIVENESS OF ROAD TRANSPORT SERVICES IN THE TOURISM MARKET

АНОТАЦІЯ

В статті досліджено роль автотранспортних підприємств в сфері туризму на сучасному етапі та подано рекомендації щодо розроблення теоретичних та науково-методичних засад для створення організаційно-економічних умов і підходів до підвищення конкурентоспроможності автотранспортних підприємств та їх ефективної інноваційної взаємодії із суб'єктами туристичної сфери. Головна проблема дослідження полягає у визначенні можливостей подолання відставання у розвитку автотранспортної інфраструктури туризму і більш повного задоволення потреб туристів на основі сучасних методів управління.

Ключові слова: сфера туризму, автотранспортне підприємство, туристична інфраструктура, туристичний потенціал, конкурентоспроможність.

АННОТАЦИЯ

В статье исследована роль автотранспортных предприятий в сфере туризма на современном этапе и даны рекомендации по разработке теоретических и научно-методических основ для создания организационно-экономических условий и подходов к повышению конкурентоспособности автотранспортных предприятий и их эффективному инновационному взаимодействию с субъектами туристической сферы. Главная проблема исследования заключается в определении возможностей преодоления отставания в развитии автотранспортной инфраструктуры туризма и более полного удовлетворения потребностей туристов на основе современных методов управления.

Ключевые слова: сфера туризма, автотранспортное предприятие, туристическая инфраструктура, туристический потенциал, конкурентоспособность.

ANNOTATION

The article investigates the role of motor transport enterprises in the field of tourism at the present stage and gives recommendations on the development of theoretical and scientific methodological principles for creating organizational and economic conditions and approaches to increasing the competitiveness of motor transport enterprises and their effective innovative interaction with the subjects of the tourist sphere. The main problem of the study is to determine the possibilities to overcome the lag in the development of the motor transport infrastructure of tourism and to better meet the needs of tourists on the basis of modern management methods.

Keywords: tourism sphere, motor transport enterprise, tourist infrastructure, tourist potential, competitiveness.

Постановка проблеми. Транспортне обслуговування туристів – це одна із складових частин індустрії туризму. Натепер не існує єдиної транспортної системи, що обслуговує туризм, а потреба в перевезеннях регулюється попиту за кожним видом транспорту.

Найвигіднішим під час короткочасних туристичних поїздок, міських оглядових екскурсій, поїздок пам'ятними місцями, групових туристичних подорожей з різною метою, подорожей для участі у спеціальних заходах туристичним транспортним засобом вважається автобус. Туристичні фірми використовують автобуси для відвідування туристами концертів, спортивних та культурних заходів, обслуговування конгресів, ярмарків, виставок.

Автомобільний транспорт можна з повним правом назвати транспортом загального застосування у сфері туризму, бо він використовується всюди: від трансферу й екскурсій до оренди малолітражних автомобілів туристами для особистого використання на відпочинку.

Україна в недавньому минулому мала великий практичний досвід організації автотуризму. Особливо розвинений був туризм на приватному автомобільному транспорті. Для автотранспорту складності, вони забезпечувалися картами-схемами. Автотуристи ставили намети в найпростіших кемпінгах, місцеві жителі привозили сільгосппродукцію, також продовольство для туристів підвозилося на автолавках. Незважаючи на певні труднощі, автотуризм активно розвивався.

Організований автобусний туризм був розвинений менше, оскільки населенням широко використовувалися залізничний і повітряний транспорт. Тому автобуси в основному використовувалися всередині регіонів для проведення екскурсій.

Ефективність транспортного обслуговування туристів значною мірою залежить від соціально-економічного становища в Україні (рівня заробітної плати, рівня інфляції тощо). Тобто низький рівень заробітної плати, нерегулярна виплата грошей не дають змоги зростаючими темпами розвивати туризм і транспортні послуги, з ним пов'язані. Вона досягається за рахунок розширення послуг та реалізації ідей комплексної взаємодії транспортних підприємств і туристичних фірм.

Для підвищення якості транспортного обслуговування пасажирів пропонується розроблення низки заходів, що спрямовані на стимулювання високоякісної та безпечної роботи перевізника. Удосконалення системи автомобільного туризму припускає вдосконалення функціону-

вання її основних елементів – розвитку підприємств прокату і засобів розміщення автотуристів і взаємозв'язків між ними.

Проблемою організації автотранспортних перевезень в Україні є те, що на законодавчому рівні не урегульовані взаємини туроператора і турагента із транспортними компаніями, а норми міжнародного туристського права, на жаль, вступають у протиріччя з національними нормативно-правовими актами, тим самим зменшуються права українських туристів. До того ж, туристи і фахівці туристських організацій (а найчастіше і перевізники) недостатньо знайомі з найважливішими міжнародними конвенціями з повітряних, морських, річкових, залізничних, автомобільних та інших видів перевезень, а також з аналогічними документами, що регламентують туристські перевезення усередині країни.

Важливим для туристських організацій і туристів є точна і вичерпна інформація про правила перевезень пасажирів і багажу на міжнародних і внутрішніх маршрутах, систему тарифів, пільг і знижок, порядок пред'явлення і задоволення претензій, захисту інтересів туристів під час порушення умов перевезень тощо.

Актуальність теми зумовлена тим, що автотранспортні перевезення становлять найбільш вагому частину у загальному обсязі послуг, що надаються туристичними фірмами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання транспортного обслуговування туристів розкрито в працях національних і закордонних науковців, зокрема В.І. Азара, О.П. Абдулова, Б.М. Андрушківа, М.Б. Біржакова, В.Г. Гуляєва, О.І. Заруцької, О.М. Ільїної, О.С. Кускова, Г.М. Кутепової, О.Я. Осипової, С.В. Петрова, С.В. Поляка, С.О. Романова, К.Є. Шамакіної та ін. Проблеми підвищення ефективності перевезень на автомобільному транспорті відображені в працях А.В. Вершицького [1], В.Г. Шинкаренка [2, 3].

Незважаючи на велику кількість проведених досліджень, залишаються невирішеними завдання подальшого розвитку транспортних підприємств із обслуговування туристів, підвищення якості транспортних послуг, що надаються туристам, і розбудови транспортно-туристичної інфраструктури.

Відсутність комплексного підходу до розв'язання цих проблем потребує реформування механізму функціонування підприємств

туристичної індустрії, впровадження інновацій у транспортне обслуговування туристів, враховуючи тенденції розвитку в'їзного, виїзного та внутрішнього туризму.

Постановка завдання. Метою статті є розроблення теоретичних та науково-методичних засад щодо створення організаційно-економічних умов і підходів до підвищення конкурентоспроможності автотранспортних підприємств та їх ефективної інноваційної взаємодії із суб'єктами туристичної сфери.

Виклад основного матеріалу дослідження. Автомобільний транспорт можна з повним правом назвати транспортом всезагального застосування у сфері туризму, бо він використовується всюди: від трансферу й екскурсій до оренди малолітражних автомобілів туристами для особистого використання на відпочинку.

Автопослуги, які використовуються в туристичному обслуговуванні, об'єднують три основні напрями:

- 1) організація автобусних подорожей;
- 2) організація подорожей на власному транспорті туристів;
- 3) прокат автомобілів.

У більшості країн світу провідне місце в перевезенні пасажирів і туристів належить автомобільному транспорту. Незважаючи на активний розвиток автомобільного туризму ще на початку 30-х років минулого століття в Україні, він до цього часу стикається з проблемами, що негативно позначаються на фінансових результатах діяльності автопідприємств. Це підтверджується статистичними показниками України щодо обсягів перевезень пасажирів автомобільним транспортом [4], які наведені в табл. 1.

Отже, як видно з наведених у таблиці даних, за період, що аналізується, питома вага автомобільного транспорту в перевезеннях пасажирів є практично незмінною і становить більшість. Надання переваги в здійсненні подорожей автомобільному транспорту пояснюється багатьма причинами, основними серед яких є постійний характер роботи за різних погодних умов, доступність для більшості верств населення.

Незважаючи на значні переваги в здійсненні транспортного обслуговування туристів, автопідприємства в умовах сьогодення відчувають і значні труднощі з організацією його виконання. Високий ступінь похибки прогнозування туристичного потоку, залежність кількості здійснюваних подорожей від фінансових можливостей

Таблиця 1

Обсяги перевезення пасажирів транспортом загального користування

	2015 р.	2016 р.	Січень-жовтень 2017 р
Всіма видами транспорту у тому числі	97 280,7 млн.	102 239,4 млн.	82 963,1 млн.
залізничним	35 425,6 млн.	36 954,0млн.	23 420,0 млн.
автомобільним	34 775,6 млн.	34 488,0млн.	29 404,1 млн.
водним	22,3 млн.	30,4 млн.	28,7 млн.
авіаційним	11 362,4 млн.	15 525,1млн.	17 375,9 млн.

туристів, подорожчання всіх видів ресурсів, що застосовуються в процесі перевезень туристів, зношеність автотранспортних засобів та їх непристосованість для здійснення перевезень маломобільних верств населення, а також недостатній розвиток автодорожньої транспортної інфраструктури створюють серйозні проблеми на шляху до подальшої ефективної взаємодії підприємств автотранспорту і турфірм [5, с. 169].

Основні проблеми, що стають на заваді підвищенню якості системи транспортного обслуговування туристів, можна згрупувати таким чином:

1. Високий ступінь зношення рухомого складу підприємств транспорту.

2. Відсутність координації та взаємодії транспортних і туристичних підприємств щодо просування послуг туристам на зовнішній і внутрішній ринки.

3. Недосконала конкуренція між підприємствами-перевізниками, що обслуговують туристів.

4. Інноваційно-технологічна відсталість об'єктів транспортної, дорожньої та туристичної інфраструктури.

5. Недосконалість нормативно-правового забезпечення та регулювання діяльності транспортних та туристичних підприємств у сфері реалізації їхніх інноваційних ініціатив.

6. Недостатній обсяг фінансування й інвестування інноваційного розвитку підприємств транспорту та туризму.

7. Існування неефективних методів ціноутворення під час визначення вартості турпродукту, які не враховують реальних доходів споживачів транспортно-туристичних послуг.

8. Відсутність дієвого контролю за виконанням ліцензійних умов суб'єктами транспортного та туристичного бізнесу, моніторингу потреб туристів.

9. Здійснення туристичних перевезень транспортними засобами з низьким рівнем комфорту та непристосованими до тривалих поїздок.

10. Низька якість надання дорожньо-транспортних послуг, зокрема незадовільний стан дорожнього покриття, відсутність на окремих ділянках туристичних маршрутів дорожніх знаків, вказівників, дорожньої розмітки.

11. Неможливість прийому та обслуговування великогабаритних транспортних засобів у місцях проведення екскурсійних турів, незначна кількість обладнаних сучасними технічними засобами місць для паркування автотранспорту [6, с. 75–76].

Важливим елементом в вирішенні проблем, пов'язаних з автотранспортним перевезенням у туризмі, є питання конкурентів автоперевезень та оцінка конкурентоспроможності транспортних послуг, тобто визначення й аналіз якісних і кількісних характеристик перевезень і супутніх послуг.

Результати класифікації параметрів для оцінки транспортних послуг у туризмі подано на рис. 1, складено на основі [8, с. 101].

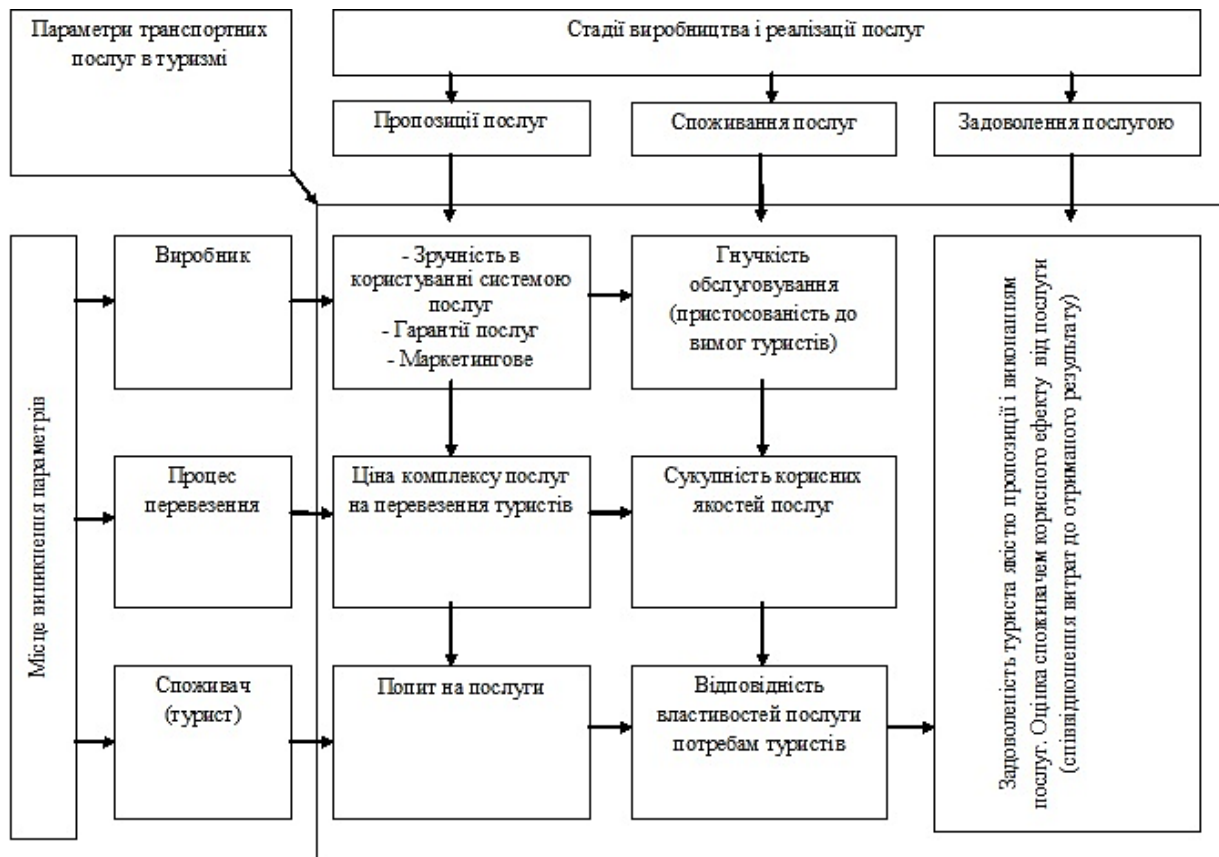


Рис. 1. Класифікація параметрів оцінки рівня конкурентоздатності транспортних послуг у туризмі

Така оцінка на основі вказаних параметрів дасть можливість порівняти різних виробників транспортних послуг, виявити сильні та слабкі місця у процесі виробництва і реалізації порівняно з конкурентами і забезпечити адресність розроблених заходів для підвищення конкурентоспроможності автотранспортних послуг у туризмі.

З метою подальшого збільшення туристичних потоків автотранспортні і туристичні підприємства повинні об'єднати свої зусилля в напрямі впровадження таких інноваційних змін, як:

- маркетингові дослідження попиту на ринку автотранспортних перевезень туристів;
- доцільність і корисність інновацій у транспортному обслуговуванні туристів;
- розроблення і впровадження сумісних інноваційних проектів;
- виявлення, оцінка і методи зниження інноваційних ризиків;
- обґрунтування ефективності впровадження інновацій [7, с. 60].

Висновки. Підсумовуючи вищевикладене, можна сформулювати такі висновки та рекомендації.

1. Аналіз діяльності національних транспортних і туристичних підприємств пояснює особливості та закономірності функціонування, розкриває тенденції зниження показників роботи туристичної індустрії, недостатній рівень їхньої взаємодії, зношеність основних фондів, відсутність розвинутої інфраструктури, зростання транспортного складника у вартості турпродукту.

2. Зростання конкуренції з боку зовнішніх і внутрішніх перевізників зумовлює необхідність формування ринку транспортно-туристичних послуг, який передбачає використання комплексного підходу до попиту та виявлення організаційно-економічних і соціальних факторів прогресу в перевезеннях.

Зменшення транспортного складника у вартості турпродукту, забезпечення безпеки та комфортабельності перевезень виникає у процесі формування ринку транспортно-туристичних послуг, головною метою функціонування якого є організація ефективної взаємодії транспорт-

них і туристичних підприємств, стимулювання попиту на транспортно-туристичні послуги.

4. Удосконалена класифікація параметрів для оцінки конкурентоспроможності автотранспортних послуг дасть можливість порівняти різних виробників транспортних послуг, виявити сильні та слабкі місця в процесі виробництва і реалізації порівняно з конкурентами і забезпечити адресність розроблених заходів для підвищення конкурентоспроможності автотранспортних послуг у туризмі.

5. Україна володіє величезним туристичним потенціалом, що дає їй змогу в перспективі бути одним із лідерів транспортно-туристичного ринку Східної Європи. Держава має всі передумови найближчими роками стати затребуваною у світовому туризмі, а розвиток індустрії туризму буде важливим напрямом сталого зростання національної економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вершицький АВ. Формування та розвиток мережі підприємств автомобільного туризму: Автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец.: 08.06.01 / Андрій В'ячеславович Вершицький. Сімферополь, 2006. 18 с.
2. Шинкаренко В.Г. Оцінка впливу параметрів автотранспортної послуги на задоволення споживачів / В.Г. Шинкаренко, І.М. Ананко // Економіка транспортного комплексу: Зб. наук. пр. Вип. 18. Х.: Вид-во ХНАДУ, 2011. С. 164–177.
3. Шинкаренко В.Г. Управление маркетингом взаимоотношений автотранспортного предприятия с потребителями услуг: [монография] / В.Г. Шинкаренко, И.В. Федотова. – Х.: ХНАДУ, 2009. 252 с. 3. Дурович А.П. Маркетинг в туризме/ А.П. Дурович М.: Академия, 2012. 362 с.
4. Державна статистика України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Квартальнов В.А. Туризм: учеб. пособ. / В.А. Квартальнов. 2011 URL: <http://tourlib.net>.
6. Інноваційно-інвестиційна взаємодія підприємств транспорту і туризму: [монографія] / Є.М. Сич, О.М. Парубець, Д.О. Сугоняко. К.: Кондор, 2013. 219 с.
7. Карась О.А. Розвиток транспортної інфраструктури України в умовах активізації міжнародного туризму: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.02 / О.А. Карась; Тернопільський національний економічний університет. Т., 2012. 21 с.
8. Шинкаренко В.Г., Бондаренко А.С. Управление конкурентоспособностью предприятия. Харьков: Изд-во ХНАДУ, 2003. 186 с.