

2. Полякова О. М., Шраменко О. В. Сучасні тенденції розвитку транспортно-логістичної інфраструктури в Україні і світі. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 58. С. 126–134

3. Ткач О. В. Транспортно-логістичні системи: теоретичні основи формування та напрямків розвитку. *Наука й економіка*. 2013. № 3 (31). С. 223–226.

УДК 061.66

Хоменко Л. М., к.е.н., доцент кафедри обліку та фінансів

*Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
м. Кременчук, Україна*

ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ФІРМ

Використання міжнародних інформаційно-пошукових систем дозволяє отримувати інформацію про відпочинок в різних країнах світу стосовно пошуку місць відпочинку, підбору готелів, замовлення турів, раціоналізації туристичних маршрутів. За даними Всесвітньої туристичної організації на туризм припадає близько 10% світового валового продукту та близько 30% торгівлі послугами. В туристичній галузі акумульовано понад 7% світових інвестицій, створене кожне 15 робоче місце, здійснюється близько 5% податкових надходжень [1, с. 108]. Інвестиції в сферу туризму сприяють підвищенню зайнятості населення, розвитку ринку послуг, міжнародному співробітництву, залученню громадян до пізнання багатой природної та історико-культурної спадщини, збереженню екологічної рівноваги. Велику популярність повинен здобувати «зелений» туризм, який не потребує значних інвестицій і забезпечує прийнятну прибутковість. До «зеленого» спеціалісти відносять мало бюджетні види туризму: етнографічний, спортивний, екологічний, санаторно-оздоровчий, маршрутно-пізнавальний [1, с. 97]. Туризм у сільській місцевості є найдешевшим видом цивілізованого туризму і найдоступнішим для міських жителів з відносно невеликими доходами.

Кількість міжнародних туристичних мандрівок постійно зростає, відповідно доходи від готельно-туристичних послуг за розрахунками, з використанням тренду, постійно підвищуватимуться майже до 2 трлн. дол. у 2020 р. Витрати туристів без авіаперевезень до 2020 р. становитимуть 5 трлн. доларів США. Більш ніж в 40 країнах світу туризм є основним джерелом надходжень до національного бюджету. Так, в Іспанії частка прибутків від іноземного туризму в загальній сумі надходжень від експорту товарів та послуг складає 35%, на Кіпрі та в Панамі – понад 50%, на Гаїті – більш як 70% [1, с. 132]. Поряд з цим, предмет досліджень стосується феномену та тенденцій розвитку віртуальної економіки, віртуального мікро- та макромаркетингового середовища, WEB – можливостей для ведення туристичного бізнесу, функціонування комплексу маркетингу в Інтернет-просторі. Важливою проблемою виступає оптимізація такого пошуку з використанням Інтернету.

Туризм в Україні повинен активно розвиватися у відповідності із значним потенціалом, що може приносити 4 млрд. доларів щороку до Державного бюджету [2].

Економічні засади дослідження Інтернет - маркетингу ринку туристичних послуг закладені у працях іноземних Д. Еймора, Ф. Котлера, А. Хартмана, У. Хенсона, та вітчизняних авторів В.К. Бабарицької, Литовченко І.Л. та інших. Автори торкаються різних аспектів становлення нового напрямку маркетингу, перспектив розвитку на реально діючих віртуальних локальних ринках, узагальнення досвіду провідних американських компаній з маркетингової діяльності в Інтернеті. Туристичні фірми за розширення мережі Інтернету долучаються до сучасних технологій, освоюють нові форми роботи з клієнтами за постійної взаємодії з партнерами. Разом з тим недостатньо висвітлено проблему забезпечення інформаційної підтримки підвищення ефективності туристичної діяльності та вдосконалення методів оцінки попиту та пропозицій для своєчасного надання туристичних послуг за врахування сезонності. Потребують поглибленого дослідження проблеми вирішення методичних засад системи забезпечення інформаційної підтримки, управління взаємодією при розв'язанні задачі оптимізації процесів у сфері туристичного бізнесу.

Нашою метою є розроблення системи інформаційно-аналітичного прогнозування туристичних потоків та математичного моделювання рівня замовлень туристичних послуг за врахування сезонності.

При прогнозуванні та плануванні діяльності туристичних фірм доцільно використовувати Інтернет-технології. Винятково важливе значення для розвитку туристичної галузі Полтавщини має структура регіональної індустрії гостинності, що має можливість надавати послуги з проживання та використовуватись для оздоровлення різних категорій населення. У її складі: підприємства з розміщення туристів ЗАТ «Полтаватурист», санаторно-оздоровчі заклади ЗАТ «Миргородкурорт» та об'єднання «Полтавасільгоспоздоровниця», санаторії, санаторії-профілакторії, готелі, мотелі, кемпінги різних форм власності, агротуристичні господарства. Так, до підприємств з розміщення туристів в ЗАТ «Полтаватурист» належать: пансіонат «Кротенківський», турбаза «Нові Санжари», турбаза «Сонячна» (с. Липове Глобинського району), тур комплекс «Турист» (м. Полтава), тур готель «Кремін» (м. Кременчук).

Динамічний розвиток Інтернет – економіки впливає на конкурентоспроможність туристичного бізнесу Полтавщини. Використання інформаційно-пошукової системи «ТУРИ» (www.tury.in.ua) дозволяє швидко бронювати тури в багатьох країнах. За використання інформаційно-пошукової системи об'єднуються пропозиції туроператорів в єдиному інформаційному просторі для тур агентств і туристів. В системі представлена різнобічна інформація туристичного ринку стосовно цін на тури, місць в готелях, агротуристичних господарствах, широкого спектру віз, карт, схем, екскурсій, фотогалерей.

Проведення досліджень інтенсивності туристичного руху, прогнозування туристичних потоків, визначення туристичних маршрутів, розроблення схем

розташування об'єктів туристичної інфраструктури на маршрутах повинно здійснюватися за міжнародними стандартами. Для нашої країни характерна технологічна відсталість галузі. Практично не застосовуються туристичні технології, які в розвинутих країнах набули ознак повсякденного вжитку: електронні інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів і туристичних фірм з переліком і вартістю послуг, які ними надаються. У світі практично всі довідники з туризму випускаються в електронному, а більшість – у Internet-форматах, що дає змогу їх користувачам бронювати місця в готелях і на транспорті у режимі реального часу – «on-line» [3, с. 87]. Останнім часом в галузі інформаційних технологій країни спостерігається значне поживлення. Доцільно активно використовувати можливості Інтернет-технологій для наближення до виходу на світовий рівень обслуговування клієнтів.

Список літератури

1. Бабарицька В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи. Сервісне забезпечення тур продукту. Київ : Альтерпрес, 2008. 286 с.
2. Державна служба курортів і туризму України : сайт. URL: <http://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 11.04.2020).
3. Литовченко І. Л. Методологічні аспекти Інтернет-маркетингу. Київ : Наук. думка, 2009. 194 с.

УДК 65.02.34:629.73(043.3)

Цабенко Н. М., студентка

Науковий керівник: Цимбалістова О. А., к.е.н., викладач

Кременчуцький льотний коледж Харківського національного університету внутрішніх справ, м. Кременчук, Україна

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Еволюція розвитку логістикитісно пов'язана з поступовими змінами в ринкових відносинах. Покращення процесів планування, управління, контролю потоків в економіці можливі з використанням сучасного напряму економічних досліджень таких як логістика.

Методика логістичного управління у галузях народного господарства України досить повільно просувається. Це пояснюється рядом причин:

По-перше, логістика знаходиться на стику багатьох наук. Деякі науковці трактують логістику, як наскрізний бізнес-процес, що проходить червоною смужкою через внутрішню структуру підприємства, об'єднуючи знання, отримані у сферах маркетингу, фінансів, операційної діяльності і корпоративної стратегії для досягненні мети підприємства.

По-друге, логістика розширює межі підприємства, будуючи логістичний ланцюг створення вартості, що дозволяє вирішувати досить складні питання спрямування руху матеріальних, інформаційних і фінансових потоків між бізнес-процесами.