

технологій у різних комп'ютерних середовищах і предметних галузях [8]. Предметна галузь й інформаційна технологія впливають одна на одну. Предметні технології, наповнюючи специфічним змістом інформаційні технології, скеровують їх на цілком визначені функції. Такі технології можуть мати типовий чи унікальний характер залежно від ступеня уніфікації під час виконання цих функцій.

### Висновки

Отже, інформаційні технології у своєму розвитку пройшли довгий шлях, кожний етап якого характеризувався своїми засобами обробки інформації та інформаційними носіями. Сучасний рівень розвитку інформаційної технології називається новою інформаційною технологією, ознаки якої – розвинута комп'ютерна техніка, сучасне програмне забезпечення, надійні комунікації, діалоговий режим спілкування користувача з комп'ютером.

Нова інформаційна технологія уможливує інтегрування різноманітних можливостей обробки інформації на одному робочому місці включно з розрахунковими, довідково-інформаційними, сервісними. Системи, побудовані за принципами нової інформаційної технології, можуть гнучко реагувати на зміни в складі функцій та розв'язуваних ними задач, в алгоритмах розрахунку, в інформаційних потребах користувачів. Інтерактивний режим роботи системи забезпечує задоволення нагальних інформаційних потреб користувачів, оперативний обмін інформацією та реагування на запити. Характерними для нової інформаційної технології є робота користувача в режимі оперативної взаємодії з даними; наскрізна інформаційна підтримка користувача на основі ін-

тегрованої бази даних; безпаперовий процес підготовки документа, коли на папері фіксується тільки його кінцевий варіант. В умовах нової інформаційної технології стають можливими колективне формування завдань і адаптивна перебудова форм та способів подання інформації в процесі прийняття управлінських рішень.

### Список використаних джерел

1. Ананьев О.М., Білик В.М., Гончарук Я.А. Інформаційні системи і технології в комерційній діяльності / О.М. Ананьев, В.М. Білик, Я.А. Гончарук. – Львів: Новий світ, 2007. – 584 с.
2. Ансофф И. Стратегический менеджмент (пер. с англ.) / И. Ансофф. – СПб.: Питер, 2011. – 344 с.
3. Аренков И.А., Баум П.Ф., Томилов В.В. Инновационный потенциал фирмы: стратегия развития / И.А. Аренков, П.Ф. Баум, В.В. Томилов – СПб., 2011. – 122 с.
4. Клименко О.В. Інформаційні системи і технології в обліку / О.В. Клименко. – К.: ЦУЛ, 2008. – 320 с.
5. Костенко Т.Д., Підгора Є.О., Рижиков В.С., Панков В.А. та ін. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства / Т.Д. Костенко, Є.О. Підгора, В.С. Рижиков, В.А. Панков. – К.: ЦУЛ, 2007. – 400 с.
6. Ліпінська А.В. Інформаційні ресурси в документознавстві / А.В. Ліпінська – К.: Університет «Україна», 2007. – 330 с.
7. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. [монографія] / С.В. Мельниченко. – К.: Національний торговельно-економічний університет, 2008. – 493 с.
8. Сорока П.М., Сорока Б.П. Інформаційний менеджмент / За наук. ред. Гудзинського О.Д. / П.М. Сорока., Б.П. Сорока – К.: Університет «Україна», 2008. – 535 с.

В.Ф. КИФЯК,  
д.е.н., м. Чернівці

## Туристична привабливість Карпатського регіону як один з основних чинників розвитку в'їзного туризму

У статті визначено складові туристичної привабливості Карпатського регіону та пропонується програма дій щодо її підвищення. На основі аналізу діяльності туристичних підприємств здійснено оцінку туристичної привабливості регіону та конкурентоспроможності комплексного туристичного продукту шляхом порівняння узагальнюючих показників.

**Ключові слова:** туристична привабливість, в'їзний туризм, рекреаційні ресурси, культурно-історична спадщина, інфраструктура, узагальнюючі показники, оцінка.

В статье определены составные туристической привлекательности Карпатского региона и предлагается программа действий по ее повышению. На основании

анализа деятельности туристических предприятий осуществлена оценка туристической привлекательности региона и конкурентоспособности туристического продукта путем сравнения обобщающих показателей.

**Ключевые слова:** туристическая привлекательность, въездной туризм, рекреационные ресурсы, культурно-историческое наследие, инфраструктура, обобщающие показатели, оценка.

The article indicates the components of the tourist attractiveness of Carpathian region and offers a programme of action for its improvement. The estimation of tourist attractiveness of the region and competitiveness of complex

## ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*tourist product was conducted and based on the analysis of tourist enterprises by comparing of general indicators.*

**Keywords:** *tourist attractiveness, exit tourism, recreation resources, cultural and historical heritage, infrastructure, general indicators, estimation.*

**Постановка проблеми.** Властивість природних рекреаційних ресурсів, культурно-історичної спадщини та інших складових туристичного потенціалу притягувати туристів на певні території прийнято називати туристичною привабливістю.

Одним із головних завдань організації ефективного використання туристичних ресурсів та управління туристичними та рекреаційними підприємствами є визначення туристичного потенціалу, встановлення можливостей його використання у туристичних цілях і на цій основі формування туристичної привабливості окремих регіонів, територій та місць, що сприятиме їх соціально-економічному розвитку, розробці стратегічних планів розвитку туризму та залученню інвестицій у розбудову загальної та туристичної інфраструктури.

Туристична привабливість регіону або окремої території відображає, наскільки цікавою є ця територія для туристів. Відповідно, постає проблема виокремлення складових рекреаційної привабливості, які в подальшому визначатимуть перспективність цієї території для розвитку в'їзного туризму і створення на ній туристичного бізнесу та всебічного задоволення потреб споживачів.

**Аналіз досліджень та публікацій з проблеми.** Питання визначення туристичної привабливості регіону або окремих територій та її впливу на розвиток туризму досліджувалися великою кількістю зарубіжних та вітчизняних учених та практиків. Так, зокрема, О.В. Мельник вважає, що якість довкілля є одним з головних чинників формування туристичної привабливості території [1] та визначає інтегральний показник туристичної привабливості території [2].

Багато науковців пропонують розглядати туристичну привабливість як результат взаємодії попиту і пропозиції [3, с. 10, 12]. Деякі фахівці в галузі туризму визначають туристичну привабливість регіону як сукупність природних атрактивних характеристик, не враховуючи наявної туристичної інфраструктури або проведення відповідної туристичної

політики, ототожнюючи тим самим туристичну привабливість з поняттям «туристичний потенціал» [4, с. 11].

Характеризуючи чинники впливу на туристичну привабливість регіону, В.Т.К. Міддлтон, Дж. Ч. Холлоуей, Ч. Робінсон, Я. Качмарек, А. Стасяк, Б. Влодарчик у своїх визначеннях складових туристичного продукту вважають, що «туристический продукт территории охватывает такие элементы, как природные и антропогенные достопримечательности, инфраструктуру и услуги места посещения, а также его доступность, внешнее представление и цену, которую должен уплатить потребитель» [5, с. 89].

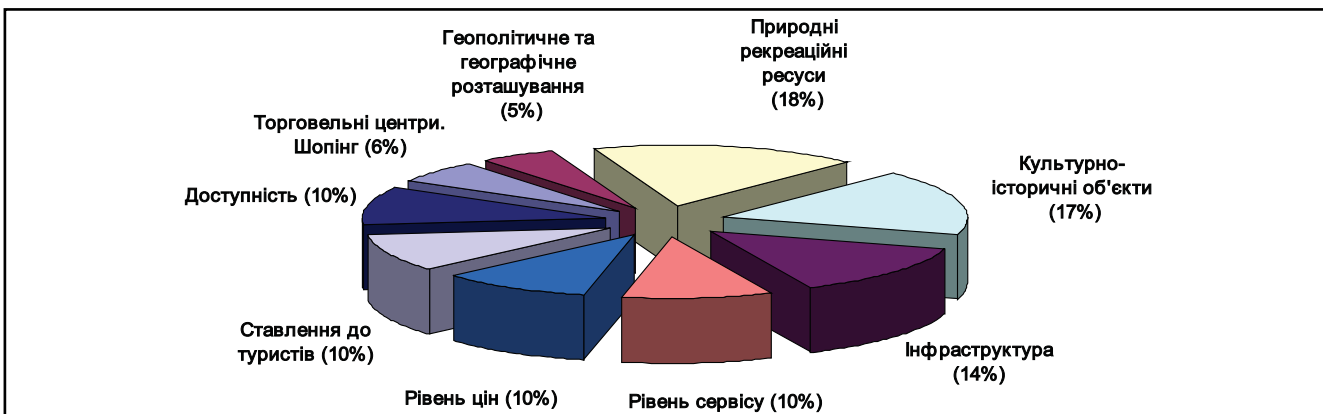
На нашу думку, природні рекреаційні ресурси, культурно-історична спадщина, розвинута інфраструктура, рівень сервісу та інші чинники, що потребують додаткового дослідження, є передумовою розвитку в'їзного туризму та важливим фактором впливу на економічний і соціальний розвиток регіону.

**Мета статті** – визначити складові туристичної привабливості Карпатського регіону та запропонувати програму дій щодо її підвищення. На основі аналізу діяльності туристичних підприємств здійснити оцінку туристичної привабливості регіону та конкурентоспроможності комплексного туристичного продукту шляхом порівняння узагальнюючих показників.

**Виклад основного матеріалу.** Законом України «Про туризм» в'їзний туризм визначається як «подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території» [6]. Щодо регіону, то будь-які поїздки на його територію іноземних громадян та туристів з інших регіонів України з пізнавальною, оздоровчою, спортивною та іншою метою відносяться до в'їзного туризму.

Дослідження, проведені на території Карпатського регіону, дали змогу виділити складові, що формують туристичну привабливість регіону для розвитку в'їзного туризму та які викликають найбільшу мотивацію у туристів до оздоровлення, відпочинку, подорожування (див. рис.), а також визначити місце природних рекреаційних ресурсів та культурно-історичних об'єктів у формуванні туристичного попиту.

На рисунку продемонстровано, що серед складових, які найбільше впливають на туристичну привабливість регіону, природні рекреаційні ресурси, культурно-історичні об'єкти



Складові туристичної привабливості Карпатського регіону

та інфраструктура займають найбільші сегменти, відповідно 18, 17 і 14 відсотків.

Таким чином, головними складовими туристичної привабливості Карпатського регіону є природні рекреаційні ресурси, культурно-історичні об'єкти та туристична інфраструктура, які передовсім задовольняють потреби туристів та найбільше впливають на формування туристичного попиту. Разом із тим опитування іноземних туристів та туристів з інших областей України, проведені на території Карпатського регіону, свідчать про те, що окрім природних рекреаційних ресурсів, культурно-історичної спадщини, геополітичного розташування, розвинутої інфраструктури та інших визначених чинників (див. рис.) до туристичної привабливості регіону відносяться:

- незвичний формат організації подорожування та відпочинку. Це, зокрема, поширений у регіоні сільський туризм та участь у виконанні різноманітних сільськогосподарських робіт, участь у «Битві націй», що проходить щорічно у Хотинській фортеці, та лицарських турнірах з переодяганням у середньовічний військовий одяг тощо;

- нестандартний спосіб пересування туристів – це кінні маршрути, карети, сплави по гірських річках та ін.;

- вишукана форма обслуговування, в тому числі спеціалізація окремих ресторанів, готелів, анімаційних закладів;

- відомі фахівці, музиканти, спортсмени та інші персонажі;

- звичаї, обряди, традиції, свята, цікаві події тощо;

- природні явища (печери, водоспади), дикі тварини, полювання, рибальство;

- цікаві та видовищні виробничі процеси, зокрема виробництво електроенергії на Дністровській ГАЕС, складальні кузовні роботи на Львівському автобусному заводі та ін.

На основі аналізу діяльності туристичних підприємств у 2010 році пропонується здійснення оцінки туристичної привабливості та конкурентоспроможності Карпатського регіону з точки зору туристичних можливостей шляхом порівняння таких узагальнюючих показників:

1. Частина, яку займає регіон на туристичному ринку держави, та її динаміка, що характеризує становище регіону на ринку.

Зокрема, частка туристів, яким надано обслуговування на території регіону у 2010 році (прийом іноземних туристів та туристи, охоплені внутрішнім туризмом), становить 18% у загальноукраїнському показнику. Частка екскурсантів, які отримали екскурсійне обслуговування, становить 37,4% від загальної чисельності екскурсантів в Україні. За чисельністю рекреантів, яким надано санаторно-курортне лікування, частка регіону становить 15,8% [7]. При цьому спостерігається позитивна динаміка за останні 2005–2010 років.

2. Частка відрахувань до бюджету від туристичної діяльності.

За обсягами відрахувань до бюджетів усіх рівнів від туристичної діяльності частка Карпатського регіону становить 17% від загального обсягу по Україні. Розмір загального прибутку, який отримує регіон від функціонування туристичної галузі, становить понад 126 млн. грн., що на 40% більше у порівнянні з 2005 роком.

3. Показник конкурентоспроможності комплексного туристичного продукту регіону.

Якщо перших два показники досить зрозумілі, то показник конкурентоспроможності комплексного туристичного продукту регіону вимагає відповідного розрахунку. Його доцільно розраховувати таким чином:

$$KKKTP = \left( \frac{\sum_{i=1}^n Aix}{\sum_{i=1}^n Aiy} + \frac{\sum_{j=1}^n Bjx}{\sum_{j=1}^n Bjy} + \frac{\sum_{u=1}^n Cux}{\sum_{u=1}^n Cuy} \right) / 3, \quad (1)$$

де *KKKTP* – коефіцієнт конкурентоспроможності комплексного туристичного продукту регіону;

*Aix* – кількість пропонованих видів туристичних продуктів (маршрутів) із пізнавальною метою в оцінюваному регіоні;

*Aiy* – кількість пропонованих видів туристичних продуктів (маршрутів) із пізнавальною метою в регіоні, обраному для порівняння (конкуренті);

*Bjx* – кількість пропонованих видів рекреаційних і туристичних продуктів (маршрутів) з оздоровчою метою в оцінюваному регіоні;

*Bjy* – кількість пропонованих видів рекреаційних та туристичних продуктів (маршрутів) із оздоровчою метою в регіоні, обраному для порівняння (конкуренті);

*Cux* – кількість пропонованих видів туристичних продуктів (маршрутів) із розважальною метою в оцінюваному регіоні;

*Cuy* – кількість пропонованих видів туристичних продуктів (маршрутів) із розважальною метою в регіоні, обраному для порівняння (конкуренті).

У нашому випадку *n* = 4 (до складу Карпатського регіону входять чотири області).

Регіоном для порівняння обрано румунську частину Карпат (Румунія), яка подібна за природними рекреаційними ресурсами та кількістю пам'яток історії, культури, архітектури і яка також поєднує чотири повіти.

За проведеним дослідженням та розрахунками станом на 1 січня 2011 року:

$$Aix = A_{1ix} + A_{2ix} + A_{3ix} + A_{4ix}, \quad \sum_{i=1}^4 Aix = 157;$$

$$Aiy = A_{1iy} + A_{2iy} + A_{3iy} + A_{4iy}, \quad \sum_{i=1}^4 Aiy = 164;$$

$$Bjx = B_{1jx} + B_{2jx} + B_{3jx} + B_{4jx}, \quad \sum_{j=1}^4 Bjx = 171;$$

$$Bjy = B_{1jy} + B_{2jy} + B_{3jy} + B_{4jy}, \quad \sum_{j=1}^4 Bjy = 142;$$

$$Cux = C_{1ux} + C_{2ux} + C_{3ux} + C_{4ux}, \quad \sum_{u=1}^4 Cux = 140;$$

$$Cuy = C_{1uy} + C_{2uy} + C_{3uy} + C_{4uy}, \quad \sum_{u=1}^4 Cuy = 143.$$

$$KKKTP = \frac{157}{164} + \frac{171}{142} + \frac{140}{143} / 3 = 1,05.$$

## ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Таким чином, шляхом використання формули [1], визначено *КККТП* Карпатського регіону, який з 0,89 у 2005 році зріс до 1,05 у 2010 році за рахунок збільшення кількості пропонуваних видів рекреаційних і туристичних продуктів (маршрутів) із пізнавальною, оздоровчою та розважальною метою.

Отже, оцінюючи показники туристичної привабливості Карпатського регіону за чисельністю туристів, яким надано туристичне, екскурсійне та санаторно-курортне обслуговування, за обсягом відрахувань до бюджетів усіх рівнів і розміром отриманого прибутку та коефіцієнтом конкурентоспроможності комплексного туристичного продукту регіону і порівнюючи їх з іншими туристичними регіонами та загальноукраїнськими показниками, можна стверджувати, що Карпатський регіон є одним із найбільш привабливих для туристів регіоном і посідає одне з провідних місць за рівнем забезпеченості природними та історико-культурними ресурсами, здатними стимулювати значний інтерес у вітчизняних та іноземних туристів.

Проте і Карпатський регіон, і Україна у цілому, маючи великий туристичний потенціал, використовують його недостатньо та мало ефективно, особливо на міжнародній арені, про що свідчить рейтинг туристичної конкурентоспроможності країн Європи, складений у 2011 році на Всесвітньому економічному форумі, де Україна посіла тільки 38 місце з 42 європейських країн та опинилася на 85 позиції у рейтингу туристичної конкурентоспроможності країн світу [8], хоча ситуація після проведення Євро-2012 стала значно кращою.

Сьогодні для покращення показників конкурентоспроможності регіону, окрім послуг, що входять до складу туристичного продукту, або так званих характерних послуг, активно мають пропонуватися супутні послуги. Наприклад, послуги прокату, анімаційні послуги, сувенірна продукція, виробки народних промислів тощо.

Аналіз туристичних потоків у регіон показує, що наявність природних рекреаційних ресурсів, пам'яток культури національного і міжнародного значення, розвинутої інфраструктури та інших вищезазначених факторів ще не створює стабільної туристичної привабливості регіону. Сьогодні потрібна комплексна програма дій з орієнтацією на такі основні рішення та проекти:

### *1. Формування позитивного туристичного іміджу регіону.*

Основним завданням стає формування нового сприйняття туристичного потенціалу регіону в цілому і просування окремих рекреаційних та туристичних продуктів як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринку. Цього можна досягти за рахунок посилення рекламно-інформаційної діяльності (PR-кампанії), утворення мережі інформаційно-туристичних центрів, роботи з засобами масової інформації – організації прес-турів, наслідками яких може стати велика кількість публікацій як в інформаційних виданнях областей регіону, так і за кордоном, збільшення придорожньої інформації (встановлення дорожніх інформаційно-туристичних знаків, які вказували б на елементи інфраструктури та тури-

стичні об'єкти, що знаходяться поруч з дорогою), поширення інформації через Інтернет, розробка електронних карт туристичних маршрутів тощо.

### *2. Проектування та розбудова сучасних туристичних комплексів.*

Визначення оптимальних рекреаційно-туристичних зон, проектування та розбудова сучасних туристичних комплексів значно посилять конкурентоспроможність регіону. Туристична привабливість залежить не тільки від наявності туристичних ресурсів, а й від стану матеріально-технічної бази туризму та розвитку загальної інфраструктури (дороги, транспортне сполучення, комунікації тощо), збереження та відновлення пам'яток історії, культури, архітектури.

### *3. Сприяння розвитку екологічного (зеленого) та сільського туризму.*

В умовах недостатньо розвинутої матеріально-технічної бази у регіоні існують передумови для подальшого розвитку екологічного (зеленого) та сільського туризму. Екологічний (зелений) та сільський туризм мають свою специфіку, пов'язану з охороною навколишнього середовища, розміщенням, харчуванням та організацією відпочинку в сільській місцевості та на природі, яка виражається в мінімізації витрат, перш за все на харчування та проживання, яке обходиться в 2–2,5 рази дешевше, особливо в літній період. Це щонайменше удвічі знижує вартість відпочинку. Аналіз засвідчує, що у розвинених країнах світу такий вид відпочинку користується попитом не лише у людей з середнім достатком, а й у заможних.

При плануванні розвитку сільського туризму необхідно розробити відповідні проектні схеми з визначенням ареалів максимальної концентрації пам'яток історико-культурної спадщини, територій природного ландшафту, системи сільського розселення, транспортних комунікацій, типології сільських помешкань тощо. Мають бути впроваджені стандарти якості на послуги, які будуть надаватися при обслуговування відпочиваючих в сільській місцевості.

Особливо варто підкреслити, що сприяння розвитку сільського туризму дозволяє водночас вирішити ряд надзвичайно важливих соціальних завдань – створення нових робочих місць з гідною оплатою, відродження культурних традицій, ведення здорового способу життя, підвищення добробуту.

### *4. Впровадження інновацій.*

Посилення туристичної привабливості та підвищення конкурентоспроможності регіону частково залежить і від розвитку інноваційних процесів у туристичній галузі. Це розробка та впровадження нових туристичних продуктів, придбання сучасного технологічного обладнання, нова поведінка на ринку туристичних послуг, інтеграція маркетингових програм з суміжними організаціями та установами тощо.

Важливим напрямом інноваційного розвитку туризму є впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, що передбачає модернізацію програмно-технічної бази турсервісів та туристичних агентів, побудову її корпоративної мережі на основі комп'ютерних мереж цен-

трального та територіального рівнів обробки інформації, впорядкування інформаційних фондів та забезпечення користувачам можливості доступу до них.

*5. Розробка регіональних програм.*

Під регіональною програмою розвитку туризму розуміється комплекс соціально-економічних, виробничих, організаційних заходів, зорієнтованих на формування якісного конкурентоспроможного туристичного продукту для задоволення потреб місцевого населення та гостей регіону в туристичних послугах і забезпечення на цій основі комплексного розвитку регіону за умови збереження екологічної рівноваги та історико-культурної спадщини, здійснення заходів, спрямованих на розвиток туристичної галузі, забезпечення умов для повноцінного функціонування суб'єктів туристичної діяльності, залучення інвестицій, створення інфраструктури туризму.

Розробка та реалізація програм із використання історико-культурного і природного потенціалу регіону в розвитку туризму вирішить одну з найважливіших його проблем – проблему цілорічного формування туристичного попиту шляхом пропозиції різноманітних форм лікування, оздоровлення, організації турів у міжсезоння, які припускають використання природних ресурсів, елементів культури тощо.

Розвиток туризму в регіоні та підвищення туристичної привабливості багато в чому визначається позицією влади, її готовністю не тільки вимагати, а й допомагати туристичному бізнесу. А форми підтримки туризму можуть бути різноманітними:

1. *Організаційно-правова підтримка.* Це стимулювання підприємництва у туристичній галузі, розробка цільових програм розвитку туризму та довгострокових стратегій, створення особливих економічних зон туристичного типу та територій пріоритетного розвитку рекреації і туризму на регіональному рівні.

2. *Інфраструктурна та фінансова підтримка* – це насамперед реалізація цільових програм, у тому числі із залученням коштів з державного бюджету та залучення інвесторів, виділення перспективних земельних ділянок під будівництво інфраструктурних об'єктів, надання субсидій на оплату відсотків по кредитах та кредитування за пільговими ставками, підвищення якості обслуговування та введення територіальних стандартів якості.

3. *Інформаційно-методична підтримка*, яка полягає в тому, щоби місцева і регіональна влада стала координатором впровадження корисних для регіону проектів та ініціатив, акумулятором і поширювачем кращого досвіду, організатором проведення конференцій і семінарів, нарад і навчань.

4. *Маркетингова підтримка*, сутність якої зводиться до брендінгу, реклами, підтримки туристичного іміджу, PR-кампаній, позиціонуванню регіону або окремої території як туристичного центру. Особливе місце відводиться організації прес-турів, ознайомлювальних поїздок для туристичних операторів, рекламних турів, спеціальних акцій тощо.

5. *Кадрова підтримка* – це сприяння кадровому забезпеченню туристичної діяльності, організація та розвиток си-

стеми наукового забезпечення галузі туризму, підготовка та підвищення кваліфікації туристичних кадрів.

Отже, формування туристичної привабливості регіону вимагає цілеспрямованої спільної роботи органів державної влади, місцевого самоврядування, туристичного бізнесу, наукових установ та громадських організацій по створенню туристичного іміджу регіону та окремих територій, рекламі та просуванні конкурентоспроможних туристичних продуктів пізнавального, лікувального, спортивно-оздоровчого та розважального характеру, пропаганді бренду Карпатського туристичного регіону.

**Висновки**

Таким чином, на прикладі Карпатського регіону визначено основні складові туристичної привабливості, до яких відносяться природні рекреаційні ресурси, визначні пам'ятки історії, культури, архітектури, розвинена загальна та спеціальна інфраструктура, якість сервісу, доступність, рівень цін та інші чинники. Здійснено оцінку туристичної привабливості регіону шляхом порівняння низки показників та визначено коефіцієнт конкурентоспроможності комплексного туристичного продукту регіону, які засвідчують вагомий внесок туризму регіону у розвиток туристичної галузі України та позитивну динаміку розвитку. З метою створення стабільної туристичної привабливості регіону визначено перелік першочерговий дій, рішень та проектів, які спрямовані на формування позитивного туристичного іміджу, проектування та розбудову сучасних туристичних комплексів, розвиток екологічного (зеленого) та сільського туризму, розробку регіональних програм, впровадження інновацій тощо.

**Список використаних джерел**

1. Мельник О.В. Якість довкілля як чинник формування туристичної привабливості території / О.В. Мельник // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів: Вид-во НУ «ЛП», 2003. – №478. – С. 212–217.
2. Мельник О.В. Інтегральний показник туристичної привабливості території: поняття та теоретичні аспекти / О.В. Мельник // Регіональна економіка, 2004. – №4. – С. 197–205.
3. Formica, S. Destination attractiveness as a function of supply and demand interaction: diss. d-r of philosophy; Nov. 2007. Blacksburg, 2000.
4. Ortolani G.G. Tourism in Italian regions: performance and potentialities / G.G. Ortolani, A. Alivernini, L. Buldorini [Електрон. ресурс] // 7th international forum on tourism statistics. Stockholm, 9–11 June 2004. Mode of access: – Режим доступу: [http://www.tourismforum.scb.se/presentations/NSMTheme10June/Italy/UIC\\_presentation.ppt](http://www.tourismforum.scb.se/presentations/NSMTheme10June/Italy/UIC_presentation.ppt)
5. Качмарек Я. Туристический продукт. Замысел. Организация. Управление / Я. Качмарек, А. Стасяк, Б. Влодарчик; пер. с польского И.Д. Рудинского. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 495 с.
6. Про внесення змін до Закону України «Про туризм»: Закон України від 18.11.2003 №1282-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – №13. – Ст. 4.

7. Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм в Україні / Державна служба статистики України / Статистичний бюлетень. – К.: 2011. – 92 с.

8. Україну визнали однією з найменш привабливих країн для туристів [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <http://tsn.ua/ukrayina/ukrayinu-viznali-odniyeyu-z-naymensh-privablivih-krayin-dlya-turistiv.html>

С.Л. ЛИТВИНЕНКО,  
к.е.н., доцент, Національний авіаційний університет

## Економічні аспекти мультимодального перевезення унікальних негабаритних вантажів за участю авіатранспорту

*У статті визначено економічні аспекти міжнародного мультимодального перевезення унікальних негабаритних вантажів за участю авіатранспорту, які передбачають обґрунтування стратегії вибору маршруту, розробку принципів схем-алгоритмів та формування економічного механізму мультимодального перевезення унікальних негабаритних вантажів за участю авіатранспорту.*

**Ключові слова:** аспекти, перевезення, вантаж, авіатранспорт, негабаритний, унікальний.

*В статье определены экономические аспекты международной мультимодальной перевозки уникальных негабаритных грузов при участии авиатранспорта, которые предусматривают обоснование стратегии выбора маршрута, разработку принципиальных схем-алгоритмов и формирование экономического механизма мультимодальной перевозки уникальных негабаритных грузов при участии авиатранспорта.*

**Ключевые слова:** аспекты, перевозки, груз, авиатранспорт, негабаритный, уникальный.

*In the article the economic aspects of international multimodal transportation of unique oversized cargoes with participation of air transport, providing the grounding of route selection strategy, development principle charts-algorithms and forming economic mechanism of multimodal transportation of unique oversized cargoes with participation of air transport, were identified by the author.*

**Keywords:** aspects, transportations, cargo, air transport, oversized, unique.

**Постановка проблеми.** В умовах збільшення замовлень на перевезення унікальних негабаритних вантажів виникає проблема, яка пов'язана з розробкою транспортно-технологічних схем, технічних рішень та методик таких перевезень. Мультимодальне перевезення унікальних негабаритних вантажів за принципами логістики – just in time та «від дверей до дверей» вимагає врахування особливостей доставки таких вантажів на всіх видах транспорту, які будуть використані. При перевезенні таких вантажів використовують спеціалізовані транспортні засоби, які здатні забезпечити без-

розбірну доставку вантажів, оскільки проведення збірно-розбірних операцій призводить до збільшення часу доставки та може призвести до втрати певних властивостей вантажу. Розробка індивідуальних технічних рішень та методик доставки унікальних негабаритних вантажів вимагає також визначення економічних аспектів мультимодального перевезення таких вантажів.

**Аналіз досліджень та публікацій з проблеми.** Проблеми перевезення унікальних негабаритних вантажів на різних видах транспорту активно вивчалися вітчизняними та зарубіжними науковцями. Особливо ґрунтовно досліджувалися проблеми доставки цієї категорії вантажів на автомобільному транспорті. В цьому контексті слід відзначити наукові роботи Н. Троїцької [9], М. Шилімова [10], А. Кошарного [4], І. Зіброва [2], А. Приходько [8] та ін. Наукова робота Р. Імамєдінова [3] стосується організації міжнародних перевезень великогабаритних та надважких вантажів різними видами транспорту по території Росії. В цій роботі, зокрема, визначаються економічні фактори вибору виду транспорту та науково-методичні принципи вирішення проблем доставки цих категорій вантажів різними видами транспорту. Проблеми доставки негабаритних вантажів на авіатранспорті вивчалися у наукових роботах А. Матовнікова [7], Т. Габрієлової [1] та ін. Нами у [5] було створено засади використання інформаційних систем SolidWorks у роботі чартерних вантажних авіаперевізників.

**Мета статті.** Із викладеного вище випливає, що організаційні та економічні складові проблеми міжнародного мультимодального перевезення унікальних негабаритних вантажів за участю авіатранспорту вивчені явно недостатньо та вимагають більш ґрунтовного дослідження. Метою статті є визначення економічних аспектів міжнародного мультимодального перевезення унікальних негабаритних вантажів за участю авіатранспорту.

**Виклад основного матеріалу.** Особливості мультимодального перевезення унікальних негабаритних вантажів за участю авіаційного виду транспорту полягають у необхідності врахування відповідності параметрів вантажної одиниці параметрам апаратів обслуговування на різних етапах до-