

Проведений аналіз дозволяє зробити наступні висновки:

- ринок надання екскурсійних послуг в місті є доволі насиченим і знаходиться в стадії зрілості, оскільки більшість підприємств мають доволі розвинені пакети пропозицій, які складаються з переліку від 10 та більше екскурсій. Кількість таких підприємств переважає;
- на ринку представлені всі відомі на сьогодні різновиди тематичних екскурсій;
- існує чітка диференціація пропозиції між міськими екскурсіями та екскурсіями як проводяться в межах Харківської області;
- фактично всі наявні об'єкти екскурсійного потенціалу, звісно в різному ступенем, охоплені екскурсійною діяльністю.

РОЗВИТОК ПРОПОЗИЦІЇ ТЕМАТИЧНИХ ЕКСКУРСІЙ В МІСТІ ХАРКОВІ

Гулага Т. В.

Керівник – Поколюдна М. М., канд. геогр. наук, доцент

Головним класифікаційним признаком розподілу екскурсій на окремі групи є їх виокремлення за тематикою. За цим найважливішим критерієм всі екскурсії поділяються на оглядові і тематичні. Оглядові екскурсії, як відомо, висвітлюють події крупним планом, охоплюють великі проміжки часу (наприклад від заснування міста до його сучасного життя), використовують різноманітні об'єкти та фактично мають однаковий набір підтем. Тематичні екскурсії, на відміну від оглядових, присвячені одній темі та охоплюють однотипні об'єкти, наприклад лише пам'ятки архітектури, якщо це екскурсія за даною тематикою. Якщо це історична екскурсія, то в її основу може бути покладена одна або кілька подій, об'єднаних однією темою, а іноді й триваліший історичний період. Зазначимо, що тематичні екскурсії рідко існують ізольовано. Зокрема, історичний матеріал використовується в архітектурно-містобудівній тематиці. Все залежить від конкретних умов проведення екскурсії, від особливостей того або іншого міста чи регіону.

Проте врахування тематичної спрямованості конкретної екскурсії при її розробці та подальшому позиціонуванні на ринку є вкрай важливим, в першу чергу для туристсько-екскурсійних підприємств. На теперішній час тематичні екскурсії поділяються на такі групи:

- історичні;
- природознавчі;
- мистецтвознавчі;
- літературні;

- виробничі;
- архітектурні;
- культурно-релігійні.

Харків в плані надання екскурсійних послуг є доволі розвиненим містом, тут одночасно працюють понад десять підприємств, які надають екскурсійні послуги. В даній роботі розглянуто 6 провідних підприємств міста. З них: Навігатор Україна, LimeTravel Company, KrainaUA, Marina Express, Оберіг-тур та Телеком-тур. Лідером по кількості пропозицій в цій розглянутій групі підприємств виступає «Навігатор Україна» яке пропонує 35 екскурсій по Харкову. Другу сходинку займають LimeTravel Company та Телеком-тур з показником по 21 пропозиції.

Аналіз пропозицій даних підприємств показав, що в межах Харкова проводяться екскурсії на різноманітні тематики. Найширше представлені історичні екскурсії їх нараховується понад – 25 тем. Другу позицію займають виробничі екскурсії, які являють собою поїздки на діючі підприємства - таких пропозицій нараховується 19. Не менш розвинутою виявляється і пропозиція екскурсій по архітектурно-містобудівній тематиці – 16. Мистецтвознавча тематика екскурсій, нараховує – 14 пропозицій. Що стосується релігійної тематики, то не всі підприємства пропонують такі екскурсії, загалом пропонується 13 таких екскурсій. Найменше природознавчих – 3 та літературних – всього 2 екскурсії.

Проаналізувавши сутність пропонованих екскурсійних маршрутів можливо відзначити найбільш популярні з них та фактично такі, які пропонуються кожним підприємством. При цьому назва таких екскурсій є різною. Так серед історичних найбільш популярно є екскурсія про події Другої світової війни у Харкові. Виробничі екскурсії проводяться на кондитерські підприємства (фабрики «Кондитер Престиж», «Солодкий світ»), типографії (зокрема, «Ранок») та броварні («AB InBev Efes», «AltBeer»). Архітектурно-містобудівна тематика в основному представлена екскурсіями, які присвячені творінням видатного майстра – О.М. Бекетова, або демонструють архітектурні ансамблі окремих частин міста. Найбільш пропованою серед екскурсій мистецтвознавчої тематика є екскурсія до Харківського національного академічного театру опери та балету ім. М. Лисенко. Серед релігійних екскурсій переважають такі які презентують або відразу декілька релігійних течій, існуючих в місті, зокрема «Світові релігії в Харкові» або навпаки зосереджені на показі об'єктів християнства.

У результаті проведеного аналізу ринку екскурсійних послуг міста Харкова можна зробити висновок, що у місті Харків працює достатня

кількість екскурсійних підприємств, які надають велику кількість тематичних екскурсій, які представлені всіма існуючими на сьогодні тематичним напрямками. Що стосується цін на тематичні екскурсії то здебільшого всі вони знаходяться на однаковому рівні і не мають значних коливань в перерахунку на обслуговування одного екскурсанта. Проте утримання споживача передбачає постійний розвиток та вдосконалення пропозиції. Перспективними для міста на наш погляд буде розвиток екскурсійної тематики яка стосується історико-біографічних та мистецтвознавчих екскурсій.

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Власов С.О.

Науковий керівник – Писарева І.В., канд. екон. наук, доцент

Франчайзинг в сучасній економіці – найбільш розповсюджена та вигідна форма співпраці для туристичних агентств у разі створення нового власного бізнесу або реорганізації вже працюючого. У туристичній галузі франчайзингові фірми зазвичай є процвітаючими, прибутковими і в той же час ризиковими. Франчайзери пропонують різні моделі та схеми співпраці, від найпростіших до багатоваріантних. Зважаючи на інноваційність механізму франчайзингу для усіх українських ринків, у тому числі і для туристичного ринку, а також у зв'язку із зростаючим інтересом до франчайзингу з боку туристичних агентств в умовах зниження ринкової кон'юнктури, зростає потреба в докладному дослідженні пропозицій франшиз на туристичному ринку України.

Теоретичні засади франчайзингу загалом, та в туристичному бізнесі зокрема, досліджували О. Бурдяк, З. Варналій, С. Галасюк, О. Гарбер, Ж. Дельтей, Е.Кесслер, Я.Мюррей, Дж.Стенворт, Е.Харрісон, А. Устюжанін, С.Шейн, Л.Шульгіна та інші. Привабливість туристичного франчайзингу вчені пояснюється його «широким розвитком в світовій економіці, комплексним характером відносин та достатньо високим рівнем їх прозорості, а також перевагами взаємовигідних системних зв'язків». У той же час, практичні аспекти франчайзингу на вітчизняному туристичному ринку вивчені недостатньо, а інформація про умови, які пропонуються франчайзинговими туристичними мережами в Україні не систематизована, що ускладнює вибір для туристичних агентств і робить наукові пошуки незатребувані реальним сектором.

Франчайзинг – це така організація бізнесу, за якою компанія (франчай-