**Вершицький Андрій Вячеславович. Формування та розвиток мережі підприємств автомобільного туризму в Криму : дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Таврійський національний ун-т ім. В.І.Вернадського. - Сімф., 2006**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Вершицький А.В. Формування та розвиток мережі підприємств автомобільного туризму в Криму – Рукопис.**  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами. Таврійський національний університет ім. В.І. Вернадського, Сімферополь, 2006.  Дисертаційна робота присвячена дослідженню системи автомобільного туризму та діяльності підприємств автомобільного туризму як її складових елементів.  Розкрита сутність поняття “автомобільний туризм”, визначені його основні елементи. Узагальнені та систематизовані існуючі підходи і розроблена нова методика оцінки ефективності автомобільного туризму.  У дисертаційній роботі запропоновано заходи щодо удосконалення стратегії розвитку підприємств автомобільного туризму, розроблений комплекс організаційно-економічних заходів щодо підвищення ефективності функціонування системи автомобільного туризму, шляхом формування та розвитку мережі підприємств автомобільного туризму, формування нової якісної пропозиції і просування її на внутрішній і зовнішній ринки. | |
| |  | | --- | | У дисертації наведено теоретичне узагальнення і розв’язання наукової задачі формування організаційно-економічного механізму підвищення ефективності функціонування автомобільного туризму на основі формування і розвитку мережі підприємств автомобільного туризму.  Основні науково-практичні результати дисертаційної роботи дозволили зробити наступні висновки:  1. Розвиток туризму в Криму створив проблемну ситуацію, яка характеризується низькою віддачею від розвитку туризму, невеликою часткою бюджетних надходжень від курортно-рекреаційних і туристських підприємств, високою сезонністю роботи підприємств, що веде до низької економічної ефективності їх функціонування, нерівномірним розподілом підприємств по території півострова і їх зосередженням на найбільш засвоєних територіях, низьким рівнем зайнятості місцевого населення в туризмі.  2. Забезпечення підвищення ефективності функціонування туризму можливе за рахунок розвитку перспективних видів туризму, одним із яких є автомобільний туризм. Елементами автомобільного туризму є підприємства, що забезпечують перебування туристів, які подорожують на власному або орендованому автомобільному транспорті. Найважливішими з них є засоби розміщення автотуристів і підприємства з прокату автомобілів. У даний час відбувається відновлення потоку автотуристів до Криму, проте воно ще більш ніж в два рази відстає від максимальних рівнів, досягнутих в 80-х роках минулого століття.  3. Ефективність розвитку автомобільного туризму можна забезпечити шляхом використовування комплексного і системного підходів до розвитку на основі маркетингу. Методика оцінки ефективності функціонування автомобільного туризму на двох рівнях: на регіональному рівні і на рівні підприємств. Показниками ефективності на регіональному рівні є величина податкових надходжень, зайнятість населення, коефіцієнт нерівномірності послуг автотуризму, розподілу потоку автотуристів по регіонах і видах засобів розміщення; на рівні підприємств: показники обсягу туристських послуг, прибутку, рентабельності діяльності.  4. Удосконалення системи автомобільного туризму припускає вдосконалення функціонування її основних елементів – розвитку підприємств прокату і засобів розміщення автотуристів і взаємозв'язків між ними. Функціонування засобів розміщення автотуристів у Криму в даний час неефективне, підприємства працюють нестійко, що визначається несформованістю послуг автотуризму і неструктурованим попитом на них. Діюча система стандартів не регламентує вимоги до засобів розміщення автотуристів, у зв'язку з чим рекомендована розробка Положення про майданчики для кемпінгу, їх устаткування і управління, розробку форми статистичної звітності для обліку послуг, що надаються ними. Система прокату автомобілів в Криму будується за міжнародними стандартами, проте, у зв'язку з тим, що ринок прокату є ще достатньо новим для умов Криму, обсяги реалізації послуг невисокі і потрібен активний розвиток даного ринку.  5. До числа найважливіших комплексних методів розв’язання проблем розвитку автомобільного туризму в Криму віднесено формування і розвиток мережі підприємств автомобільного туризму, розробку і реалізацію маркетингової стратегії пропонованої мережі підприємств, використовування інструментів інтернет-маркетингу для просування послуг автотуризму, реалізацію методичних рекомендацій з удосконалення послуг автотуризму відповідно до міжнародних стандартів;  6. Задачами маркетингової стратегії є збільшення кількості автотуристів за рахунок розвитку ринку країн СНД і виходу на нові ринки; розвиток наявних і створення нових послуг; поліпшення якості; формування нового іміджу; продовження туристського сезону.  7. Формування мережі підприємств автомобільного туризму планується в контексті інтеграції діяльності її окремих елементів.  8. Лізинговий механізм інвестування розвитку автомобільного туризму здатний стати інструментом оновлення і набуття основних фундацій підприємств автомобільного туризму. Особливий інтерес лізинг представляє в умовах сезонності шляхом використовування оперативного лізингу транспортних засобів. | |