

ЕКОНОМІКО-СОЦІАЛЬНІ ВІДНОСИНИ В ГАЛУЗІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Тези доповідей
VI Міжнародної науково-практичної конференції
(9–10 травня 2024 року, м. Львів)

За загальною редакцією
Наталії ПАВЛЕНЧИК

Львів
ЛДУФК ім. Івана Боберського
2024

ВИКЛИКИ Й МОЖЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ

Дмитро Петришин
викладач

*Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського (Україна)*

Наталія Павленчик
доктор економічних наук, професор

*Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського (Україна)*

Проведення адміністративної реформи відповідно до Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» надає значно ширші повноваження й можливості розвитку громад на основі програмних документів, якими, як правило, є стратегії або плани соціально-економічного розвитку, в туристичних підприємствах.

Управління туристичними підприємствами в об'єднаних територіальних громадах (ОТГ) може мати і виклики, і можливості, які варто врахувати.

Виклики:

Недостатня інфраструктура й сервіси. Більшість ОТГ можуть стикатися з обмеженими ресурсами, що ускладнює розвиток потрібної туристичної інфраструктури, такої як готелі, ресторани, транспортні засоби, маршрути та інші сервіси, які можуть привабити туристів.

Бюджетні обмеження. Об'єднані територіальні громади можуть мати обмежені фінансові ресурси для вкладення в розвиток туризму, як порівняти з великими містами або туристичними регіонами. Це може ускладнити впровадження стратегій розвитку й маркетингу.

Мале розуміння потреб й очікувань туристів. Важливо зрозуміти, які види туризму більш привабливі для туристів, але це може бути складно без відповідного дослідження й аналізу. ОТГ можуть мало знати про те, які види туризму є привабливими для туристів, та як відповідати їхнім потребам та очікуванням. Недостатнє розуміння цих чинників може призвести до невдалого розвитку туризму в регіоні.

Низький рівень обізнаності та маркетингу. Об'єднані територіальні громади можуть мало вкладати в маркетингові кампанії та рекламу для

привертання туристів. Низький рівень обізнаності про туристичні атракції регіону може обмежити збільшення відвідувачів.

Недостатня підготовленість персоналу. У багатьох ОТГ може бути недостатньо кваліфікованого персоналу, який вміє ефективно взаємодіяти з туристами, надавати високоякісний сервіс і розв'язувати можливі проблеми.

Недостатність фінансової підтримки для розвитку туризму. Об'єднані територіальні громади можуть стикатися з відсутністю доступу до кредитів або інших джерел фінансування, що ускладнює інвестиції у розвиток туристичних проєктів й ініціатив.

Негативний вплив на навколишнє середовище та культурне спадщину. Неконтрольований розвиток туризму може призвести до негативного впливу на навколишнє середовище й культурне спадщину регіону, оскільки можуть виникати проблеми зі збереженням природних ресурсів і місцевої культури.

Розв'язання цих викликів вимагає комплексного підходу, який урахує потреби й особливості конкретного регіону, сприяє розвитку інфраструктури, підвищенню свідомості й маркетингу, а також підготовці й підтримці персоналу.

Можливості:

Розвиток унікального туристичного продукту. Об'єднані територіальні громади можуть сконцентруватися на розвитку унікального туристичного продукту, ОТГ можуть використовувати свої природні, історичні й культурні ресурси для створення унікальних туристичних пропозицій. Наприклад, в основі можуть лежати місцеві традиції, ремесла, місцева кухня, екологічні маршрути тощо.

Залучення інвестицій. Залучення інвестицій у розвиток туризму може допомогти розв'язати проблеми інфраструктури й просування туристичних послуг. Це може містити будівництво готелів, ресторанів, розважальних закладів, розвиток туристичних маршрутів й інші ініціативи.

Партнерство з іншими громадами й регіонами. Співпраця з іншими ОТГ, місцевими бізнесами, туристичними агентствами й органами влади може сприяти спільному розвитку туризму та маркетингу. Створення туристичних маршрутів або пакетних пропозицій разом з іншими регіонами може збільшити привабливість для відвідувачів.

Використання цифрових технологій. Використання цифрових платформ для маркетингу й бронювання може сприяти просуванню туристичних послуг ОТГ та залученню нових клієнтів. Веб – сайти, соціальні медіа, мобільні додатки можуть стати потужними інструментами для просування й продажу послуг.

Управління туристичними підприємствами в ОТГ вимагає гнучкості, стратегічного мислення та співпраці з різними зацікавленими сторонами для максимізації можливостей і подолання викликів.

Список використаних джерел

1. Buhalis D., Costa C. *Tourism business frontiers: Consumers, products and industry*. Routledge, 2006.
2. Morrison A. M. *Marketing and managing tourism destinations*. Routledge, 2013.
3. Dwyer L., Forsyth P., Spurr R. *Evaluating tourism's economic effects: New and old approaches*. *Tourism Management*. 2004. Vol. 25(3). P. 307–317.