

ДЕТЕРМІНАНТИ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ У СФЕРІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

*Анатолій Павленчик
к.е.н., доцент*

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

Із усіх галузей світової економіки туризм реєструє один із найсильніших і найпослідовніших темпів зростання, і останніми десятиліттями кількість міжнародних туристів по усьому світу перевищує мільярд осіб [1], окрім періоду 2020 р., спад туристичної активності в якому зумовлений карантинними обмеженнями, пов'язаними із пандемією COVID – 19. Певною мірою така ситуація посприяла розвитку внутрішнього туризму, хоча в Україні на заваді цьому постають, передусім недостатній розвиток інфраструктури, низький рівень освіченості, як власників чинного туристичного бізнесу, так і потенційних підприємців у цій сфері, неналежне використання природних ресурсів, недотримання його учасниками та організаторами умов чинного законодавства тощо. Та попри все в країнах, що розвиваються, спостерігають «вибух» внутрішнього туризму і, як демонструє приклад багатьох країн та туристів у світі, вони зацікавлені продовжувати цю практику.

Соціологічне опитування 216 потенційних туристів, які є представниками 17-и областей України, дало змогу зробити висновки про зростаючий попит на послуги внутрішнього туризму, які надають підприємці Косівщини. Результати опитування свідчать, що туристи все частіше обирають туризм вихідного дня – 55 % респондентів, 65,7 % опитаних надають перевагу пригодницькому, 37,5 % – етнографічному та 28,7 % – гастрономічному туризму. Отже, у Косівському районі спостерігають збільшення закладів розміщення туристів (табл. 1).

Аналіз табл. 1. свідчить, що конкурентне середовище з поміж закладів розміщення має виражену тенденцію до зростання. Зокрема, у 2020 р. загальна кількість закладів розміщення зросла на 20 % порівняно з 2018 р., зокрема чисельність готелів та інших типів розміщення туристів збільшилася відповідно на 33,3 % та 29,0 %.

Таблиця 1

Динаміка закладів розміщення в Косівському районі*

Тип розміщення	Кількість, од.			до 2018 р., у %	
	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2019 р.	2020 р.
Готель або подібний заклад	9	12	12	133,3	133,3
Приватні садиби	69	77	78	111,5	113,0
Кемпінги	1	1	2	100,0	у 2р.
Інше розміщення гостей	31	33	40	106,4	129,0
<i>Всього</i>	110	123	132	111,8	120,0

Примітка. * – Розраховано автором на основі даних Косівської РДА.

Популяризація внутрішнього туризму сприяє зростанню зацікавленості у ньому не лише споживачів туристичних послуг, але й підприємців, що готові ризикнути й започаткувати новий бізнес. Проте не всі усвідомлюють складність системи детермінантів менеджменту організацій у сфері туризму. Основними чинниками, що можуть бути сприятливими детермінантами, так і бар'єрами під час входження на ринок туристичних послуг, є такі: наявність місць розташування туристів; конкурентне середовище; фінансові ресурси; географічне розташування і близькість до дестанацій; наявність інфраструктури; можливість залучення персоналу; освіченість у сфері розвитку туристичної діяльності; правове середовище; зацікавленість місцевої влади в розвитку туристичної галузі; зручні транспортні розв'язки та ін. [2].

Косівський район має сильні сторони та можливості розвитку туристичного бізнесу, які пов'язані з територіальним розташуванням та природно-кліматичними умовами, не перенасичене конкурентне середовище, що стане перевагою для підприємців – початківців. Культурне середовище регіону повністю забезпечує потреби туристів, умови проживання та обслуговування мають тенденцію до поліпшення. Зростає та розширюється кількість послуг, які пропонують підприємці у сфері туризму. Основними недоліками та загрозами можна вважати: недостатню поінформованість нових підприємців, страх та ризику, що пов'язані з початком підприємницької діяльності, некомпетентність та необізнаність у юридичній сфері, наявні корупційні схеми.

Як і в будь-якій іншій сфері, діяльність малого бізнесу у галузі туризму має певні ризики, що можна поділити на зовнішні й внутрішні. Основними з зовнішніх ризиків, пов'язаних із діяльністю туристичного господарства, вважають:

- зниження платоспроможності туристів. Цей ризик може компенсуватися зниженням вартості послуг, що завдяки ефекту обороту (за максимального завантаження ліжко-місць) може забезпечити заплановану прибутковість;

– посилення конкуренції. Цей ризик можна мінімізувати за допомогою створення позитивного іміджу та постійного пошуку клієнтів використовуючи новітні засоби й інструменти маркетингу.

До ключових ризиків внутрішнього порядку відносять:

– втрату репутації у разі помилок керівництва або погіршення якості обслуговування. Цей ризик нівелюють завдяки постійному моніторингу якості послуг, отриманню відгуків клієнтів та оперативному виправленню будь-яких недоліків;

– втрата та/або пошкодження обладнання. Ризик нейтралізують своєчасною перевіркою його стану та створенням резервного фонду заміщення;

– форс-мажорні обставини. Ризик зводиться до мінімуму завдяки дотриманню пожежної, електро- та інших видів безпеки. З туристами необхідно проводити інструктажі з техніки безпеки перед поселенням, пішим туризмом, верховою їздою, їздою на гірському велосипеді тощо.

Підсумовуючи можна зазначити, що галузь внутрішнього туризму набуває все більшої популярності, але відкриття бізнесу в ній потребує врахування значної кількості детермінантів, що можуть як сприяти, так і завадити розвитку запланованої діяльності.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO World Tourism Organization). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unwto.org>.

2. Павленчик А. О., Андрусак М. П. Розвиток екологічного туризму в Україні як соціально-економічного явища та шляхи його покращення. / Проблеми та перспективи розвитку економіки України в умовах глобалізації: матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції, 27 грудня 2017 року. – Львів: Львівський торговельно-економічний університет, 2017. – С. 26–28.