

СЕКЦІЯ 8 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Керівник секції – канд. екон. наук, доцент Рябєв А. А.

УДК 338.48 (075.8)

Бут Т. В.,
канд. екон. наук, доцент
доцент кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу,
Національний університет «Запорізька політехніка»

ВИЗНАЧЕННЯ КЛЮЧОВИХ ФАКТОРІВ УСПІХУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Ключові фактори успіху (КФУ) – це ті конкурентні можливості, результати діяльності, які підприємство має забезпечувати, щоб бути конкурентоспроможним і досягти фінансового успіху. КФУ – це ті фактори, яким підприємство має приділяти особливу увагу, тому що вони визначають його успіх на ринку, його конкурентні можливості, безпосередньо впливаючи на прибутковість. Правильне визначення КФУ – це необхідна передумова успіху підприємства. Чітке уявлення про фактори, що відіграють головну роль у досягненні довгострокової конкурентної переваги, сприяє розробленню успішної стратегії підприємства.

На основі проведеного аналізу конкурентного середовища ринку туристичних послуг України виділяємо ключові фактори успіху конкурентної боротьби в галузі туризму:

а) КФУ, що залежать від технології: високий ступінь оволодіння існуючими технологіями; висока якість проведених наукових досліджень; можливість інновацій у сфері турпослуг.

б) КФУ, що належать до сфери послуг: висока якість послуг; доступ до кваліфікованої робочої сили.

в) КФУ, що ставляться до професійних навичок: високий ступінь оволодіння певною технологією продажів турпродукту;

г) КФУ, пов'язані з організаційними можливостями: високий рівень інформаційних систем; здатність швидко реагувати на ринкову ситуацію;

г) Інші КФУ: сприятливий імідж; патентний захист [1, с. 172].

Загальна привабливість ринку туристичних послуг України та перспективи її прибутковості:

а) потенціал зростання галузі досить великий, тому що за останні два роки ціни на послуги подвоїлися;

б) можливість приходу в галузь підприємств-конкурентів;

в) у цей час компанії об'єднуються в туристично-рекреаційні кластери;

г) переваги у сфері послуг можуть змінити становище всередині галузі, уможливлючи надання послуг більш високої якості з меншими витратами.

Таким чином, проведений аналіз зовнішнього конкурентного середовища ринку туристичних послуг дає можливість сформулювати основні проблеми його діяльності. Методика КФУ була розроблена Роном Деніелом у 1961 р, з того часу метод не втратив своєї привабливості для бізнесу.

Механізм визначення ключових факторів успіху представлений на рисунку 1.



Рисунок 1 – Визначення ключових факторів успіху

У системі забезпечення конкурентоспроможності мікропідприємства туризму пропонується особливу увагу приділити маркетингу. Стратегічний маркетинг необхідний у всіх туристських організаціях незалежно від форми власності, рівня ієрархії тощо. Стратегічний маркетинг – це, перш за все, інструмент підвищення конкурентоспроможності туристичної фірми за рахунок підвищення якості туристичних послуг [2, с. 135].

Отже, можна сказати, що за допомогою маркетингу туристичне підприємство зможе швидше зайняти конкурентне місце на ринку туристичних

послуг, проаналізувати ефективність підприємства серед конкурентів, заявити про свій професійний рівень, зробити відбір найбільш значущих показників і чинників макросередовища, інфраструктури регіону і мікросередовища організації, а також регулярно здійснювати моніторинг цих параметрів.

Список літератури:

1. Бут Т. В. Ринок туристичних послуг України: навч. посібник / Т. В. Бут, В. М. Зайцева, Т. В. Пуліна. – Запоріжжя: ТОВ РВА «Просвіта», 2019. – 280 с.
2. Полинская Г. А. Информационные системы маркетинга: учебник и практикум для академического бакалаврата / Г. А. Полинская. – М. : Издательство Юрайт, 2016. – 370 с.

УДК 338:48

Богдан Н. М.,
д-р екон. наук, доцент,
професор кафедри туризму і готельного господарства;
Гуділіна В. В.,
студентка центру заочного навчання;
Кокшарова Є. Є.,
студентка центру заочного навчання,
*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

АДАПТИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ТУРИСТСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Порівняно новим напрямом туристської діяльності у світі, який розвивається швидкими темпами, є туризм осіб з обмеженими фізичними можливостями. Серед головних причин цього явища виступає безперервне зростання відносного і абсолютного числа осіб, які мають ту чи іншу форму інвалідності (за даними ООН, це понад мільярд людей або 15% населення світу). Саме туризм визнається однією з важливих форм соціальної реабілітації та адаптації цих верств населення до умов зовнішнього середовища, що визнано суспільством у багатьох країнах світу.

Використання засобів туризму в системі заходів соціального захисту у осіб з інвалідністю в Україні залишається малодоступним і недостатньо вивченим явищем. Незважаючи на багатство та унікальність рекреаційних ресурсів України, низький рівень їх доступності для осіб з обмеженими фізичними можливостями не дозволяє використовувати ресурси в повному обсязі, не залучає до туристичного ринку важливий його сегмент та, як наслідок, в цілому знижує ефективність державної соціальної політики. З огляду на сучасне соціально-економічне становище країни, багато можливостей з вирішення зазначених проблем не використовується.