

живачів, для якої створюються й пропонуються переваги та унікальність. Без чіткого уявлення про те, на що спрямована позиція, дуже складно погоджувати рішення маркетинг-мікс. Визначення конкурентного позиціонування часто диктує найефективніші комбінації інструментів маркетингу.

Виходячи на новий рівень і привертаючи до себе нові потоки клієнтів, необхідно вивчити середу потенційних клієнтів і зовнішнє середовище готелю, об'єктивно оцінити можливості.

Потенціал будь-якого об'єкту це, як правило, і його оцінка у порівнянні з потенціалом іншого об'єкту. Таким чином, туристичний потенціал об'єкту або території – це сукупність належних до нього природних та створених людиною явищ, умов, можливостей та засобів, придатних до формування туристського продукту та здійснення відповідних турів, екскурсій та програм.

Туристичний потенціал включає в себе багато компонентів, які доцільно буде поділити на такі основні групи:

- природно-кліматичні компоненти (клімат, ландшафт, екосистеми);
- культурно-історичні ресурси (культурно-історична спадщина, витвори мистецтва, археологічні цінності, традиції, етнос);
- інфраструктура;
- матеріально-технічна база.

Таким чином, перш ніж скласти будь-яку стратегію, необхідно вивчити і оцінити ділове середовище.

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Хомич К.А.

Науковий керівник – Колонтаєвський О.П., канд. екон. наук, доцент

Важливим компонентом теорії організації є уявлення про організаційну культуру. У сучасних умовах головними напрямками роботи з підвищення ефективності діяльності туристичної організації є зміна ставлення працівників до праці, забезпечення її сучасної організації, творчої спрямованості. Саме реалізація цих напрямів створює передумови для розвитку організаційної культури. Організаційна культура не тільки відрізняє одну туристичну організацію від іншої, але і зумовлює успіх функціонування та виживання організації в довгостроковій перспективі. Можна сказати, що організаційна культура – це «душа» організації.

На думку Б.Смирнова, організаційна культура означає складну композицію важливих припущень, що бездоказово приймаються і поділяються членами колективу. Інші автори трактують організаційну культуру як філософію та ідеологію управління, ціннісні орієнтації, вірування, очікування, норми, що лежать в основі відносин та взаємодій як усередині організації, так і за її межами.

Більшість сучасних дослідників під культурою розуміють специфічний спосіб організації та розвитку людської життєдіяльності, представлений в продуктах матеріального та духовного виробництва, системі соціальних норм і духовних цінностей, сукупності відносин людей до природи, один до одного і до самих себе.

Усі наведені визначення поняття організаційної культури не суперечать один одному. Відмінність полягає в тому, що одні даються у вузькому значенні, інші – в широкому.

Найповніше визначення поняття організаційної культури дає Молдавана М.І.: «Організаційна культура – це набір найважливіших припущень, що приймаються членами організації та виражаються в цінностях, які заявляються організацією та визначають людям орієнтири їх поведінки та дій».

Таким чином, організаційна культура – це сформована впродовж всієї історії організації сукупність прийомів та правил адаптації організації до вимог зовнішнього середовища і формування внутрішніх відносин між групами працівників. Організаційна культура концентрує політику та ідеологію життєдіяльності туристичної організації, систему її пріоритетів, критерії мотивації та розподілу влади, характеристику соціальних цінностей та норм поведінки. Елементи організаційної культури є орієнтиром в ухваленні керівництвом турорганізації управлінських рішень, налагодженні контролю за поведінкою та взаєминами співробітників у процесі оцінювання виробничих, господарських та соціальних ситуацій.

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Черняк В.В.

Науковий керівник – Колонтаєвський О.П., канд. екон. наук, доцент

Актуальність теми полягає в тому, що спортивний туризм має не тільки велике соціальне значення, а й економічну ефективність. Спортивний туризм – це активний рух, що покладається лише на власні сили туриста. Сьогодні, спортивний туризм є ефективним засобом залучення населення до здорового способу життя. Найпопулярнішими