

ГОСПОДАРСЬКІ РІШЕННЯ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

© А.А. Терехух, 2012

Сучасний науково-технічний і економічний розвиток суспільства спричинив значне зростання кількості і складності вирішуваних проблем та, відповідно, рішень, які необхідно ухвалювати. Темпи зростання туристичної галузі у світі на сьогодні переважають всі інші, не потребуючи при цьому використання невідновних природних ресурсів. Управління природними і фінансовими ресурсними потоками є основним інструментом і засобом здійснення господарської діяльності в туристичній сфері. Саме тому процеси ухвалення та реалізації господарських рішень стають об'єктом наукових досліджень.

Формування господарського рішення – невід'ємна складова частина провадження господарської діяльності та обов'язковий елемент процесу реалізації управлінського впливу на ресурси за посередництвом яких така діяльність здійснюється. В нашому випадку йдеться про природні, історичні і фінансові ресурси які трансформуються в реальні туристичні продукти.

Потреба у прийнятті відповідного господарського рішення постійно виникає як у власника ідеї формування туристичного продукту, так і у власника такого ресурсу, адже завжди є багато варіантів зміни натурально-речової форми природних і матеріальних ресурсів з яких потрібно обрати прийнятний, для задоволення потреб споживачів. Особлива складність ухвалення господарських рішень в туристичній галузі пов'язана з тим, що досить часто власниками ресурсів історичних і природних виступають територіальні громади, лісництва, заповідники через територію яких повинен пролягати туристичний маршрут. При економічній зацікавленості зазначених організацій необхідно формувати відповідні організаційні механізми які зроблять можливим залучення таких ресурсів в господарський обіг туристичної галузі.

Відомо що розвиток туризму на певній території дозволяє активізувати ділову активність у багатьох суміжних галузях чим повинні активно користатись представники місцевих органів влади і територіальних громад, і активізувати заходи промоції наявних туристичних ресурсів. Для цього можуть використовуватись відповідні виставки і ярмарки, місцева преса, можливості мережі Інтернет. Дієвим засобом просування туристичних ресурсів можуть слугувати конкурси інвестиційних проектів пов'язаних з використанням наявних туристичних ресурсів територіальних громад, заповідних зон.

При вирішенні практичних питань розроблення інвестиційного проекту перспективного туристичного продукту певної території, особлива увага повинна приділятися наступним питанням:

- який кінцевий туристичний продукт, чи продукти ми хочемо отримати?
- хто буде власником, співвласником туристичного продукту?
- які природні, ландшафтні, історико-культурні, інфраструктурні ресурси, і в якому обсязі потрібно задіяти для формування туристичного продукту?
- хто є власником, відповідальним розпорядником наявних туристичних ресурсів і на яких умовах вони можуть бути залучені?
- вибрати з числа існуючих або сформувати іншу методика оцінювання обсягів задіяних ресурсів, на наш погляд найбільш зрозумілою є вартісна оцінка;
- визначення вартості розроблення і надання туристичної послуги, та перспективну пропускну здатність.

При співставленні загальної вартості реалізації проекту і його пропускну здатності визначається ціна туристичного продукту, яка повинна бути прийнятною іншими учасниками господарських відносин – споживачем. При формуванні нових туристичних продуктів, і при розширенні існуючих, особливу увагу потрібно звертати на техногенне і екологічне навантаження природного і історико-культурного середовища території.