

маркетинг послуг – це процес розробки, просування та реалізації послуг, орієнтований на виявлення та задоволення специфічних потреб клієнтів.

Також широкого застосування у сфері послуг, а зокрема у галузі фізичної культури та спорту, набуває менеджмент, головним завданням якого є пошук ефективного управління для досягнення поставлених цілей. Розрізняють 7 областей реалізації цілей: рентабельність, продуктивність, відповідальність перед суспільством, нововведення, становище на ринку, матеріальні та фінансові ресурси, настанови та результативність керівництва. Дані цілі досягаються на основі наступних принципів сучасного менеджменту: зробити людей здібними до колективної діяльності, надати їх зусиллям ефективність; важливість того, як саме менеджер виконає свою роботу; розвиток потреб робітників та можливостей їх задоволення; розвиток комунікації між робітниками та їх індивідуальною відповідальністю; результати діяльності менеджера досягаються не так всередині, як за межами організації тощо. Усе це вже почали враховувати при застосуванні менеджменту у спорті на Україні задля досягнення найбільш бажаних комерційних результатів (футбол, баскетбол, теніс).

Загалом, комерціалізація фізичної культури і спорту повинна полягати не лише у проникненні бізнесу у дану сферу з метою примноження власних прибутків, а бути двостороннім процесом, який базувався би на взаємному зустрічному русі структури спорту та бізнесу, що надасть можливість *обом сторонам* реалізувати свої економічні інтереси. Слід відмітити, що процес вже набув незворотного характеру.

Фахівцям фізичного виховання і спорту слід використовувати маркетинг і менеджмент для того, щоб цей процес відбувався найсприятливішим чином саме для фізичної культури, підсилюючи позитивні і водночас зменшуючи негативні наслідки її комерціалізації.

ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС У ЗАГАЛЬНІЙ СТРУКТУРІ ЕКОНОМІКИ МІСТА ЛЬВОВА

ТАРАС БЛИСТИВ

Львівський державний інститут фізичної культури

Галузь туризму є однією з найбільш динамічних секторів світового господарства. В багатьох країнах зростає попит на нові види туристських послуг, що ставить нові задачі перед індустрією туризму національними урядами та міжнародним співтовариством.

Туризм як вид економічної діяльності та важливий соціальний інститут має чітку орієнтацію на використання комплексу природних ресурсів та історико-культурної спадщини держави. Тому, важливим його напрямом є ефективне і раціональне використання природних ресурсів та об'єктів культурного спадку з одночасним їх збереженням і відновленням. Профілактика та мінімізація негативного впливу туристичної діяльності на навколишні природні середовища.

Туризм належить до небагатьох галузей світового господарства, які мають високі та стабільні темпи росту протягом досить значного проміжку часу. За останні тридцять років світовий туризм зростає в середньому на 7% щорічно за обсягом туристичних потоків і на 12% на рік за обсягами надходжень. У 2000 році чисельність міжнародних туристів в світі склала 698 млн. чоловік, що становить 11,5% загальної

чисельності населення світу. За прогнозами експертів, стійкий розвиток міжнародного туризму буде продовжуватись і надалі. А з урахуванням обсягів внутрішнього туризму, що є предметом обговорення, чисельність туристів зростає, за твердженнями експертів Всесвітньої туристичної організації (ВТО), майже на порядок.

На сферу туризму впливає принадає близько 6% світового валового національного продукту, 7% світових інвестицій, кожне 16-е робоче місце, 11% світових споживчих витрат.

У той же час за різними підрахунками, обсяг ринку туристичних послуг в Україні не перевищує півтора відсотки від валового внутрішнього продукту, що не відповідає рівню забезпеченості нашої держави туристичним та рекреаційним потенціалом.

Потужний ресурсний потенціал історико-культурних, туристичних та курортних зон України, як-то архітектурні пам'ятки Львова і Кієва, узбережжя Чорного моря, зокрема Крим, Карпати, Полісся використовується у неповному обсязі.

Важливим кроком у розвитку туристичної галузі стало визначення основних засад державної політики України в галузі туризму, викладених у Державній програмі розвитку туризму на 2002-2010 роки, розробленій Кабінетом Міністрів України у відповідності до Указу президента України від 10.08.1999 №973 "Про основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року".

Поряд з необхідністю здійснення заходів щодо визначення рекреаційного потенціалу всіх регіонів країни та областей рекреаційних зон з метою створення колоритного національного туристичного продукту, одним з найважливіших напрямів державної політики у туристичній галузі визначено створення позитивного образу України як туристичної держави та активізація просування національного туристичного продукту як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку туристичних послуг.

Шляхами виходу з становища є формування і розвиток інноваційної діяльності, наукове та кадрове забезпечення галузі туризму, що сприятиме створенню нових оригінальних туристичних продуктів комплексному використанню та збереженню навколишнього природного середовища та культурної спадщини, зміцненню міжнародного авторитету України як туристичної держави.

Власне створення якісного національного туристичного продукту в Західному регіоні, зокрема розвиток туризму є одним з пріоритетних завдань органів місцевого самоврядування, затверджена програма розвитку туризму у місті Львові, центральну частину міста внесено до списку світової культурної спадщини ЮНЕСКО (грудень 1998 рік).