

ЕТАП 2

ЯК ВИЗНАЧИТИ ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО СЕРЕДОВИЩА?



Найсуттєвіші фактори стримування (за видами бізнесу)

Готелі

Відсутність достатніх виробничих площ для розширення бізнесу

(2,87)

Відсутність достатніх навиків ведення виставкової діяльності

(з метою просування на інші ринки)

(1,14)

Туристичні фірми

Неналежний стан інфраструктури

(транспорт, комунікації, тощо)

(1,74)

Відсутність зовнішнього фінансування

(1,25)

Ускладнений доступ до сучасних технологій у сфері туризму

(1,16)

Відсутність якісної і доступної бізнес – освіти

(1,15)

Ресторани

Відсутність якісної і доступної за ціною бізнес-освіти

(1,32)

Відсутність виробничих площ для розширення бізнесу

(1,31)

У подальшому в дужках буде подаватися величина індикатора пріоритетності втручання як найбільш об'єктивна характеристика фактора

Найсуттєвіші загрози (за видами бізнесу)

Готелі

Конкуренція зі сторони приватних квартир

(1,77)

Забюрократизованість взаємин з владою

(1,51)

Тривалість узгодження проектів будівництва

(1,38)

Туристичні фірми

Відсутність достатньої кількості прямих авіарейсів до Львова та слабка функціональність львівського аеропорту

(3,34)

Неефективна процедура митного оформлення при перетині кордону України

(2,44)

Конкуренція з іншими регіонами внаслідок не реалізації найбільш суттєвих інфраструктурних проектів

(2,26)

Ресторани

Корупційні дії та бюрократія

(2,28)

Підготовка кадрів профільними навч. закладами

(1,32)

Вразливість бізнесу до критики

(1,18)

Відсутність коштів на рекламу закладу

(1,16)

Покращення роботи інституцій



Готелі

- Банківські, страхові організації (1,18)
- Податкова інспекція (1,17)
- Санепідемстанція (1,11)
- Пожежна охорона (1,11)
- ЄВРО – 2012 (1,08)

Туристичні фірми

- Податкова інспекція (1,48)
- Недержавні організації інфраструктури підтримки малого бізнесу (1,41)
- Міліція (1,34)
- Вищі навчальні заклади (1,29)

Ресторани

- Місцева влада (1,52)
- Вищі навчальні заклади (1,38)
- ЄВРО – 2012 (1,28)
- Податкова інспекція (1,18)
- Міліція (1,14)

Співпраця з владою, першочергові проблеми, що підлягають вирішенню

Готелі

Довгий процес «загладжування» адміністративних питань
(1,84)

Ризик зміни оточуючої готель інфраструктури і споруд, що може змінити привабливість готелю
(1,83)

Стимулювання створення і розвитку малих готелів
(1,65)

Складна процедура відведення землі під будівництво об'єкту
(1,63)

Туристичні фірми

Фінансова та організаційна підтримка участі туристичних фірм у міжнародних виставкових та ярмаркових заходах
(1,54)

Запровадження стоянок туристичного транспорту біля об'єктів туристичної привабливості
(1,48)

Розбудова туристичної інфраструктури
(1,43)

Ресторани

Ризик несприятливої зміни оточуючої інфраструктури і споруд
(1,94)

Тривалість вирішення адміністративних питань з владою
(1,93)

Координація систем готельного, рекреаційного і туристичного обслуговування на рівні міста
(1,59)

Висновки на базі аналізу груп

Туристичні фірми

Переорієнтація на в'їзний туризм дозволяє вирішити проблему недостатності інвестиційних ресурсів.

Переорієнтація на в'їзний туризм дозволяє підприємству ефективно функціонувати як в умовах світової економічної кризи, так і в умовах політичної та економічної нестабільності в Україні.

Збільшення частки іноземних туристів у бізнесі дозволяє позитивно вирішувати питання впливу конкуренції.

Висновки на базі аналізу груп

Готелі

Непрозорість бізнесу оцінюють негативно готелі з часткою іноземних клієнтів до 40%.
В середньому цей фактор є нейтральним

Зменшення доходів населення та ділової активності в зв'язку з фінансовою кризою не чинить негативного впливу на готелі з часткою іноземних клієнтів більше 40%.

Висновки на базі аналізу груп

Ресторани

Для ресторанів з наповненістю 70-80% найбільш позитивним є фактор **запровадження єдиної картки туриста.**

Співпрацю з туристичними агенціями найбільш позитивно оцінюють ресторани з наповненістю 50-60 %.

Для ресторанів з наповненістю 50-60% найбільш позитивним є фактор **лояльності корпоративних клієнтів.**

Використання автоматизації, інформатизації найбільш позитивно оцінюють ресторани з наповненістю 50-60 %.

Висновки на базі аналізу груп

Ресторани

Для працюючих з туристичними групами ресторанів не є суттєвими проблеми корупції, бюрократії і навіть росту цін на харчові продукти.

Працюючі з туристичними групами ресторани найбільш позитивно оцінюють **конкуренцію у галузі**.

Працюючі з туристичними групами ресторани на даний момент не відчують негативного впливу **зменшення доходів клієнтів та ділової активності**. Для усіх інших цей фактор є суттєвим і негативним.

Для працюючих з туристичними групами ресторанів не є важливим чинник наявності зовнішнього фінансування і водночас є суттєво важливішою **проблема наявності якісної бізнес – освіти**.

ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ

□ Добрий:

- *використання механізмів “ гостьової книги ” на туристичних сайтах з загальним доступом та постійним моніторингом, постійною роботою адміністратора*
- *створення загального сайту для бронювання через Інтернет номерів у готелях міста з описом представлених номерів, який підтверджено зовнішнім аудитом або висновком відповідної галузевої асоціації*
- *створення підрозділу туристичного бізнесу у Громадській раді при Львівській митниці*
- *участь туристичного бізнесу у дорадчих та спостережних радах при вузах, що готують фахівців у сфері туризму*

□ Поганий:

- *створення туристичного сайту Львова*
- *надсилання звернень до Громадської ради при Львівській митниці*

Модель співпраці усіх зацікавлених сторін*

Туристичний бізнес

Готельний бізнес

Ресторанний бізнес

Виставковий бізнес

Музейна сфера

Екскурсійна сфера

Місцева влада

Митниця, навчальні заклади, банківський сектор ...

...

(визначається в рамках заходів з підготовки стратегії)

* Єдина картка туриста (наприклад, Padovacard, Warszawska Karta Turysty, Pro individuální turisty, Rodinná, Zábava, sport a zajímavosti, Lyon City Card ...), туристичний кластер, промо-тури для ЗМІ, тощо

ЗРАЗКИ ВИКОРИСТАННЯ КАРТ ТУРИСТА



Падуя

- Безоплатні відвідини міських музеїв, міський транспорт
- Знижки на готельні послуги та екскурсії
- 48 годин, 1 дорослий та 1 дитина до 12 років, 14 Євро



Варшава

- Знижки для 23 музеїв, 13 ресторанів, 19 готелях
- Безплатний міський транспорт, метро
- 24 години, 35 злотих; 3-денна, 60 злотих. Продаж в автоматах



Чеські регіони

- Знижки у ресторанах та готелях
- 2-денна, 12 Євро; 5-денна, 40 Євро
- 10% знижки у спектрі закладів

+ пропозиція брендovих регіональних товарів зі знижкою

Які Ви бачите інструменти просування туристичного продукту Львова зараз?

Яке Ваше бачення співпраці учасників туристичного ринку Львова?

