

стратегії та стратегічне управління підприємством, з одного боку, являє складну, оперативну, часто непередбачувану діяльність; а з іншого – креативним завданням і творчим потенціалом, який сприяє досягненню успіху, виживанню та вагомим перспективам діяльності підприємства; а також чітким інструментом та основою управління, ефективним показником якісного менеджменту підприємства.

Список використаних джерел

1. Чугрій Г.А. Сутність та роль стратегічного аналізу в системі управління підприємством. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2020. Том 31 (70). № 2. С. 60-65.

2. Транченко Л. В., Школьний О. О., Лопатюк Р. І., Білецька Н. В., Особливості управління підприємствами сфери обслуговування. Підприємництво і торгівля. 2018. Вип. 23. С.137-143.

3. Балацька Н.Ю. Каленік К.В. Скриннік В.І. Тенденції розвитку та стратегічного управління підприємствами готельно-ресторанного бізнесу. «Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка». 2022. Випуск 13. С.62-71.

УДК 658.5:338.48

Оболенцева Лариса

д.е.н., професор

Мамчур Валерія

магістрантка

Харківський національний університет міського
господарства ім. О.М. Бекетова

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ТЕРИТОРІЇ

Стратегія та стратегічне управління водночас можна вважати і основою, і інструментом управління та розвитку

підприємств туристичної індустрії території. Стратегії, які розробляються та реалізуються на державному чи регіональному рівні, як правило, - довгострокові, і визначають ключові вектори розвитку туристичної індустрії, оскільки являють собою певну сукупність дієвих ідей та заходів регіонального управління, які направлені на створення сприятливих умов для діяльності підприємств туристичного бізнесу; а також підвищення та закріплення конкурентоспроможності туристичних дестинацій території. Стратегія виступає базисом для формування заходів щодо комплексних програм соціально-економічного розвитку підприємств туристичної індустрії на середньострокову перспективу, тобто розробка тактичних дій і заходів; а також формування довгострокових цільових програм та планів розвитку туристичного бізнесу регіону; різноманітних перспективних прогнозів, бюджетів та законодавчих ініціатив – різних за часовим інтервалом та горизонтом прогнозування.

Впродовж останніх десятиліть, питання пов'язані із стратегічним управлінням підприємствами туристичної індустрії території базуються на загальних принципах цілеспрямованості, комплексності, системності, ефективності, врахування балансу інтересів усіх учасників, партнерства, легітимності, етапності тощо [1, 2].

В аналогічний загальносистемний спосіб відбувається постановка стратегічних цілей і задач щодо туристичної індустрії території, і, в цілому, їхня сутність зводиться до підвищення конкурентоспроможності туристичної індустрії території, а також до її розвитку на принципах сталості.

Що стосується ефективності стратегії та стратегічного управління туристичною індустрією території, то вона, по-перше, визначається рівнем її відповідності стадії життєвого циклу туристичної дестинації; по-друге, вмінням передбачити та адаптуватися до змін, які відбуваються у середовищі, особливо у зовнішньому макросередовищі, яке можна

охарактеризувати як турбулентне, динамічне та важкопередбачуване.

Необхідність розвитку підприємств туристичної індустрії території та сучасний і ефективний підхід щодо управління нею обумовлені тим, що у сучасних умовах в туристичній індустрії відбувається пошук нових ідей та напрямів, які могли б задовольнити потреби споживачів в отриманні нових емоцій, вражень, відновлення фізичного та психічного стану чи адаптації до «нових реалій». А з іншого боку – для підприємств туристичної індустрії території – надважливе значення матиме отримання додаткового доходу та розширення частки ринку та обсягів своєї діяльності відповідно.

Сутність стратегічного управління полягає у виявленні напрямку, який необхідно задати всім учасникам цього процесу та взаємодії в туристичній індустрії задля досягнення загальної мети, а саме – пристосування до динамічного та не завжди передбачуваного середовища, особливо зовнішнього, для отримання максимально можливого прибутку, покращення соціально-економічного стану регіону в цілому, добробуту його населення, які, в свою чергу, виступатимуть споживачами туристичного продукту.

Варто підкреслити, що важливим завданням планування та розробки стратегічного управління розвитком туристичної індустрії території вважається поєднання як державних, так і приватних структур за для розвитку потенціалу туристичної індустрії, у тому числі як для утримання вже існуючих споживачів, так і залучення нової аудиторії; розвитку місцевих підприємств туристичної індустрії; для досягнення даною територією (регіоном) статусу відомого, популярного, тобто брендового регіону; підвищення показників соціального, економічного та культурного розвитку території.

Необхідно розуміти, що роль стратегічного управління у розвитку туристичної індустрії території повинна полягати у

знаходженні балансу інтересів як споживачів туристичних послуг, так і в популяризації та просуванні виробників цих продуктів та послуг. Це можна пояснити та обґрунтувати тим, що заходи щодо просування туристичних дестинацій території полягають не лише у залученні нових чи утриманні вже існуючих туристів, а також і в залученні інвесторів, які захочуть та зможуть вкласти свої кошти для розвитку підприємств туристичного та готельно-ресторанного бізнесу; а все це дозволить розширити можливості та потенціал розвитку туристичної індустрії території. Але для того, щоб розробити збалансовану та ефективну стратегію розвитку території, необхідно чітко сформулювати та прописати права, пільги і, безумовно, функціональні обов'язки всіх учасників даної регіональної системи.

Безумовно, що в процесі стратегічного управління, особливо на перших етапах, пов'язаних із формулюванням та розробкою стратегії розвитку туристичної індустрії території потрібно досліджувати та виявляти реальні запити, потреби, переваги та побажання туристів; а також оцінювати можливі варіанти їхнього втілення в реальність, а саме впровадження та вплетіння до цієї стратегії розвитку.

Це означає, що ключовою метою стратегічного управління розвитку туристичної індустрії території має бути створення підґрунтя взаємодій між підприємствами туристичної індустрії, представниками органів влади щодо туристичної індустрії, споживачами туристичних послуг, інвесторами та місцевими жителями; саме такі взаємодії та взаємовплив дозволять досягти поставлених цілей, отримати користь та ефект, у тому числі економічний, соціальний та екологічний, - для всіх учасників процесу.

Таким чином, стратегічне управління розвитком туристичної індустрії території має свою особливу специфіку, сутність якої полягає та визначається [1,3]: обов'язковою потребою інтеграції в систему управління регіоном;

формуванням такого, що розвивається, проактивної та реактивної поведінки суб'єкта управління в нестабільному та нерівномірному, неоднорідному внутрішньому та зовнішньому середовищі; вимагає створення нових інститутів управління розвитком, в основу яких покладено стратегічне мислення та логіку, стратегічну поведінку, інтеграцію цілеполягання, та генерування і утримання довготривалих конкурентних переваг.

Список використаних джерел

1. Берданова О. В., Вакуленко В. М., Валентюк І. В., Ткачук А. Ф. Стратегічне планування розвитку об'єднаної територіальної громади. Київ : Рада Європи, 2017. 121 с.
2. Bryson J. Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations: A Guide to Strengthening and Sustaining Organizational Achievement. San Francisco : Jossey-Bass. 2004. 368 p.
3. Joyce P. Strategic Management for the Public Services. London : Open University Press. 1999. 222 p.