

УДК 338.48:688.11

## **ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*І. Тучковська  
Львівський торговельно-  
економічний університет,*

*О. Криворучко  
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський  
університет економіки і торгівлі»*

У сучасних умовах господарювання для туристичних підприємств основним напрямом стратегічного розвитку є орієнтація на стратегічне планування діяльності з урахуванням змін, що відбуваються на ринку туристичних послуг та в соціально-економічному середовищі в цілому. Саме стратегічне планування надає змогу туристичним підприємствам поєднати загальну стратегію розвитку з наявністю реальних і потенційних можливостей для її реалізації, ураховуючи загрози, які можуть виникнути на ринку.

Слід зазначити, що через стратегічне планування кожне туристичне підприємство створює умови для позиціонування на ринку й посилення своїх конкурентних позицій. Своєю чергою, для практичної реалізації принципів стратегічного планування діяльності туристичних підприємств виникає гостра необхідність у розробленні науково-методичних підходів до стратегічного планування й методичного інструментарію формування стратегічних планів.

Зі стратегічного погляду туристичне підприємство варто розуміти як систему, що визначає свою конфігурацію й цільову орієнтацію залежно від змін зовнішнього середовища. У таких умовах необхідний перехід до нової управлінської парадигми, що дозволить у нестабільному ринковому середовищі здійснювати ефективне управління. Однак аналіз вітчизняного досвіду свід-

чить, що стан стратегічного планування взагалі, окремих маркетингових заходів і маркетингової діяльності туристичними фірмами України зокрема не відповідає сучасній ситуації на ринку [1]. Необхідність її планування зумовлена розвитком науково-технічного прогресу, підвищенням ступеня ризику в підприємницькій діяльності, множинністю факторів, що визначають її успіх чи невдачу, ускладненням організаційної структури управління, необхідністю зосередження зусиль на вирішенні найважливіших завдань і розвитку перспективних напрямів. У сучасних умовах фактором успіху туристичного підприємства є комплексний підхід до здійснення маркетингової діяльності на довгостроковій програмно-цільовій основі, що враховує наявні тенденції зміни ринкового попиту [2]. Тому важливим чинником підвищення успішності діяльності суб'єктів туристичного підприємництва є використання стратегічного маркетингового інструментарію. Першим кроком у стратегічному плануванні маркетингової діяльності має бути чітке окреслення основних етапів процесу формування й реалізації маркетингових стратегій у загальній системі управління.

Ефективне функціонування туристичного підприємства може бути досягнуте лише при такій організаційній структурі, яка найбільше відповідає формуванню й реалізації стратегічних планів його маркетингової діяльності. При цьому необхідно досягти правильного співвідношення між плануванням виробництва і плануванням маркетингової діяльності, поставити таку роботу на довгострокову основу та інтегрувати її в єдиний внутрішньовиробничий організм.

Перехід до стратегічного маркетингу на вітчизняних туристичних підприємствах вимагає перебудови системи управління з орієнтацією на вирішення стратегічних завдань і перегляду функцій управлінських та низки економічних структур з метою приведення їх у відповідність до умов зовнішнього середовища, яке постійно змінюється, і підготовки до підвищення рівня планування маркетингової діяльності. Зміст цього перетворення полягає в тому, що на підприємстві здійснюється міжфункціональна координація найважливіших, з погляду стратегічної ринкової орієнтації, функціональних служб і рівнів управління, а це разом становить організаційно-функціональний комплекс стратегічного маркетингу на підприємстві. Необхідним практичним підґрунтям для

успішного стратегічного планування маркетингу на туристичних підприємствах є насамперед адаптація їх організаційних структур до світових стандартів. Адже тільки оптимально сформована система організації діяльності забезпечує успішне виконання поставлених завдань шляхом правильної організації людей, раціонального розподілу їхніх обов'язків та розроблення дієвого механізму контролю та мотивації праці з метою уникнення хаосу та досягнення бажаного результату у вказані терміни.

**Список використаних джерел:**

1. [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
2. [www.tourism.gov.ua](http://www.tourism.gov.ua).