

Інна НЕСТЕРЧУК
кандидат географічних наук, доцент
Житомирський державний університет
ім. Івана Франка
Анастасія ПІР
здобувачка вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня освіти
ОП «Туризм та рекреація», 2 курсу
Житомирський державний університет
ім. Івана Франка

ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Зміни в світовій економіці суттєво впливають на всі компанії, особливо на туристичні. Щоб вижити та процвітати в умовах економічної нестабільності, туристичні підприємства мають адаптуватися, змінюючи свою структуру, методи управління та організаційну культуру. Ключовим фактором успіху є розробка ефективної стратегії розвитку, яка дозволить їм залишатися конкурентоспроможними та задовільняти потреби клієнтів. Це питання є актуальним як для теоретичних досліджень у галузі менеджменту, так і для практичного застосування в управлінні туристичними компаніями.

З кожним днем стає все більш зрозуміло, що сучасні системи управління всередині компаній мають такі ключові риси:

- **Орієнтація на довгостроковий розвиток:** компанії прагнуть не до миттєвого прибутку, а до стабільного зростання в майбутньому;
- **Ретельні дослідження:** постійний аналіз ринку, потреб споживачів та власних можливостей;
- **Підвищення якості:** прагнення до досконалості в кожному аспекті діяльності;
- **Розширення спектру послуг:** задоволення різноманітних потреб клієнтів;
- **Інновації:** постійне впровадження нових технологій та підходів;
- **Залучення творчості співробітників:** використання інтелектуального потенціалу кожного члена команди;

Також, важливими напрямками змін в управлінні є:

- **Децентралізація:** передача повноважень на нижчі рівні управління;
- **Скорочення управлінських рівнів:** спрощення структури для швидшого прийняття рішень;
- **Кар'єрне зростання співробітників:** створення можливостей для розвитку та просування;
- **Винагорода за результати:** стимулювання ефективної роботи [1].

Стратегія – це не просто набір детальних планів, а скоріше, загальний напрямок руху, який допомагає компанії втілити свою мету, використовуючи її сильні сторони. Розробка стратегії вимагає значних зусиль, але вона є вирішальною для успіху туристичного бізнесу. Стратегія допомагає: глибше зрозуміти специфіку туристичної галузі; визначити основних конкурентів, постачальників та клієнтів; навчитися чітко формулювати та вирішувати завдання; значно підвищити шанси на виживання та ефективну роботу в умовах нестабільного ринку. Ключовим моментом у створенні стратегії є визначення цілей та їх пріоритетність. Мета – це бажаний результат, виражений у якісних та кількісних показниках, який прагне досягти підприємство. Незалежно від формулювання, стратегічна мета завжди включає в себе очікуваний прибуток, який забезпечується доходами. Розробка ефективної економічної стратегії вимагає аналізу та оцінки поточної ситуації підприємства [2].

Кожен лідер розуміє, що для успіху компанії необхідне чітке бачення. Однак, не менш важливо мати добре сплановану бізнес-стратегію. На початку діяльності бачення може бути досить гнучким, але з ростом компанії та збільшенням обсягу роботи стратегія часто стає менш чіткою.

Чітка стратегія дозволяє бізнесу процвітати та зберігати ключові цінності, особливо під час змін у складі команди. На жаль, зосередженість лише на короткострокових цілях може зашкодити довгостроковому стійкому розвитку.

Бізнес-стратегія – це основа для прийняття будь-яких рішень у компанії, вона визначає шлях до досягнення поставлених цілей. Вона враховує наявні ресурси та способи їх ефективного використання. Стратегія об'єднує зусилля всіх підрозділів, надаючи співробітникам чіткий орієнтир для прийняття рішень. Без

стратегії дії різних відділів будуть розрізненими, що призведе до втрати конкурентоспроможності на ринку.

Ось п'ять причин, чому розробка бізнес-стратегії має бути пріоритетом лідера:

1) **Планування:** Бізнес-стратегія є частиною бізнес-плану, який встановлює цілі та завдання та надає способи досягнення цих цілей.

2) **Сильні та слабкі сторони:** Стратегія допомагає лідерам розуміти їхні сильні та слабкі сторони та використовувати на користь те, в чому вони добрі.

3) **Ефективність та результативність:** Стратегія забезпечує планування кожного аспекту бізнесу, що означає більшу ефективність та кращі плани.

4) **Конкурентна перевага:** Стратегія фокусується на використанні сильних сторін бізнесу як конкурентної переваги для унікального позиціонування бренду.

5) **Контроль:** Стратегія визначає шлях, який слід слідувати, та проміжні цілі, які потрібно досягти, що полегшує контроль за діяльністю та перевірку, чи вона відбувається за планом.

Створення чіткої бізнес-стратегії – це важливий, хоч і не миттєвий процес. Лідеру необхідно відволіктися від рутинних справ, щоб розробити план розвитку компанії. Звичайно, стратегія сама по собі не гарантує успіх, але вона допомагає об'єднати команду навколо спільного бачення та цілей [3].

Список використаних джерел:

1. Теплякова О.В. Матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. "Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку" (м. Умань, 30-31 жовтня 2019 р.) Умань: Візаві, 2019. 350 с. С.92-94. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/teplyakova.htm. (дата звернення: 18.03.2025 р.)
2. Економіка туристичного підприємства: навчально-методичний посібник для здобувачів вищої освіти природничо-економічного факультету освітньо-професійної програми підготовки бакалавра спеціальності 242

- Туризм, денної та заочної форми навчання / Олійник О.С. - Кам'янець-Подільський. Видавець Ковальчук О.В. 2022. – 186с. URL: <http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/bitstream/handle/123456789/6386/Oliinyk-O.S.-Ekonomika-turystychnoho-pidpryiemstva.pdf> (дата звернення: 18.03.2025)
3. URL: <https://www.plerdy.com/ua/blog/business-strategy-examples/> (дата звернення: 18.03.2025)