

перспективі, необхідне ефективне здійснення процесу стратегічного управління з дотриманням необхідних норм, пов'язаних насамперед з законодавством. А для досягнення ефективності діяльності виробників ресторанних послуг необхідне високе почуття соціальної відповідальності та сталі навички в організації діяльності закладів галузі.

Література:

1. Балог Е.П., Грянило А.В. Тенденції і перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Журнал наукових праць*. 2015. № 18(13). С. 256-261.
2. Куди поділися охочі працювати у ресторанах? Проблеми, тенденції та перспективи ринку праці. *Журнал «Ресторатор»*. 23 червня 2021 р. URL: <https://www.restorator.ua/post> (дата звернення: 07.03.2024).
3. Безпечність харчових продуктів в закладах ресторанного бізнесу. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/snizhko.htm (дата звернення: 07.03.2024).
4. Poster Pos спрощує ведення ресторанного бізнесу. URL: <https://joinposter.com/ua> (дата звернення: 07.03.2024).
5. Рослинне меню – як запровадити у ресторани. URL: <https://cikavosti.com/roslynnne-meniu-iaк-zaprovadyty-u-restorani/> (дата звернення: 07.03.2024).

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ У СУЧАСНОМУ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОМУ КОНТЕКСТІ

Романюк І.А., доктор економічних наук, доцент,
Криворізький державний педагогічний університет, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9257-2043>

Зростання глобалізації, швидкі зміни технологій, демографічні та соціокультурні трансформації, а також вплив кризи, зокрема пандемії COVID-19 та повномасштабне вторгнення росії, викликали значні зміни в туристичній галузі. Нинішні умови вимагають від туристичних організацій ефективного стратегічного управління для адаптації до нових реалій та забезпечення сталого розвитку. Стратегічне управління дозволяє туристичним організаціям аналізувати ринкові умови, визначати конкурентні переваги та ризики, розробляти та впроваджувати ефективні стратегії розвитку. В умовах зростаючої конкуренції, змін споживчих попитів, економічних турбулентностей та вимог щодо сталості та соціальної відповідальності, стратегічне

управління стає необхідним інструментом для успішної діяльності туристичних підприємств. Пандемія COVID-19 та повномасштабне вторгнення ще більше підкреслила важливість стратегічного управління в туристичній галузі. Криза змусила бізнеси адаптуватися до нових умов, переглядати стратегії маркетингу, змінювати моделі бізнесу та шукати інноваційні підходи до привертання та обслуговування клієнтів.

У сучасному соціально-економічному контексті туристичні організації стикаються з рядом стратегічних викликів. Зростаюча конкуренція на туристичному ринку вимагає від них розробки стратегій для забезпечення конкурентоспроможності. Зміни у споживчих вподобаннях та підвищений інтерес до сталого туризму ставлять перед організаціями завдання адаптації своїх послуг та маркетингових стратегій. Зменшення негативного впливу на довкілля та відповідальне використання природних ресурсів стають ключовими питаннями, які потребують уваги у стратегічному управлінні. Технологічні інновації вимагають від організацій адаптації до цифрового середовища, що швидко змінюється, та впровадження нових технологій для покращення послуг. Політичні та соціальні нестабільності можуть створювати непередбачувані ризики для туристичного бізнесу, що вимагає розвитку стратегій управління ризиками та гнучкості у реагуванні на них.

У новому економічному середовищі туристичні організації мають можливість застосовувати різні стратегії для підвищення своєї конкурентоспроможності. Вони можуть почати з розробки унікальної та привабливої пропозиції для туристів, що відрізняється від конкурентів, щоб привернути більше клієнтів та забезпечити перевагу на ринку [1]. Використання інноваційних цифрових технологій, таких як віртуальна реальність та штучний інтелект, може допомогти вдосконалити якість послуг та залучити більше клієнтів. Також можна зосередитися на сталому туризмі, що включає в себе екологічно чисті та відповідальні практики, що привертають туристів, які цінують екологічні та етичні аспекти подорожей. Розробка та розширення нових ринкових сегментів, співпраця з іншими туристичними організаціями та зацікавленими сторонами також можуть стати важливими чинниками в підвищенні конкурентоспроможності. Акцент на якість послуг та персоналізацію досвіду клієнта може позитивно вплинути на задоволеність та лояльність клієнтів. Ці стратегії допоможуть туристичним організаціям зайняти сильну позицію на ринку та забезпечити їхній успіх у нових економічних умовах.

Цифрова трансформація відкриває широкий спектр можливостей для стратегічного управління туристичними організаціями, дозволяючи їм ефективно реагувати на зміни в технологічному та соціально-економічному середовищі:

- використання цифрових технологій, таких як мобільні додатки, веб-портали та онлайн-платформи, дозволяє туристичним організаціям забезпечити зручний та персоналізований досвід для клієнтів, від пошуку та бронювання до відпочинку та підтримки після подорожі;

- використання аналітичних інструментів та штучного інтелекту дозволяє туристичним організаціям аналізувати дані клієнтів, ринків та трендів, що допомагає в ухваленні стратегічних рішень, прогнозуванні попиту та адаптації до змін;

- цифрові канали комунікації, такі як соціальні медіа та електронна пошта, надають туристичним організаціям можливість ефективно взаємодіяти з клієнтами, пропонувати їм персоналізовані пропозиції та стимулювати повторні покупки;

- впровадження цифрових технологій у внутрішні процеси, такі як автоматизація бронювання, управління запасами та фінансове планування, дозволяє туристичним організаціям підвищити ефективність та знизити витрати;

- застосування цифрових технологій для контролю та безпеки, таких як системи онлайн-бронювання та електронні платежі, допомагає забезпечити безпеку та захист персональної інформації клієнтів;

- цифрова трансформація сприяє створенню інноваційних та конкурентних продуктів та послуг, що дозволяє туристичним організаціям зайняти провідні позиції на ринку та привертати нових клієнтів.

Ці можливості демонструють, що цифрова трансформація відкриває широкі перспективи для стратегічного управління туристичними організаціями, допомагаючи їм підвищити ефективність, покращити клієнтський досвід та досягти конкурентних переваг.

Туристичні організації мають унікальну можливість використовувати сталі та відновлювані ресурси для створення сталого стратегічного розвитку. Вони можуть активно інвестувати в енергоефективні технології та використання відновлюваних джерел енергії, таких як сонячні панелі та вітряні

турбiни, для зменшення викидiв та оптимiзацiї використання ресурсiв. Їхнi дiї можуть бути спрямованi на ефективне управління водними ресурсами та захист природних територiй, що включає в себе використання технологiй збереження та очищення води. Туристичнi органiзацiї можуть стимулювати мiсцевий розвиток, сприяючи розвитку мiсцевих галузей та iнвестуючи у проекти спiльнот [2, с. 78]. Вони можуть просувати екологiчний та культурний туризм, що допомагає зберегти природне середовище та культурну спадщину. Туристичнi органiзацiї можуть виступати як освiтнi центри та сприяти пiдвищенню свiдомостi про стале використання ресурсiв серед своїх працiвників, клiєнтiв та мiсцевих жителiв.

Стратегiчне управління туристичними органiзацiями може ефективно враховувати соцiальнi та культурнi аспекти, сприяючи створенню стiйких та соцiально вiдповiдальних стратегiй. Перш за все, воно передбачає ретельне дослiдження соцiально-культурного контексту та потреб цiльової аудиторiї, що дозволяє зрозумiти iхнi очiкування, цiнностi та iнтереси. Крім того, стратегiчне управління передбачає активну взаємодiю та спiвпрацю з мiсцевими спiльнотами та культурними установами з метою збереження та просування мiсцевої культурної спадщини. Врахування соцiальних та культурних аспектiв передбачає розробку та реалiзацiю програм та iнiцiатив, спрямованих на пiдтримку мiсцевого розвитку, створення робочих мiсць та пiдвищення якостi життя мiсцевих жителiв. Також, управління має враховувати вплив туризму на соцiальну сферу, зокрема, на збереження традицiй, збереження мiсцевої iдентичностi та пiдтримку рiвня життя мiсцевого населення.

Змiни в споживчих звичках та поведiнцi туристiв вiдкривають широкi можливостi для стратегiчного управління у туристичнiй галузi. Це стимулює необхiднiсть постiйного аналізу та оновлення стратегiй та продуктiв, щоб вони вiдповiдали новим потребам та очiкуванням туристiв. Такий аналіз може включати вивчення тенденцiй у виборі туристичних напрямкiв, переваг у виборі видiв активного вiдпочинку, а також популярних технологiй для планування та бронювання подорожей. Можливiсть персоналiзацiї послуг та досвiду подорожi є ще однією важливою стратегiчною можливістю. Це може включати розробку iндивiдуальних турiв,

унікальних програм відпочинку, а також персоналізовані пропозиції та рекомендації для кожного клієнта на основі їхніх вимог та інтересів. Стратегічне управління також може використовувати дані та аналітику для прогнозування змін у споживчих звичках та поведінці туристів, щоб оперативно реагувати на ці зміни та адаптувати стратегії відповідно до ринкових умов. Це дозволяє туристичним компаніям бути більш гнучкими та конкурентоспроможними.

Стратегічне управління туристичними організаціями в сучасному соціально-економічному контексті виявляється важливою складовою успішного функціонування та розвитку даної галузі. Сучасні туристичні компанії стикаються зі складними викликами, такими як зміни в споживчих звичках, технологічні інновації, конкуренція та несприятливі економічні умови, і стратегічне управління є ключовим фактором для їхнього успіху. Ефективне стратегічне управління передбачає постійний аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища, розробку цілеспрямованих стратегій та їхнє вдале виконання, а також постійне вдосконалення та адаптацію до змін. Крім того, воно включає в себе персоналізацію послуг, використання інноваційних підходів та технологій, а також врахування соціальних та екологічних аспектів управління.

Отже, стратегічне управління туристичними організаціями в сучасному соціально-економічному контексті є важливою складовою їхнього успіху і сталого розвитку. Тільки за умови компетентного та гнучкого стратегічного управління туристичні компанії зможуть ефективно відповідати на виклики сучасного ринку та забезпечувати задоволення потреб клієнтів, при цьому сприяючи сталому розвитку галузі та спільнот, в яких вони діють.

Література:

1. Романюк І.А. Вплив конкурентної боротьби на управління маркетинговою діяльністю сучасних підприємств. *Малодь і сільськогосподарська техніка у XXI сторіччі*: Зб. матер. XVI-й Міжнар. форум молоді. Харків : ХНТУСГ. 2020. С. 206.
2. Квятко Т.М., Мандич О.В., Севідова І.О., Бабко Н.М., Романюк І.А., Вітківський Ю.П., Микитась А.В. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. Харків : ХНТУСГ, 2020. 163 с.