

Колтунова Г.Є.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

У статті досліджуються концептуальні підходи до формування стратегії розвитку туризму. Наводиться аналіз і зміст поняття «стратегії розвитку» в контексті туристичної діяльності. Проведено групування та розглянуто основні завдання стратегії. Висвітлюються специфічні особливості стратегії розвитку у туризмі, надається тлумачення типів базових стратегій та стратегічних підходів. Визначаються принципи та етапи формування стратегії. Проаналізовано вплив стратегії розвитку на функціонування сфери туризму.

Ключові слова: стратегія розвитку, завдання, формування, туристична діяльність, стратегічні підходи, етапи.

Актуальність дослідження. Важливе місце в сучасних ринкових умовах для кожної галузі займає не тільки забезпечення ресурсами, які необхідні для досягнення поставлених цілей, але й стратегічний розвиток на перспективу, без якого неможливе ефективне функціонування в ринковому конкурентному середовищі.

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації економіки туристична галузь потребує стратегічного розвитку і розробки універсальної схеми формування стратегії розвитку туризму.

Теоретичний аналіз дослідження. Сутність поняття інфраструктура досліджували як іноземні, так і вітчизняні вчені: І. Ансоффа, М. Боруцака, Г. Мінцберга, В. Немцова, М. Портера, А. Томпсона та А. Стрікланда, О. Шершньової та ін.

Мета статті. Мета статті полягає у дослідженні концептуальних підходів до формування стратегії розвитку туризму, висвітленні особливостей формування стратегій, визначенні типів базових стратегій та стратегічних підходів.

Завдання дослідження. Узагальнити концептуальні підходи до формування стратегії, розкрити сутність і зміст поняття «стратегії розвитку» в контексті туристичної діяльності; дослідити принципи та етапи формування стратегії

Викладення основного матеріалу дослідження. У процесі еволюції поняття «стратегія» набуває більш широкого значення. Існують такі варіанти визначення цього поняття: 1) набір правил для прийняття рішень; 2) дії, модель дій, програма дій (образ дій або манера поведінки); 4) детальний усебічний комплексний план (свідомо й навмисно розроблена послідовність дій); 5) комплекс прийнятих рішень; 6) система установок і заходів; 7) довгостроковий якісно визначений курс, напрям розвитку організації; 8) набір напрямів діяльності; 9) функціональний засіб; 10) система довгострокових цілей, перспектива (спосіб сприйняття світу) та ін.

Аналіз концептуальних підходів свідчить, що поняття «стратегія» найчастіше трактується як генеральна модель (концепція) дій, які потрібно здійснити для досягнення бажаних результатів, цілей.

Досліджуючи різноманітні види стратегій, ми запропонували їх класифікацію за такими ознаками, як: рівень управління, характер поведінки, напрями і темпи розвитку, спосіб забезпечення розвитку, спосіб досягнення конкурентних переваг, терміни реалізації та ін. (табл.1) [1, с.39].

Таблиця 1.

Класифікація стратегій

Класифікаційна ознака	Види стратегій та їх характеристика
Рівень управління, прийняття стратегічних рішень (ієрархія в системі управління)	- корпоративна (загальна, портфельна) – описує загальні напрями розвитку діяльності; - ділова (бізнес-стратегія) – забезпечує довгострокові конкурентні переваги; - функціональна – деталізує, підтримує корпоративну і ділову стратегії
Масштаб розробки	- загальна (генеральна) стратегія; - допоміжні (підтримуючі) стратегії
Характер поведінки	активна (наступальна, екстенсивна); пасивна
Дії, за допомогою яких реалізується стратегія	- реактивна стратегія (адаптивна реакція на ситуацію, що виникла) – впроваджується за допомогою коригувальних дій, прийняття окремих рішень); - проактивна (превентивна) стратегія – реалізується за допомогою запобіжних дій, завчасного введення відповідних змін, прогнозування потенційних загроз (небезпек), які можуть виникнути у перспективі, формування і реалізації планів

Напрямок і темпи розвитку (базисні стратегічні альтернативи)	стратегії: зростання; обмеженого зростання; стабільності (альтернативи – пауза; обережне просування; без змін; зняття прибутку); скорочення бізнесу (ліквідація; стратегія «збирання врожаю», стратегія скорочення витрат, стратегія скорочення)
Способи забезпечення розвитку	стратегії: концентрованого розвитку, диверсифікованого розвитку, інтегрованого розвитку (Ф. Котлер); комбінаційний підхід
Специфіка виробництва	стратегія зростання; стратегія стабілізації (сталості); оборонна стратегія (стратегія виживання)
Терміни реалізації стратегії	стратегії середньострокові (до 3–5 років), довгострокові (до 10–15 років)
Функціональні ознаки (сфери діяльності)	стратегія туризму, маркетингова стратегія, виробнича, фінансова, організаційна, екологічна, соціальна стратегії, стратегія управління, стратегія НДДКР
Конкурентна позиція в галузі, ринковому сегменті	стратегії лідера; стратегії послідовника, стратегії претендента на лідерство (челенджера, стратегії наступу), стратегії новачка (нішера)
Спосіб досягнення конкурентних переваг	- стратегія лідерства за рахунок зниження витрат (цін); - стратегія диференціації (спеціалізації, ніші); - стратегія фокусування (стратегія ринкової ніші, сегментація – М. Портер)
Економічний стан підприємства	стратегія ліквідації (банкрутство), стратегія виживання (запобігання банкрутству), стратегія стабілізації
Вид диференціації	стратегія товарної, сервісної, іміджевої, кадрової диференціації
Джерела фінансування	державні, приватні стратегії, стратегія державно-приватного партнерства

В Великій економічній енциклопедії зазначено, що стратегія розвитку передбачає проведення диверсифікації і реструктуризації виробництва для прискорення обертання капіталу, зменшення витрат, підвищення якості продукції і оновлення номенклатури. Важливішими її елементами є пошук нових ринкових ніш та удосконалення управління [2, с.226].

Стратегія розвитку є специфічним товаром: вона не має речової форми, неловима і за даними ознаками може бути віднесена до послуг. Разом з тим на відміну від послуги, яка невіддільна від продавця, стратегія може бути спожита покупцем без участі суб'єкта, який її продає.

Стратегія розвитку туризму може бути визначена як комплекс рішень (система заходів, сукупність цільових програм), спрямованих на визначення перспектив, пріоритетів і напрямів розвитку туристичної галузі, формування та ефективне використання потенціалу, забезпечення динамічного і сталого розвитку галузі. Стратегія розвитку повинна сполучати в собі інтереси галузі й суспільства, об'єднувати зусилля держави та підприємницького сектору для вирішення перспективних економічних завдань галузі [3].

Як зазначено в державній програмі «Стратегії розвитку туризму і курортів», основними завданнями стратегії є:

визначення законодавчих, інших нормативно-правових, соціально-економічних, організаційно-управлінських засад з метою удосконалення туристичної діяльності та розвитку курортної діяльності;

підвищення ефективності реалізації державної політики у сфері туризму і курортів, формування і впровадження ефективної моделі державного управління з метою узгодження та забезпечення захисту інтересів учасників туристичної та курортної діяльності;

посилення ролі громадських організацій в утвердженні принципів розвитку туризму і курортів, удосконалення наявних і запровадження нових механізмів взаємодії центральних і місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, громадських організацій, підприємств, наукових установ і навчальних закладів;

формування туристичного і курортного простору з метою раціонального та ефективного використання туристичних, природних лікувальних та рекреаційних ресурсів шляхом створення та забезпечення функціонування зон розвитку туризму і курортів;

забезпечення безпеки туристів і осіб, що подорожують, а також громадян, що потребують медичної реабілітації, захисту їх прав та законних інтересів;

сприяння вихованню дітей і молоді на засадах патріотизму;

сприяння поліпшенню інвестиційного клімату у сфері туризму і курортів;

раціональне використання фінансових і матеріальних ресурсів у туристичній та курортній діяльності;

забезпечення ефективності та конкурентоспроможності курортної діяльності;

створення нових робочих місць, забезпечення розвитку малого та середнього підприємництва у сфері туризму і курортів, розширення сфери зайнятості сільського населення у туристичній та курортній діяльності;

створення рівних умов для всіх суб'єктів туристичної та курортної діяльності, передумов для розвитку ефективного і прозорого туристичного та курортного ринку;

удосконалення сучасного державного обліку, посилення контролю за туристичною та курортною діяльністю [4].

Стратегія розвитку є досить ємною і багатоплановою категорією, яку можна класифікувати за різними ознаками.

Стратегії розвитку регіону доцільно групувати за такими ознаками:

типом покупців, виділяючи стратегії, призначені населенню (диференційовані за соціальними групами, категоріями, об'єднанням, місцем проживання); юридичним особам (диференційовані за підприємствами, організаціями, їх видами) та органам управління територією;

видами (споживчі, маркетингові, підприємницькі, трудові та організаційні стратегії);

сферами діяльності (виробництво, послуги, інфраструктура, сфера управління, соціальна сфера тощо);

галузям (промисловість, сільське господарство, освіта, транспорт, зв'язок, будівництво тощо);

напрямами (інвестиційна, інноваційна, фінансова, інституційна, розвиток імпортозамінних виробництв;

стратегічним пріоритетам, виділяючи стратегії стабільності функціонування (вони є основними для розвитку регіону, забезпечуючи стабільність його функціонування та існування); ключові стратегії (які справляють домінуючий вплив на конкурентоспроможність регіону, виділяючи його серед безлічі інших територій); новаторських стратегій (які формують потенціал успіху регіону в майбутньому) [3].

У туристичних дослідженнях останніх років детально розглядають найбільш розповсюджені типи базових стратегій розвитку туризму та пропонується використовувати такі стратегічні підходи (рис. 1).

Стратегія кардинальної зміни припускає концентрацію зусиль громадського та приватного сектору з метою уточнення причин спаду чисельності відвідувачів, активне інвестування та ефективне планування розвитку, формування підтримувальних заходів.

Стратегію збереження зростання застосовують за несприятливих зовнішніх умов, спрямована на підтримання низького рівня зростання за рахунок залучення відвідувачів додатковим обслуговуванням.

Стратегію досягнутого росту приймають на стадії досягнутого розвитку з обмеженим набором нового продукту і проєктів розвитку, коли туристське підприємство або регіон не здатні переробити новий ринок.

Стратегію виборчого росту використовують, коли тільки певний туристський сегмент підлягає цільовому спрямуванню зусиль. Вибір того чи іншого стратегічного підходу як базового залежить від результатів, отриманих на стадії стратегічного аналізу та запланованих цілей [5].

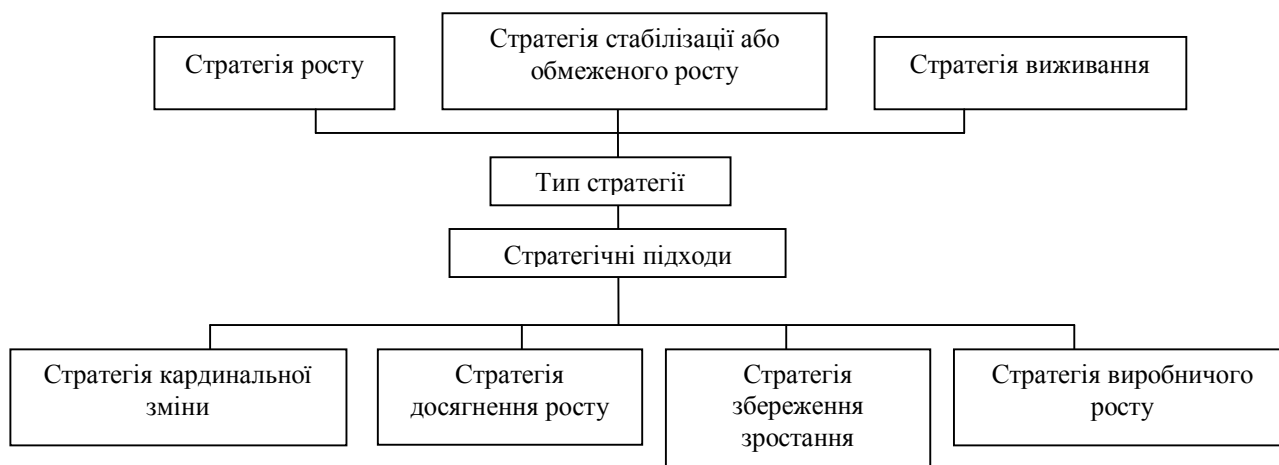


Рис. 1. Типи базових стратегій та стратегічних підходів

Будь-яка стратегія повинна мати інструменти і результати реалізації. Під інструментами реалізації стратегії розуміється вибір напрямів майбутнього зростання, найбільш ефективних шляхів досягнення цілей, враховуючи позиції в навколишньому середовищі. Результатами реалізації стратегії можуть бути: досягнення цілей, оптимізація довгострокової норми прибутку, зміцнення позицій, задоволення потреб клієнтів, максимальна віддача від капіталовкладень, зміцнення конкурентних переваг на цільових ринках тощо.

Стратегія розвитку туризму характеризується спрямованістю, чітко визначеними пріоритетами, логічно побудованою програмою перспективних заходів для досягнення поставленої мети, набором принципів її формування. До принципів формування стратегії розвитку туризму належать: оптимальність, наукова обґрунтованість, системність, об'єктивність, динамічність, адаптивність, активність, комплексність, адекватність, конкретність, логічність, прозорість, легітимність, вимірність, контрольованість та підконтрольність.

Стратегія розвитку туризму має послідовно формуватися за певними етапами, або стадіями (рис.2): інтелектуальна стадія, діагностичний етап, аналіз стратегічних альтернатив і вибір найдосконалішої з них, реалізація (виконання) стратегії, оцінка та контроль за реалізацією стратегії.

На першому етапі формування стратегії – інтелектуальній стадії – відбувається визначення місії, тобто головної мети, сенсу існування, основного функціонального призначення та ролі галузі в довгостроковий період. Основна мета стратегії розвитку полягає у підвищенні ефективності функціонування туристичної галузі, створенні сучасної конкурентоспроможної туристичної індустрії. Після того як мета (місія) сформульована, необхідно визначити довгострокові та короткострокові цілі – бажані результати функціонування і розвитку системи в майбутніх періодах. Кожна ціль поділяється на стратегічні завдання для обґрунтування напрямів реформування та пріоритетів розвитку галузі туризму.

Другий етап формування стратегії – діагностичний етап – є основою для уточнення місії, цілей і завдань та вибору стратегії. На цьому етапі відбувається стратегічний аналіз потенціалу розвитку, досліджуються показники розвитку галузі туризму, макро- та мікросередовища функціонування, оцінюється стан, фактори розвитку туризму, відбувається пошук конкурентних переваг галузі.

На третьому етапі формування стратегії розвитку – аналізі стратегічних альтернатив і вибір стратегії – відбувається розробка та формування альтернативних варіантів розвитку (стратегічні альтернативи), моделювання й оцінювання можливостей реалізації стратегії за цими напрямками, вибір найдосконалішої стратегічної альтернативи (основна, оптимальна стратегія, головна альтернатива) для реалізації та побудови на основі цього варіанта загальної траєкторії розвитку туризму.



Рис.2. Етапи формування стратегії розвитку туристичної галузі

На четвертому етапі формування стратегії – реалізація (виконання) стратегії – відбувається впровадження стратегії згідно із планом конкретних дій (розробляються програми розвитку туризму, бюджети і процедури, які можна розглядати як середньострокові й короткострокові плани реалізації стратегії), проводяться стратегічні зміни, організовується виконання стратегічних завдань, затверджених індикаторів та показників.

П'ятий, завершальний етап формування стратегії – контроль за реалізацією стратегії – здійснюється постійно від початку формування стратегії за допомогою критеріїв оцінки формування стратегії. На цьому етапі результати реалізації стратегії порівнюються із цілями, аналізується ефективність і результативність стратегії, за допомогою системи зворотного зв'язку здійснюється контроль за виконанням стратегії [1, с. 40].

Реалізація стратегії розвитку туризму сприятиме:

- визначенню ряду найпривабливіших для іноземних відвідувачів туристично-рекреаційних пропозицій;
- створенню сучасної матеріально-технічної інфраструктури туристичного бізнесу;
- поліпшенню транспортної інфраструктури прикордонної зони, в зонах автомобільних шляхів та міжнародних транспортних коридорів, а також їх облаштування усіма необхідними об'єктами;
- розвитку інформаційної інфраструктури туристичного бізнесу, яка має включати:
- створенню й підтримку постійно діючого та постійно поновлюваного веб-сайта з туристичними пропозиціями регіонів України;
- зростанню частки туризму і курортів у формуванні внутрішнього валового продукту;

створенню умов для розвитку окремих територій, своєчасного і комплексного розв'язання проблем охорони навколишнього природного середовища;
відродженню національної культури та народних ремесел, формуванню національної самосвідомості та вихованню молоді на засадах патріотизму;
збереженню і відновленню унікальних природних та історико-культурних ресурсів, історичних місць України;
істотному підвищенню ефективності державної політики у сфері туризму і курортів;
розробленню державної та місцевих програм розвитку туризму і курортів;
розвитку міжнародного співробітництва та євроінтеграційних процесів у сфері туризму і курортів, покращенню туристичного, лікувально-оздоровчого іміджу держави;
зростанню обсягів інвестицій у сфері туризму і курортів.

Таким чином, стратегія розвитку є специфічним товаром: вона не має речової форми, невловима і заданими ознаками може бути віднесена до послуг. По-перше, стратегія може бути спожита покупцем без участі суб'єкта, який її продав. По-друге, стратегія розвитку туризму може розглядатися як комплекс рішень, заходів, цільових програм, спрямованих на визначення перспектив, пріоритетів і напрямів розвитку туристичної галузі, формування та ефективне використання потенціалу, забезпечення динамічного і сталого розвитку галузі. По-третє, стратегія розвитку повинна сполучати в собі інтереси галузі й суспільства, об'єднувати зусилля держави та підприємницького сектору для вирішення перспективних економічних завдань галузі.

Література

1. Бартошук О.В., Концептуальні підходи до формування стратегії розвитку туристичної галузі / О.В. Бартошук // Економічний часопис ХХІ, 2012.- №3. – с. 38-41
2. Головінов М.І., Литвинов О.І. Стратегія розвитку підприємства: сутність і ознаки / М.І. Головінов, О.І. Литвинов // Науковий вісник НЛТУ України, 2011.- Вип.21.19. – с. 224-228
3. Самостроєнко Г.М. Маркетинг стратегии развития / Г.М. Самостроєнко. [Электронный ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dis.ru/library/542/21968/>
4. Стратегія розвитку туризму і курортів. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2008 р. № 1088-р. [Электронный ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1088-2008-%D1%80>
5. Сімків Л.Є., Проданова І.І., Теоретичні аспекти стратегії розвитку сільського зеленого туризму в регіоні. / Л.Є. Сімків, І.І. Проданова. [Электронный ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltsu/22_12/74_Sim.pdf

References

1. Bartowuk O.V., Konceptualni pidchodi do formuvannya strategii rozvitku turistichnoi galuzi / O.V. Bartowuk // Ekonomichniy chasopis XXI, 2012.- №3. – s. 38-41
2. Golovinov M.I., Litvinov O.I. Strategiya rozvitku pidpriemstva: sutnist i oznaki / M.I. Golovinov, O.I. Litvinov // Naukoviy visnik NLTU Ukraini, 2011. – Vip.21.19. – s. 224-228
3. Samostroenko G.M. Marketing strategii razvitiya. / G.M. Samostroenko. [Electroniy resurs]. - Regim dostupu: <http://www.dis.ru/library/542/21968/>
4. Strategiya rozvitku turizmu i kurortiv: schvaleno rozporyagjennjam Kabinetu Ministriv Ukraini vid 6 serpnia 2008 r. № 1088-r. . [Electroniy resurs]. - Regim dostupu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1088-2008-%D1%80>
5. Simkiv L.E., Prodanova I.I., Teoretichni aspekti strategii rozvitku silskogo zelenogo turizmu v regioni/L.E. Simkiv, I.I. Prodanova. [Electroniy resurs]. - Regim dostupu: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltsu/22_12/74_Sim.pdf

В статье исследуются концептуальные подходы к формированию стратегии развития туризма. Приводится анализ и содержание понятия «стратегии развития» в контексте туристической деятельности. Проведена группировка и рассмотрены основные задачи стратегии. Освещаются специфические особенности стратегии развития в туризме, предоставляется толкование типов базовых стратегий и стратегических подходов. Определяются принципы и этапы формирования стратегии. Проанализировано влияние стратегии развития на функционирование сферы туризма.

Ключевые слова: стратегия развития, задачи, формирования, туристическая деятельность, стратегические подходы, этапы.

The article describes the conceptual approaches to tourism development strategy. The analysis and the concept of "development strategy" in the context of tourism. A group, and the basic task strategy. Highlights the specific features of the development strategy of tourism, given the interpretation of the basic types of policies and strategic approaches. Identify principles and stages of the strategy. The influence of the development strategy for the functioning of the tourism industry.

Keywords: strategy development, tasks, formation, tourism activities, strategic approaches, phases.

Колтунова Г.Є., студентка 6 курсу кафедри туризму та готельного господарства, інституту економіки та фінансів, Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля, м. Луганськ.

Рецензент: Третьак В.В., доктор економічних наук, професор ЧНУ ім. В. Даля.

Koltunova G.E.

Features of the formation of tourism development strategy

The article describes the conceptual approaches to tourism development strategy. The analysis and the concept of "development strategy" in the context of tourism, the basic tasks of the strategy. Highlights the specific features of the development strategy of tourism, given the interpretation of the basic types of policies and strategic approaches defined stages of the strategy. The influence of the development strategy for the functioning of the tourism industry.

Keywords: strategy development, tasks, formation, tourism activities, strategic approaches, phases.

The relevance of the study. Important role in the current market conditions for each sector occupies not only the resources necessary to achieve their goals, but also for the future strategic development as a precondition for the effective functioning of the market 's competitive environment.

Statement of the problem . In the current context of globalization of the economy the tourism industry needs to develop a strategic development and universal pattern of development strategy of tourism.

Theoretical analysis of the study. The essence of the concept of infrastructure is investigated both foreign and domestic scholars: I. Ansoff , M. Boruschaka , H. Mintzberg, B. Nemtsova, M. Porter, A. Thompson, A. and Strickland, A. Shershneva, etc.

The purpose of the article. The purpose of the article is to study the conceptual approaches to tourism development strategy, highlighting features of a strategy, identifying types of basic strategies and policy approaches.

Objectives of the study. Summarize the conceptual approaches to strategy formation , essence and meaning of the term "development strategy" in the context of tourism, to explore the principles and stages of the strategy.

Statement of main results. During the evolution of the concept of " strategy " becomes wider significance. There are some options for definition of this concept: 1) set of rules for decision-making , and 2) actions model actions, the action program (a course of action or demeanor), 4) detailed the comprehensive integrated plan (knowingly and intentionally designed sequence of actions), 5) complex decisions taken , 6) system installations and activities , 7) long-term high quality fixed rate , the direction of the organization , 8) set of activities , 9) functional tool ; 10) long-term goals, perspective (a way of perceiving the world) and others.

Analysis of conceptual approaches suggests that the term "strategy" is often interpreted as a general model (concept) actions that need to be taken to achieve the desired results, goals.

Exploring different types of strategies, we proposed classification by factors such as the level of management, behavior, direction and pace of development, software development method, the way to achieve competitive advantage, deadlines, etc. (Table 1) [1, p.39].

Table 1.

Types of classification	Features of strategies and their characteristics
The level of management, strategic decision-making (in the management hierarchy)	corporate (general, portfolio) - describes the general direction of development activities; business (business strategy) - provides long-term competitive advantage; functional - details , supports corporate and business strategy
The scale of development	general strategy; Auxiliary (supporting) strategy
Behavior of active	active (offensive , extensive); passive
The steps by which the strategy is implemented	reactive strategy (adaptive response to the situation, which arose) - implemented by means of corrective action, the adoption of certain decisions); proactive (preventive) strategy - implemented through preventive action, early introduction of appropriate changes, forecasting potential threats (hazards) that may arise in the future, development and implementation of plans
Direction and rate of development (basic strategic alternatives)	strategy: growth, limited growth, stability (alternative - pause, careful promotion, no change, removal of profit), reduction of business (liquidation, the strategy of "harvesting" strategy of cost reduction, reduction strategy)

Ways to ensure the development	strategy:concentrated development, diversified development, integrated development (Kotler) combination approach
Specific production	growth strategy, a strategy of stabilization (sustainability); defense strategy (Survival Strategy)
Terms of strategy implementation	strategy for medium-term (3-5 years), long-term (10-15 years)
Functional features (scope of work)	tourism strategy, marketing strategy, production, financial, logistical, environmental, social strategy, management strategy
Competitive position in the industry by market segment	strategy leader, follower strategy, strategy applicant for leadership (Challenger, offensive strategy), strategy beginner (nisher)
Way to achieve competitive advantage	leadership strategy for reducing costs (prices); a strategy of differentiation (specialization niches); strategy Focus (strategy niche market segmentation - Porter)
Economic performance	strategy liquidation (bankruptcy), a survival strategy (avoid bankruptcy), the strategy of stabilization
Species differentiation	strategy commodity, service, image, personnel differentiation
Sources of Funding	public, private strategy, public-private partnerships

As a major economic encyclopaedia states that development strategy envisages diversification and restructuring production to accelerate the rotation of capital, reducing costs, improving product quality and updated nomenclature. Importantly its elements are finding new niche markets and improving management [2, s.226].

The development strategy is a specific product : it has no material form , elusive and according to features can be attributed to services. However, unlike services, which is inseparable from the seller, the strategy can be consumed by the buyer without a subject, which he sold .

Strategy of tourism development can be defined as a set of solutions (the system measures a set of targeted programs) aimed at identifying prospects, priorities and directions of tourism development, development and efficient use of capacity, providing dynamic and sustainable development of the industry. The development strategy should combine in himself the interests of industry and society to unite the government and the business sector to address the economic problems of promising industry [3].

As stated in the government program "Development Strategy of Tourism and Resorts", the main objectives of the strategy are:

- definition of legislative and other normative- legal, socio -economic, organizational and management principles to improve the development of tourism and recreational activities;

- improve the effectiveness of public policy in the field of tourism and resorts , development and implementation of effective models of governance in order to ensure alignment and protect the interests of tourism and recreational activities;

- strengthening the role of NGOs in the statement of principles of tourism and resorts, improving existing and introducing new mechanisms of interaction between central and local authorities, local governments, businesses, academic institutions and educational institutions;

- formation of tourist and resort area for the rational and efficient use of tourism , natural medicinal and recreational resources through the creation and operation areas of tourism and resorts;

- ensure the safety of tourists and people who travel and people in need of medical rehabilitation , protection of their rights and interests;

- promote the education of children and youth in patriotism;

- facilitate the improvement of the investment climate in tourism and resorts;

- efficient use of financial and material resources in the tourism and recreational activities;

- efficiency and competitiveness of recreational activities;

- job creation , development of small and medium enterprises in tourism and resorts , expansion of rural employment in the tourism and recreational activities;

- leveling the playing field for all businesses tourism and recreational activities, the prerequisites for the development of effective and transparent travel and holiday market;

- improvement of modern public accounting , gain control of tourism and recreational activities. [4]

Strategy development is quite capacious and multifaceted category, which can be classified according to various criteria.

Regional development strategy it is advisable to group the following features:

- type of customers, highlighting strategies designed to households (differentiated by social groups, categories, associations, place of residence) to legal entities (differentiated by enterprises, organizations and their types) and controls territory;

type (consumer , marketing , business , labor and organizational strategies);
 types of activities (manufacturing, services, infrastructure, governance, social sector , etc.);
 sectors (industry, agriculture, education, transport, communications, construction, etc.)
 areas (investment , innovation , financial , institutional , development of import substitution industries);
 strategic priorities, highlighting the sustainability of the strategy (they are fundamental to the development of the region , ensuring the stability of its operation and existence) key strategies (which have a dominant influence on the competitiveness of the region, allocating it among many other areas); innovative strategies (which form the potential success of the region in the future) [3].

In recent years, tourism studies examine in detail the most common types of basic strategies for tourism development and are encouraged to use the following strategic approaches (Figure 1).

The strategy involves a fundamental change in the concentration of efforts of public and private sector in order to clarify the causes of the recession the number of visitors, active investing and effective development planning, formation maintenance activities.

Conservation strategy used for growth difficult external environment, aimed at maintaining low growth by attracting visitors of Service .

The strategy of growth attained take the stage reached with a limited set of new product development projects as tourist venture or region is able to alter the new market

Electoral growth strategy is used when only a certain segment of tourism is subject to the targeting effort. The choice of a strategic approach as the base depends on the results obtained at the stage of strategic analysis and planning targets [5].

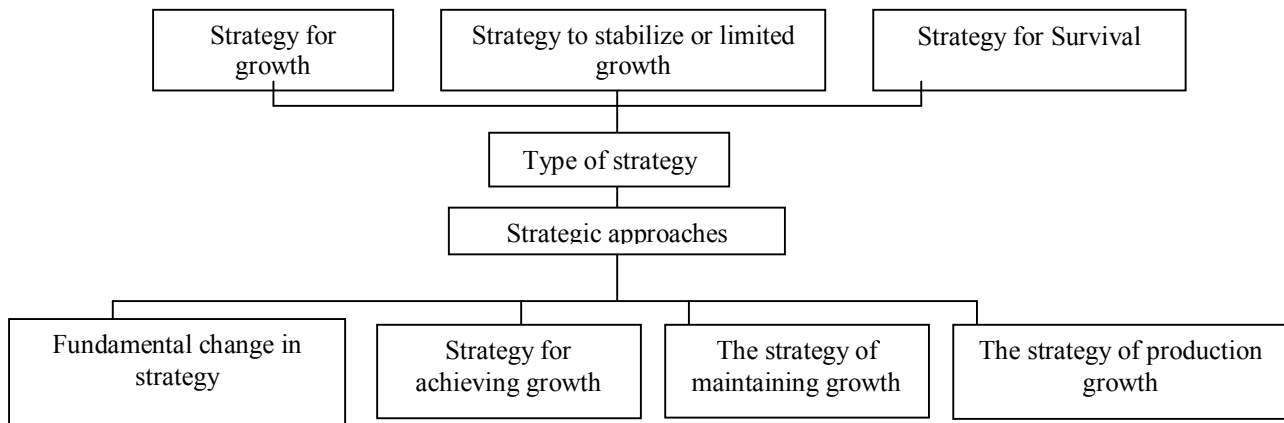


Figure . 1. Types basic strategies and strategic approaches

Any strategy should have the tools and results of implementation. Under the tools of strategy refers to the choice of areas for future growth, the most effective ways to achieve the objectives given position in the environment. The results of the implementation of the strategy may include: achieving goals, optimizing long-term rate of return, strengthening the position, customer satisfaction, maximum return on investment, strengthening competitive advantages in target markets and so on.

Tourism development strategy is characterized by focus, clearly defined priorities are logical perspective program of measures to achieve this goal, a set of principles of its formation. The principles of tourism development strategy are: optimality, scientific validity, consistency, objectivity, agility, adaptability, activity, comprehensiveness, adequacy, specificity, consistency, transparency, legitimacy, measurability , manageability and controllability.

Tourism Development Strategy has consistently formed at some stage, or stages (Figure 2): the intellectual stage diagnostic phase, the analysis of strategic alternatives and choices are most perfect realization (implementation) strategy evaluation and control of the implementation strategy.

In the first phase of the strategy - the intellectual stage - there is a mission statement, that is the main goal, the meaning of existence, the main functional purpose and role of the industry in the long run. The main objective of the strategy is to increase the efficiency of the tourism industry, creating a modern competitive tourism industry. Once the purpose (mission) is formulated, it is necessary to determine the long-term and short-term goals - the desired results and the functioning of the system in future periods. Each target is divided into strategic objectives to support the reform directions and priorities of the tourism industry.

The second stage of the strategy formation - a diagnostic phase - is the basis for clarifying the mission, goals and objectives and selection strategies. At this stage, the development potential strategic analysis, we investigate performance of the tourism industry, macro- and micro- operation, the status is assessed, the factors of tourism development , there is a search for competitive advantages industry.

In the third phase development strategy - the analysis of strategic alternatives and the choice of strategy - is the development and formation of alternatives (strategic alternatives), modeling and evaluation of the feasibility of the

strategy in these areas, most perfect choice of strategic alternatives (the main, the optimal strategy, the main alternative) for implement and build upon this option overall trajectory of tourism development.

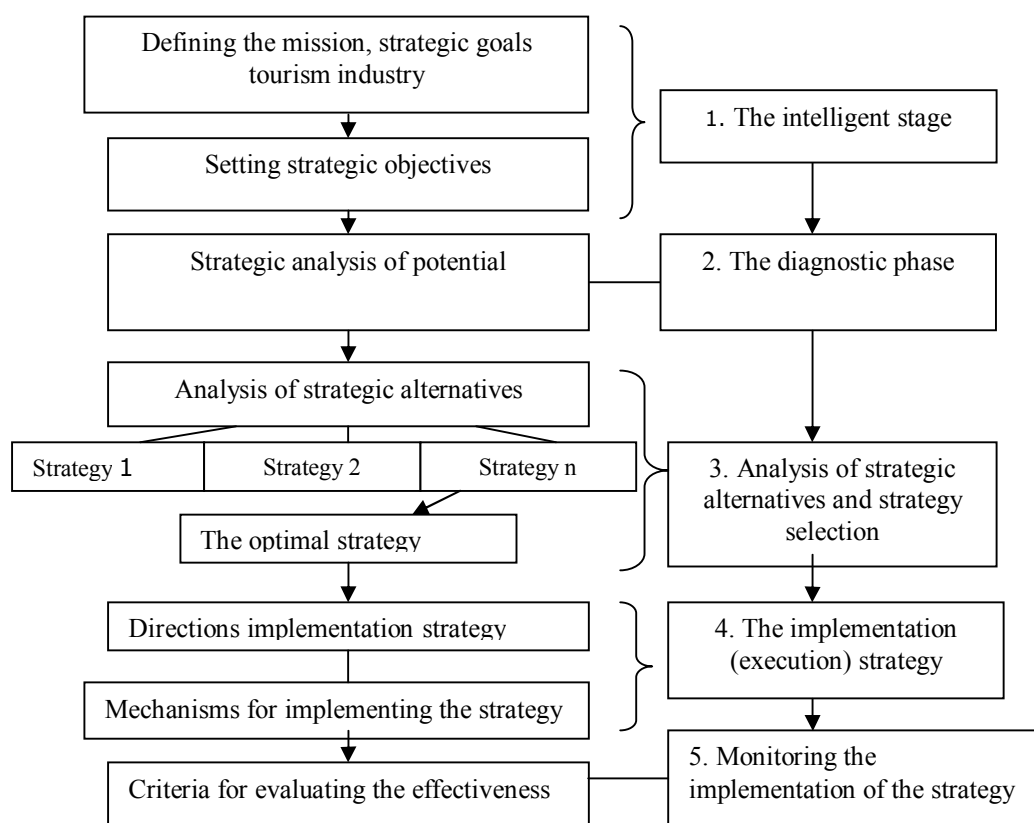


Figure 2 . Stages of development strategy of tourism industry

The fourth step of forming a strategy - implementation (execution) strategy - the strategy is implemented according to plan specific actions (developed tourism development program , budgets and procedures that can be considered as medium- and short-term plans to implement the strategy) made strategic changes, organized strategic objectives approved indicators and targets.

The fifth and final stage of formation strategies - monitoring the implementation of the strategy - is carried out continuously from start forming strategies using evaluation criteria strategy formation. At this stage, the results are compared with the implementation of the strategy objectives, analyzes the efficiency and effectiveness of strategies through feedback system is controlled by the implementation strategy [1,p. 40].

The strategy of tourism development will:

- determining a number of the most attractive for foreign visitors tourist and recreational offerings;
- establishment of modern logistics infrastructure tourism business;
- improvement of the transport infrastructure of the border zone, in areas of highways and international transport corridors and their arrangement with all the necessary facilities;
- development of the information infrastructure of the tourist business, which should include:
- Creation and maintenance of a permanent and constantly updated website with travel suggestions regions of Ukraine;
- increasing the share of tourism and resorts in the formation of gross domestic product;
- creation of conditions for development of certain areas, timely and comprehensive solution of the problems of the environment;
- revival of national culture and folk crafts , formation of national identity and education of young people on the basis of patriotism;
- preserve and restore the unique natural, historical and cultural resources, historical places of Ukraine;
- significantly increase the effectiveness of public policy in the field of tourism and resorts;
- development of the national and local programs for the development of tourism and resorts;
- development of international cooperation and European integration processes in tourism and resorts improving tourism, medical and health image of the state;
- more investment in the tourism and resorts.

In such way, the development strategy is a specific product: it has no material form, elusive and data features can be attributed to services. Firstly, the strategy can be consumed by the purchaser without the subject, which he sold. Secondary, the strategy of tourism development can be seen as a set of decisions, activities, special programs aimed at

identifying prospects, priorities and directions of tourism development, development and efficient use of capacity, providing dynamic and sustainable development of the industry. Thirdly, development strategy should combine in himself the interests of industry and society to unite the government and the business sector to address the economic challenges the industry perspective.

References

6. Bartowuk O.V., Konceptualni pidchodi do formuvannya strategii rozvitku turistichnoi galuzi / O.V. Bartowuk // Ekonomichniu chasopis XXI, 2012.- №3. – s. 38-41
7. Golovinov M.I., Litvinov O.I. Strategiya rozvitku pidpriemstva: sutnist i oznaki / M.I. Golovinov, O.I. Litvinov // Naukoviy visnik NLTU Ukraini, 2011. – Vip.21.19. – s. 224-228
8. Samostroenko G.M. Marketing strategii razvitiya. / G.M. Samostroenko. [Electroniy resurs]. - Regim dostupu: <http://www.dis.ru/library/542/21968/>
9. Strategiya rozvitku turizmu i kurortiv: schvaleno rozporyagjennjam Kabinetu Ministriv Ukraini vid 6 serpnia 2008 r. № 1088-r. . [Electroniy resurs]. - Regim dostupu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1088-2008-%D1%80>
10. Simkiv L.E., Prodanova I.I., Teoretichni aspekty strategii rozvitku silskogo zelenogo turizmu v regioni/L.E. Simkiv, I.I. Prodanova. [Electroniy resurs]. - Regim dostupu: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltnu/22_12/74_Sim.pdf

Koltunova G.E., 5th year student of the Department of Tourism and Hotel Management, Institute of Economics and Finance, East-Ukrainian National University named of V. Dahl, Luhansk

Reviewer: Tretyak V.V., doctor of economic sciences, professor of Department of International Economics of the East-Ukraine National University named by V. Dahl.