

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-398-9-23>

STRATEGIC PLANNING OF TOURIST DESTINATIONS DEVELOPMENT

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Управління туристичними destinations передбачає скоординований процес із залученням різних зацікавлених сторін, що сприяє сталому розвитку туризму та зростанню економіки регіону. Цей процес повинен включати в себе кілька різних аспектів, таких як дослідження ринку, розробка унікальних туристичних продуктів, управління місцевими ресурсами та маркетингову діяльність. До того ж, якісне планування розвитку туристичної destinations допомагає регіону збалансувати екологічні, суспільні та економічні цінності [1].

Стратегічне планування розвитку туристичної destinations має вирішальне значення для довгострокового успішного розвитку регіону. Широко поширений у сучасній зарубіжній туристичній практиці термін «планування destinations» (англ. destination planning) часто використовується для визначення планування в масштабах географічного регіону, який має досить привабливі природні умови для відпочинку, а також забезпечений історико-культурними пам'ятками, туристичною інфраструктурою, тобто володіє достатнім потенціалом для залучення туристів [2, с. 21]. Звісно, що наявність плану не може вирішити усі проблеми розвитку destinations, однак, відсутність стратегічного бачення обов'язково призведе до проблем у майбутньому. Метою стратегічного планування розвитку туристичної destinations є визначення стратегічних пріоритетів і напрямів розвитку, управління та маркетингу destinations протягом певного періоду часу. Іншими словами, стратегічний план може розглядатись як заява про наміри здійснення співробітництва між урядом, організаціями з управління destinations, туристичним бізнесом та місцевою спільнотою. Стратегічний план має окреслювати ролі та дії всіх вище вказаних учасників і має відображати колективне бачення щодо забезпечення інтеграції туризму в соціальні, економічні та екологічні процеси регіону.

Наявність плану дає змогу визначити потреби та пріоритети розвитку інфраструктури дестинації, забезпечити ефективний розподіл наявних ресурсів. Доцільність стратегічного планування також пояснюється і з екологічної точки зору. Наявність стратегічного планування повинна показати, що вплив відвідувачів і туристичної діяльності на навколишнє середовище було ретельно враховано, і що природні, антропогенні та соціально-культурні особливості, які формують певний імідж та унікальність дестинації, будуть відповідально використовуватись. Зрештою, ефективне стратегічне бачення допоможе туристичному регіону збалансувати екологічні, громадські та економічні цінності, збільшуючи внесок туризму в економіку регіону, забезпечуючи добробут громади та довгостроковий розвиток сфери туризму та туристичної інфраструктури.

Для забезпечення ефективності розвитку дестинації стратегічне планування повинно базуватись на таких принципах:

1. Комплексний аналіз ситуації.

Аналіз передбачає дослідження сприйняття та ставлення місцевої громади до туристичної діяльності, особливостей історії розвитку туризму в дестинації, дослідження природних, антропогенних, соціально-культурних особливостей та символів, які цінуються місцевим населенням, тип і стиль розвитку туристичного ринку, якого бажає досягти місцева спільнота або проти якого виступала у минулому.

Також важливим елементом аналізу є визначення як існуючих, так і бажаних цільових ринків для дестинації. Таке розуміння забезпечить досяжність короткострокових і довгострокових цілей сталого розвитку регіону.

Аналіз ситуації має також включати розуміння внутрішнього та зовнішнього середовища дестинації, оцінку її сильних і слабких сторін, а також оцінку економічних, політичних, соціальних і екологічних тенденцій, які можуть мати вплив на глобальному, національному та регіональному рівнях.

2. Забезпечення співпраці між стейкхолдерами.

У даному випадку під стейкхолдерами розуміють мешканців, регіону, туристів, що відвідують дестинацію, туристичний бізнес, різні державні інституції та асоціації, інвесторів і забудовників, галузеві асоціації, організації, пов'язані з туризмом, а також громадські та екологічні об'єднання. Важливо, щоб всі стейкхолдери брали активну участь у процесі стратегічного планування розвитку дестинації та відчували власну причетність та відповідальність за процес.

3. Визначення пріоритетів та ключових заходів.

У ході формування стратегічного плану управління дестинацією важливо визначити пріоритетність ключових стратегій і заходів для

майбутнього управління, розвитку та маркетингу дестинації. Такі ключові заходи будуть різними для кожної дестинації, але вони повинні ґрунтуватися на всебічному аналізі ситуації, і підтримувати пріоритетні напрями розвитку регіону.

4. Визначення чітких обов'язків зацікавлених сторін і часових рамок.

Щоб забезпечити постійну участь стейкхолдерів у ході реалізації плану, важливо призначити конкретні обов'язки – з конкретними часовими рамками – конкретним зацікавленим сторонам. Чітке визначення ролей і обов'язків кожної зацікавленої сторони є найефективнішим способом задіяти їхні індивідуальні інтереси, навички, знання та досвід під час реалізації плану.

5. Встановлення чітких цілей та завдань.

Визначення зрозумілих цілей та чітких завдань сприятиме забезпеченню ефективності розвитку туристичної діяльності, збільшенню цінності у відвідуванні дестинації для туристів, підвищенню привабливості як місця для проживання для населення.

Як висновок, слід зазначити, що стратегічний план розвитку туристичної дестинації необхідно розглядати як документ, який можна та необхідно адаптувати та оновлювати відповідно до зміни поточної ситуації та зовнішнього середовища. Стратегічне управління дестинаціями – це циклічний процес, який вимагає постійного моніторингу та перегляду, а також гнучкості для адаптації до мінливих сучасних умов. Як правило, стратегічний план управління дестинацією може складатись на період від трьох до п'яти років. Будь-який план, який здався ідеальним на момент розробки, не обов'язково витримає випробування часом. Тому, розробка рекомендацій щодо планування управління та розвитку туристичних дестинацій з врахуванням існуючих регіональних, соціо-культурних, економічних особливостей – є перспективою подальших наукових досліджень у цьому напрямі.

Література:

1. Семенов В. Ф., Герасименко В. Г., Горбань Г. П., Богасьорова Л. М. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посібник. Одеса : Одеський державний економічний університет, 2011. 225 с. URL: http://tourlib.net/books_ukr/semenov.htm

2. Стратегічні вектори розвитку туристичних дестинацій Тернопільщини: монографія / За заг. ред. доктора економічних наук, професора В. Я. Брича, к.е.н., доцента А. М. Тибія. Тернопіль : Осада Ю. В., 2017. 164 с.