

вої культурного туризму в краї для залучення більш широкого кола внутрішніх і зовнішніх туристів. При належному підході органів державної влади, місцевого самоврядування до вирішення окреслених проблем, постійній участі місцевих громад у цьому процесі, вважаємо, Івано-Франківщина здатна стати лідером в Україні не лише за кількістю туристів, які відвідують наш край, але й за якістю туристичних послуг.

Література

1. Регіональна цільова програма розвитку туризму в Івано-Франківській області на 2011-2015 роки, схвалена розпорядженням Івано-Франківської обласної державної адміністрації від 07.02.2011 р.№49, затвердженої рішенням івано-Франківської обласної ради від 24.03.2011 р.№74-4/2011[Електронний ресурс: Режим доступу: [http://www if.gov.ua/modelus](http://www.if.gov.ua/modelus).
2. Закон України "Про туризм" // Відомості Верховної Ради України.-1995.-№31.-ст.21[Електронний ресурс: Режим доступу:<http://wwwzakon.rada.gov.ua/cgi-bin>.
3. Jedrysiak T. Turystyka kulturowa/T.Jedrysiak. – Warszawa: Polske Wydawnictwo Ekonomiczne, 2008.- 150 s.
4. Карпатський потяг – дія відчайдухів[Електронний ресурс: Режим доступу: <http://nashemisto.if.ua/content/view/1744/>.
5. Регіональна цільова програма з реставрації пам'яток містобудування та архітектури місцевого значення Івано-Франківської області [Електронний ресурс: Режим доступу: <http://www.careers.com.ua/fileadmin>.
6. Музейне коло Прикарпаття[Електронний ресурс: Режим доступу: <http://www.museum.if.ua/project.html>.

Давидюк І.В.

ОБУСЛОВЛЕННОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ВЫБОРОМ СТРАТЕГИИ ЕГО РАЗВИТИЯ

В системе стратегического управления понятие «стратегия» определяется как набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности [2]. Эти правила используются в следующих случаях:

- для оценки результатов деятельности организации в настоящем и будущем;
- для установления взаимоотношений организации с внешней средой ;
- для установления отношений внутри организации;
- для ведения текущей деятельности.

Если цели определяют то, к чему стремится организация, то стратегия определяет то, каким способом и с помощью каких действий и средств она может достичь их [1]. Следовательно, стратегия, определяя направления развития, всегда оставляет свободу выбора в соответствии с изменяющейся ситуацией.

В настоящее время можно говорить о том, что стратегия – это системный

подход, обеспечивающий сложной организации сбалансированность и общее направление роста путем накопления опыта и длительной адаптации в том случае, если среда не слишком изменчива. В более динамичной среде стратегия становится инструментом перераспределения нагрузки.

Одним из основных условий необходимости обращения к стратегии является появление внезапных изменений во внешней среде организации. Открытое провозглашение новой стратегии становится необходимым и в тех случаях, когда требования общества заставляют организацию менять свои ориентиры.

В таких ситуациях традиционные принципы и накопленный опыт не соответствуют задачам по использованию открывающихся возможностей или по предотвращению угроз. Если у организации не будет единой стратегии, то не исключено, что различные подразделения выработают разнородные, противоречивые и неэффективные решения. Все это может привести к конфликтам, задерживать переориентацию организации и сделать ее работу неэффективной. В этом случае организации необходимо выбрать нужное направление роста, а также направить усилия сотрудников в нужное русло.

Необходимость в выработке стратегии появляется и тогда, когда возникают новые цели или же выясняется невозможность достижения уже поставленных целей с помощью действующих стратегий.

Определение стратегии включает в себя следующее[3]: разработку стратегических альтернатив и их анализ, выбор стратегий, их анализ и оценку.

Основная задача стадии выбора стратегии состоит в том, чтобы из возможных стратегий провести отбор приемлемых [2]. Как правило, у организации имеется несколько вариантов решения стратегической задачи. Поэтому необходимо ответить на вопрос, какая стратегия лучше и почему. Каждый из путей решения предлагает разные возможности, требует разных затрат и связан с определенным риском. Выбор стратегии также ограничивает внутренние и внешние условия и зависит от ресурсов организации и риска, на который готовы идти ее руководители. Поэтому при выборе стратегии целесообразно составить таблицу, содержащую оценку факторов, влияющих на ее выбор. Анализ этих факторов позволит сократить количество стратегий до минимума и оценить возможности обеспечения предприятием всех необходимых ресурсов.

Выбор стратегии может осуществляться и на основе установления критериев, выполнение которых является обязательным. В случае, когда обязательным критериям соответствуют все альтернативные стратегии, вводятся более конкретные критерии, выполнение которых желательно. Им придаются определенные веса для ранжирования и вводятся оценки для определения наиболее приемлемых стратегий.

Одна из главных трудностей процесса выработки стратегии заключается в том, что принятие решений находится в полной зависимости от структуры власти в организации. Стратегия приносит элемент рациональности, который может разрушить сложившийся тип взаимоотношений. Само же стратегическое планирование приводит к определенным разногласиям между прежними видами деятельности, уже приносящими прибыль, и новыми. Как правило, в орга-

низациях нет традиций и склонностей к стратегическому мышлению, а также соответствующей мотивации. Наконец, организации обычно не располагают информацией, достаточной для эффективного стратегического управления, а также профессиональными специалистами в данной области. Однако все эти трудности преодолимы, поскольку именно стратегическое планирование является тем инструментом, который позволяет организации выживать и развиваться в условиях нестабильности, несмотря на все сложности по его применению.

Література

1. Бородушко И.В., Васильева Э.К. Стратегическое планирование и контроллинг. СПб.: Питер, 2006. -192 с.
2. Виноградова М.В., Мазаева Н.П. и др. Основы стратегического планирования развития инфраструктуры регионального туристского комплекса. М.: Маркетинг, 2006.- 98 с.
3. Смолін І.В. Стратегічне планування розвитку організації: Монографія. – К.: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2004. – 344 с.

Загорулько В.М., Коваленко О.В.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК НАСЛІДОК ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується зростанням складності й взаємозв'язку факторів зовнішнього середовища організацій. До таких тенденцій відносять глобалізацію бізнесу й зростання конкуренції, а разом з тим індивідуалізацію поведінки споживачів, зміну ролі людських ресурсів, прискорення темпів науково-технічного прогресу та ін. Саме тому прийняті керівниками організацій стратегічні рішення повинні спиратись на критерії економічної ефективності, законності й уявлення про правильність дій з точки зору моралі.

Через широке застосування маркетингових підходів до різних сфер життя на даний момент часу мають місце серйозні непорозуміння в підходах до трактування сутності функцій соціально відповідального маркетингу. Так, виділяють соціально-етичний, суспільно-орієнтований, соціально-орієнтований, соціально-відповідальний, суспільний маркетинг.

Проблемам становлення соціально відповідального маркетингу, керування якістю продукції і її конкурентноздатністю присвячені роботи Ф. Котлера, К. Л. Келлера, Ж.-Ж. Ламбена, Дж. Харрінгтона, П. Робіна, А.П. Градова, Р. Рейденбаха, Е. Демінга й багатьох інших вчених. [2-5,8]

Метою даної роботи є теоретичне обґрунтування провідної ролі якісного соціально спрямованого державного регулювання економічного розвитку країни в становленні соціально відповідального маркетингу й поліпшення якості життя населення держави. Об'єктом дослідження є процес становлення соціально від-