

С.В.ТЕРЕБУХ (УКРАЇНА, ЛЬВІВ)
ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО
ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

*Львівський національний університет імені Івана Франка, 79000, м. Львів,
 вул. Університетська, 1, psolomia@ukr.net*

Специфіка сфери туризму полягає в тому, що національний туристичний продукт, який виробляється, частково або повністю не відчутний на дотик, а ефект сервісу оцінюється споживачем в умовах певного емоціонального стану, який залежить від великої кількості факторів. Розроблення стратегії національного туристичного продукту має об'єднувати кілька ключових напрямів: узгодження заходів цільового маркетингу щодо створення нових тур продуктів; грамотно сформована асортиментна політика; вибір форм і методів удосконалення комунікації з споживачем; здійснення продуманої політики просування туристичного продукту як комплексу заходів, спрямованих на створення та підготовку до реалізації національного туристичного продукту чи туристичних послуг.

Стратегія національного туристичного продукту пов'язана передусім з процесом формування і реалізації туристичного продукту. З розвитком цивілізації, зміни пріоритетів і потреб туристів стають доступними та більш вигадливими. Стратегією національного туристичного продукту можна назвати офіційний документ, складений офіційно до плану та визначаючий умови формування, модифікації, удосконалення національного туристичного продукту в конкурентному місці. У сферу стратегії входять: аналіз переваг і недоліків діяльності на існуючих та потенційних ринках; позиції і частки ринку, які планується захопити; місія організації, програми дій, спрямованих на рішення поставлених завдань. Привести до досягнення поставлених цілей повинні стратегічне управління, тобто процес оптимального керівництва трудовими, фінансовими та матеріальними ресурсами. Основними положеннями стратегічного розвитку національного туристичного продукту є: формування мети, втілення в життя принципів поведінки, контроль рішення завдань і звичайно спостереження за зовнішнім оточенням та внутрішньою ситуацією. Стратегією національного туристичного продукту можна назвати процес адаптації туристичного продукту до фактичних і майбутніх потреб, вимог та очікувань споживачів.

S.V.TEREBUKH (UKRAINE, LVIV)
BASIC TERMS OF THE STRATEGIC DEVELOPMENT OF THE NATIONAL
TOURIST PRODUCT

*Ivan Franko National University of Lviv, 79000, Lviv, Universytetska str., 1
psolomia@ukr.net*

Specificity of tourism is that, national tourism product produced, partially or completely not palpable, and the effect of service valued customer in a certain emotional state, which depends on many factors. The development strategy of national tourism product has to combine several key areas: coordination of activities targeted marketing to create new tour products; correctly formed assortment policy; the choice of forms and methods of improving communication with the consumer; the implementation of a policy of promoting tourism product as a set of measures, aimed at the creation and preparation for implementation of the national tourism product or tourism services.

The strategy of the national tourism product associated primarily with the establishment and implementation of the tourism product. With the development of civilization, changing priorities and needs of tourists become available and more intricate. The strategy of the national tourist product can be called an official document drawn up formally to the plan and defining the conditions of formation, modification, improvement of the national tourist product in a competitive place. The scope of the strategy include: analysis of the advantages and disadvantages of activity on existing and potential markets; positions and market shares, which will capture; mission of the organization, program of action for the solution of tasks. The main provisions of the strategic development of the national tourist product are: developing goals, implementing the principles of behavior, control of problem solving and of course monitor the external environment and internal situation. The strategy of the national tourist product can be called a process of adaptation tourist product to the actual and future needs, requirements and expectations.