

місяця їх знаходження навіть в сучасних складних умовах. Все це дозволяє нам, студентам, під час навчання в коледжі не лише отримувати якісні знання, а й надає можливість віртуально взаємодіяти як з викладачами, так і між собою в контексті навчання. В комплексі це сприяє отриманню практики реальної роботи з сучасними цифровими екосистемами з метою подальшого використання набутого досвіду при створенні та використанні інноваційно-технологічні рішень для модернізації економіки України [4].

Список використаних джерел

1. Благодир Л. М. Цифрові бізнес-екосистеми як специфічна форма координації господарської діяльності в умовах цифрової економіки. *Економіка та суспільство*. 2022. № 46. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-55>.
2. Як сьогодні виглядає ринок цифрових екосистем для малого і середнього бізнесу. *Еквайринг від "ПЕК"*. URL: <https://pek.org.ua/jak-sogodni/> (дата звернення: 09.03.2024).
3. What is a digital ecosystem? – Understanding the most profitable business model. *MoreThanDigital*. URL: <https://morethandigital.info/en/what-is-a-digital-ecosystem-understanding-the-most-profitable-business-model/> (date of access: 09.03.2024).
4. Цифрові екосистеми та професійні навички. *Національне агентство кваліфікацій*. URL: <https://nqa.gov.ua/news/cifrovi-ekosistemi-ta-profesijni-navicki/> (дата звернення: 09.03.2024).

Ганнич Н. С., здобувач освіти,
Гуторов О. С., викладач,
ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж
Державного торговельно-економічного університету»

ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКІ МЕХАНІЗМИ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ

Організаційно-управлінські механізми є ключовими для ефективного функціонування туристичної агентської діяльності. Вони визначають способи, якими туристична агенція організовує свою роботу, керує своїми ресурсами та взаємодіє зі своїм оточуючим суспільно-економічним середовищем. Найбільш значимі організаційно-управлінські механізми для туристичної агенції:

- ефективного управління ресурсами;
- забезпечення якості обслуговування;
- створення конкурентної переваги;
- зменшення ризиків;
- підвищення ефективності та продуктивності;
- стимулювання інновацій.

Ефективне управління ресурсами. Організаційно-управлінські механізми дозволяють ефективно розподіляти та використовувати ресурси туристичної агенції, такі як фінансові, людські та матеріальні ресурси. Це допомагає підтримувати стабільність фінансової ситуації, оптимізувати витрати та максимізувати прибуток.

Забезпечення якості обслуговування. Добре організовані управлінські процеси дозволяють забезпечити високу якість обслуговування для клієнтів. Це включає в себе забезпечення вчасності, точності та професіоналізму у всіх аспектах роботи туристичної агенції.

Створення конкурентної переваги. Ефективне управління дозволяє туристичній агенції розвивати унікальні конкурентні переваги, такі як швидке реагування на зміни на ринку, інноваційні маркетингові стратегії та висока якість обслуговування. Це допомагає агенції залучати та утримувати клієнтів у конкурентному середовищі.

Зменшення ризиків. Організаційно-управлінські механізми допомагають зменшити ризики, пов'язані з непередбаченими подіями та збитками. Це включає в себе ретельне планування, впровадження стратегій ризик-менеджменту та контроль над діяльністю туристичної агенції.

Підвищення ефективності та продуктивності. Шляхом оптимізації бізнес-процесів та використання ефективних управлінських практик туристична агенція може підвищити свою ефективність та продуктивність. Це дозволяє досягати поставлених цілей та забезпечує стабільний розвиток підприємства.

Стимулювання інновацій. Гнучкі організаційно-управлінські механізми стимулюють інноваційний розвиток та пошук нових можливостей для росту бізнесу. Це важливо в умовах туристичного ринку, що швидко змінюється та змінних потреб клієнтів [1].

Отже, організаційно-управлінські механізми є важливими для забезпечення успішної діяльності туристичної агенції, підтримки конкурентоспроможності та досягнення стратегічних цілей підприємства.

Одним з найбільш критичних аспектів успішної діяльності будь-якої туристичної агенції, з точки зору ефективного управління ресурсами, вважається планування та стратегічне управління.

Першим кроком у плануванні та стратегічному управлінні є ретельний аналіз туристичного ринку. Це включає вивчення тенденцій у споживанні подорожей, попиту на різні види туризму, конкуренцію та географічні особливості ринку.

На основі аналізу ринку туристична агенція встановлює свої цілі та розробляє стратегії для їх досягнення. Це може включати розширення асортименту послуг, введення нових продуктів, розвиток нових ринків або покращення якості обслуговування.

Туристична агенція визначає цільові сегменти ринку та ідентифікує свою цільову аудиторію. Це допомагає зосередитися на специфічних потребах та інтересах своїх клієнтів.

На основі встановлених цілей і цільової аудиторії туристична агенція розробляє та пропонує різноманітні туристичні продукти та пакети, які відповідають потребам клієнтів.

Важливо планувати фінансові ресурси, необхідні для реалізації стратегій та досягнення поставлених цілей. Це включає розробку бюджетів, прогнозування доходів та витрат.

Планування маркетингових заходів є ключовим етапом стратегічного управління. Це включає рекламу, просування бренду, ціноутворення, дистрибуцію та просування продуктів та послуг.

Після впровадження стратегій важливо постійно моніторити їх ефективність та вносити корективи в разі необхідності. Контроль над виконанням планів допомагає забезпечити досягнення цілей.

Туристичний ринок постійно змінюється, тому стратегії та плани повинні бути гнучкими і адаптивними до нових умов і тенденцій [2].

Планування та стратегічне управління туристичної агенції є постійним ітеративним процесом, який допомагає забезпечити стабільність та успіх у сучасному конкурентному середовищі.

Список використаних джерел

1. Page Stephen J. *Tourism Management: Managing for Change : Handbook*. Burlington : Elsevier Ltd, 2007. 473 p.
2. Moutinho L. *Strategic Management in Tourism : Handbook*. New York : CABI Pub., 2000. 349 p.