

**СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ**

ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА МЕНЕДЖМЕНТУ

**Матеріали Міжнародної
науково-практичної конференції
(13 травня 2020 року)**

Луцьк 2020

УДК 658:351.82(082)

Т 33

*Рекомендовано до опублікування вченою радою
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки
(протокол № 7 від 28.05.2020 р.)*

Рецензенти:

Ліпич Л. Г. – доктор економічних наук, професор кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства факультету економіки та управління Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки;

Сохнич А. Я. – доктор економічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України, завідувач кафедрою управління земельними ресурсами Львівського національного аграрного університету;

Шубалий О. М. – доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри економіки Луцького національного технічного університету.

Теорія та практика менеджменту: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (13 травня 2020 р.) / Відп. ред. проф. Л. Черчик. – Луцьк, 2020. – 470 с.

ISBN 978-617-7117-65-9

У збірнику подано тези доповідей та виступів учасників Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої питанням теорії та практики менеджменту, зокрема питанням регіонального менеджменту, менеджменту безпеки, інвестиційного та інноваційного менеджменту, екологічного менеджменту, соціального менеджменту, енергетичного менеджменту, міжнародного менеджменту, менеджменту змін та менеджменту туризму.

УДК 658:351.82(082)

© Черчик Л. М. (упорядкування), 2020

10. Срібна Євгенія Вікторівна, Ступницька Ніна Іванівна ДЕРЖАВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ УКРАЇНИ В СИСТЕМІ КОНЦЕПЦІЙНИХ ЗМІН ХХІ СТОЛІТТЯ	435
11. Сулима І. М., Балджи М. Д. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ЕЛЕКТРОТРАНСПОРТУ В УКРАЇНІ	437
12. Якимова Наталія ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРУ МОДЕЛІ ПОВЕДІНКИ СУБ'ЄКТАМИ РИНКУ ПРАЦІ В НОВІЙ ЕКОНОМІЦІ	439

СЕКЦІЯ 11 «МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИЗМУ»

1. Байда Богдана Федорівна ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ	441
2. Бойко О., Капленко Г.В. ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ В СФЕРІ ТУРИЗМУ	443
3. Васильєва Ю.В., Камушков О.С. ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИЗМУ	445
4. Деркач Оксана Геннадіївна УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ТУРИСТИЧНИХ ФІРМ	447
5. Дребот О.І., Бабікова К.О. ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У КОНТЕКСТІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	449
6. Ісмаїлова Ельнара Фаїг кизи, Камушков О. С. ПОНЯТТЯ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ В МЕНЕДЖМЕНТІ ТУРИЗМУ	451
7. Князєва Олена НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ПІСЛЯ ПАНДЕМІЇ	453
8. Мельниченко С. Г., Бабушкіна Р. О. ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	455
9. Печенюк Алла Петрівна ТРЕНДИ СІЛЬСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО РОЗВИТКУ	457
10. Рудик Наталія, Рудик Анастасія РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКИХ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ	459

ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Мельниченко С. Г., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти, Херсонський державний аграрно-економічний університет, **Бабушкіна Р. О.**, к. с.-г. н., доцент, Херсонський державний аграрно-економічний університет, м. Херсон, Україна

Менеджмент – це самостійний вид професійної діяльності, направлений на досягнення визначених цілей шляхом раціонального використання матеріальних, фінансових і трудових ресурсів з обов’язковим застосуванням економічних методів управління [1].

Менеджмент у туризмі – це використання і координація на підприємствах туризму з максимальною ефективністю матеріальних, фінансових, людських та інформаційних ресурсів для досягнення поставлених цілей. Основною відмінністю менеджменту від управління, що його головною метою є – одержання прибутку [2].

У процесі дослідження було розглянуто основні підсистеми менеджменту туристичних підприємств (таблиця 1).

Таблиця 1

Загальна характеристика основних підсистем управління туристичними підприємствами

Підсистеми менеджменту туристичного підприємства	Характеристика
Стратегічний менеджмент	Основним завданням є визначення місії туристичного підприємства, яка відображає: загальний характер потреб, які задовольняє підприємство; загальну характеристику споживачів; характер продукції або послуг підприємства; основні конкурентні переваги підприємства; організаційну культуру.
Фінансовий менеджмент	Спрямований на збільшення фінансових ресурсів туристичного підприємства, інвестицій в нього та нарощування обсягу капіталу.
Менеджмент основних і додаткових послуг	Основною метою є аналіз зовнішнього середовища туристичного ринку та запровадження стратегічних заходів щодо розширення спектру послуг туристичного підприємства.
Менеджмент анімації і спорту	Має за мету розробку різноманітних анімаційно-спортивних програм для широкого кола споживачів.
Правовий менеджмент	Забезпечує регулювання правовідносин між суб’єктами управління у туристичній галузі. Основним завданням правового механізму – є усунення кількості суперечностей із правовідносин учасників процесу управління та надання їм оптимального змісту.

Технологічний менеджмент	Основним завданням є управління з метою найбільш ефективного поєднання досліджень, розробок, планування, проектування, виробництва та комунікацій для отримання прибутку в туристичній галузі в довгостроковій перспективі.
Екологічний менеджмент	Є основним засобом мінімізації антропогенного тиску на довкілля, зміни споживацької поведінки та формування відповідального ставлення до проблеми збереження життя на Землі в процесі здійснення рекреаційно-туристичної діяльності.
Менеджмент персоналу (мотиваційний менеджмент)	Виступає комплексом методів, способів та форм зацікавленості у досягненні найкращих економічних результатів управління туристичним бізнесом. Зацікавленість сприяє виникненню стимулів щодо досягнення суб'єктами управління визначених цілей, чим обумовлюється ініціювання визначеної активності суб'єктів управління в динамічних умовах зовнішнього і внутрішнього середовища.
Менеджмент безпеки	Поєднує в собі управлінські заходи щодо забезпечення безпеки та інтересів як виробників, так і споживачів туристичних послуг, а також об'єктів, на які спрямована туристична діяльність

Складено автором за [3]

Найважливішими відмінностями менеджменту туризму є специфічні особливості послуг (туристичних продуктів), які полягають у:

1. перемінності якості;
2. сезонності попиту;
3. неосяжності;
4. різноманітності;
5. існуванні послуг лише в процесі їх виробництва;
6. невід'ємності процесів: виробництва та споживання;
7. неспроможності до зберігання [4].

На сучасному етапі розвитку євроінтеграційних процесів, ефективність управління туристичними підприємствами України залежить від здатності підсистем менеджменту адаптуватися до змін зовнішнього та внутрішнього середовища, а також до появи нових, так званих «європейських» можливостей.

Для сучасного управління туристичними підприємствами характерні:

- постійне прагнення до підвищення економічної ефективності;
- зміна функцій планування – від поточних до перспективних;
- велика увага звертається на основні фактори поліпшення діяльності підприємств;

- використання сучасних інформаційних баз для розрахунків при прийнятті управлінських рішень, а також максимальне використання сучасних досягнень інформатики та математичних методів;

- широка господарська самостійність підприємств туристичного бізнесу на ринку;

- постійний перегляд та корегування цілей розвитку та програм в залежності від кон'юнктури ринку та змін зовнішнього середовища.

Отже, процес управління туристичними підприємствами здійснюється через виконання взаємопов'язаних функцій планування, організації та мотивації, які реалізуються при виконанні певних завдань. Найважливішим завданням менеджменту туризму є організація ефективного виробництва туристичного продукту та послуг з урахованням попиту споживачів на основі наявних ресурсів

1. Рудько В. А. Менеджмент / В. А. Рудько, С. О. Гуткевич. – Київ: Центр учбової літератури, 2011. – 311 с.

2. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – Київ: Знання, 2008. – 661 с.

3. Особливості управління туристичним підприємством [Електронний ресурс] // Всё о туризме: туристическая библиотека – Режим доступу до ресурсу: https://tourlib.net/books_ukr/shkola3-2.htm.

4. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика / М. П. Мальська, В. В. Худо. – Київ: Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.

ТРЕНДИ СІЛЬСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО РОЗВИТКУ

Печенюк Алла Петрівна,

Подільський державний аграрно-технічний університет,

м. Кам'янець-Подільський

Парадигма сільського розвитку тривалий час була орієнтована на концепцію зближення (перерозподільчу модель), в якій домінуючим є твердження про відсталість сільських територій та необхідність їх підтримки зі сторони держави шляхом компенсацій, пільг та дотацій. Варто визнати, що дана концепція була досить популярною у 80-ті роки 20 століття та здійснила свій позитивний вплив на тогочасний сільський туристичний розвиток окремо взятих європейських країн (Франція, Іспанія, Італія).

Як засвідчує практика туристичної діяльності, імплементація означеної концепції до умов України не підтвердила належним чином ефективність та доцільність її подальшого застосування. В загальному позитив проявився лише самозайнятістю окремих суб'єктів