

Чернівецька обласна державна адміністрація
Чернівецька обласна рада
Чернівецька міська рада
Чернівецький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету
Університет ім. Штефана чел Маре (м. Сучава, Румунія)

Сучасний стан та перспективи розвитку туризму

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ**

**Чернівці – Сучава
2–4 травня 2018 року**

**Чернівці
ПВКФ «Технодрук»
2018**

Бутирська Ірина, Саламаха Олеся ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	131
Вдовічен Анатолій, Ткаченко Тетяна УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ БІЗНЕСОМ: ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД	134
Долга Галина УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	138
Кондрацька Галина, Гук Наталія ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	141
Полянко Галина ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	144
Присакар Ірина CRM-СИСТЕМИ: КЛІЄНТООРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ	146
П'ятницька Галина, Пенюк Валерія КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ ТА ЙОГО ДІАГНОСТИКА	149
Хитрова Ольга ФЕСТИВАЛЬ ЯК ЗАСІБ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ БУКОВИНСЬКОГО РЕГІОНУ	151
Чичун Валентина МЕХАНІЗМИ РЕАЛІЗАЦІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ	153

*ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ, КОНТРОЛЮ І
ОПОДАТКУВАННЯ У СФЕРІ ПОСЛУГ*

Багрій Конон ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ ДОХОДІВ ВІД НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	157
Вергун Андрій ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ В АНАЛІЗІ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ ЗА ФАЗАМИ ЇХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ	159
Височан Олег, Височан Ольга ОБЛІК ПРАЦІ ВОЛОНТЕРІВ У НЕБЮДЖЕТНИХ НЕПРИБУТКОВИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ	163

саме: сприяють підвищенню економічного розвитку регіону та відродженню народних ремесел і промислів, популяризують культуру пізнавального дозвілля та дбайливе ставлення до історичної спадщини місцевості і народу в цілому, є невичерпним скарбом нових вражень, емоцій, знань для зарубіжних та вітчизняних туристів. Однак культура проведення фестивалів на території Буковинського регіону потребує вдосконалення з організаційної точки зору в питаннях реклами, співпраці та взаємодії органів місцевої влади, закладів розміщення, харчування, транспортних компаній, гідів, тощо.

Список використаних джерел:

1. Фестиваль [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki>
2. Пискач А. А. Фестивальний рух у культурному житті України кінця ХХ – початку ХХІ ст.: неформальні тенденції / А. А. Пискач // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку : зб. наук. пр. – Рівне, 2011. – Вип. 17. – 220 с.
3. Пангелов Б. П. Організація і проведення туристично-краєзнавчих подорожей : Навчальний посібник / Б. П. Пангелов. – К. : Академвидав, 2010. – 248 с. (Серія «Альма Матер»)

Валентина Чичун, к.е.н., доцент,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

МЕХАНІЗМИ РЕАЛІЗАЦІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Туризм є однією з провідних та найбільш розвинутих галузей економіки. Через свій швидкий темп розвитку він визнаний економічним феноменом століття. Цьому сприяє розширення політичних, економічних, наукових і культурних зв'язків між державами і народами світу. Масовий розвиток туризму дозволяє мільйонам людей розширити свій кругозір, познайомитися з визначними пам'ятками, культурою, традиціями тієї чи іншої країни.

У багатьох країнах туризм відіграє значну роль у формуванні валового внутрішнього продукту, активізації зовнішньоторговельного балансу, створення додаткових робочих місць і забезпечення зайнятості населення, має великий вплив на такі ключові галузі економіки, як транспорт і зв'язок, будівництво, виробництво товарів народного споживання, тобто виступає своєрідним стабілізатором соціально-економічного розвитку.

Значення туристичного бізнесу постійно зростає. Це пов'язане із підвищенням його впливу на розвиток міжнародних зв'язків, поживлення економічного стану країни та окремих регіонів, можливістю поповнення валютних надходжень. За рахунок проведення послідовної економічної та культурної політики між різними народами світу туризм виступає стабілізатором налагодження та укріплення відносин між державами, дійовим фактором посилення престижу країни в світовому співтоваристві, ділових колах.

Тенденції до зростання обсягів туристичних послуг актуалізують питання дослідження специфіки організації туристичної діяльності з метою забезпечення ефективної стратегії розвитку туристичного підприємства для утримання існуючих ринкових позицій та отримання додаткових конкурентних переваг. При цьому на перший план виходить проблема

забезпечення підприємства релевантною системою управління, котра б враховувала можливість настання непередбачуваних кризових ситуацій та мстила елементи превентивного захисту від їх негативного впливу.

Поряд з тим, окремі аспекти антикризового управління в туристичній сфері, зокрема інструменти антикризового управління туристичним підприємством та механізм їх реалізації в умовах гіперзалежності туристичної діяльності як від чинника сезонності, так і від системи інших некерованих чинників динамічного підприємницького середовища (природнокліматичних, соціально-культурних, санітарно-епідеміологічних, політико-правових тощо), потребують детальнішого дослідження.

Антикризове управління є частиною системи управління підприємством, яка охоплює систему управлінських заходів з діагностики, попередження, нейтралізації та подолання кризових явищ та їх причин на всіх рівнях економіки. Завдання антикризового управління полягають у прогнозуванні передкризових ситуацій, що є доволі складним процесом, оскільки необхідно визначити перелік можливих кризових явищ (зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства), з якими може стикнутись підприємство у майбутньому.

Саме тому система управління туристичним підприємством повинна враховувати можливість їх настання на основі застосування різних методів прогнозування, зокрема:

- якісних неформальних методів (методу експертних оцінок, аналізу даних проведеного бенчмаркінгу);
- кількісних методів (казуального моделювання, аналізу часових рядів).

У сфері туризму антикризове управління потребує особливої уваги з боку загальнокорпоративної управлінської стратегії, оскільки туристична сфера перебуває у значно більшій залежності від можливого ризику настання природних, екологічних, соціальних та політичних криз, ніж інші галузі національної економіки. При цьому важливо чітко визначити зовнішні та внутрішні причини виникнення кризових ситуацій.

Зовнішні причини виникнення кризи зумовлені системою взаємозв'язків туристичного підприємства з іншими суб'єктами національної економіки. Так, до них відносять:

- ✓ суспільно-економічні чинники (інфляцію, нестабільність податкової системи, недостатній розвиток інфраструктури в розрізі окремих туристичних регіонів, зниження рівня доходів населення, зростання безробіття, політико-правову нестабільність, посилення митних формальностей тощо);
- ✓ ринкові чинники (нестабільність валютного ринку, монополізація ринку іноземними туроператорами, фрагментарність туристичного ринку тощо);
- ✓ інші причини (природно-кліматичні зміни, екологічне перевантаження туристичних дестинацій, загрози санітарно-епідеміологічного характеру тощо) [3].

Внутрішні причини виникнення кризи прямо пов'язані з діяльністю туристичного підприємства і з точки зору управління є керованими. До них можна віднести причини, пов'язані власне з системою управління підприємством (конфлікти та суперечності керівництва, відсутність динаміки

системи управління, високий рівень комерційного ризику на стадії входження на ринок, що згодом може завадити ринковому зростанню, недостатня обізнаність реальної кон'юнктури ринку, слабка маркетингова система тощо); виробничі причини (фізичне і моральне старіння техніки і технологій, низька продуктивність праці); фінансові причини; кадрові причини (особливо актуальна група причин у туризмі, оскільки лояльність до туристичного продукту прямо пропорційно визначається якістю туристичного обслуговування тощо) [3].

Визначення методів та інструментів управління в умовах кризи полягає у:

✓ диференціації технологій управління (передусім застосуванні інноваційних) щодо аналізу та оцінки кризових ситуацій з метою прийняття релевантних управлінських рішень;

✓ розробці ефективної антикризової кадрової політики з врахуванням ризику наростання міжособистісних організаційних конфліктів, що є неодмінним атрибутом кризового стану.

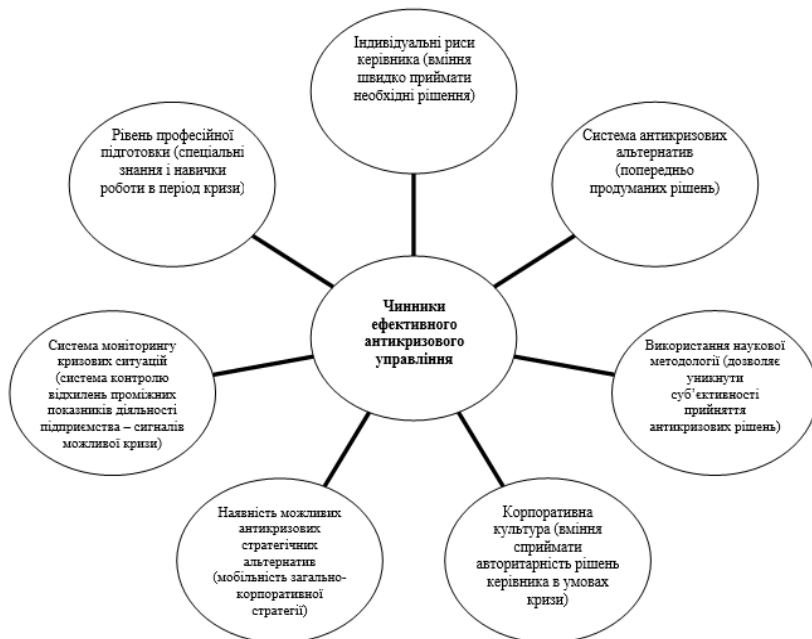


Рис. 1. Чинники ефективного антикризового управління туристичним підприємством

Загалом ефективність антикризового управління туристичним підприємством визначається низкою чинників (рис. 1).

Дослідження причин виникнення кризових ситуацій та видів кризи, що дозволило виокремити основні чинники ефективності антикризового управління, приводять до висновку про те, що антикризове управління

повинне здійснюватись на підприємстві безперервно, на кожному етапі його розвитку, як превентивний засіб щодо непередбачуваності та непрогнозованості майбутніх подій. А тому існує необхідність формування механізму антикризового управління підприємством, в основі якого лежить антикризова стратегія поведінки підприємства на ринку.

Таким чином, формування антикризового механізму управління туристичним підприємством є важливою складовою системи управління підприємством. Він є своєрідним індикатором стійкості підприємства до можливих негативних змін підприємницького середовища, а тому повинен бути гнучкою, інтегрованою, відкритою системою, яка охоплює інструменти та методи, за допомогою яких забезпечується життєздатність підприємства.

Список використаних джерел:

1. Зельдович Б. З. Менеджмент : учебник / Б. З. Зельдович. – М. : Экзамен, 2007. – 591 с.
2. Казначевская Г. Б. Менеджмент : учеб. пособ. для студ. вузов / Г. Б. Казначевская, И. Н. Чуев, О. В. Матросова. – 3-е изд. – Ростов н/Д. : Феникс, 2007. – 378 с.
3. Менеджмент : навч. посіб. / За ред. С. І. Михайлова. – Вінниця : НОВА КНИГА, 2006. – 416 с.
4. Правик Ю. М. Маркетинг туризму : підручник / Ю. М. Правик. — К. : Знання, 2008. — 303 с.
5. Ushanov P.V. «Anti-crisis management: the social and psychological aspects» // Dengi I kredit. – 2008. – No. 6.