

УДК 658:29

Демчик В.В.

студентка гр. МТБ-21з(м)

Вінницький торговельно-економічний інститут

Державного торговельно-економічного університету

м. Вінниця, Україна

наук. кер. – к.е.н., доцент Онищук Н.В.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Система управління туристичним підприємством базується на виділенні орієнтованого на розвиток та стабільність контуру управління, має цільовий поступальний характер, дозволяє вчасно враховувати і реагувати на зміни у

зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства, і тим самим забезпечити високий рівень його комплексної адаптивності до динамічних умов середовища; систематизувати вхідні і вихідні інформаційні потоки за векторами управління, оперативно використовувати отриману інформацію в системі управління туристичним підприємством[1].

Влада, ініціатива та відповідальність є чи не найголовнішими інструментами, якими користуються лідери та керівники в прагненні досягти поставленої перед ними та колективом мети. Цьому сприяє усвідомлення того факту, що в результаті отриманого провідними компаніями досвіду в сфері менеджменту туристичних підприємств, вони можуть використовувати в практиці чисельні моделі та концепції впливу на туристичний бізнес, такі як інсорсинг та аутсорсинг, життєвий цикл продукту та бізнесу, конкуренція за часом та конкурентні переваги та інші.

Виходячи з вищезазначеного, головними завдання менеджменту туристичного підприємства є наступні [1]:

1. Збереження системи керування.
2. Підвищення гнучкості і ефективності комунікацій.
3. Збереження працездатності кадрів.
4. Оптимізація системи маркетингу на підприємстві.
5. Визначення пріоритетних напрямів рекламної діяльності.
6. Посилення контролю за використанням та розподілом фінансових ресурсів.
7. Здійснення постійного моніторингу ситуації як на ринку так і всередині організації.

Наразі сьогодні ми маємо можливість переконатися в тому, що при критичному аналізі виявляються як певні диспропорції в управлінні так і очевидні недоліки, до яких, серед інших, можна віднести наступні [2]:

- підлеглі не інформовані про справи в компанії, інформацією, як елементом влади, володіє лише керівництво компанії;
- нові ідеї, запропоновані менеджерами до впровадження зустрічають опір,

або взагалі ігноруються;

- застаріла парадигма мислення;
- матеріальне стимулювання напряду залежить від відносин з вищим керівництвом, а не від продуктивності праці;
- професійне навчання доступне незначній кількості співробітників, що обумовлено відсутністю прогресивних поглядів керівництва на перспективний розвиток компанії і знижує рівень компетентності кадрового потенціалу компанії.

Таким чином, ми можемо зробити висновок, що незважаючи на досягнутий прогрес науки управління і вклад у розвиток різноманітних компаній, у тому числі і туристичних, залишається чимало питань з приводу удосконалення процесів управління компаніями.

Отже, концептуальний підхід до управлінської діяльності має бути адаптований до вимог нових економіко-соціальних процесів, що стає можливим при зміні застарілої парадигми управління на таку, яка відповідатиме рівню виконання поставлених перед керівництвом завдань.

До основних елементів нової парадигми управління туристичною компанією, на наш погляд, слід віднести такі [3]:

- *активація людського фактору* - адаптивний гомеостаз (потрібні люди з системними знаннями щоб правильно адаптуватися до нових умов життя);
- *створення системних цінностей компанії*, участь в процесі формування беруть всі співробітники, адже сьогодні менеджмент визнає лише один критерій результату діяльності - наявність клієнта, який бажає придбати послугу;
- *внутрішня мотивація*, як чинник приналежності працівника до кадрового потенціалу, що розкривається зацікавленістю у виконанні поставлених завдань, що розширює горизонт розробки нових бізнес підходів та моделей управління;
- *спонукання співробітників до ініціативи* є важливим елементом заохочення працівників, розвитку організації та залучення інновацій в процес створення нового продукту;
- *визначення кола керівників*, рішення яких є цінними для організації, з тим,

щоб надати їм додаткові повноваження у ключових сегментах діяльності компанії;

- *корпоративна культура* - розвиток нових стосунків у колективі на основі розробки єдиних правил, що базуються на принципах толерантності, креативності, адаптивності, ієрархічності;

- *відповідальність* - визначає свідоме ставлення до роботи і кожен співробітник несе відповідальність в межах своєї компетенції за виконання поставлених завдань;

- *управлінське мислення* - погляди на сферу підприємницької діяльності, розвиток компанії є однаковими як для керівництва так і для співробітників компанії, для покращення процесу комунікації та розуміння основного напрямку розвитку.

Отже, нами було розглянуто концептуальні підходи до управлінської діяльності та принципи переходу до нової парадигми управління за допомогою ряду новітніх елементів системи менеджменту і це дає підстави стверджувати, що такі впровадження потребують реорганізації свідомості співробітників задля адекватного сприйняття даних змін. У той же час керівники зобов'язані переглянути існуючі методи керівництва і розробити нові з урахуванням стратегії, розвитку, навчання та засад управління.

Література:

1. Дяченко Л. Суть та особливості управління підприємствами туристичної сфери. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2022. Вип. 1. С. 217–224.

2. Рега М. Тенденції та перспективи розвитку управління підприємствами туристичної сфери в сучасному ринковому середовищі. *Молодий вчений*. 2020. № 5 (20). С. 72–75. URL: <http://molodyvchenyin.ua/files/journal/2020/5/56.pdf> (дата звернення 13.09.2023).

3. Смачило І. Шляхи удосконалення системи менеджменту туристичних організацій. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Сер. Географія*. 2020. Вип. 2 (28).