

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЧЕРКАСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ  
УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ З РОЗВИТКУ  
МЕНЕДЖМЕНТУ ТА БІЗНЕС-ОСВІТИ  
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ДНІПРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені ОЛЕСЯ ГОНЧАРА  
КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені МИХАЙЛА ОСТРОГРАДСЬКОГО

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ  
V ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**СУЧАСНІ ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА  
МЕНЕДЖМЕНТУ ТА БІЗНЕС-  
АДМІНІСТРУВАННЯ**

29 квітня 2021 р.

«Пономаренко»  
Черкаси – 2021 р.

УДК 658.012.32 (063)

С 91

Матеріали збірника друкуються мовою оригіналу. Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен та інших даних несуть автори.

**Сучасні теорія і практика менеджменту та бізнес-адміністрування:** Збірник тез доповідей V Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Черкаси, 29 квітня 2021 р.). – Черкаси, Черкаський державний технологічний університет. Видавець Пономаренко Р.В., 2021. – 148 с.

*Організаційний комітет конференції:*

Григор Олег Олександрович	д. політ. н., доц., ректор Черкаського державного технологічного університету
Демиденко Віктор Вячеславович	к. е. н., доц., декан факультету економіки та управління Черкаського державного технологічного університету
Гринько Тетяна Валеріївна	д. е. н., проф., декан факультету економіки Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
Почтовюк Андрій Борисович	д. е. н., проф., декан факультету економіки та управління Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського
Горохова ЛюдмилаПетрівна	директор Української асоціації з розвитку менеджменту та бізнес освіти
Фінагіна Олеся Валентинівна	д. е. н., проф., завідувач кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування Черкаського державного технологічного університету
Манн Руслан Володимирович	д. е. н., проф., завідувач кафедри економіки та управління Черкаського державного технологічного університету
Захарова Оксана Володимирівна	д. е. н., проф., професор кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування Черкаського державного технологічного університету
Проданова Лариса Василівна	д. е. н., проф., професор кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування Черкаського державного технологічного університету
Буряк Євген Вікторович	д. е. н., доц., професор кафедри менеджменту Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського
Зінченко Ольга Анатоліївна	д. е. н., доц., професор кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
Панкова Людмила Іллівна	д. е. н., доц., доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування Черкаського державного технологічного університету
Якушев Олександр Володимирович	к. е. н., доц., доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування Черкаського державного технологічного університету

## ЗМІСТ

<b>СЕКЦІЯ 1 Проблеми і перспективи розвитку менеджменту та бізнес-адміністрування: теорія і практика</b>	7
<i>Григор О.О.</i>	
СУЧАСНІ ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ: ТЕНДЕНЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	8
<i>Гаврилюк О.В.</i>	
ТЕХНОЛОГІЇ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В БІЗНЕСІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	10
<i>Дорожкіна Г.М., Нагорна Ю.А.</i>	
ОПЕРАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ВИРОБНИЦТВА ПАСАЖИРСЬКИХ ВАГОНІВ	13
<i>Плаксюк О.А., Драган О.В.</i>	
АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ	15
<i>Різніченко Л.В., Семеніхіна В.В.</i>	
НАВЧАННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ ЯК СКЛАДОВА РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ	18
<i>Яценко Р.О., Панкова Л.І.</i>	
УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ БЕЗПЕКОЮ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	20
<b>СЕКЦІЯ 2 Теорія і практика управління соціально-економічним розвитком: підприємство, регіон, країна</b>	23
<i>Фінагіна О.В., Горохова Л.П.</i>	
КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ПЕРСПЕКТИВИ ЗАЛУЧЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ АДАПТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	24
<i>Калашник О.В., Захарова О.В.</i>	
ІНТЕРПРЕТАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ SWOT-АНАЛІЗУ, ЯК ЧИННИК ДОСЯГНЕННЯ СТАБІЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	26
<i>Коваленко Ю.О.</i>	
ПІДХОДИ ЩОДО РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ	30
<i>Мартінович П.Г., Манн Р.В.</i>	
МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДІАГНОСТИКИ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД	32
<i>Павловська А.С., Позняковський В.М., Довгун Я.О.</i>	
ІННОВАЦІЇ ТА ОСВІТА ЯК ЛОКОМОТИВ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ	34
<i>Вишневіська А.О.</i>	
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСТАННІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	37

ТА СВІТУ	
<i>Demydenko V., Rudenko O.</i>	
AGRICULTURE OF THE CHERKASY REGION: PROSPECTS OF THE INNOVATION IN TERMS OF MODERN CRISIS	41
<i>Павловська А.С., Поліщук Д.О., Оніщенко В.О.</i>	
АНТИКРИЗОВА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ: ПРИНЦИПИ ПІДТРИМКИ МСБ	43
<i>Білик А.В.</i>	
МОНІТОРИНГ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ	45
<i>Проданова Л.В., Недошовенко Ю.С.</i>	
ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ ФОРСАЙТ-ПРОЦЕСУ	48
<i>Різник С.В., Шпильовий Є.О.</i>	
СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ РЕГІОНІВ ЯК ТРИГЕР РОЗВИТКУ АПК УКРАЇНИ	51
<i>Sapelnikova N., Zhuravel B.</i>	
MANIFESTATION OF THE CRISIS IN THE AGRICULTURAL SECTOR OF UKRAINE: ASSESSMENT AND PROSPECTS	53
<i>Жажина К.А., Подлужна Н.О.</i>	
ПОПИТ НА ТОРГІВЛЮ В ІНТЕРНЕТ ПРОСТОРІ В ПЕРІОД COVID-19	56
<i>Васілевська В.С., Харитоновна В.Ю.</i>	
КЛЮЧОВІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ	58
<i>Зелена М.І.</i>	
МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА - ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ	60
<i>Зозуля Т.В., Дорошко В.І., Руденко О.А.</i>	
СВІТОВА ЕКОНОМІЧНА КРИЗА: ЇЇ НАСЛІДКИ ДЛЯ УКРАЇНИ	62
<i>Панова В.С., Козак А.С., Руденко О.А.</i>	
АНТИКРИЗОВА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ COVID-19	64
<i>Попович Н.І., Сакун Л.М.</i>	
ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ СТРАТЕГІЄЮ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ	67
<i>Мальований Я.В., Руденко О.А.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ В УМОВАХ КРИЗИ	69
<i>Сергата М.М., Трояновський В.Є.</i>	
ПРІОРИТЕТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ	72
<i>Фоміна О.О.</i>	
НОРМАТИВНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БОРОТЬБИ З КОРУПЦІЙНИМИ ДІЯННЯМИ	74

<i>Якушев О.В., Артёмов Д.Ю.</i> ВПЛИВ УРБАНІЗАЦІЇ НА ПРОЦЕСИ ПОБУДОВИ СМАРТ- ЕКОНОМІКИ В РЕГІОНІ	77
<i>Хижняк І.О., Олійник В.Ю., Кулик Л.А.</i> СОЦІОКУЛЬТУРНА СКЛАДОВА ВІТЧИЗНЯНОГО ІНСТИТУТУ БІЗНЕСУ	80
<b>СЕКЦІЯ 3 Перспективи розвитку аграрного менеджменту</b>	82
<i>Король І.В., Сергієнко О.А.</i> УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ	83
<i>Харченко В.А.</i> СПОСОБИ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ГОСПОДАРСЬКИХ ПРОЦЕСІВ АГРОПІДПРИЄМСТВ	85
<i>Бітюк І.М., Подухайло Т.А.</i> УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА	87
<i>Khoroshun Y.</i> STATE REGULATION OF THE INVESTMENT ACTIVITY IN THE AGRICULTURAL SECTOR OF THE ECONOMY OF UKRAINE	89
<i>Якушев О.В., Якушева О.В., Дмитренко Б.В.</i> УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ	93
<i>Сергієнко О.А., Король І.В.</i> ПРОБЛЕМИ АГРОМАРКЕТИНГУ В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ	97
<b>СЕКЦІЯ 4 Новітні підходи до управління інноваційними та інвестиційними процесами</b>	99
<i>Рубан Б.В., Хоменко М.М.</i> УПРАВЛІННЯ СТРУКТУРОЮ КАПІТАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	100
<i>Барбанова І.С., Захарова О.В.</i> ГРУПУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	102
<i>Марченко О.</i> ІННОВАЦІЇ ЯК ІНДИКАТОР РОЗВИТКУ ІТ-СФЕРИ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ	104
<i>Волянська-Савчук Л.В.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ СИСТЕМОЮ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	106
<i>Панкова Л.І., Абакумова К.Л.</i> СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ТРЕНДИ МАЙБУТНЬОГО В РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ	109

<b>СЕКЦІЯ 5 Сучасні технології бізнес-освіти та управління знаннями</b>	112
<i>Зінченко О.А.</i>	
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ЗНАНЬ В РЕАЛІЯХ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ	113
<i>Назаренко Ю.О.</i>	
РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НОСІЇВ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ УКРАЇНИ	115
<i>Загоруйко І.О.</i>	
СВІТОВИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ШОК ПАНДЕМІЇ COVID-19	118
<i>Козаченко М.В., Сіренко Ю.І.</i>	
ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ НАВЧАННЯ В ЗВО	123
<b>СЕКЦІЯ 6 Пріоритети розвитку менеджменту сфери послуг</b>	126
<i>Дубіновський Д.В.</i>	
МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	127
<i>Шерстюкова К.Ю., Кононенко О.В.</i>	
МІСЦЕ І РОЛЬ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ	130
<b>СЕКЦІЯ 7 Кластерна економіка: теорія і практика управління</b>	133
<i>Панкова Л.І., Мартінович В.Г.</i>	
ІНТЕГРАЦІЯ ПІДХОДІВ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ ТА КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ	134
<i>Фінагіна О.В., Почтовюк А.Б.</i>	
ДОСЛІДЖЕННЯ ІМІДЖУ ТЕРИТОРІЙ: АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ЗНАНЬ УКРАЇНСЬКОЇ РЕГІОНАЛІСТИКИ	136
<i>Марченко Л.Н., Юзвенко Я.С.</i>	
СТАТИСТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА В СТРАНАХ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА	139
<i>Буряк М.Є., Буряк Є.В.</i>	
СКЛАДОВІ МЕХАНІЗМИ КОМПЛЕКСНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ	142
<i>Буряк Є.В., Мильніченко С.М.</i>	
ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНАЛЬНОГО КЛАСТЕРОУТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ: ІННОВАЦІЙНІ ВЕКТОРИ	144

УДК 338.48(477)(075.8)

*Дубіновський Д.В.,  
здобувач освітньо-наукового ступеня доктора філософії,  
спеціальність 051 «Економіка»,  
Черкаський державний технологічний університет,  
м. Черкаси*

## **МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

Туристична галузь динамічно розвивається і прямо та опосередковано впливає на розвиток інфраструктури регіонів країни. Майбутнє значення туризму як виду економічної діяльності зростатиме, що має стати індикатором соціально-економічного оздоровлення економіки регіону та країни. З метою досягнення стратегічних і тактичних цілей розвитку суб'єктів господарювання туристичної галузі конкретного регіону доцільно враховувати фінансове забезпечення, яке пов'язане зі специфікою започаткування та організації туристичної діяльності, формування фінансових ресурсів, варіювання туристичних замовлень за умов сезонного характеру.

Аналіз діяльності туристичних підприємств регіону засвідчив наявність конкуренції на ринку туристичних послуг, що зумовлює вибір ефективної стратегії з обґрунтованого спеціалістами переліку: інтеграція, концентрація, диверсифікація та забезпечення конкурентних переваг. Ефективність стратегічного розвитку туристичного підприємства конкретного регіону зумовлена покращенням економічних показників, високим ступенем стабільності та розвитку, чого досягти досить складно при високому рівні конкуренції на ринку та незадовільному матеріальному стані споживачів [1].

Однією з найважливіших особливостей туризму як об'єкта управління є специфіка туристичних послуг і туристичного продукту, що обов'язково слід враховувати під час розробки системи управління туристичним підприємством, організацією, територією, при встановленні стандартів обслуговування, при створенні дієвої системи навчання персоналу тощо. Особливі вимоги до менеджменту в туризмі висуває і специфіка туристичного попиту, який має неоднорідний характер і вирізняється серед інших причин:

- невідчутністю і не збереженістю турпродукту;
- різноманітністю споживчих уподобань;
- високою значимістю суспільних факторів.

Складовою частиною менеджменту туристичного підприємства є управління персоналом організації, у межах якого має бути приділено достатньо уваги набуттю та закріпленню таких особистісних характеристик, як прагнення до постійного відкриття нового, мобільність, креативність та легкість у спілкуванні з іншими працівників туристичного бізнесу. У кінцевому вигляді управління виробничо-господарською діяльністю туристичної організації зводиться до управління людьми. Саме тому менеджмент персоналу в туристичній сфері має передбачати свідоме регулювання діяльності трудового колективу, а саме: форм його організації; інструментів пошуку, залучення та

безперервного навчання персоналу; характеру взаємовідносин між його членами; формування сприятливого морально-психологічного клімату; управління конфліктами; заходів з посилення мотивації працівників на досягнення тощо. Від того, наскільки вдалим буде створено механізм управління персоналом буде залежати загальна ефективність діяльності туристичного підприємства та галузі в цілому.

Сутність керуючого впливу в області економічного управління туризмом зводиться до того, щоб витрати від туристичної діяльності привести до мінімуму. Характеристика витрат тісно пов'язане з визначенням та всебічною сутнісним оцінюванням економічної категорії «споживання в туризмі». У загальноприйнятому розумінні споживання в туризмі визначається як вартість товарів і послуг, необхідних для комплексного задоволення явного та неявного попиту туристів. Таким чином, туристичні витрати визначаються як загальна сума споживчих витрат туриста при підготовці, в ході його поїздки і перебування в місці призначення [2].

Місія туристичного підприємства формується стратегічним керівником на основі аналізу й синтезу факторних груп – можливості компромісів між ними з урахуванням внутрішньої структури пріоритетів для кожної групи, оцінки напрямів і сили впливу факторів. Вона відображає:

- цінності ключових керівників підприємства, які активно втілюються ними в життя: духовний розвиток, престиж, суспільне визнання, зростання добробуту та якості життя тощо;

- організаційні пріоритети, втілені в організаційній культурі туристичного підприємства: традиції, ритуали, суспільна думка, етичні норми, прийняті в організації пріоритети цінностей (стабільність та інноваційність, ініціативність та енергійність, виконавчість та дисциплінованість).

У цьому контексті досить важливу роль відіграє діловий етикет у туристичній діяльності, який обумовлює встановлений порядок поведінки співробітників туристичного підприємства з клієнтами й основи стосунків персоналу між собою: керівників і підлеглих, а також рівних за посадами [3]. Саме від керівника буде залежати рівень успішності створених на туристичному підприємстві міжособистісних відносин, що у кінцевому рахунку буде визначати й результативність діяльності всього туристичного підприємства.

Як відомо, менеджмент будь-якого підприємства включає два основних аспекти. Перший аспект пов'язаний з ґрунтовним визначенням цілей та місії фірми. У цьому напрямі мають розроблятися заходи щодо їх здійснення і, відповідно, контролюватися кінцевий результат. В цьому аспекті менеджмент спрямований на рішення матеріально-логічних задач, організацію подій на підприємстві і управління ними. Другий аспект пов'язаний безпосередньо з керівництвом підприємством, а, отже, і з управлінням людьми. Серед всіх цілей цього аспекту саме задоволення потреб співробітників фірми виступає однією з найважливіших цілей, що є запорукою ефективної її роботи. Успіхи в цій справі



забезпечують особливості функціонування підприємства, а також життєві потреби його співробітників.

У основу ефективного виконання на практиці двох перелічених аспектів мають бути покладеними відповідні принципи, чітке дотримання яких дозволить досягти бажаного й очікуваного результату. Принципи менеджменту в туризмі ґрунтуються на класичних принципах менеджменту – найважливіших керівних правилах, положеннях і нормах поведінки, керуючись якими безпосередньо органами управління забезпечують ефективний розвиток організації.

Важливим аспектом успішного менеджменту в туристичній сфері є чітке розмежування сутності та змісту діяльності основних гравців туристичного ринку. Так, турпосередник (часто вживають синонім «турбюро») – збірне поняття, яке охоплює усі підприємства та заклади, які у своїй основній та додатковій діяльності є посередниками. Водночас поняття турбюро стосується лише тих підприємств, основна діяльність яких полягає в посередництві при наданні туристичних послуг. Водночас саме ці підприємства відіграють основну роль в організації діяльності туристичній галузі. Туроператор – туристичне підприємство, яке комбінує власні та чужі послуги в новий самостійний туристичний продукт. Туроператор пропонує клієнту комплексний тур від власного імені, на свій ризик та за свій рахунок. Залежно від того, до якої з цих двох категорії відноситься туристичне підприємство будуть змінюватися підходи та портфель інструментів його управлінського впливу.

Важливу роль в діяльності туристичного підприємства відіграє середовище, в якій воно функціонує. У менеджменті середовище організації – це умови і фактори, які впливають на її функціонування і вимагають прийняття управлінського рішення, спрямованого на усунення або пристосування до них. Середовище будь-якої організації прийнято розглядати як сукупність двох складників – внутрішнього і зовнішнього середовища [4].

Внутрішнє середовище організації – глобальна структура організації, яка охоплює всі її виробничі підрозділи, фінансові, транспортні та інші, незалежно від їх місця розташування і сфери діяльності. Для туристичного підприємства внутрішнє середовище є досить важливим, так як саме від його змістовного наповнення буде залежати спектр та якість туристичних послуг, які воно надає, а отже і конкурентоспроможності його на ринку регіону і країни.

Зовнішнє середовище – це сукупність активних суб'єктів господарювання, економічних, суспільних і природних умов, національних і міждержавних інституційних структур та інших зовнішніх умов і факторів, які діють навколо організації і впливають на різні сфери її діяльності. Кожен з них є зовнішнім фактором впливу. Туристичне підприємство безпосередньо впливати на зовнішнє середовище не може, проте має обов'язково враховувати його позитивний чи негативний вплив при формуванні власної стратегії розвитку.

Вся класична економічна наука виходить із того, що одним із законів ринку є закон вартості, який діє і на туристичному ринку. Його сутність полягає

в тому, що в товарному виробництві основу пропорцій товарів, що обмінюються визначає вартість, величину якої, в свою чергу, визначають суспільно необхідні затрати праці. Закон вартості передбачає формування у окремої туристичної фірми індивідуальних затрат праці і ресурсів, і відповідно формування індивідуальної вартості й індивідуальної ціни на туристичний продукт. Але ринок призначає не ці індивідуальні вартості і ціни, а суспільні і ринкові, в основі яких лежать суспільно необхідні затрати праці.

Отже можна зробити узагальнюючий висновок стосовно того, що сьогодні сфера менеджменту у туризмі досить активно розвивається і буде перспективним напрямом досліджень у майбутньому, так як створюються нові види турів у інші країни чи, навіть, по Україні, які зацікавлюють населення з різними рівнями доходів.

#### Література:

1. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму. Київ: Знання, 2010. 502 с.
2. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг): монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін.; за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-ек. ун-т, 2013. 388 с.
3. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <http://www2.unwto.org/>.
4. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.

УДК: 338.001.36

**Шерстюкова К.Ю.,**

*к.е.н., доцент кафедри економіки та бізнесу,  
Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського,  
м. Кривий Ріг*

**Кононенко О.В.,**

*здобувач освітнього ступеня магістр,  
спеціальність 073 «Менеджмент»,  
Черкаський державний технологічний університет,  
м. Черкаси*

## МІСЦЕ І РОЛЬ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЙ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Генеральна Асамблея ООН визначила 2021 р. як Міжнародний рік креативної економіки для сталого розвитку. За свідченням [1], поняття «креативні індустрії» (далі КІ) вперше з'являється в звіті уряду Австралії «Креативна нація» в 1994 р. [1, с. 9]; розуміння сутності поняття та окреслення переліку галузей економіки, які доцільно віднести до КІ, вперше запропонував департамент культури, медіа та спорту Великої Британії в 1998 р. [там само]. Наразі термін «креативні індустрії» закріплено в чинному українському законодавстві, згідно з яким «креативні індустрії – види економічної діяльності,

Наукове видання

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ  
V ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**СУЧАСНІ ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА  
МЕНЕДЖМЕНТУ ТА БІЗНЕС-  
АДМІНІСТРУВАННЯ**

(українською мовою)

*В авторській редакції*

Підписано до друку 18.05.2021 р.

Формат 60x84/16. Папір офсетний.

Друк цифровий. Гарнітура Times New Roman.

Умов. друк. арк. 8,5. Обл. вид. арк. 4,3

Тираж 50 прим.

Видавець ФОП Пономаренко Р.В.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців

Серія ДК № 3863 від 19.08.2010 р.

18000, Україна, м. Черкаси, вул. Смілянська, 120/1,

тел./факс: (0472) 63-69-15, 50-30-03

e-mail: druk\_r@ukr.net

www.everest.ck.ua

Віддруковано і виготовлено

в друкарні ФОП Пономаренко Р.В.,

18000, Україна, м. Черкаси, вул. Смілянська, 120/1,

тел./факс: (0472) 63-69-15, 50-30-03