

предпринимательских решений и действий являются потребности потребителей, поэтому на каждом этапе маркетинговой деятельности, каждый инструмент маркетинга должен быть направлен именно на удовлетворение требований покупателей и потребителей, с целью максимизации прибыли. Современная маркетинговая политика распределения представляет собой комплекс действий и мероприятий по заключению договоров, складированию, поддержке товарно-материальных запасов, транспортировке, непосредственно сбыту продукции и послепродажного обслуживания потребителей с целью максимального удовлетворения требований рынка и эффективной продажи изготовленной продукции.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговая политика распределения, сбыт, логистика, дистрибуция.

Abstract.

Antoshchenkova V.V. The modern marketing policy of distribution of production of the enterprise: urgency and prospects.

The main theoretical bases and practical recommendations of modern marketing distribution policy are considered in the article. The core of all entrepreneurial decisions and actions are the needs of consumers, therefore at every stage of marketing activities, every marketing tool should be aimed precisely at meeting the requirements of buyers and consumers, in order to maximize profits. Modern marketing distribution policy is a set of actions and activities for concluding contracts, storing, supporting inventory, transporting, directly marketing products and after-sales service to consumers in order to maximize the satisfaction of market requirements and effective sales of manufactured products.

Key words: marketing, marketing distribution policy, sale, logistics, distribution.

УДК 338.46

МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

**АРТЕМЕНКО О.О., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА
ЦЮПАК М.А., ВИКЛАДАЧ,
ПВНЗ «ХЕРСОНСЬКИЙ ЕКОНОМІКО-ПРАВОВИЙ ІНСТИТУТ»**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Туристична галузь в Україні за останні роки переживає жваве становлення на новому рівні. Та все ж не на відповідному рівні, ця перспективна галузь, оцінюється в політичному, економічному та соціальному житті суспільства та потребує підтримки держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчує, що найбільше уваги цим питанням приділяється у роботах провідних науковців В.К. Бабарицької, М.П. Мальської, І.М. Школи, Є.Н. Сапожнікової, М.Б. Біржакова, В.А. Квартальнова, М.С. Кагана, Є.А. Драчева. В своїх працях вони зазначають що розвиток туристичної галузі хоча і визнано перспективним та пріоритетним напрямком в розвитку економіки України, рішенню організаційних та фінансових проблем галузі слід приділяти більше уваги, для отримання високорентабельної галузі на загальнонаціональному рівні потрібна державна підтримка і контроль за діяльністю підприємств.

Формулювання цілей статті. При визначенні напрямку розвитку туристичної галузі необхідно всебічно враховувати національну та міжнародну туристичну діяльність, яка є необхідною частиною плідних перетворень в розвитку галузі. Особливі перетворення повинні відбуватися в гармонічному розвитку особистості: визнанні рівноправності людини; в визначенні своєї долі; права людини на повагу її гідності та індивідуальності; визнанні самобутності культур та поваги моральних цінностей народів.

Звідси, в умовах Європейського напрямку розвитку держави. необхідно приділяти важливу увагу консолідації національних сил з ціллю розвитку вітчизняного та міжнародного туризму та відпочинку, заснованого на широкому використанні різними прошарками населення відпусток та подорожування для гармонічного розвитку туризму. У наш час важко назвати більш важливу і багатогранну сферу діяльності, чим управління, або менеджмент, від якого в значній мірі залежать і ефективність виробництва, і якість обслуговування населення.

Туристична грамотність професіоналів в сфері відпочинку є одним з важливіших їх завдань. Вміння правильно організувати та керувати сучасним туризмом потребує безперервного навчання спеціалістів і персоналу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Закон України «Про туризм» №1193-УІІ (1193 - 18) від 15.01.2015 визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України (254к/96-ВР) прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних

ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України. Відповідно Закону України «Про туризм», виділяють такі організаційні форми туризму: міжнародний і внутрішній туризм. Для більш якісного визначення туризму UNWTO запропонувала виділити три форми туризму: внутрішній; в'їзний; виїзний.

Внутрішній туризм характерний для населення країни, яке подорожує по своїй країні (регіону, дестинації). Даний тип туризму впливає на розвиток економіки, впливаючи таким чином на перенаправлення доходів між регіонами країни. Важливими умовами розвитку даної форми туризму є наявність необхідних засобів прийому та певний рівень обслуговування туристів та відповідний рівень розвитку внутрішньої інфраструктури (транспорт, зв'язок, шляхи). Виїзний туризм (зарубіжний, туризм за кордон) – це виїзд та подорож населення певної країни (регіону) по іншій країні (регіону). В'їзний туризм – це прибуття та подорож по країні (регіону) осіб, які не є її жителями. В'їзний туризм (іноземний) – це активний туризм, адже створює приплив іноземної валюти, а виїзний туризм – це пасивний туризм, оскільки валюта в даному разі вивозиться за кордон. В'їзний туризм ідентифікується як пріоритетний вид туризму, напрямку розвитку туристичної (національної) економіки [1].

Менеджмент туризму являє собою складну систему взаємопов'язаних предметів, цінностей, дисциплін і методів яка направлена на подолання незчисленних різних за величиною проблем туристичної діяльності. Постійний пошук більш ефективних управлінських рішень, концепцій і процесів необхідний для подолання перешкод на шляху розвитку туризму. У зарубіжних країнах накопичений значний досвід управління в області промисловості, торгівлі, кооперації, сільського господарства, туризму і т.п. внаслідок безпосередньої участі людей в управлінській діяльності. Він збагачується за рахунок знань основ науки управління, світових досягнень в практичній організації економічних і соціальних процесів.

Менеджмент зумовлений такими базисними чинниками, як тип власності, форма державного устрою, міра розвитку ринкових відносин. Тому розвиток сучасного менеджменту в умовах ринкової економіки в значній мірі залежить від цих чинників.

Багатогранність форм власності формує економічний базис для розвитку різноманітних форм підприємницької діяльності в галузі туризму. У структурі туристичного бізнесу в Україні переважають підприємства малі та середні, що ефективно впливає на можливості

національної економіки держави.

Найкращим якісним описанням ключових характеристик малого підприємства залишається використане Болтонським комітетом у доповіді по малих підприємствах 1971 року. В ній стверджувалося, що мале підприємство є самостійним бізнесом, який управляється власником чи співвласниками і має невелику частку ринку.

У західноєвропейських наукових джерелах наводяться й інші характеристики малого бізнесу, що є характерними для туризму:

- 1) єдність права власності і безпосереднього управління підприємством;
- 2) персоніфікований характер відносин між роботодавцем і працівниками, який сприяє дієвій мотивації персоналу та вищому рівню його задоволення працею;
- 3) переважно сімейне володіння [4].

Отже, в сучасній ринковій економіці індустрія туризму впевнено займає лідируючі позиції як на світовому економічному просторі, так і на теренах України. Туристична діяльність як складна економічна категорія – це багатогранне явище, яке охоплює такі основні концептуальні елементи:

- туристична діяльність відображає активний характер людської діяльності, поведінки, активності;
- туристична діяльність розвивається за допомогою таких потужних стимулів, як людські потреби;
- туристична діяльність як важлива сфера бізнесової діяльності вказує на те, що кожний господарюючий суб'єкт може реально оцінювати як власний фінансовий стан, так і фінансовий стан потенційних партнерів або контрагентів;
- туристична діяльність безпосередньо здійснює вплив на зростання продуктивності праці в різних галузях виробництва залежно від характеру праці, покращуючи таким чином ефективність туризму.

Термін «менеджмент» походить від англійського «to manage» і означає «керувати», «очолювати», «завідувати», «бути здатним впоратися з чимось, якоюсь проблемою».

Фундаментальний Оксфордський словник англійської мови дає таке тлумачення поняттю категорії менеджменту:

Менеджмент - це, по-перше, спосіб і манера спілкування з людьми. Способи спілкування формулює наука, їх можна вивчати і навіть натренуватися ефективно використовувати. Широко відомі, наприклад, правила ефективного проведення ділових нарад,

переговорів, ведення телефонних бесід тощо. Щодо манери спілкування - то це частина мистецтва менеджменту, його менеджер має опанувати самостійно.

По-друге, влада і мистецтво керівництва. Це – авторитет посади, обов'язок підлеглих виконувати розпорядження керівника; авторитет особи керівника, якого слухаються тому, що він пропонує більш продумані рішення, які сприяють досягненню цілей організації.

По-третє, особливого роду вміння і адміністративні навички, які дають змогу організувати ефективну роботу апарату управління, що складається з численних служб і кваліфікованих працівників.

По-четверте, органи управління, адміністративні одиниці.

У загальному вигляді менеджмент слід представляти як науку і мистецтво перемагати, вміння добиватися поставлених цілей, використовуючи працю, мотиви поведінки та інтелект людей. Йдеться про цілеспрямований вплив на людей з метою перетворення неорганізованих елементів у ефективну і продуктивну силу. Іншими словами, менеджмент - це людські можливості, за допомогою яких лідери використовують ресурси для досягнення стратегічних і тактичних цілей організації.

Менеджмент є складовим елементом управління і порівняно з ним охоплює відносно вузьку сферу, що включає соціальні системи (людей), метою яких може бути виробництво товарів та їхня реалізація, надання різноманітних послуг споживачам у рамках певної організації. Для досягнення цієї мети у менеджменті застосовується сукупність функцій, принципів, методів, засобів, за допомогою яких відбувається цілеспрямований вплив на соціальні системи (людей). Здійснити це можна лише через процес планування організації, мотивації та контролю дій, застосовуючи відповідні принципи, методи та засоби впливу на об'єкти управління.

Суб'єктами туристичної діяльності відповідно до Закону є:

– туристичні оператори (туроператори) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність;

– туристичні агенти (турагенти) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність

з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних і супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на турагентську діяльність;

– інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;

– гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу – фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом, і які в установленому порядку отримали дозвіл на право здійснення туристичного супроводу, крім осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування;

– фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо.

В Україні такого роду діяльність здійснюється туристичними агентствами, бюро подорожей, бюро екскурсій, туристичними операторами, готелями, мотелями, кемпінгами, туристичними базами та іншими організаціями.

Таким чином, підприємець, що бажає вступити в цю галузь, має великий вибір у формах організації туристичної діяльності. До основних категорій менеджменту належать поняття організації процесу і функцій управління, принципів і методів менеджменту, стилів і культури керівництва (лідерства), комунікації тощо. Управління і економіка як сфери діяльності і як наукові дисципліни нерозривні. У управлінській діяльності використовуються пізнані економічною наукою закони і закономірності поведінки людей при виробництві, обміні, розподілі і споживанні матеріальних благ. У тієї ж час повсякденна організаційна і управлінська діяльність людей, результати управлінських рішень, відображаючи об'єктивні умови економіки, що розвивається, служать основою для розвитку економічної науки.

Вирішальним чинником виробництва стають інформація, наукове знання, ефективний розвиток і використання яких вимагають забезпечення до них широкого доступу. Зміну ролі чинників виробництва і нові управлінські підходи обумовлюють необхідність перегляду змісту і ролі таких економічних категорій, як заробітна плата, прибуток, капітал і ін.

Нові підходи до управління підприємством, сприяючи успіху в конкуренції, передбачають стимулювання творчої енергії працівників, залучення їх до прийняття рішень на різних рівнях управління. Головним стає людський капітал.

Управління підприємствами (менеджмент в мікроекономіці) по мірі розвитку ринкової економіки всі в більшій мірі залежить від економічної політики держави (менеджмент в макроекономіці).

У управлінні головним чинником стають стратегічні рішення, підвищується соціальна відповідальність управлінців всіх рівнів перед суспільством і працівниками керованих підприємств. Сучасний менеджмент стає наукоємною сферою діяльності, і все в більшій мірі вимагає високого професіоналізму і різносторонніх знань.

Найважливішою функцією управління підприємством є планування його діяльності.

Планування являє собою процес визначення цілей, яке підприємство передбачає досягти за певний період, а також засобів, шляхів та умов її досягнення.

Планування об'єднує структурні підрозділи підприємства загальною метою, надає усім процесам однаправленість і координованість, що дозволяє найбільш повно і ефективно використовувати ресурси, комплексно, якісно та швидко вирішувати різноманітні завдання.

Під плануванням розуміють вид управлінської діяльності, який визначає перспективу та майбутній стан організації. З допомогою планування створюється орієнтир майбутньої діяльності організації. Загальна мета внутрішньої координації діяльності підприємства скласти уяву про дійсний стан справ на підприємстві, визначити власні сильні та слабкі сторони і досягти бажаного результату.

Фахівці ринкової економіки виділяють такі позитивні результати формального планування:

- воно примушує керівників перспективно мислити;
- змушує чітко визначити свої завдання;
- робить підприємство більш підготовленим до ринкових змін;
- дає можливість застосувати контроль.

Організація – це процес координації завдань підприємства і дії працівників. Організація має два аспекти. Перший з них – створення структури підприємства, яка б відповідала меті його діяльності, розподіл ресурсів за підрозділами. Другий аспект – узгодження повноважень. Виділяють такі організаційні структури:

- Лінійну;

- Функціональну;
- Лінійно-функціональну;
- Матричну.

Ліцензування туристичної діяльності з метою створення рівних можливостей суб'єктам туристичної діяльності на ринку туристичних послуг та забезпечення захисту прав і законних інтересів громадян, захисту навколишнього природного середовища, підвищення рівня туристичного обслуговування здійснюється ліцензування туроператорської діяльності.

Суб'єкт підприємницької діяльності, який отримав ліцензію на туроператорську діяльність, має виключне право на надання послуг з оформлення документів для виїзду за межі України. Туроператор може здійснювати також і турагентську діяльність.

Дуже часто добре розроблені плани залишаються не реалізованими. Не досить визначити, хто конкретно, які дії і в які строки має виконати, треба ще належним чином скоординувати працю підлеглих для ефективного виконання дорученої справи.

Ефективність виробничо-господарських та управлінських процесів у кінцевому підсумку визначається не тільки цілями, правильно визначеними плановими орієнтирами чи якісно розробленими рішеннями та обґрунтованими діями з виконанням їх, а й залежить від людей, які втілюють у життя цілі соціально-економічної системи, реалізують плани та виконують прийняті рішення. Людей можна примусити виконувати те чи інше рішення, ту чи іншу роботу. Однак примусове виконання їх має певні межі, як правило, визначені системою організації спільної праці та контролю за її здійсненням.

Сучасна філософія менеджменту в основу впливу на людей покладає не примус, а мотиваційні регулятори, побудовані на врахуванні психологічних особливостей людини.

Мотивація – це управлінська діяльність, яка забезпечує процес спонукання себе та інших працівників на дії, спрямовані на досягнення особистих цілей або цілей організації.

Мотивація потрібна для ефективного виконання робіт і реалізації управлінських рішень. Поза мотивацією ніяка цілеспрямована діяльність неможлива.

Для того, щоб одержати найкращі результати, процвітаючі бізнесмени знаходять правильні відповіді на такі питання:

- Якого поведження я хочу домогтися від своїх підпорядкованих?
- Як я визначаю ефективне поведження?
- Як я зможу його винагородити?

Взагалі говорячи, в ефективному менеджменті застосовуються принаймні 8 засобів винагороди, які повинні застосовуватись в галузі туризму.

Гроші. Стимулююча роль грошей особливо ефективна, коли підприємства винагороджують своїх співробітників у залежності від виконання роботи й одержання конкретних результатів, а не за відсиджений на робочому місці час.

Стимулююча роль грошей знижується, коли уряд вводить прогресивний податок на заробітну плату. Робітники не зацікавлені працювати надурочно і з більшою віддачею, якщо половина прибутку йде в кишеню не до них, а до держави.

Схвалення. Схвалення є ще більш потужним засобом винагороди, чим гроші, що, звісно завжди будуть багато значити у світі праці. Майже всі люди позитивно реагують, якщо почувають, що їх цінують і шанують. На думку Мері Кэй Еш, власниця процвітаючої фірми «Мері Кэй Косметікс», є тільки дві речі, котрі люди хочуть більше, чим сексу і грошей – це схвалення і похвала. Система винагороди в її фірмі заснована на оплаті за виконання і за перевиконання, що приносить їй величезний прибуток (у 1983 році \$ 600 млн.).

Дія. Службовці, що придбають акції і стають співвласниками, поводяться як власники. Для того, що б використовувати цей засіб винагороди, підприємство повинно робити конкурентоспроможний товар, використовувати групове прийняття управлінського рішення замість авторитарного і консультативного і мати відкриті канали спілкування між вищим керівництвом і безпосередніми виконавцями. Дослідження Університету штату Мічиган показали, що використання цього засобу винагороди може в 1,5 разу підвищити прибуток фірми.

Винагорода вільним часом. Це допоможе утримати співробітників від формування навички витратити час попусту і дозволить співробітнику більше витратити часу на себе і свою сім'ю, якщо він буде справлятися з роботою раніш відведеного терміну.

Порозуміння і прояв інтересу до робітника. Цей засіб винагороди найбільш значимий для ефективних співробітників-професіоналів, і жадає від топ менеджерів гарного неформального контакту зі своїми підлеглими, а також знання того, що хвилює і цікавить підлеглих.

Просування по службовій драбині і особистий ріст. Цей засіб винагороди потребує серйозних фінансових витрат вищого керівництва, але саме він дозволяє в даний час таким компаніям, як

«IBM», «Digital equipment Corp.», «General Motors», зберігати лідируюче положення на ринку в США.

Надання самостійності і улюбленої роботи. Цей засіб особливо вдалий тоді, коли робітники прагнуть стати ефективними співробітниками-професіоналами, але відчують над собою прес контролю і регламентації або почувають, що іншу роботу вони виконували б набагато професійніше, із більшою віддачею і кращими результатами.

Призи. Цей засіб винагороди залежить від уяви і комерційних спроможностей керівництва компанії й ефективний тоді, коли треба зміцнити згуртованість, «почуття плеча до плеча» на вашій фірмі, що співробітники вважали б своїм другим будинком, а також у ті періоди спаду в економіці, коли існує дефіцит яких-небудь товарів.

Висновки. Центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів: організує та забезпечує реалізацію державної політики в галузі туризму, виконання цього Закону та інших нормативно-правових актів; бере участь у підготовці проектів нормативно-правових актів у галузі туризму, у межах своєї компетенції розробляє і затверджує нормативно-правові акти, узагальнює практику застосування законодавства в галузі туризму, курортно-рекреаційної сфери, вносить пропозиції щодо його удосконалення; забезпечує реалізацію програм розвитку туризму в Україні; організує облік туристичних ресурсів України, забезпечує їх раціональне використання та охорону;

Виконавчі органи місцевого самоврядування в межах їх повноважень:

- розробляють проекти місцевих програм розвитку туризму і подають їх для затвердження відповідним місцевим радам;

- вживають заходів щодо виконання місцевих програм розвитку туризму;

- залучають на договірних засадах підприємства, установи і організації, розташовані на відповідній території, до розв'язання проблем розвитку місцевого туризму та підтримки туристичних ресурсів;

- організують проведення інвентаризації туристичних ресурсів місцевого значення;

- сприяють охороні і збереженню туристичних ресурсів; залучають місцеве населення до туристичної діяльності, створюючи нові робочі

міся; сприяють розвитку на відповідній території різних видів туризму.

Для забезпечення охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, раціонального використання, забезпечення безпеки туризму, конституційних прав громадян на відпочинок та інших прав громадян, патріотичного виховання органами державної влади та органами місцевого самоврядування в межах їх повноважень затверджуються державні цільові, регіональні та інші програми розвитку туризму.

Програми розвитку туризму затверджуються з метою реалізації довгострокових пріоритетів країни в галузі туризму і становлять комплекс взаємопов'язаних правових, економічних та організаційних заходів, спрямованих на реалізацію конституційних прав громадян, розвиток туристичної галузі. Державні цільові, регіональні та інші програми розвитку туризму повинні передбачати заходи щодо забезпечення безпеки в галузі туризму. Порядок формування, фінансування і реалізації регіональних та місцевих програм розвитку туризму визначається законом. З метою забезпечення прав та законних інтересів громадян – споживачів туристичних послуг туроператор та турагент зобов'язані здійснити фінансове забезпечення своєї цивільної відповідальності (гарантією банку або іншої кредитної установи) перед туристами.

Туроператор для покриття своєї відповідальності за збитки, що можуть бути заподіяні туристу в разі виникнення обставин його неплатоспроможності чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом, які пов'язані з необхідністю покриття витрат туриста з його повернення в місце проживання (перебування), відшкодування вартості ненаданих послуг, передбачених договором, повинен надати підтвердження фінансового забезпечення своєї відповідальності (гарантію банку або іншої кредитної установи) перед туристом, в установленому порядку.

Турагент для покриття своєї відповідальності за збитки, що можуть бути заподіяні туристу в разі виникнення обставин його неплатоспроможності чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом, та які пов'язані з необхідністю відшкодування вартості ненаданих послуг, передбачених договором, повинен надати підтвердження фінансового забезпечення своєї відповідальності (гарантію банку або іншої кредитної установи) перед туристом, в установленому порядку.

Література.

1. Закон України «Про туризм» від 18 листопада 2003 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>
2. **Алмашій Я.І.** Теоретико-методологічні засади ефективної діяльності туризму в сучасній ринковій економіці / **А.І. Алмашій** // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2012. – Випуск 2. – С. 34-38.
3. **Бабарицька В.К.** Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-теоретичні основи / **В.К. Бабарицька, О.Ю. Малиновська**. – К. : Альтерпрес, 2004. – 288 с.
4. **Зорин І.В.** Туризм как вид деятельности [Електронний ресурс] / **І.В. Зорин, Т.П. Каверина, В.А. Квартальнов**. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_tourism/zorin01.htm
5. **Драчева Е.А.** Экономика и организация: международный туризм / **Е.А. Драчева, Ю.В. Забаев, Д.К. Исмаев**. – [3-е изд., испр. и доп.]. – М. : КНОРУС, 2007. – 576 с.
6. **Мальська М.П.** Основы туристического бизнеса / **М.П. Мальська, В.Р. Худо, В.І. Цибух**. – Київ: Центр навч. л-ри, 2004. – 272 с.
7. Туристично-краєзнавчі дослідження: Збірник наукових статей. – Випуск 6. – К.: 2005. – 473 с.
8. **Балабанов І.Т.** Экономика туризма: [учебное пособие] / **І.Т. Балабанов, А.І. Балабанов**. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 176 с.

References.

1. Zakon Ukrainy «Pro turyzm» vid vid 18 listopada 2003 roku [The law of Ukraine «On Tourism» from Of November 18, 2003]. (2003. 18 November). zakon.rada.gov.ua. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua> [in Ukrainian].
2. **Almashij Ja.I.** (2012). Teoretiko-metodologichni zasady efektyvnoї dijāl'nosti turizmu v suchasnij rinkovij ekonomici [Theoretical and methodological principles of effective tourism activity in the modern market economy]. *Visnik Chernivets'kogo torgovel'no-ekonomichnogo institutu – Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute*, Issue 2, pp. 34-38 [in Ukrainian].
3. **Babarić'ka V.K., Malinovs'ka O.Ju.** (2004). *Menedžment turizmu. Turoperėjing. Ponejajijno-teoretichni osnovi.* [Tourism Management. Touring. Conceptual and theoretical foundations.]. Kiev: Al'terpres, p. 288 [in Ukrainian].
4. **Zorin I.V., Kaverina T.P., Kvtaral'nov V.A.** Turizm kak vid dejatel'nosti. [Tourism as a type of activity]. (n.d.). *tourlib.net*. Retrieved from http://tourlib.net/books_tourism/zorin01.htm [in Russian].
5. **Dracheva E.L., Zabaev Ju.V., Ismaev D.K.** (2007). *Jekonomika i organizacija: mezhdunarodnyj turizm* [Economy and organization: international tourism]. (3-d ed., ispr. i dop.). Moscow: KNORUS, p. 576 [in Russian].

6. **Mal's'ka M.P., Hudo V.R., Cibuh V.I.** (2004). *Osnovi turistichnogo biznesu [Basics of tourism business]*. Kiev: Centr navch. l-r, p. 272 [in Ukrainian].

7. *Turistichno-kracznavchi doslidzhennja [Tourist research studies]*. (2005). *Zbirnik naukovih stajej – Collection of scientific articles*, Issue 6. Kiev, p 473 [in Ukrainian].

8. **Balabanov I.T., Balabanov A.I.** (2000). *Ekonomyka turyzma [Economy of tourism]*. Moscow: Fynansy y statystyka, p. 176 [in Russian].

Анотація.

Артеменко О.О., Цюпак М.А. Менеджмент підприємств туристичної галузі.

В статті розглянуті питання які необхідно розглянути при визначенні напрямку розвитку туристичної галузі та які необхідно враховувати при організації національної та міжнародної туристичної діяльності, яка є необхідною частиною пільдних перетворень в розвитку галузі. Особливі перетворення повинні відбуватися в гармонічному розвитку особистості: визнанні рівноправності людини; в визначенні своєї долі; права людини на повагу її гідності та індивідуальності; визнанні самобутності культур та поваги моральних цінностей народів. Центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів: організує та забезпечує реалізацію державної політики в галузі туризму, виконання цього Закону та інших нормативно-правових актів; бере участь у підготовці проектів нормативно-правових актів у галузі туризму.

Ключові слова: туризм, менеджмент,, організація мотивація, фінансування, турагент, туроператор.

Аннотация.

Артеменко А.А., Цюпак М.А. Менеджмент предприятий туристической отрасли.

В статье рассмотренные вопросы которые необходимо рассмотреть для определения направления развития отрасли туризма и которые необходимо всесторонне учитывать при организации национальной, и международной туристической деятельности, которая является составляющей частью существенных преобразований в развитии отрасли. Существенные преобразования должны осуществляться в гармоническом развитии личности :признания равноправия человека; в определении своей судьбы; права человека на уважение ее достоинства и индивидуальности; признание самобытности культур и уважения моральных ценностей культур. Центральный орган исполнительной власти, обеспечивающий формирование государственной политики в сфере туризма и курортов: организует и обеспечивает реализацию государственной политики в области туризма, выполнения этого Закона и других нормативно-правовых актов; участвует в подготовке проектов нормативно-правовых актов в области туризма.

Ключевые слова: туризм, менеджмент,, организация мотивация, финансирования. турагент, туроператор.

Abstract.

Artemenko A.A., Tsiupak M.A. Management of enterprises of tourism industry.

The article discusses the issues that need to be considered to determine the direction of development of the tourism industry and which need to be fully taken into account when organizing national and international tourism activities that are part of the significant transformations in development are grown. Significant transformations must be carried out in the harmonious development of the individual: the recognition of human equality; In the determination of one's destiny; Human rights to respect for its dignity and individuality; Recognition of the identity of cultures and respect for the moral values of cultures. Central body of executive power, which provides formation of state policy in the field of tourism and resorts: organizes and ensures implementation of state policy in the field of tourism, the implementation of this Law and other regulatory legal acts; Participates in drafting legal acts in the field of tourism.

Key words: *tourism, management, organization of motivation, financing. Travel agent, tour operator.*

УДК 339.5

ТОРГІВЛЯ ЯК ОДНА З ПРОВІДНИХ ФОРМ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН УКРАЇНИ

**БАБАН Т.О., СТАРШИЙ ВИКАДАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Протягом багатьох десятиріч міжнародна торгівля залишається основною та однією з найбільш динамічних форм міжнародних економічних відносин. Однією з важливих форм прояву міжнародної торгівлі для кожної країни є експорт, який дає можливість використати свої порівняльні переваги та втілити свій експортний потенціал. Але існування будь-якого явища, в тому числі торгівлі, знаходиться під впливом різноманітних чинників, які потребують постійного дослідження та моніторингу для прийняття ефективних управлінських рішень.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням різних аспектів питань розвитку експорту з теоретичної та практичної точки зору та позицій України на світовому ринку займалися такі науковці як В. Бойко, В. Власов, С. Квапа, І. Кобута, П. Саблук, О. Шпичак та інші.