

Як підсумок відзначимо, що на сучасному ринку безумовною є перспективність і актуальність використання інноваційних інструментів територіального маркетингу і брендингу для ефективного розвитку туристичних дестинацій. Містам і регіонам України доцільно впровадити в практику застосування стратегічної парадигми розвитку саме нестандартні маркетингові інноваційні підходи з просування та позиціонування конкурентних переваг територій.

### **Література**

1. Зотов В. В. Бренд-решения / В. В. Зотов. – М. : Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2018. – 53 с.
2. Как брендируют города [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.adme.ru/brending/kak-brendiruyut-goroda-69951/>
3. Кирьянова Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций. / Л. Г. Кирьянова. – Томск : Изд-во ТПУ, 2011. – 264 с.

УДК 338.48

Денисенко М.П., д.е.н., професор  
Філіпович А.В.  
Київський національний університет  
технології та дизайну

### **СТИЛІ І МЕТОДИ КЕРІВНИЦТВА В ТУРИЗМІ**

Серед організацій і фірм, що діють в сфері турбізнесу, існують туроператори і турагентства, бюро подорожей та екскурсій, бюро реалізації туристських і екскурсійних путівок. Значний вплив на ефективність роботи туріндустрії надають туристські агентства, тобто посередницькі організації, що займаються продажем туристських і екскурсійних путівок, а також наданням інших посередницьких послуг з організації туристсько-екскурсійної діяльності (наприклад, інформаційних, рекламних, маркетингових та ін.).

Цикл стратегічного управління турфірмою складається з п'яти основних

етапів:

1. Визначення бізнесу та місії організації.
2. Розробка довгострокових і короткострокових цілей.
3. Розробка стратегії.
4. Реалізація стратегії.
5. Оцінка ефективності стратегії і корекція попередніх етапів [5].

У процесі постановки цілей для всіх рівнів управління необхідно враховувати, що вони повинні бути чітко сформульовані, вимірні, досяжні і визначені в часі.

Кожен керівник у процесі управлінської діяльності виконує свої обов'язки у властивому тільки йому стилі. Стиль керівництва виражається в тому, якими прийомами керівник спонукає колектив до ініціативного і творчого підходу до виконання покладених на нього обов'язків, як контролює результати діяльності підлеглих [1, с. 41].

Сучасна типологія стилів керівництва була розроблена К. Левінім, який виділяв авторитарний, демократичний і анархічний стилі. Даний підхід і покладений автором в основу класифікації стилів керівництва.

Прийнятий стиль керівництва може служити характеристикою якості діяльності керівника, його здатності забезпечувати ефективну управлінську діяльність, і так само створювати в колективі особливу атмосферу, сприяти розвитку робочих взаємин і дисципліни. Ступінь, до якої управляючий делегує свої повноваження, типи влади, які він використовував, і його турбота про виконання завдання – все відображає стиль керівництва даного керівника [3, с. 17].

В стилі керівництва виділяють, з одного боку, його загальну об'єктивну основу, а з іншого боку, властиві даному керівнику способи і прийоми здійснення управлінських функцій. Об'єктивна складова стилю визначається сукупністю соціальних і економічних вимог до керівної діяльності. Суб'єктивні компоненти характеризуються рисами особистості керівника. Але якщо в стилі не можна чітко виділити його об'єктивну основу, то ніякі якості керівника не

здатні забезпечити успіх діяльності організації [4].

Виділяють основні фактори, що характеризують стиль керівництва:

- вимоги, що пред'являються до керівників щодо їх компетентності, діловитості, відповідальності, особистих якостей, моральності, характеру, темпераменту;
- специфіка системи її цілі і завдання, управлінські структури і технологія управління, функції керівника;
- навколишнє виробниче середовище – технологічний рівень виробництва, форма організації праці, забезпеченість матеріальними ресурсами;
- особливості керованого колективу, його структура і рівень підготовленості, характер сформованих у ньому взаємин, його традиції і цінності [5].

Стиль роботи визначає не тільки діяльність керівника, він безпосередньо позначається на всіх сторонах діяльності системи і безпосередньо на підлеглих. Управління персоналом здійснюється за допомогою різних методів впливу на співробітників. У практиці управління персоналом готелю одночасно застосовують різні методи і їх поєднання. Виділяють наступні методи управління: економічні, організаційно-адміністративні, соціально-психологічні.

Будь-яка управлінська діяльність має і суб'єктивну основу. Керівник, перш ніж прийняти будь-яке рішення спочатку продумає всі можливі способи впливу на підлеглих і вибирає залежно від ситуації найбільш на його погляд доцільні [1, с. 14]. І, незважаючи на те, що обов'язки керівника наказують посадовою інструкцією, стиль роботи має відбиток неповторної особистості керівника. Саме в стилі керівника виявляються його особисті якості, які дещо змінюються в залежності від особливостей і потреб колективу [2, с. 32].

Сильний вплив на стиль надають інтелект і культура керівника, рівень професійної і політичної підготовки, особливості характеру і темперамент, моральні цінності керівника, вміння уважно ставиться до підлеглих, здатність вести за собою колектив, створювати атмосферу захопленості роботою,

нетерпимості до недоліків і байдужості.

### Література

1. Ансофф І. Стратегічне управління : Пер. з англ. / І. Ансофф, – Київ : Прогрес, 2014. – 325 с.
2. Бизюкова І. Кадри управління : підбір і оцінка : Навчальний посібник. – Київ : Економіка, 2011. – 287с.
3. Кабушкин Н. Менеджмент туризму : Навчальний посібник : Нове знання, 2018. – 432с.
4. Стиль керівництва туристичною фірмою : [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті : [http://www.vfmgju-tourism.ru/stil\\_rukovodstva\\_turistskoi\\_firmoi\\_61/index.html](http://www.vfmgju-tourism.ru/stil_rukovodstva_turistskoi_firmoi_61/index.html)
5. Портал електронної туристичної літератури : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tourlib.net>.

УДК 338.48

Мельник А.О., д.е.н., доцент  
Билініна В. Ю.  
Київський національний університет  
технологій та дизайну

## **РЕКРАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ В АСПЕКТІ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу території є першочерговим завданням забезпечення сталого розвитку сфери туризму в тому числі і медичного, так як є важливою передумовою планування туристичної галузі у національному і регіональному масштабах, оптимізації просторової та господарської організації територіальних туристично-оздоровлювальних комплексів. Без показників об'єктивної оцінки виникають складності щодо залучення інвесторів у розвиток туризму.

Основною частиною медичного (оздоровчого) туризму є курортно-санаторне(лікування) оздоровлення, яке базується на існуванні на зазначеній