

них стратегій [3]. Тільки за таких умов вона буде заздалегідь спланованою і взаємозалежною зі стратегіями всіх сфер діяльності підприємства не тільки в умовах кризи, а й в стабільних умовах функціонування підприємства, виступаючи системою прогнозування і запобігання різного роду кризових ситуацій.

Джерела та література

1. Костриченко В. М., Ковальчук В. О. Обґрунтування кількісного та якісного оцінювання антикризової стійкості підприємства. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування: зб. наук. пр. Економічні науки*. Рівне, 2020. Вип. 2 (90). С. 88–104.
2. Костриченко В. М. Антикризова стійкість підприємства: оцінювання на засадах збалансованої системи показників. *Економіка і управління підприємствами: теорія, методика, практика: кол. моногр.* Полтава: ПП «Астроя», 2020. 240 с. С. 209–214.
3. Натрус К. С., Хамініч С. Ю. Антикризовий маркетинг як складова стратегічного управління. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=ecvu_2016_31\(1\)_13](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=ecvu_2016_31(1)_13) (дата звернення: 20.10.2020).
4. Мельник Ю. М. Маркетингові стратегії антикризового управління: класифікаційні ознаки та умови їх застосування. URL: [file:///C:/Users/xtfhn/Downloads/Mimi_2011_4\(2\)_15.pdf](file:///C:/Users/xtfhn/Downloads/Mimi_2011_4(2)_15.pdf) (дата звернення: 20.10.2020).

Котинський А. – аспірант
кафедри менеджменту
Волинський національний
університет імені Лесі Українки
м. Луцьк, Україна

Механізм державного регулювання розвитку туристичних послуг

Україна посідає одне з перспективних місць у Європі за рівнем забезпеченості цінними природними та історико-культурними ресурсами, які здатні особливо зацікавити туристів. Однак національний туристичний продукт має низьку конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Тому важливим є питання дієвих механізмів підвищення конкурентоспроможності тих чи тих туристичних об'єктів у межах формування та розвитку туристичної галузі.

Складність концептуального визначення змісту механізму державного регулювання та розкриття специфіки його реалізації у контексті розвитку туристичної сфери є проблемним і містким питанням, що вимагає проведення ґрунтовних досліджень, які б комплексно розкрили теоретичні та прикладні аспекти цієї проблематики.

Чіткого визначення поняття «механізм державного регулювання» стосовно розвитку туристичних послуг не має. Науковцями запропоновані різні підходи до визначення поняття «механізм державного управління» або «механізм державного регулювання» [1; 2]. На нашу думку, механізм державного регулювання розвитку туристичних послуг – це спосіб дій суб'єкта регулювання, який має базові принципи та функції, а також забезпечує за допомогою певних форм, методів, важелів, інструментів ефективне функціонування системи державного регулювання розвитку туристичних послуг для досягнення поставленої мети

До механізму державного регулювання розвитку туристичних послуг має належати організаційне, інформаційне та науково-методичне забезпечення. Під організаційним забезпеченням державного регулювання туристичних послуг варто розуміти систему державних і недержавних організаційних структур, які утворені на різних управлінських рівнях та реалізують свої рішення за допомогою методів і форм, що належать до їх повноважень. Інформаційне забезпечення державного регулювання туристичних послуг уособлює комплекс різних видів

етнокультурної, соціальної, географічної, економічної інформації, інструменти збору відповідних первинних даних, їх систематизації, обробки, збереження, пошуку і поширення. Науково-методичне забезпечення державного регулювання охоплює науково-методичні та теоретико-методологічні напрацювання конкретно щодо державного регулювання розвитку туристичних послуг, які можуть бути основою прийняття регулюючих функцій [3].

В основі формування механізму державного регулювання розвитку туристичних послуг варто застосувати системний підхід, що дасть змогу визначити логіку розробки та використання регуляторів певної модифікації та дії: врахування закономірностей та дотримання принципів розміщення природних ресурсів, вибір управлінської моделі та організаційної структури органу, що надає туристичні послуги; розробка конкретних економічних і адміністративних методів, шляхів та інших засобів впливу на суб'єктів господарювання у сфері туризму та рекреації, моніторинг процесів з метою визначення ефективності використання адміністративно-економічного інструментарію і корекції прийнятих рішень.

Джерела та література

1. Савицька Л. Т., Федорюк А. Л., Чаплінський Ю. Б. Державне регулювання туристичної галузі України. *Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. 2005. Вип. IV. Економічні науки. Ч. 2. С. 13–23.
2. Худо В. Інвестиційні можливості туристичної сфери України. *Вісник Львівського університету імені Івана Франка*. 2010. № 24. С. 531–538.
3. Біль М. Механізм державного управління туристичною галуззю в Україні. URL: nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dums/2009_3/09bmmtgu.pdf

Котюк Р. – студент

Науковий керівник: М. Оніщенко
Сумський державний університет
м. Суми, Україна

Контролінг як складова стратегічного управління

На сьогодні існує безліч визначення поняття «контролінг», але в цілому вони зводяться до того, що контролінг – це система управління підприємством, яка заснована на зборі обробці, аналізі та оцінці інформації, що використовується на підприємстві з метою підвищення ефективності діяльності як усього підприємства, так і реалізації поставлених перед підприємством окремих стратегічних та оперативних цілей та завдань.

Контролінг з кожним днем набуває все більшої важливості і необхідності, оскільки він дає можливість підлаштувати плани і цілі компанії, до мінливих умов навколишнього середовища на основі передбачення його майбутнього стану через збір та аналіз доступної інформації. Звісно це складно зробити оскільки жодний прогноз не може бути вірним на 100 %.

Сферою дії стратегічного контролінгу є як зовнішнє, так і внутрішнє середовище організації, і головними його цілями, можна назвати забезпечення стабільності підприємства, антикризові заходи та недопущення банкрутства.

Наведені вище цілі реалізуються за допомогою виконання наступних завдань:

- 1) виявлення відхилень фактичних показників діяльності підприємства до запланованих;
- 2) аналіз та пояснення цих відхилень, а також встановлення впливу кожного з них на підприємство;
- 3) аналіз економічної ефективності підприємства та інші.

Для того, щоб фірма могла ефективно виконувати наведені вище завдання, їй необхідно впроваджувати та використовувати цілий комплекс інструментів, методів та моделей. До найбільш необхідних та корисних можна віднести такі:

- короткостроковий і середньо-строковий розрахунок успіху;