

**Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України  
Рівненський державний гуманітарний університет  
Факультет документальних комунікацій та менеджменту  
Кафедра менеджменту**

***Звітна наукова конференція викладачів,  
аспірантів, співробітників і студентів***

**Секція «Менеджмент та маркетинг, економіка»**

**Випуск XIV**

**Рівне - 2013**

**Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України**  
**Рівненський державний гуманітарний університет**  
**Факультет документальних комунікацій та менеджменту**  
**Кафедра менеджменту**

***Звітна наукова конференція викладачів,  
аспірантів, співробітників і студентів***

**Секція «Менеджмент та маркетинг, економіка»**

**Випуск XIV**

**Рівне - 2013**

Матеріали звітної наукової конференції викладачів, аспірантів, співробітників і студентів РДГУ. Секція «Менеджмент та маркетинг, економіка». Випуск XIV. 22 лютого, 2013 р. –Рівне: РДГУ, 2013. – 126с.

Збірник складений за матеріалами наукової конференції, проведеної кафедрою менеджменту. До нього увійшли тези доповідей, у яких розглядаються актуальні питання розвитку економіки, менеджменту, маркетингу.

Рекомендовано до друку на засіданні кафедри менеджменту (протокол №6 від 6 лютого 2013 р.)

Редакційна колегія:

Микитин Т.М. – відповідальний редактор

Члени редколегії: Хижнякова Н.О., Трало І.М., Машта Н.О.

Технічний редактор: Трало І.М.

## ЗМІСТ

Антонюк І.М., Рибачук Т.Л. Організація роботи менеджера з підлеглими	6
Березюк Т.П. Рибний туризм як старовинне хобі	8
Берташ Б.М. Врахування стану довкілля при фінансуванні природоохоронних заходів в регіональному аспекті	10
Берташ Т.Б. Умови формування та фактори впливу на регіональні автотранспортні системи	11
Блага В.В., Березюк Т.П. Класифікація видів туризму за фінансовими можливостями	12
Бобровський А.Л. Екологічне забезпечення інвестиційних проєктів і виробничої діяльності	14
Боженчук Н.Ю., Рибачук Т.Л. Роль Інтернет - технологій в туристичній галузі	16
Бура В.В., Орлов О.Г. Планування в менеджменті	19
Бурич О.В., Димченко Н.С. Зміст і організація ризик - менеджменту на підприємстві	21
Волощук М. І., Сяська О.В. Аналіз процесу виробництва та реалізації весільних суконь	23
Голубєва Н.Л. Трало І.М. Роль стратегічного маркетингу в ринковій орієнтації підприємства	25
Гутовський М.П., Князевич А.О. Контролінг у процесі управління матеріально-технічним постачанням підприємств	27
Дендебера К.О., Машта Н.О. Особливості управління конкурентоспроможністю страхових компаній	29
Димченко Н.С. Вплив самооцінки особистості менеджера на почуття впевненості в собі	31
Довга Ю.О., Пашніна А.О. Сучасні інформаційні технології обліку	33
Дучинська А.С., Хижнякова Н.О. Ефективність як кінцевий результат процесу управління підприємством	35
Жабчик О.В., Хижнякова Н.О. Переваги та недоліки основних методів збуту продукції	37
Забейда К.О., Димченко Н.С. Технологія створення конкурентної переваги на підприємстві	39
Загиней К.М., Марценюк В.В. Застосування "тайм-менеджменту" та його вплив на ефективність робочого дня	41
Засмоліна О.М., Марценюк В.В. Особливості розвитку маркетингу	43



компанії Victoria's Secret	
Засмоліна О.М., Підцерковна Х.В. Організація екстремального туризму в Україні та світі	45
Іванюк І.М., Пашніна А.О. Міжнародні стандарти фінансової звітності	47
Князевич А.О. Формування цінностей організаційної культури підприємств	49
Колода І.Ю., Хижнякова Н.О. Шляхи удосконалення управління активами ТзОВ «Дубровицямолоко»	51
Костюкова Т.В., Шершун М.Х. Особливості маркетингової діяльності у лісовому господарстві	53
Котікова О.В. Шимко О.В. Якість послуг: параметри та підходи до оцінки	55
Кузик І.С. Машта Н.О., Вимоги до харчового раціону студентів	57
Літвінчук Д.Ф. Димченко Н.С. Стимулювання праці персоналу як важливий аспект роботи менеджера	59
Лозіна А.О., Берташ Б.М. Оцінка представленості рекреаційно-туристичних ресурсів Рівненщини в мережі Інтернет	61
Марценюк В.В. Суміщений мерчендайзинг: організаційно-методичний та прикладний аспект	62
Машта Н.О. Уповноважені економічні оператори в Україні: проблеми та перспективи	64
Микитин Т.М. Маркетинг територій: теоретичний аспект	66
Новосад З.А., Трало І.М. Використання стратегічного маркетингу в збутовій політиці підприємства	68
Опанчук К.А., Березюк Т.П. Менеджер в туризмі. Креативний прояв професіоналізму	70
Орлов О.Г. Психологічні теорії мотивування у менеджменті	72
Пахомов А.Г., Бобровський А.Л. Стратегічна екологічна оцінка і проблеми соціально-економічної політики при сталому розвитку	74
Пашніна А.О. Розвиток інформаційних технологій в контексті сталого розвитку	77
Петришина О.В., Савченко О.Р. Загальні характеристики здійснення ЗЕД підприємствами хімічної промисловості	79
Пишняк Л. М., Шимко О.В. Конкурентоспроможність підприємства: теоретико-методологічний та практичний аспект	81
Підцерковна Х.В. Правове регулювання екологічних аспектів розвитку урбанізованого простору в Україні	83

Полюхович І.В., Берташ Б.М. Інноваційне значення рекреаційного природокористування в туристичній галузі України	86
Полюхович І.В., Савченко О.Р. Особливості товарної політики лакофарбової продукції підприємства	87
Рибачук Т.Л. Державне регулювання розвитку туристичної галузі в Україні	90
Сабо С.Ю., Юхименко-Назарук І.А. Нетрадиційні підходи до посилення мотивації трудової діяльності	92
Савченко О.Р. Загальні тенденції розвитку хімічної промисловості в Україні	94
Самков В., Самборський І.О. Цінові фактори впливу на ринкову поведінку споживача	98
Сяська О.В. Напрямки стимулювання раціонального водокористування в комунальному господарстві	100
Теселько Т.В., Орлов О.Г. Жінка як управлінець	102
Трало І.М. Застосування системно-синергетичного підходу в управлінні підприємством	104
Харченко О.С., Князевич А.О. Вплив сприятливого соціально-психологічного клімату на креативну діяльність колективу	106
Харчук Т. М., Сяська О.В. Особливості організації та перспективи розвитку зеленого туризму	108
Хижнякова Н.О. Конкретизація сутності національної екологічної політики у вітчизняних законодавчо-нормативних документах	110
Чмара С.В., Орлов О.Г. Сучасний менеджер та проблеми, які стоять перед ним	112
Чудінович О.С., Юхименко-Назарук І.А. Мережевий маркетинг: переваги та недоліки	114
Шимко О.В. Товарні запаси як об'єкт інтегрованого управління	116
Шимко О.В., Шимко О.В. Особливості формування конкурентного середовища у роздрібній торгівлі України	118
Щесюк С.В. Особливості розвитку туристичної індустрії	120
Юхименко-Назарук І.А. Сутність людських активів	122
Ющук М.В., Підцерковна Х.В. Тайм-менеджмент: мистецтво управління часом	124



Опанчук К. А., Березюк Т. П.

**МЕНЕДЖЕР В ТУРИЗМІ. КРЕАТИВНИЙ ПРОЯВ ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ**

В умовах сьогодення туризм є перспективною галуззю економіки країни, одним із пріоритетних напрямків її розвитку. Бурхливий розвиток світового туризму зумовлює підвищення попиту на туристичні послуги у тих регіонах, де зберігається культурна, соціальна, побутова самобутність нації або держави. Особливості географічного положення, рельєфу, клімату, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів України сприяють інтенсивному розвитку туризму в нашій країні.

З кожним роком кількість бажаючих відпочити за межами нашої країни стає все більше. Як туристу вибрати країну, організувати поїздку і оформити всі необхідні документи? У цих питаннях допоможе розібратися менеджер з туризму. Менеджер з туризму – це фахівець, який виконує всю сукупність процедур щодо забезпечення туристичної поїздки клієнта. В обов'язки менеджера з туризму входить консультування клієнтів та продаж послуг компанії, постійний моніторинг ринку туристичних послуг і компаній, що займаються перевезеннями пасажирів, взаємодія зі страховими компаніями та паспортно-візовими службами [2]. Найвищим професіоналізмом такого фахівця вважається розшифрувати мрію клієнта, адже багато людей інколи самі не знають, чого хочуть. Можна довго розповідати про визначні пам'ятки Греції, а людині, можливо, хочеться поїхати куди-небудь подалі і побути на самоті.

В сучасних умовах важливу роль відіграє креативний прояв під час роботи. Цей фактор яскраво можемо побачити на прикладі минулого року, який був для української сфери туризму визначним і хвилюючим, адже відбувся Футбольний чемпіонат Євро-2012, який не тільки розширив поле для творчості в розробці туристичних продуктів і послуг, а й надав нові можливості, підкинув нові виклики. Чемпіонат минув, а необхідність залучати клієнтів залишилася, тому менеджери повинні творчо підходити до вирішення проблем та бути постійно готовими до введення новацій. Висока винахідливість потребує готовності до подолання перешкод і невдач. Керівник, який не бажає експериментувати, ризикувати чи використовувати творчий підхід в роботі, не зважаючи на труднощі, не здатний розвивати ініціативу підлеглих.

Характеризуючи креативного менеджера, можна сказати, що в нього проявляється відхилення від шаблону в поведінці, оригінальність, ініціативність, настирність, енергійність, винахідливість, прямота суджень, безпосередність, незалежність, мінливість, внутрішня зрілість, критичність, скептицизм, сміливість, впевненість в невизначеній ситуації, схильність до метафоричності, висока самооцінка, гордість, працездатність, «одержимість», схильність до ризику, інтуїція [1].



Креативний менеджер відрізняється тим, що володіє відсутністю страху перед стереотипами. Він сміливо рушить встановлені традиції і впроваджує інноваційні рішення. Такий підхід до повсякденної діяльності дозволяє фірмі займати ведучі позиції на ринку, випереджати своїх конкурентів, адже креативний менеджер розуміє, що будь-яка технологія чи вид послуги, які сьогодні є актуальними, завтра вже будуть замінені іншими. Тому він не намагається боротися зі змінами, а передбачає їх, приймаючи нестандартні рішення і виводячи тим самим фірму на передову позицію.

Креативні менеджери впроваджують і розвивають креативний туризм - різновид туризму, що поєднує в собі не тільки приємний відпочинок і нові враження, але і можливість зануритися в абсолютно інше середовище, зазирнути за лаштунки звичного життя; це і подорож в етнічну глибинку, де люди по-іншому живуть і мислять, здійснюють дивні вчинки. Причина популярності креативного туризму - доступність подібних заходів, гнучкість формату і можливість підігнати їх під будь-які цілі і завдання будь-якої компанії туристів. Організатори туру намагаються не розслабити туристів, а синтезувати їм такі умови, в яких вони змогли б щось відкрити для себе, знайти, пізнати, зрозуміти, скинути з себе тягар повсякденних проблем, зарядитися позитивом і енергією для нових подвигів. Тут важливим є не переміщення, а створення особливої атмосфери. Таку атмосферу можуть створити тільки ті люди, які нестандартно мислять і ці нестандартні думки впроваджують у своїй роботі.

Менеджер не тільки креативно підходить до розробки турів, а й до їхнього продажу. Він використовує психологічні аспекти для того, щоб клієнт пішов саме з тією покупкою. Насамперед менеджер своїм спілкуванням намагається заволодіти прихильністю і увагою потенційного клієнта (делікатно запитує про освіту, сімейний стан, пропонує каву, чай), а пізніше запитує про те, що саме шукає клієнт, про очікування від відпочинку. Для успішного ефекту він використовує красномовні слова, демонструє всі переваги саме цієї подорожі, розказує про цікаві випадки, які з ним траплялись або з його клієнтами. В результаті турист хоче на собі відчути цю насолоду від подорожі і не може відмовитись чим приносить проданий ще один тур.

Отже, сучасний світ вимагає все більше креативних менеджерів, які будуть нестандартно підходити до своєї роботи і цим самим приносити великі прибутки для своєї фірми, а для цього їм потрібно розвивати креатив, який характеризує продукт діяльності людини, створеної способом, що відрізняється від аналогічних, новизною підходу, творчим рішенням за рахунок яскравості і високої запам'ятовуваності образу.

1. Гергель С.Л. Креативність як проблема творчості // Вісник Харківського університету. - Харків, 2007. - № 460. - С. 29-33; 2. Явкін В.Г., Руденко В.П., Король О.Д. та ін. Проблеми географії та менеджменту. - Чернівці: Рута, 2006. - 260с.