

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

МАТЕРІАЛИ

І науково-практичної Інтернет-конференції

**«ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ
УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ,
УСТАНОВАМИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯМИ»**

20 лютого 2014 року

м.Рівне

ББК 65.050 УДК 33.05 Ф 79	Формування ефективної моделі управління підприємствами, установами та організаціями: Матеріали I науково-практичної Інтернет-конференції. – Рівне.: – 2014. – 130 с.
--	---

Програмний комітет:

Юхименко-Назарук Ірина Анатоліївна, к.е.н., доцент, декан факультету документальних комунікацій та менеджменту Рівненського державного гуманітарного університету.

Юськів Богдан Миколайович, д.політ.н., к.е.н., професор кафедри економічної кібернетики.

Барановський Сергій Віталійович, к.ф.-м.н., доцент, завідувач кафедри економічної кібернетики.

Микитин Тарас Миронович, к.т.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту.

Сілкова Галина Василівна, к.п.н., доцент, завідувач кафедри документальних комунікацій.

Жук Вікторія Михайлівна, к.п.н., доцент, завідувач кафедри бібліотекознавства та бібліографії.

Хомич Сергій Васильович, к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики.

Трачук Людмила Федорівна, к.і.н., доцент кафедри бібліотекознавства та бібліографії.

Трало Ірина Миколаївна, викладач кафедри менеджменту.

Кукушкін Олег Миколайович, викладач кафедри документальних комунікацій.

Рекомендовано до друку Вченою радою факультету документальних комунікацій та менеджменту Рівненського державного гуманітарного університету (протокол № 3 від 26.03.2014р.)

УДК 332.146.2

Микитин Т.М..

МАРКЕТИНГ ДЕСТАНАЦІЙ: СВІТОВИЙ ДОСВІД І ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ

В середині 80-тих років минулого століття Н. Лейпером був введений термін «туристська дестинація», як географічна територія, яка приваблює і задовольняє потреби значної групи туристів [1]. На сьогодні Всесвітня туристична організація визначає туристичну дестинацію, як центральний елемент у процесі формування і доставки туристичних продуктів [2].

Як зазначає Л.Г. Кирьянова маркетинг туристичної дестинації – це частина загальної концепції розвитку території, що працює на комплексний стійкий соціально-економічний її розвиток [3]. Маркетинг дестинацій є складовою частиною територіального маркетингу, чи маркетингу місць, запропонованого Ф.Котлером, як діяльність, направлену на створення, підтримку та зміну позиції цільової аудиторії по відношенню до конкретного місця [4]. Якщо територіальний маркетинг направлений на просування потенціалу території, створення позитивного іміджу її для інвесторів, то маркетинг дестинації зорієнтований на просування туристичного потенціалу території, розвитку інфраструктури.

За даними Всесвітньої туристської організації [5] для додаткового залучення туриста, який приносить у державу 1000 євро, витрачають 3-10 євро на некомерційну рекламу туристичного продукту. У відповідності з цим європейські держави з свого бюджету витрачають 31,7 млн. євро на рекламу своїх туристичних територій. На сьогодні в Європі чітко сформувались туристичні дестинації, які сперечаються за лідерство у світовому вимірі. Приклади Парижа, Праги, Канн, Баден-Бадена надихають інші території до активного використання маркетингу дестинацій.

Цікавим є приклад Польщі, де питанням розвитку туристичних дестинацій приділяється місцевими органами влади значна увага. При цьому залучаються значні інвестиції від міжнародних фінансових організацій та фондів. Так у місті Люблін розроблено цілий комплекс маркетингових заходів. Створено бренд бук міста, який включає у себе не тільки логотип а і назву. Тепер місто позиціонує себе як «місто інспірацій». Створено осередок туристичної і культурної інформації, який інформує про всі заходи, що відбуваються у місті, планує і організовує фестивалі, конкурси, спортивні змагання. У самому місті розроблено ряд туристичних маршрутів, які задовольняють вимоги різних категорій екскурсантів. Спільно із мерією працюють заклади громадського харчування та розміщення. Робота, яка проводиться у місті з 2002 року дає свої результати. За даними мерії щороку приріст туристів складає до 10%. Будуються нові готелі, відкривають хостели, так як у період масових заходів є проблема із розміщенням туристів. Важливу роль просуванню Любліна, як туристичного центру відводиться сучасним засобам комунікацій – інтернету.

В Україні є достатньо цікавих місць, які б приваблювали туристів. Проведення Євро 2012 показало, що можемо організувати прийом і розміщення. Активно розвивається у цьому плані Львів. Однак не відчувається системної роботи стосовно просування українських дестинацій як на внутрішньому ринку так і на міжнародних туристичних ринках.

Рівненська область поки не заявила про себе як потужна туристична дестинація, однак у 2013 році зросла кількість туристів, що відвідали наш край як із інших регіонів, так і з-за кордону. За підсумками роботи турфірм, минулого року іноземних мандрівників було на 15 % більше, аніж у 2012-у. Вони відвідували середньовічні замки, що знаходяться на теренах області, їздили на найдовшій у Європі вузькоколіїці «Антонівка-Зарічне», бували на екскурсіях у культурно-археологічному центрі «Пересопниця». Так, торік лише в Дубенському замку побувало 114 тисяч екскурсантів. А це на 24 тисячі більше, ніж у попередньому році [6].

У пошуковій системі Google на запит «тунель кохання» отримуємо 39000 посилань. Маємо яскравий приклад просування унікальної пам'ятки у світовій павутині. Про «тунель кохання», який став відомим завдяки презентаційні фотографії нової фотокамери у 2011 році знає практично кожний рівнянин. Багато людей, користуючись менежею інтернет мають можливість добратись до лісового масиву і побачити «тунель кохання».

Для того, щоб поодинокі приклади, території нашої області стали привабливими туристичними дестинаціями потрібно активніше використовувати маркетингові інструменти, скоординовано вести роботу по просуванню їх, використовуючи досвід європейських держав.

Список використаних джерел.

1. Leiper N. The framework for tourism: Towards definitions of tourism, tourists and the tourism Industry // Annals of Tourism Research. – 1979. – № 6. – P.390-407.
2. Pike S. Destination branding. An integrated marketing communication approach. – Oxford: Elsevier, 2008. – 406 p.
3. Кирьянова Л. Г. Маркетинг дестинаций как современный подход к управлению туристским регионом / Л. Г. Кирьянова // Известия Томского политехнического университета. Экономика. – 2010. – Т. 316. – № 6. – С. 35–40.
4. Kotler P. Marketing places. – New York: Free press, 1993. – 367 p.
5. Page S.J. Connell J. Tourism: a Modern Synthesis. – London: Cengage Learning EMEA, 2009. – 663 p.

6. Інтернет ресурс - <http://irp.rv.ua/news/na-rivnenshchini-pobilyshalo-turistiv>

УДК 334.021:658.5

Нагулко В.О., Шимко О.В.

АУТСОРСИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ОПТИМІЗАЦІЇ РЕМОНТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ВИРОБНИЦТВА

Забезпечення ефективного функціонування підприємств в умовах нестабільної та кризової економіки потребує застосування нових, ефективних методів управління, реструктуризації підприємства в цілому, або окремих його підрозділів з тим, щоб забезпечити вирішення двох взаємозв'язаних задач - збільшення доходів та зменшення витрат. При цьому в умовах кризи, яка обмежує попит споживачів на продукцію та доступ до ресурсів розвитку, які можна було б направити на реорганізацію виробництва та освоєння нових видів продукції, збільшення доходів стає проблематичним. Тому першочерговою задачею стає зменшення витрат. Адже при зменшенні витрат збільшується обсяг прибутку, що призводить відповідно до збільшення матеріальних, фінансових і трудових ресурсів, які зможуть бути спрямовані на потреби реорганізації основного виробництва підприємства, що допоможе йому вийти на новий рівень, зокрема освоїти нові види продукції та збільшити доходи.

Одним із важливих напрямків зменшення витрат підприємства є реорганізація допоміжних виробництв, зокрема ремонтного обслуговування виробництва. При цьому зменшення витрат повинно одночасно забезпечити підвищення якості та ефективності технічного обслуговування та ремонту обладнання. Однак, процеси ремонтного обслуговування виробництва, залишаються недостатньо дослідженими, що не дозволяє підприємствам застосовувати механізм зменшення витрат.

Вирішення цієї проблеми може бути досягнуте застосуванням відповідних інструментів, методів організаційно-економічного механізму аутсорсингу.

Термін «аутсорсинг» походить від слів «outside resource using» –використання зовнішніх ресурсів. В бізнес-практиці цей термін визначає послідовність організаційних рішень з передачі компанії неосновних для неї бізнес-процесів стороннім спеціалізованим виконавцям для забезпечення стратегічних переваг.

Застосування аутсорсингу дозволяє підсилити взаємодію й взаємозв'язки суб'єктів господарської діяльності або управління з метою більше повного використання кожним суб'єктом своїх ексклюзивних конкурентних переваг [2], тобто сприяє одержанню синергетичного ефекту. Відповідно до позиції І. Ансоффа синергетичний ефект, одержуваний від аутсорсингу, можна описати чотирма складовим [1]:

- збільшення прибутку;
- зниження витрат;
- зменшення потреби в інвестиціях;
- зменшення часу для досягнення поставленої мети.

В той же час слід зазначити, що незважаючи на очевидні переваги від впровадження аутсорсингу, у даний час його розвиток в Україні відбувається досить повільно.

Основною причиною такого стану є суб'єктивізм менеджерів підприємств, від яких залежить прийняття рішення про впровадження аутсорсингу, більшість яких вважають, що в умовах кризової економіки та обмеження фінансових ресурсів застосування аутсорсингу в окремих бізнес-процесах є більш затратним, ніж виконання цих процесів силами підприємства. Така ситуація, пов'язана з тим, що:

- по-перше, менеджери не володіють необхідною інформацією про переваги впровадження аутсорсингу для окремих бізнес-процесів;
- по-друге – відсутній необхідний інструментарій, за допомогою якого можна визначити доцільність застосування аутсорсингу того чи іншого бізнес-процесу.

До основних можливих переваг впровадження аутсорсингу ремонтного обслуговування виробництва в умовах кризової економіки слід віднести:

- 1) зменшення витрат на ремонт та технічне обслуговування обладнання;
- 2) підвищення якості ремонтного обслуговування;
- 3) зменшення сукупних витрат на виробництво продукції;
- 4) удосконалення управління підприємством;
- 5) зменшення ризиків;
- 6) подолання внутрішніх обмежень ресурсів;
- 7) підготовка до відновлення виробництва продукції та/або освоєння нових видів продукції.

Удосконалення управління підприємством досягається за рахунок того, що у разі застосування аутсорсингу ремонтного обслуговування виробництва, на підприємстві фактично ліквідується ремонтна служба, яка за звичай є об'єктом управління та потребує до себе уваги і відволікає для цього відповідні

ЗМІСТ

Дем'янович М.М., Пелех О.Б. Конкуренстоспроможність продукції хлібопекарської галузі.....	3
Дем'янчук А.О., Князевич А.О. Особливості прийняття стратегічних рішень в умовах ризиків та невизначеності	4
Дендебера К.О., Машта Н.О. Особливості інтегральної оцінки конкурентоспроможності страхових компаній	5
Єфімчук А.І. Дослідження перспектив використання біомаси для потреб комунального господарства	7
Забейда К.О., Димченко Н.С. Антикризові стратегії	8
Іванюк І. М., Підцерковна Х. В. Формування зон прибутку як ефективний механізм стратегічного управління підприємством (за методикою А. Сливоцького)	10
Кобилянська Т., Савченко О.Р. Особливості функціонування та розвитку енергетичних підприємств на прикладі тзов «РЗВА-Електрик».....	11
Кузик І.С., Машта Н.О. Аналіз раціональності харчування студентів факультету документальних комунікацій та менеджменту РДГУ	13
Максимчук І.Р., Марценюк В.В. Управління ризиками в зовнішньоекономічній діяльності підприємства	15
Малицький С.Л., Нікшич С.М. Клієнтоорієнтованість як стратегічний чинник конкурентоспроможності підприємств	16
Микитин Р.О., Савченко О.Р. Факторний аналіз комерційної діяльності підприємств Івано-Франківської області з реалізації непродовольчих товарів (фанерних листів)	18
Мокрик А. В., Орлов О. Г. Інвестиційна привабливість України, сучасний стан, та шляхи її підвищення	19
Нікшич С.М. Параметри оцінювання при проектуванні логістичних центрів	20
Пелех О.Б. Антикризова політика Польщі під час світової економічної кризи 2007-2008 років	22
Підцерковна Х.В. Гідрографічний чинник формування міських поселень у Волинському регіоні	23
Рибачук Т.Л. Оцінка якості надання туристичних послуг	25
Савченко О. Р. Тенденції економічного стану та розвитку підприємств Рівненської області	26
Сяська О.В. Німецький досвід управління водокористуванням	27
Трало І.М. Європейський досвід просторового планування в контексті транскордонного співробітництва	29
Турченко Г.Я., Шимко О.В. Механізм формування та реалізації стратегії розвитку підприємства	30
Шимко О.В. Конкурентні переваги як рушійний механізм формування стратегії торговельного підприємства	31
Щесюк С.В. Особливості взаємодії та розвитку туристичної індустрії та територіальних громад	33
Юхименко-Назарук І.А. Інституційні наукові дослідження з бухгалтерського обліку в Україні	34
Березюк Т. П. Виникнення та еволюція економічної психології	36
Берташ Б.М., Чмара С.В. Соціально-економічна оцінка території Дермансько-Острозького національного природного парку	37
Берташ Б.М. Роль еколого-економічного обґрунтування створення природно-заповідних територій	39
Брітченко І.Г., Князевич А.О. Проблеми формування національної інноваційної системи України	39
Бобровський А.Л., Вакуленко Л.О. Екологічний аудит підприємства	41
Бобровський А.Л., Величко А. Складові еколого-економічної оцінки виробництва	41
Веремчук І.С., Пашніна А.О. Функціонування підприємств в умовах постіндустріальної економіки	42
Гоголь Т.В. Інформаційне забезпечення як важливий елемент організації управління фінансовими ресурсами підприємства	44
Димченко Н.С. Рефлексивні механізми процесів прийняття рішень	45
Довга Ю.О., Пашніна А.О. Особливості мотивації персоналу на підприємстві	46
Дучинська А.С., Хижнякова Н.О. Шляхи підвищення ефективності діяльності підприємства	48
Євтух Ю. В., Березюк Т. П. Поняття культури управління	49
Жабчик О.В., Хижнякова Н.О. Аналіз збутової діяльності підприємства	50
Юскович-Жуковська В. І. Особливості трансферу технологій у США	52
Юскович-Жуковська В. І. Франчайзинг як технологія успішного бізнесу	52
Загинея К.М., Марценюк В.В. Брендбук як інструмент впливу на формування іміджу фірми	54
Кордан М.М., Трало І.М. Особливості формування комплексу маркетингу на торговельних підприємствах в сучасних умовах	55
Літвінчук Д.Ф., Димченко Н.С. Удосконалення системи підготовки персоналу в екскурсійній сфері України: проблеми та перспективи розвитку	56
Лукомська О.І. Рівень економічної освіти як індикатор ефективного розвитку ринку праці в Україні	57

Мартинюк Р.В., Орлов О.Г.Перспективи диверсифікації господарської діяльності підприємств (на прикладі ДП «Авіком Рівне»).....	59
Марценюк В.В.Особливості розвитку ринку продукції птахівництва в Україні	60
Микитин Т.М. Маркетинг дистанцій: світовий досвід і перспективи використання в Україні	632
Нагулко В.О., Шимко О.В.Аутсорсинг як ефективний інструмент оптимізації ремонтного обслуговування виробництва	63
Орлов О. Г.Технологія прийняття управлінського рішення.....	64
Рубаха О.В., Сяська О.В.Управлінське консультування та його вплив на розвиток підприємства	65
Сабо С.Ю., Юхименко-Назарук І.А.Тайм-менеджмент в сучасному світі	67
Степанчук О.С., Машта Н.О.Стандарт обслуговування – запорука успішного управління підприємством	68
Теселько Т.В., Сяська О.В.Найефективніший стиль управління туристичною фірмою	69
Фесюк Т. М., Березюк Т. П.Суть та особливості життєвого циклу туристичного продукту	71
Хижнякова Н.О.Суб'єкти екологічного менеджменту та їх взаємодія	72
Черніговець Т.І.Тайм-менеджмент як фактор оптимізації професійної діяльності помічника керівника	73
Ющук М. В., Підчерковна Х. В.Особливості оподаткування підприємств туризму в Україні.....	75
Браташук К.О., Юськів Б.М.Місячне планування відвантаження продукції підприємства хімічної промисловості.....	77
Буханевич К.С., Гладун Л.О.Моделювання конкурентної надійності торгового підприємства на основі оцінки його потенціалу	79
Денишук П.М.Необхідність створення формальної моделі процесу розрахунку навчального навантаження ВНЗ	80
Діденко Ю. Ю., Шпортько О. В.Сучасні науково-практичні підходи до стратегічного управління ПАТ «Райффайзен Банк Аваль».....	81
Кичук А.О., Юськів Б.М.Оперативне планування постачання нафтопродуктів на автозаправній станції.....	82
Красін М.А.Задачі оптимального управління неперервними системами та підходи до їх розв'язку.....	84
Красіна Я. М., Гладун Л.О.Моделювання маркетингової стратегії інформаційного бізнесу	86
Липінська Т.В.Механізм функціонування системи збору та особливості адміністрування єдиного соціального внеску	87
Паламарчук О.С.Аспекти інноваційного розвитку України	88
Паламарчук О.С.Характеристика існуючих методик розрахунку індексів інноваційного розвитку	90
Пляшко О.С.Сутність та концептуальні засади конкурентоспроможності людських ресурсів.....	91
Романюк С.Б.Особливості ціноутворення в оптовому торговельному підприємстві	92
Свистун Т.Л.Модель процесу формування організаторської компетентності менеджерів в умовах студентського самоврядування	94
Синюк О.І., Гладун Л.О.Синергетичне моделювання економічного зростання та її практичне застосування в економіці	95
Стрільчук Р.М.Доцільність використання антикризових засад в управлінні стратегічними можливостями підприємства в сучасних умовах	96
Шпортько О. В.Моделювання ймовірностей елементів блоків арифметичних кодів в процесі прогресуючого стиснення зображень без втрат	99
Юськів Б.М.Особливості інформаційного забезпечення проектів транскордонної співпраці України та Білорусі.....	100
Антонюк І. О.Система електронного документообігу як чинник оптимізації діяльності органу державної влади.....	102
Бабенко Ж. В.Формування системи інформаційного забезпечення споживачів бізнес-інформації в Україні.....	103
Бордюк В.М.Людський фактор при запровадженні електронного документообігу в органах місцевого самоврядування	104
Брень І. М., Крет Р. М.Особливості інформаційно-аналітичного забезпечення законотворчих процесів Верховної Ради України: організаційно-технологічний аспект	106
Бучковська О.Ю.Інформаційне забезпечення розвитку місцевого самоврядування	107
Дибач Ю. І., Попчук О. В.Робота зі зверненнями громадян як напрям діяльності органів державної влади	107
Іванчук А. В., Крет О. В.Теоретичні аспекти формування особистісного іміджу	108
Каращук О.М., Сілкова Г.В.Інформаційно-аналітичні документи як компонент веб-сайтів органів державної влади.....	109

Карпюк Д. В. Особливості ідентифікації електронних ресурсів в якості документно-інформаційних об'єктів мережі Інтернет	109
Корбутяк В. І. Підвищення якості державного управління на основі сучасної електронізованої інформаційно-аналітичної системи	110
Костенко М. С. Вітчизняний документний потік з проблем культури та мистецтва в контексті бібліометричного аналізу	112
Крет О. В., Крет Р. М. Особливості інформаційно-аналітичного забезпечення управління	113
Кукушкін О. М. Основні суб'єкти інформаційного менеджменту природокористування на регіональному рівні	115
Павлюк М. А., Шпортько О. В. Інтеграція інформаційної системи підприємства з інтернет-ресурсом для забезпечення віддаленого доступу до бази даних та ефективної взаємодії з клієнтами засобами веб-технологій	115
Пасічник Л. П. Інформаційний аналіз як необхідний етап науково-дослідної роботи	116
Пашніна А. О. Особливості впровадження автоматизованих інформаційних систем обліку на підприємстві	118
Попчук О. В. Професійна культура документознавця як чинник ефективності інформаційно-аналітичного забезпечення	119
Сілкова Г. В. Інформаційно-аналітичне забезпечення управлінської діяльності	121
Трачук Л. Ф. Колекції повнотекстових документів в інформаційному забезпеченні користувачів обласних універсальних наукових бібліотек	122
Хомич С. В. Технологія розробки мобільних додатків на базі платформи ІС: Підприємство 8.3	123
Чехомський А. В. Особливості тестування програмного забезпечення	124
Шатрова М. Б. Повнотекстові історико-культурні фонди в електронному середовищі бібліотек	125
Ясьмо В. Д. Інформаційні технології в дистанційному навчанні студентів	126

Наукове видання

**«ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВАМИ, УСТАНОВАМИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯМИ»**

Матеріали І науково-практичної Інтернет-конференції

20 лютого 2014 року

м.Рівне

Відповідальні за випуск:

Микитин Т.М., Хомич С.В.

Комп'ютерна верстка:

Романюк С.Б., Паршина М.Т.