

4. Woodman, W. *Medical Tourism Statistics & Facts, 2016* / Woodman, W. – [Електронний ресурс]. – [www.patientsbeyondborders.com](http://www.patientsbeyondborders.com)
  5. *Global wellness industry is a \$3.7 trillion market.* – [Електронний ресурс]. – <https://www.globalwellnessinstitute.org/press-room/statistics-and-facts/>
  6. *Alumni Reception 2016 Global healthcare outlook. Battling costs while improving care.* – [Електронний ресурс]. – <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Life-Sciences-Health-Care/gx-lshc-2016-health-care-outlook.pdf>
  7. *Medical Tourism Industry Valued at \$100B; Poised for 25% Year-Over-Year Growth by 2025.* – [Електронний ресурс]. – <https://www.medicaltourismindex.com/2016-medical-tourism-industry-valuation>
- 

**Гереджук Андрій Михайлович**, магістрант 1 курсу,  
**Білецька Ірина Мирославівна**, к.е.н., доцент,  
завідувач кафедри міжнародної економіки,  
маркетингу і менеджменту,

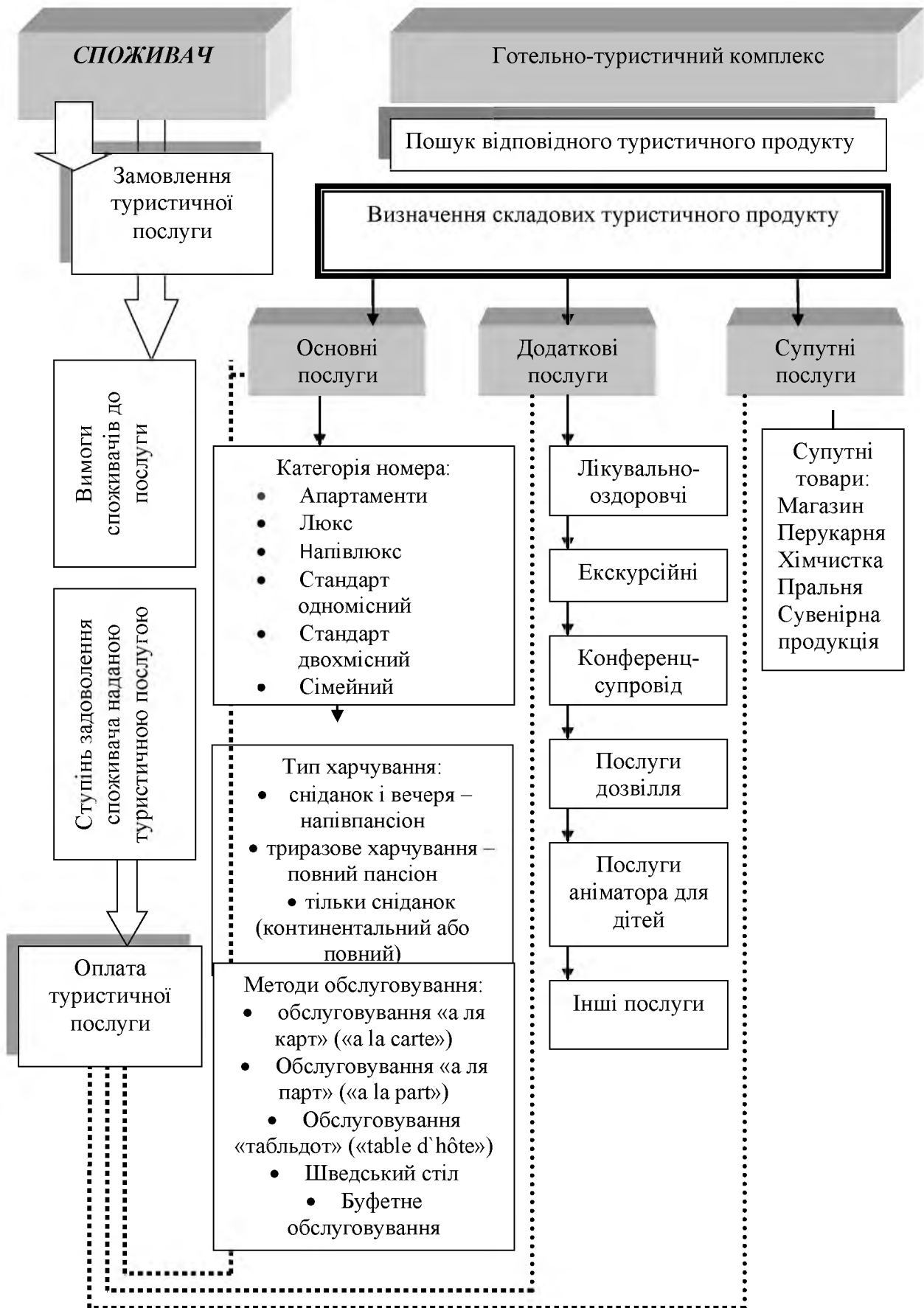
## **ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Туризм як об'єкт управління має низку властивих тільки йому особливостей, які багато в чому зумовлені специфікою галузі. Завдання менеджменту полягає в тому, щоб виявити такі особливості і в подальшому врахувати їх при управлінні туристичними підприємствами й організаціями.

Перша особливість туризму з погляду менеджменту полягає у великих масштабах туристичної індустрії і складності взаємозв'язків між її складовими. Другою особливістю туризму як об'єкта управління можна вважати нечіткість і складне визначення цілей управлінського впливу. На перший погляд може здаватися, що для приватних туристичних підприємств цілі досить зрозумілі - накопичення цінностей, отримання прибутку. Однак турфірми часто орієнтуються на заявлені, а не фактичні потреби туристів. Щоб виявити останні, менеджер повинен докласти максимум зусиль, адже неефективність його діяльності може спровокувати незадоволення споживача.

Особливі вимоги до менеджменту в туризмі висуває і специфіка туристичного попиту: невідчутність і не збереженість турпродукту; різноманітність споживчих уподобань; значимість суспільних факторів. Практика організації надання турпослуг має враховувати, що сьогодні конкуренція на туристичному ринку, здійснюється не стільки між підприємствами фізично (розміри, архітектура, дизайн, категорійність тощо), скільки на рівні професіоналізму надання основних і додаткових послуг (рис.1).

При цьому стандартні уніфіковані туристичні продукти при жорсткій неціновій конкуренції стали не конкурентоздатними. Перевага організації надання туристичних послуг полягає в тому, що адресно-спрямований, туристичний продукт задовольняє кожного клієнта, а отже краще продається.



**Рис. 1. Удосконалена схема організації надання туристичного продукту споживачеві**

Той самий туристичний продукт при якісному обслуговуванні залишає найкращі враження і відповідно створює позитивний імідж туристичного підприємства та місцевості, де надавалося обслуговування. Нами розроблено систему організації процесу надання туристичної послуги з урахуванням потреб та вимог споживачів. На рис. 1 можна побачити весь процес організації надання туристичного продукту споживачеві - від того моменту, коли споживач звертається до туристичного підприємства з метою замовлення туристичного продукту, до моменту оплати послуг туристичного підприємства туристом.

Таким чином, продуманість та послідовність у побудові системи менеджменту на туристичному підприємстві, яка враховуватиме можливий вплив чинників зовнішнього підприємницького середовища, посідає чільне місце у процесі підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства на ринку.

---

**Дацишин Вікторія Сергіївна**, *магістрантка 1 курсу,*  
**Сохацька Олена Миколаївна**, *д.е.н., професор,*  
*завідувач кафедри міжнародних економічних відносин,*

## **МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Комерційна діяльність будь-якого підприємства, в умовах сьогодення, полягає в постійному кругообігу матеріальних, фінансових та інформаційних потоків, незалежно від галузі народного господарства. Головною метою в роботі підприємства є: досягнення абсолютного переважання доходів над витратами, оптимізація грошових потоків, запобігання та ліквідація заборгованостей, підвищення рівня автономії та платоспроможності, оперативне реагування на ринкові зміни тощо.

Головною ідеєю логістики, з економічної точки зору, є організація у рамках єдиного потокового процесу переміщення матеріалів, фінансів та інформації вздовж всього ланцюга від виробника до споживача. Принципи логістичного підходу вимагають інтеграції матеріально-технічного забезпечення, виробництва, транспорту, збуту і передачі інформації про пересування товарно-матеріальних цінностей у єдину систему, що повинно підвищити ефективність роботи у кожній із цих сфер.

Теоретичні положення і конкретні рекомендації логістики активно впроваджуються в практичну діяльність фірм і компаній у багатьох країнах. У прикладній сфері зворотна віддача виявляється у відчутному економічному ефекті, такому як скорочення витрат і часу в сферах виробництва і обігу.

Логістичний підхід до управління матеріальними та фінансовими потоками передбачає цілеспрямований вплив на процеси акумуляції різноманітних активів і грошових коштів, їх витрачання та перерозподіл з метою збалансування фінансово-господарської діяльності підприємства

До основних логістичних методів управління грошовими та матеріальними потоками відносяться:

- повний аналіз зазначених потоків. Сукупність методів формування і