

селища;

– вносить пропозиції до виконавчого органу об'єднаної громади з питань діяльності на території відповідного села, селища виконавчих органів об'єднаної територіальної громади, підприємств, установ, організацій комунальної форми власності та їх посадових осіб;

– здійснює інші обов'язки, визначені Положенням про старосту.

У м. Дніпро за ініціативи Дніпропетровського Центру розвитку місцевого самоврядування та за сприяння Програми «U-LEAD з Європою» та Мінрегіону 24-25 травня 2018 року відбувся перший Всеукраїнський Конгрес старост ОТГ, на якому учасники мали чудову нагоду обмінятися досвідом. Це майданчик для професійного росту нової для самоврядування посади старост [3].

Отже, староста – це лідер, якому громада села виказала підтримку. Він – нова посадова особа місцевого самоврядування, нова інституція, створена для того, щоб інтереси всіх жителів сіл в об'єднаних територіальних громадах були належним чином представлені, щоб соціальні, побутові та інші потреби мешканців села були задоволені, а проблеми місцевого значення вирішувалися швидко, відкрито, зрозуміло.

Використані джерела

1. Колесников О. Старости в об'єднаних громадах: потреба в модернізації законодавства <http://buk-visnyk.cv.ua/naukova-dumka/729/>
2. Негода В. Інститут старости наближує владу до людей. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://decentralization.gov.ua/news/8478>
3. Сас О. Староста – герой нового час // О. Сас. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://decentralization.gov.ua/en/news/2197>

Староста Віталій

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри менеджменту та публічного управління Дудкіна О.П.)

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗМІСТОМ РОБІТ В ОРГАНІЗАЦІЯХ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Сфера надання туристичних послуг покликана виконувати важливе соціальне завдання – забезпечення потреб різноманітних категорій населення у якісному, комплексному, доступному споживанню туристичного продукту, що, в свою чергу, сприяє підвищенню рівня та якості життя громадян. Специфіка функціонування сфери туризму та рекреації зумовлює необхідність використання спеціальних методів та управлінських прийомів, зокрема, щодо управління змістом робіт. Так, практика розробки і прийняття управлінських рішень має свої особливості, які визначаються характером і специфікою діяльності туристичної організації, її організаційною структурою, внутрішньою культурою.

У сучасному менеджменті туризму, на думку сучасних науковців, повинні використовуватися спеціальні моделі прийняття управлінських рішень, зокрема: лінійне моделювання, динамічне програмування, імовірнісні й статистичні моделі (наприклад, теорії масового обслуговування), моделі оптимального обслуговування (що моделюють оптимальну кількість каналів обслуговування туристів відповідно до потреби в них), імітаційне моделювання (наприклад, побудова віртуальної моделі функціонування нового готельного комплексу).

Застосування тієї чи іншої моделі прийняття управлінського рішення має бути економічно обґрунтоване, що вимагає застосування адміністративним апаратом туристичної організації спеціальних економіко-аналітичних та організаційно-розпорядчих процедур, які передбачають:

1) врахування фактора часу, сутність якого полягає в тому, що інвестор, який вклав кошти у реалізацію певного управлінського рішення (відкриття турфірми, будівництво готелю), через певний час очікує отримати прибуток;

2) порівняння витрат і результатів на кожній стадії життєвого циклу туристичного продукту;

3) застосування системного підходу (аналіз усіх суб'єктів у взаємозв'язку і взаємозалежності як системи);

4) застосування комплексного підходу, коли поряд із розрахунком прямого економічного ефекту від реалізації технічних новинок необхідно врахувати побічні (складні за методом розрахунку) соціальні й екологічні ефекти від підвищення (вдосконалення) показників ергономічності й екологічності нового об'єкта, наприклад, усунення шкідливого впливу на повітря, воду тощо;

5) забезпечення багатоваріантності технічних й організаційних рішень з урахуванням міжнародного досвіду та досвіду безпосередніх конкурентів;

6) передбачення та врахування факторів невизначеності і ризику.

Важливе місце в управлінні змістом робіт організацій, що надають туристичні послуги, займає програмування управлінських рішень, що дає змогу отримати науково обґрунтовані варіанти тенденцій розвитку показників якості, елементів витрат та інших факторів, які використовують при розробці перспективних планів діяльності організації. Основними завданнями програмування туристичної діяльності та управління змістом робіт щодо виконання прогностичної функції є:

– розробка прогнозу ринкової потреби у кожному конкретному туристичному продукті або послуді відповідно до результатів маркетингових досліджень (на основі результатів маркетингових досліджень роблять висновок про приблизну місткість ринку за цією послугою);

– з'ясування основних економічних, соціальних і науково-технічних тенденцій, які впливають на потреби у тих чи інших видах корисного ефекту (на основі факторного аналізу процесу формування потреби у конкретному

туристичному продукті або послугі);

- вибір показників, які суттєво впливають на корисний ефект від послуги, що прогнозується;
- прогнозування показників якості нової послуги у часі з урахуванням факторів, що на них впливають;
- обґрунтування економічної доцільності розробки нової послуги або поліпшення якості й ефективності послуги, що пропонується, залежно від наявних ресурсів і пріоритетів.

Сучасні концепції менеджменту туристичного виробництва наголошують на надзвичайній важливості орієнтації на клієнта і звертають увагу на проблеми якості туристичного продукту, оцінка якої має враховувати значну нестабільність запитів, потреб і поведінки клієнтів.

За таких умов відстеження ситуації на ринку більшою мірою має на меті пошук шляхів найбільш оптимальної адаптації туристичних продукту і послуг до запитів клієнтів, аніж намагання урізноманітнити асортимент пропонованих товарів. І хоч одне абсолютно не скасовує інше, конкуренція між компаніями туристичного ринку сьогодні стимулює до пошуку постійного поліпшення співвідношення якості і ціни. [1]

Філософія і практика діяльності туристичних організацій, орієнтованих на клієнтів та задоволення їх запитів, потребує перегляду системи комунікацій і професійної компетентності працівників туристичних організацій, визначення критеріїв управлінської діяльності, проектування організаційних процесів та регламентування процесу доведення готового туристичного продукту до споживача.

Використані джерела

1. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу / Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. : Навчальний посібник. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. – 267 с.

Стельмах Марія

(науковий керівник: к. н. держ. упр., доцент кафедри менеджменту та публічного управління Круп'як Л. Б.)

МОДЕЛІ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Моделі управлінських процесів є важливим аспектом формування механізмів публічного управління. Саме модельне уявлення про зміст управлінського процесу в частині зв'язків з громадськістю органів місцевого самоврядування дає змогу одразу оцінити низку його важливих процесних аспектів: публічності; прозорості; доцільності; оптимальності тощо.

Одним із підходів відображених у сучасній управлінській літературі є