

робочого часу;

- запровадження роботи змінами;
- тимчасове запровадження дистанційної або надомної роботи;
- введення простою;
- продовження роботи за умови застосування засобів індивідуального та колективного захисту [3].

Список використаних джерел:

1. Бутенко Д.В., Бутенко Л.М. Когнитивная концептуальная модель финансово-экономической устойчивости предприятия. Программные продукты и системы. 2015. №3. С.170.

2. Beaver W.H., Correia M., McNichols M. Financial Statement Analysis and the Prediction of Financial Distress. Foundations and Trends in Accounting, 2021. Pp. 99.

3. Державна служба України з питань праці. Як організувати роботу працівників під час карантину, не порушуючи трудове законодавство, 2020. URL: <https://dsp.gov.ua/zakhody-iaki-maiut-vzhyty-robotodavtsi-z-metoiu-nedopushchennia-rozpozvsudzhennia-koronavirusu/>

С.І. Павлюк, к.е.н., доцент

Миколаївський національний аграрний університет

СТРАТЕГІЯ СТАЛОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ МІСЦЕВОЇ ГРОМАДИ

Зростання значимості туризму та загострення проблем, пов'язаних з його розвитком, змушують говорити про необхідність змін та пошуку нових векторів розвитку. Це стало причиною численних спроб адаптації головних положень і принципів концепції сталого розвитку до контексту туризму. Надмірне споживання туристами енергії, води, палива часто відбирає ці ресурси в корінного населення [1].

Аналіз світових тенденцій розвитку туризму свідчить, що останнім часом швидкими темпами зростає саме частка зацікавлених споживачів в екологічному, зеленому або сільському туризмі. На законодавчому рівні дані види туризму не розрізняються, та, на жаль, не мають юридично визначеного поняття.

При цьому в Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року сільський туризм є одним із пріоритетних

напрямів державної політики. Оскільки він найбільшою мірою відповідає сучасним пріоритетам сталого розвитку, а саме: збереження природного та культурного середовища, економічна підтримка добробуту місцевої громади, постачання туристам місцевих екологічних продуктів харчування.

Так, у зв'язку з тим, що сфера туризму немає дієвих практичних можливостей до саморегуляції, а по-друге, екологічний чинник набув в ній економічного значення, тому доцільно долучити державу та місцеві органи самоврядування щодо стримування стихійного розвитку туризму.

Туристично-рекреаційна сфера є одним з трендових напрямів соціально-економічного розвитку сільської місцевості завдяки посиленню мотивації територіальних громад у розбудові соціальної інфраструктури та створенні нових робочих місць. Пошук шляхів покращення соціально-економічного розвитку територіальних громад стимулює їх багатофункціональний розвиток (диверсифікацію сільської економіки) та призводить до застосування нових нетрадиційних форм підприємницької діяльності, однією з яких є сільський зелений туризм. Він відкриває нові потенційні можливості, зокрема, сприяє створенню нових робочих місць та наповненню місцевих бюджетів, збільшенню доходів населення, ефективному використанню ресурсів, розвитку соціальної інфраструктури, виникненню альтернативних форм зайнятості та підприємницької діяльності, підвищенню престижу сільської місцевості [2].

Кожній громаді доцільно розробити портфель комплексних стратегій розвитку, наприклад:

1) економічна складова (природні, географічно-територіальні, техніко-технологічні, культурно-історичні, інформаційні, фінансові, інноваційні) – стратегія підтримання конкурентних переваг;

2) соціальна складова – стратегія покращення якості життя та добробуту населення громади;

3) екологічна складова – стратегія збереження та покращення стану навколишнього середовища;

4) історична спадщина – стратегія збереження та охорони пам'яток історико-культурної спадщини.

У подальшому, коли мова буде йти про розвиток туризму в тій чи іншій громаді, доцільно було поєднати екологічний та туристичний напрям, де стратегічною метою стало б просування турботливого ставлення до довкілля й сталого розвитку території, яка є предметом туристичного відвідування, тобто це формування стратегії сталого туризму на основі збереження історико-культурної спадщини та навколишнього середовища.

При цьому використання комунікаційних носіїв (рис. 1) для ефективного позиціонування намірів громади є одним з перспективних напрямків її соціально-економічного розвитку. Зокрема, для просування проекту, послуги, ідеї чи цінності, а в даному випадку туристичного продукту місцевої громади слід використовувати зручні комунікаційні канали та форми комунікацій.

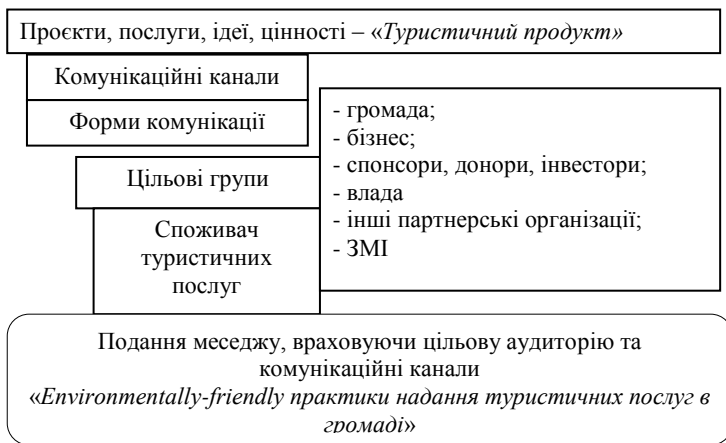


Рис. 1. Просування туристичного продукту

Джерело: власні дослідження

Комунікаційні канали представлено як традиційні (друковані, телебачення, радіо) та новітні (інтернет версії радіо, ТВ-каналів, друкованих видань; соціальні мережі; власний сайт; зустрічі; зовнішня реклама; інформаційні агенції та ін.).

Відповідно зручними формами комунікацій можуть бути: інтерв'ю; круглі столи, форуми, неформальні зустрічі, прес-конференції; соціальні акції, публічні заходи; статті у друкованих та електронних виданнях; інформація для

соціальних мереж; прес-анонси, прес-релізи; відеоролики, аудіоролики; листівки, брошури, постери; фото-звіти, інфографіка; хештеги, флешмоби та ін.

Подання меседжу цільовим групам (по-перше, це споживачі послуги; по-друге – інші групи, наприклад, сусідня громада, бізнесові структури тощо) забезпечить зацікавленість та відповідні реакції (наприклад, збільшення потоку туристів, надходжень до бюджету або додаткові робочі місця).

Список використаних джерел:

1. Осітнянко Д. О., Примак Т. Ю. Впровадження принципів сталого розвитку в туристичній індустрії. Ефективна економіка. 2020. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7612> (дата звернення: 04.05.2022). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.1.152.

2. Павлюк С. І. Перспективи розвитку зеленого туризму для регіонального туристичного ринку. *Modern Economics*. 2021. № 26(2021). С. 121-128. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V26\(2021\)-18](https://doi.org/10.31521/modecon.V26(2021)-18).

Yu.S. Papizh, PhD in Economics, Assistant-Professor,
D.D. Prylutska, student
Dnipro University of Technology

**QUALITY MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE –
SUBJECT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY**

With the development of international trade and intensified competition, the activities of individual enterprises, as well as sectors of the economy in foreign and domestic markets, depend entirely on the extent to which their products or services meet quality standards. Therefore, the problem of ensuring and improving product quality is relevant for all countries and enterprises. The success and efficiency of the national economy largely depend on the solution of this problem. It should be borne in mind that improving product quality is a long-term and continuous task. There should be a comprehensive, systems approach the implementation of which is possible only within the quality management system.

The process of quality management at the enterprise is carried out in several stages and depends on the chosen concept of the enterprise and quality strategy.

The organization of quality management assumes that the top management of the enterprise establishes appropriate management