

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-82>

УДК 338.48:658.5

АДМІНІСТРАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ: КЛЮЧОВІ ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

ADMINISTRATIVE MANAGEMENT IN TOURISM ORGANIZATIONS: KEY ECONOMIC ASPECTS OF EFFECTIVE MANAGEMENT

Паламарюк Марія Юріївнакандидат географічних наук, асистент,
Чернівецький національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-5426-2889>**Наконечний Костянтин Петрович**кандидат географічних наук,
доцент кафедри економічної географії та екологічного менеджменту,
Чернівецький національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5580-8523>**Maria Palamaryuk, Kostyantyn Nakonechnyy**
Chernivtsi National University

У статті досліджено адміністративний менеджмент в туристичних організаціях, з акцентом на ключові економічні аспекти ефективного управління. Аналізуються основні принципи та стратегії управління в сфері туризму. Визначено важливість ефективного використання ресурсів, впровадження інновацій та забезпечення високого рівня клієнтського сервісу для досягнення конкурентних переваг. Окрему увагу приділено аналізу сучасних інструментів управління, що сприяють підвищенню економічної ефективності туристичних організацій. Стаття також пропонує рекомендації для оптимізації управлінських процесів і розвитку сталого туризму в умовах сучасних викликів. Розглянуті перспективи розвитку адміністративного менеджменту в туризмі в контексті змін, що відбуваються у глобальному економічному середовищі наголошено адаптації управлінських підходів до нових умов і викликів.

Ключові слова: адміністративний менеджмент, туристичні підприємства, економічна ефективність, клієнтський сервіс, інновації в туризмі, сталий розвиток.

The article explores the key economic aspects of administrative management in tourism organizations, focusing on the role of effective management in the context of the modern tourism market. Administrative management is the foundation for the development of tourism organizations, as it ensures effective interaction between internal departments, optimizes management processes and resources, and establishes strategic directions for the development of the enterprise. The article emphasizes the importance of the economic efficiency of managerial decisions to increase the competitiveness of tourism organizations in the global service market. One of the main tasks of administrative management is to develop and implement effective management strategies aimed at achieving stable economic growth of the enterprise in conditions of constant changes and instability in the tourism sector. The article pays special attention to the issue of sustainable tourism development, which includes the implementation of eco-initiatives, responsible use of natural resources, and corporate social responsibility. One of the key factors for sustainable development is the use of effective management mechanisms that ensure a balanced combination of economic, social, and environmental interests. Sustainable development not only enhances the reputation of tourism organizations but also ensures long-term economic benefits by creating stable and mutually beneficial partnerships with local communities and governmental structures. The analysis of current research in the field of administrative management of tourism allows conclusions to be drawn about the need for continuous improvement of management approaches, adaptation to new conditions, and a quick response to changes in the external environment. In addition, the article highlights Ukrainian case studies that demonstrate the effectiveness of various administrative management strategies in the tourism industry and analyzes the practical results of implementing innovative management technologies in the context of the Ukrainian market.

Keywords: administrative management, tourism enterprises, economic efficiency, customer service, innovations in tourism, sustainable development.

Постановка проблеми. Швидкий розвиток глобалізації та зростання конкуренції в туристичному секторі вимагають від організацій застосування новітніх підходів до управління. В умовах постійних змін на ринку, а також після глобальних економічних криз, що суттєво вплинули на туристичний бізнес, адміністративний менеджмент набуває особливої важливості.

Ефективний адміністративний менеджмент в туристичних організаціях дозволяє оптимізувати внутрішні процеси, покращити комунікацію між співробітниками, впроваджувати інноваційні технології та забезпечувати високу якість обслуговування клієнтів. Це, в свою чергу, сприяє зростанню конкурентоспроможності організацій на ринку та підвищенню їх фінансової стабільності.

Окрім того, в умовах постійної зміни попиту та розвитку нових туристичних продуктів (наприклад, активний та екологічний туризм), важливою є гнучкість адміністративних стратегій і здатність адаптуватися до нових вимог ринку. Відповідно, розгляд ключових аспектів адміністративного менеджменту та ефективних стратегій управління в туристичних організаціях є надзвичайно актуальним для забезпечення їх стабільного розвитку та успішної діяльності в сучасному динамічному середовищі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання ефективного управління в туристичній галузі активно розглядаються у сучасній науковій літературі, особливо в контексті глобалізаційних процесів, цифрової трансформації та сталого розвитку. Зокрема, у працях Н. Микитюк та І. Смолянюк акцентується увага на стратегічному плануванні та ролі інновацій у підвищенні конкурентоспроможності туристичних підприємств. Автори підкреслюють важливість адаптації до змін ринку та впровадження новітніх технологій у внутрішні управлінські процеси [3; 5].

У дослідженнях Т. Остапчук та М. Ткачук розглядаються питання формування ефективної організаційної структури туристичних підприємств та управління персоналом. Важливе місце займає аналіз мотиваційних механізмів, які сприяють підвищенню рівня обслуговування клієнтів і зміцненню іміджу компаній на туристичному ринку [4].

Окрему увагу приділено маркетинговим стратегіям у роботах Л. Козяр та Ю. Губської, де підкреслюється значення цифрового маркетингу, брендингу та таргетованої реклами у залученні нових клієнтів. Автори зазначають,

що активне використання соціальних мереж та онлайн-платформ дозволяє ефективно просувати туристичні продукти та формувати лояльність клієнтів [1].

У наукових працях С. Мельника та О. Дідківської висвітлюються аспекти фінансового управління та бюджетування в туристичних організаціях, зокрема в умовах економічної нестабільності та змін у споживчому попиті. Дослідники також наголошують на необхідності впровадження систем управління ризиками, особливо у контексті непередбачуваних подій (кризи, пандемії, військові дії) [2].

Останні дослідження в галузі адміністративного менеджменту в туристичних організаціях акцентують увагу на розробці та вдосконаленні організаційних структур управління, що дозволяє підвищити ефективність роботи підприємств у сфері туризму. Зокрема, роботи Ячнюка М. О., Підгірної В. Н. та Наконечного К. П. досліджують основні напрями покращення організаційної структури управління на туристичних підприємствах. В їхніх публікаціях розглядаються актуальні підходи до реорганізації управлінських процесів і механізмів, які сприяють підвищенню адаптивності туристичних підприємств до змін на ринку та підвищенню їх конкурентоспроможності. Зокрема, автори підкреслюють важливість розвитку інноваційних управлінських стратегій, що дозволяють підприємствам у сфері туризму успішно інтегрувати новітні технології та задовольняти потреби сучасного споживача [6].

Крім того, сучасні дослідження (зокрема, звітів Світової туристичної організації (UNWTO)) вказують на важливість екологічної та соціальної відповідальності туристичних компаній, а також на зростання популярності екологічного та культурного туризму. Це, в свою чергу, вимагає від адміністративного менеджменту нових підходів до організації туристичної діяльності [7].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз наукових джерел свідчить про те, що ефективний адміністративний менеджмент у туристичних організаціях потребує комплексного підходу – поєднання стратегічного планування, цифрової трансформації, інновацій, орієнтації на клієнта та дотримання принципів сталого розвитку. Водночас, існує потреба у подальших дослідженнях, які б адаптували зарубіжний досвід до умов вітчизняного туристичного ринку та враховували сучасні виклики в Україні.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою даної статті є дослідження ключових економічних аспектів ефективного адміністративного менеджменту в туристичних організаціях в умовах сучасного ринкового середовища. У фокусі – аналіз стратегій управління, впровадження інновацій, особливості фінансового планування, підвищення конкурентоспроможності та забезпечення сталого розвитку підприємств туристичної сфери.

Для досягнення поставленої мети в статті окреслено такі завдання:

- проаналізувати сучасні підходи до адміністративного менеджменту в туристичних організаціях;
- визначити основні економічні чинники, що впливають на ефективність управління;
- дослідити роль інноваційних технологій у підвищенні продуктивності менеджменту;
- сформулювати практичні рекомендації щодо підвищення ефективності управлінських процесів у туризмі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Адміністративний менеджмент у туристичній сфері – важлива складова для ефективного функціонування туристичних підприємств, ключовими аспектами якого є [5]:

1) стратегічне планування: розробка довгострокових і короткострокових стратегій для розвитку туристичних послуг, аналіз ринку та конкурентного середовища, визначення цільової аудиторії та спеціалізація на певних сегментах ринку;

2) управління персоналом: формування ефективних команд і підбір кваліфікованих кадрів, мотивація та навчання персоналу для підвищення рівня обслуговування клієнтів, управління робочими процесами для забезпечення високої ефективності праці;

3) організація процесів та ресурсів: управління фінансами та бюджетування, оптимізація операційних процесів, щоб знизити витрати і підвищити якість обслуговування, забезпечення належного використання матеріальних та людських ресурсів;

4) маркетинг і реклама: створення рекламних кампаній та брендування туристичного підприємства, використання сучасних інструментів маркетингу (онлайн-реклама, SEO, соціальні мережі), вивчення потреб і бажань туристів для формування привабливих пропозицій;

5) клієнтський сервіс: забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів та створення позитивного досвіду, обробка зворот-

ного зв'язку від туристів для вдосконалення послуг, управління якістю послуг та мінімізація можливих проблем;

6) забезпечення законодавчих вимог і стандартів: дотримання національних і міжнародних стандартів у галузі туризму, управління ліцензіями та дозволами, відповідність туристичних послуг законодавчим вимогам;

7) технологічні інновації: впровадження новітніх технологій для покращення ефективності роботи підприємства (онлайн-системи бронювання, мобільні додатки), використання даних та аналітики для прийняття обґрунтованих управлінських рішень;

8) управління ризиками: ідентифікація потенційних ризиків (економічних, природних, політичних) та розробка планів їх мінімізації, оцінка можливих кризових ситуацій та розробка стратегій на випадок надзвичайних ситуацій.

Ці аспекти допомагають забезпечити ефективне функціонування туристичних підприємств і створюють умови для сталого розвитку туристичної галузі.

Адміністративний менеджмент у туристичних організаціях має важливу роль у забезпеченні ефективного функціонування підприємства, задоволенні потреб клієнтів і досягненні стійкого розвитку в умовах постійних змін на ринку [3]. Ефективні стратегії управління в туристичних організаціях включають:

1. Стратегічне управління та планування:

- довгострокове та короткострокове планування: важливо розробити чіткі стратегії для розвитку організації на кілька років уперед, включаючи прогнозування змін на ринку, визначення тенденцій, а також специфікації цілей і результатів для кожного підрозділу організації.

- аналіз SWOT (сильні та слабкі сторони, можливості та загрози) дозволяє зрозуміти конкурентні переваги і ризики, що дає змогу виробити стратегії для їх ефективного використання та мінімізації.

2. Інноваційне управління та технологічна адаптація:

- інтеграція технологій: туристична організація повинна активно впроваджувати новітні технології для покращення внутрішніх процесів і обслуговування клієнтів. Це включає онлайн-системи бронювання, мобільні додатки, аналітику даних для покращення персоналізованих послуг.

- цифровий маркетинг: використання онлайн платформ, соціальних мереж, SEO-оптимізації для збільшення видимості та залу-

чення нових клієнтів. Застосування аналітики для налаштування таргетованої реклами та вивчення поведінки споживачів.

3. Управління персоналом та розвиток культури компанії:

- рекрутинг та розвиток персоналу: важливо мати стратегію залучення кваліфікованих співробітників та постійно інвестувати в їхній професійний розвиток. Система мотивації повинна включати як матеріальні, так і нематеріальні стимули.

- корпоративна культура та командна робота: створення підтримуючого середовища, яке сприяє розвитку творчості, інновацій та взаємодії в команді. Формування позитивного іміджу компанії через залучення співробітників до спільної мети і корпоративних цінностей.

4. Управління якістю та клієнтським сервісом:

- підвищення якості обслуговування: важливо розробити стандарти якості обслуговування клієнтів та регулярно проводити тренінги для персоналу, щоб забезпечити високий рівень взаємодії з клієнтами.

- зворотний зв'язок з клієнтами: системи збору відгуків і пропозицій дозволяють оперативно реагувати на потреби клієнтів, вдосконалюючи послуги. Це можуть бути анкети, онлайн-опитування, регулярні моніторинги.

5. Маркетингові стратегії та брендинг:

- диференціація та позиціонування: створення унікальної пропозиції для клієнтів, яка дозволяє організації виділятися на фоні конкурентів. Наприклад, спеціалізація на екологічному туризмі, розробка програм для корпоративних клієнтів або тематичних турів.

- побудова бренду: важливо формувати сильний бренд, який буде асоціюватися з якісними та надійними послугами. Створення емоційного зв'язку з клієнтами через історії, які передають цінності компанії.

6. Управління фінансами та ризиками:

- бюджетування та фінансове планування: ефективно управління фінансами допомагає оптимізувати витрати та зберігати прибутковість. Важливо контролювати витрати на рекламу, інфраструктуру, розвиток та утримання персоналу.

- оцінка ризиків та управління ними: туристичні організації повинні мати плани на випадок кризових ситуацій (наприклад, епідемії, економічні кризи або природні катастрофи). Це допоможе швидко адаптувати стратегії і мінімізувати негативний вплив на бізнес.

7. Екологічна та соціальна відповідальність:

- сталий розвиток та екологічний туризм: інтеграція практик сталого розвитку у свою діяльність, такі як збереження природних ресурсів, підтримка місцевих спільнот і розвиток екологічного туризму.

- корпоративна соціальна відповідальність (КСВ): залучення до соціальних ініціатив і підтримка благодійних проєктів сприяє формуванню позитивного іміджу компанії серед споживачів.

8. Аналіз і вдосконалення внутрішніх процесів:

- оптимізація операційних процесів: постійне вдосконалення внутрішніх процедур, які дозволяють підвищити продуктивність і ефективність роботи організації. Це включає автоматизацію деяких процесів, покращення комунікацій між відділами, оптимізацію логістики.

- аналіз ефективності: регулярний моніторинг показників результативності, таких як доходи, витрати, рівень задоволеності клієнтів і ефективність маркетингових кампаній.

9. Розвиток партнерських відносин:

- стратегічні партнерства: встановлення взаємовигідних партнерських відносин з іншими туристичними організаціями, готелями, транспортними компаніями, постачальниками послуг для створення єдиного цілісного туристичного продукту.

- міжнародні зв'язки: розширення партнерства на міжнародному рівні для залучення іноземних туристів і пропонування міжнародних турів.

Використання цих стратегій дозволяє туристичним організаціям не тільки ефективно функціонувати в конкурентному середовищі, але й створювати стійкі конкурентні переваги, які сприяють сталому розвитку та зростанню прибутковості.

В Україні туристичні організації успішно впроваджують ефективні стратегії управління в адміністративному менеджменті [7]:

1. TUI Ukraine є частиною міжнародної туристичної мережі TUI Group, яка є одним із лідерів у галузі туризму. Вони застосовують стратегії, орієнтовані на високий рівень обслуговування клієнтів і впровадження інновацій у процеси бронювання та маркетингу:

- інновації: використовують сучасні онлайн-системи для бронювання турів, мобільні додатки для клієнтів, а також впроваджують цифрові канали для взаємодії з клієнтами.

- маркетинг: активно застосовують цифрові маркетингові інструменти, соціальні мережі, рекламу для залучення нових клієнтів і популяризації туристичних напрямків.

- партнерства: мають налагоджені партнерські відносини з міжнародними готелями, авіакомпаніями та іншими туристичними операторами.

2. Karavan Travel – одна з провідних українських туристичних компаній, яка спеціалізується на організації турів по Україні та за кордон. Вони успішно використовують стратегії, орієнтовані на розвиток туризму в Україні:

- стратегічне планування: фокусуються на розвитку внутрішнього туризму та розвитку нових туристичних маршрутів в Україні, що є важливим у контексті актуальних економічних і політичних змін.

- підвищення якості обслуговування: активно працюють над створенням комфортних умов для туристів та покращенням сервісу.

- інновації: використовують сучасні технології для бронювання турів, моніторингу якості послуг та зворотного зв'язку з клієнтами.

3. Join UP! – одна з найбільших туристичних компаній України, яка активно використовує стратегії інноваційного маркетингу та управління для розвитку внутрішнього і міжнародного туризму:

- інноваційні підходи: компанія активно впроваджує онлайн-бронювання та мобільні додатки для полегшення процесу бронювання турів для клієнтів.

- маркетинг і брендинг: активно працюють над популяризацією своїх туристичних пакетів через онлайн-платформи, соцмережі, а також організовують великі рекламні кампанії.

- фокус на клієнтському сервісі: Join UP! постійно працює над вдосконаленням якості обслуговування, що включає створення ефективних зворотних зв'язків з клієнтами і своєчасне реагування на їхні потреби.

4. Туристична компанія "Партнер" є українським туроператором, який активно працює на ринку внутрішнього та виїзного туризму. Вони використовують стратегії, спрямовані на розвиток різноманітних туристичних послуг:

- організація процесів: добре налаштовані операційні процеси та внутрішня структура дозволяють оперативно реагувати на потреби клієнтів та організовувати індивідуальні тури.

- фокус на сталому розвитку: компанія активно підтримує ініціативи зі сталого

туризму, зокрема екологічний туризм та організацію турів, які мінімізують негативний вплив на довкілля.

5. Comino Travel спеціалізується на організації індивідуальних турів, а також на наданні послуг для корпоративних клієнтів. Вони використовують ефективні стратегії управління для задоволення високих вимог клієнтів:

- індивідуальний підхід: компанія має добре розроблену стратегію персоналізації послуг, що дозволяє створювати тури відповідно до індивідуальних побажань клієнтів.

- високий рівень обслуговування: компанія активно працює над покращенням клієнтського сервісу, надаючи швидку підтримку та пропонуючи різноманітні послуги, щоб задовольнити всі потреби туристів.

- інновації: впровадження нових технологій для бронювання, використання аналітики для прогнозування попиту та оптимізації турів.

6. Eco Travel – це туроператор, який фокусується на екологічному туризмі та сталому розвитку. Вони використовують стратегії, орієнтовані на підтримку екологічно чистих і відповідальних туристичних практик:

- екологічний підхід: надають клієнтам можливість подорожувати відповідально, сприяючи збереженню природних ресурсів і підтримці локальних спільнот.

- маркетинг: активно просувають свої послуги через цифрові канали, підвищуючи обізнаність про сталий туризм та залучаючи нових клієнтів через екологічно орієнтовані кампанії.

Ці туристичні організації успішно застосовують різні стратегії в управлінні для досягнення високих результатів у своїй діяльності. Їхні практики вказують на важливість інновацій, клієнтського сервісу, стратегічного планування та адаптації до змін на ринку туризму.

Перспективи адміністративного менеджменту в туристичній сфері України мають великий потенціал для розвитку, зважаючи на постійні зміни в економічній ситуації, розвиток нових технологій, зміни в глобальних трендах туризму та національну політику щодо розвитку внутрішнього туризму. Основні напрямки, які визначатимуть перспективи адміністративного менеджменту в туристичній сфері України:

1. Розвиток внутрішнього туризму:

- зростаюча популярність внутрішнього туризму: з огляду на політичну та економічну ситуацію, багато українців віддають перевагу

подорожам всередині країни. Адміністративний менеджмент має зосередитися на розвитку нових туристичних маршрутів, покращенні інфраструктури та популяризації місцевих пам'яток.

- держава підтримує внутрішній туризм через програми субсидування турів, що може створити нові можливості для місцевих туристичних організацій.

2. Інновації та цифровізація:

- впровадження нових технологій: інновації в галузі туризму, такі як онлайн-бронювання, мобільні додатки, віртуальні тури, послуги на основі великих даних і штучного інтелекту, стають важливими аспектами для підвищення ефективності адміністративного менеджменту. Це дозволяє покращити досвід туристів, підвищити ефективність роботи туроператорів і забезпечити більш швидку адаптацію до змін.

- інформаційні системи для управління туризмом: впровадження інтегрованих платформ для обробки та збереження даних допоможе оптимізувати процеси бронювання, комунікації з клієнтами та обробки зворотного зв'язку.

3. Стале управління та екологічний туризм:

- попит на екологічний туризм: Україна має великий потенціал для розвитку екологічного туризму завдяки природним ресурсам, національним паркам та заповідникам. Адміністративний менеджмент в туристичній сфері має зосередитися на сталому розвитку туризму, що не шкодить навколишньому середовищу і підтримує місцеві громади.

- підтримка ініціатив з екологічної відповідальності: Заохочення туристичних організацій до запровадження еко-френдлі практик, таких як енергозбереження, переробка відходів і використання відновлювальних ресурсів, стане важливим аспектом у майбутньому.

4. Тренд на персоналізацію турів:

- індивідуальні тури та кастомізація: клієнти все більше цінують індивідуальний підхід до організації своїх подорожей. Туристичні організації повинні застосовувати ефективні стратегії для персоналізації пропозицій, враховуючи побажання кожного клієнта. Це включає в себе створення унікальних маршрутів, адаптованих до інтересів, бюджету і часу туриста.

- використання великих даних і аналітики: Для розробки індивідуальних турів та оптимізації туристичних пропозицій адміністративний менеджмент може використовувати

аналіз даних для прогнозування попиту, поведінки клієнтів та підвищення ефективності маркетингових кампаній.

5. Підвищення якості обслуговування та професіоналізм персоналу:

- навчання та розвиток персоналу: у зв'язку з високими вимогами до рівня обслуговування, адміністративний менеджмент в туристичних організаціях буде акцентувати увагу на підвищенні кваліфікації співробітників, включаючи тренінги з клієнтського сервісу, знання іноземних мов та використання сучасних технологій.

- система мотивації: важливо створити систему мотивації для співробітників, яка дозволить підвищити рівень їхньої продуктивності та залученості до спільної мети.

6. Партнерські відносини та розвиток міжнародного туризму:

- розвиток партнерства на міжнародному рівні: відновлення міжнародного туризму після пандемії відкриває нові можливості для українських туристичних організацій. Адміністративний менеджмент повинен фокусуватися на розвитку партнерства з міжнародними туроператорами, готелями та іншими компаніями для залучення іноземних туристів.

- маркетингові кампанії на міжнародних ринках: активна робота на міжнародних туристичних виставках, участь у міжнародних кампаніях і просування туристичних можливостей України у світі.

7. Управління ризиками та кризовий менеджмент:

- адаптація до змін: адміністративний менеджмент має бути гнучким і готовим до змін. Це включає створення планів на випадок надзвичайних ситуацій (економічні кризи, політична нестабільність, природні катастрофи) та швидку адаптацію до нових умов.

- управління фінансовими ризиками: Враховуючи економічну ситуацію в країні, важливо вміти прогнозувати та управляти фінансовими ризиками, зокрема через диверсифікацію турпродуктів і обмеження витрат на маркетинг та інфраструктуру.

8. Підтримка місцевих спільнот:

- інтеграція місцевих громад: уряд та туристичні організації мають розвивати програми, які сприяють економічному розвитку місцевих громад через туризм. Це може включати підтримку малих підприємств, розвиток культурних ініціатив і пропозицію місцевих продуктів та послуг туристам.

- розвиток сільського туризму: в Україні існує великий потенціал для розвитку сіль-

ського туризму. Адміністративний менеджмент може сприяти створенню інфраструктури, що дозволить залучати туристів у сільські регіони, забезпечуючи нові робочі місця для місцевих жителів.

9. Управління якістю та стандартами:

– розробка та впровадження стандартів: важливо в Україні створювати чіткі стандарти для туристичних послуг, що сприятимуть підвищенню якості обслуговування та безпеки туристів. Це включає сертифікацію готелів, ресторанів, екскурсійних агентств тощо.

– моніторинг та аудит: запровадження систем постійного моніторингу якості та аудитів дозволить вчасно виявляти недоліки та оперативно вживати заходи для їх усунення.

Висновки.

1. Адміністративний менеджмент у туристичних організаціях відіграє ключову роль у забезпеченні ефективного функціонування та розвитку підприємств галузі. Його основне завдання – організація та координація управлінських процесів, що впливають на досягнення стратегічних та оперативних цілей.

2. Економічні аспекти управління (планування бюджету, контроль витрат, фінансова аналітика) є основою для прийняття ефективних управлінських рішень. Належне фінансове управління дозволяє оптимізувати витрати, підвищити рентабельність та забезпечити фінансову стійкість туристичних організацій.

3. Впровадження інноваційних управлінських технологій та цифрових інструментів сприяє підвищенню ефективності роботи адміністративного апарату. Сюди відносяться CRM-системи, платформи автоматизованого бронювання, інструменти цифрового маркетингу та аналітики.

4. Оптимізація організаційної структури туристичних підприємств дозволяє зменшити дублювання функцій, покращити координацію між відділами та забезпечити прозорість управлінських процесів. Це також сприяє оперативнішому реагуванню на зміни ринку.

5. Сталий розвиток туризму потребує врахування не лише економічних, а й соціально-екологічних чинників. Сучасні туристичні організації мають включати принципи відповідального бізнесу, що формують довгострокову конкурентоспроможність і позитивний імідж.

6. Українські туристичні організації мають значний потенціал для покращення адміністративного управління завдяки запозиченню міжнародного досвіду, адаптації сучасних управлінських моделей та активному використанню інновацій. Зокрема, перспективним є розвиток діджитал-платформ та стратегічного планування в умовах євроінтеграції.

7. Стратегічний підхід до адміністративного менеджменту дозволяє не лише ефективно управляти поточними процесами, а й формувати довгострокові конкурентні переваги туристичного бізнесу. Це забезпечує стабільність, динамічне зростання та адаптивність до глобальних змін у сфері туризму.

8. Перспективи адміністративного менеджменту в туристичній сфері України сприятливі, якщо туристичні організації будуть активно адаптуватися до нових умов, інвестувати в інновації, покращувати якість обслуговування та сприяти розвитку сталого туризму. Розвиток внутрішнього туризму, цифрових технологій, екологічних практик і міжнародного партнерства стане ключовим фактором успіху для туристичних підприємств в Україні в майбутньому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Козяр Л. І., Губська Ю. В. Цифровий маркетинг у туристичному бізнесі: сучасні тренди та перспективи. *Туризм і регіональний розвиток*. 2021. № 4(28). С. 102–108.
2. Мельник С. В., Дідківська О. І. Фінансове планування в управлінні туристичним бізнесом. *Бізнес Інформ*. 2023. № 1. С. 134–139.
3. Микитюк Н.П. Інноваційні підходи до управління туристичними підприємствами. *Економіка та управління національним господарством*. 2020. № 6(54). С. 48–53.
4. Остапчук Т. М., Ткачук М. С. Організаційна структура управління туристичним підприємством: теоретичний аспект. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2022. № 78. С. 92–96.
5. Смолянчук, І. В. Стратегічне управління в туризмі: теорія і практика : монографія. Київ : КНЕУ, 2021. 212 с.
6. Ячнюк М. О., Підгірна В. Н., Наконечний К. П. Основні напрями покращення організаційної структури управління на туристичному підприємстві. *Інфраструктура ринку*. 2025. № 82. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/82-2025> (дата звернення: 22.05.2025)
7. UNWTO. World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2024. – UNWTO, Madrid. URL: <https://www.unwto.org> (дата звернення: 22.05.2025)

REFERENCES:

1. Kozyar L. I., & Hubska Y. V. (2021). Tsyfrovyj marketing u turystychnomu biznesi: suchasni trendy ta perspektyvy [Digital marketing in the tourism business: Modern trends and perspectives]. *Turizm i rehional'nyj rozvytok*, no. 4(28), pp.102–108.
2. Melnyk S. V., & Didkivska O. I. (2023). Finansove planuvannya v upravlinni turystychnym biznesom. [Financial planning in tourism business management]. *Biznes Inform*, no 1, pp.b134–139.
3. Mykytiuk N. P. (2020). Innovatsiyni pidkhody do upravlinnya turystychnymy pidpryyemstvamy [Innovative approaches to the management of tourism enterprises]. *Ekonomika ta upravlinnya natsional'nym hospodarstvom*, no. 6(54), pp. 48–53.
4. Ostapchuk T. M., & Tkachuk M. S. (2022). Orhanizatsiyna struktura upravlinnya turystychnym pidpryyemstvom: teoretychnyy aspekt. [Organizational structure of tourism enterprise management: Theoretical aspect]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, no 78, pp. 92–96.
5. Smolianyuk I. (2021). Strategic management in tourism: Theory and practice [Strategic management in tourism: theory and practice]. monohrafiya [a monograph]. Kyiv: KNEU. 212 p/ (in Ukrainian)
6. Yachnyuk, M. O., Pidhirna V. N., & Nakonechnyi K. P. (2025). Osnovni napryamy pokrashchennya orhanizatsiynoyi struktury upravlinnya na turystychnomu pidpryyemstvi. Infrastruktura rynku [Key directions for improving the organizational structure of management at tourism enterprises]. *Infrastruktura rynku*, no 82. Available at: <http://www.market-infr.od.ua/uk/82-2025> (accessed April 22, 2025)
7. UNWTO. (2024). *World tourism barometer and statistical annex, January 2024*. UNWTO. Available at: <https://www.unwto.org> (accessed April 22, 2024)