

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)

Ефективна
ЕКОНОМІКА

Дніпропетровський державний
аграрно-економічний університет



№ 5, 2016 [Назад](#) [Головна](#)

0 0 0 0 0 0 0 0

УДК 331.101.37

*Я. Є. Москвяк,
старший викладач кафедри теорії і практики туризму та готельного господарства,
Львівський інститут економіки і туризму, Львів*

СУЧАСНІ НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

*Y. Y. Moskviak,
Senior Lecturer of the department of theory and practice of tourism and hotel industry,
Lviv Institute of Economy and Tourism, Lviv*

MODERN SCIENTIFIC APPROACHES TO MANAGEMENT OF TOURISM ENTERPRISES

У статті представлено аналіз існуючих наукових підходів до управління туристичними підприємствами, що розроблялись вітчизняними вченими протягом останніх років. Автором розглянуто різні рівні управління та окреслено актуальні напрямки розвитку туристичних підприємств і систем управління ними. Встановлено, що особлива увага приділяється проблемам інновацій та використанню інформаційних технологій. Поряд з цим, актуальність зберігають проблеми стратегічного управління у контексті співпраці підприємств на міжнародному рівні у контексті інтеграційних процесів, а також на рівні місцевих ринків, що обумовлює потребу формування туристичних кластерів.

The paper presents an analysis of existing scientific approaches to management of tourism enterprises that developed by domestic scientists in recent years. Author considered the different levels of management and outlines current trends of tourism enterprises and management systems development. Found that special attention is paid to innovation and the use of information technology. At the same time, maintain the relevance of strategic management issues in the context of cooperation between enterprises on the international level in the context of integration processes as well as in local markets, than causes the need for formation of tourist cluster.

Ключові слова: управління підприємствами, туристичні підприємства, маркетинг туристичних підприємств, інновації, інформаційні технології у туризмі.

Keywords: enterprise management, tourism enterprises, tourism enterprises marketing, innovations, information technologies in tourism.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Ефективне управління підприємствами є запорукою стоголо зростання економіки України, досягнення ключових показників соціально-економічних програм, перспективи повноцінного членства ншої держави у Європейському союзі. Туристичні підприємства є важливим рушієм структурної перебудови економіки, підвищення якості життя населення шляхом забезпечення якісними туристично-рекреаційними послугами. У зв'язку з надзвичайною актуальністю проблеми управління туристичними підприємствами відбувається постійне нарощування масиву знань у цій сфері. Водночас, зберігає актуальність і наукове завдання аналізу та оцінки існуючих підходів до управління підприємствами туристичної галузі і відбору тих з них, що найкраще відповідають вимогам сьогодення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. У теоретико-методологічному вимірі вітчизняні науковці додержуються світових трендів. Однак, теоретико-прикладні аспекти організації туризму в Україні відзначаються деякими новаціями, розкриттям проблематики, слабо дослідженої у світовій науковій літературі. Над проблематикою управління туристичними підприємствами замислювались такі вчені, як О. А. Поліщук, Л. І. Гонтаржевська, М. Г. Рега, Л. А. Дяченко, І. М. Білецька, О. М. Загородькіна, К. А. Панасюк, І. В. Димиденко, М. Г. Бойко, Л. М. Шульгіна, О. М. Бобарікіна, В. В. Шукліна, Т. С. Кукліна, С. В. Мельниченко, В. Є. Шимкова, А. В. Мартовой, Р. Б. Кожухівська, В. Ф. Данильчук, С. Г. Нездоймінов, Т. А. Пінчук. У працях цих вчених розглянуто ті чи інші компоненти системи управління туристичним підприємством, напрямки її розвитку тощо, утім не окреслено комплексного підходу до формування наукових уявлень про комплексні напрямки розвитку менеджменту підприємств туристичної індустрії, чому і присвячується дана стаття.

Формування цілей статті (постановка завдання). Метою статті є обґрунтування комплексу наукових підходів щодо управління підприємством туристичної сфери. *Об'єкт* дослідження – процес управління туристичними підприємствами. *Предмет* – сучасні наукові підходи до управління туристичними підприємствами.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У дослідженнях, присвячених управлінню туристичними підприємствами простежується низка векторів, котрі умовно можливо розділити за рівнями впливу суб'єктів – від держави до споживачів туристичних послуг. Розглянемо докладніше існуючі підходи до трактування різних напрямків управління туристичними підприємствами.

На рівні держави важливим напрямком дослідження є пошук шляхів виведення туристичного бізнесу з тіні. Зокрема, О. А. Поліщук наголошував на важливості детінізації туристичного бізнесу. У його праці обґрунтовано сутнісні взаємозв'язки процесів тінізації економіки та нарощування частки тінювих процесів у туризмі; запропоновано нові стратегічні важелі і розроблено низку моделей взаємодії держави і туристичних підприємств щодо детінізації тінювих капіталів [1]. Проблеми інтеграційного характеру досліджувала Гонтаржевська Л. І., котра розкрила проблему включення вітчизняних підприємств у світову туристичну мережу, обґрунтувала конкурентні переваги у межах міжнародного регіону, запропонувала кластерну модель організації туристичної діяльності [2].

Загальним підходом до підприємствами туристичної сфери на рівні ринку присвячена праця М. Г. Реги. Науковець узагальнила принципи, методи й організаційні форми управління підприємствами туристичної сфери в Україні, обґрунтувала кластерно-корпоративну систему модель антикризового управління. Закладено у роботі основи вирішення проблеми підвищення ефективності співпраці підприємств туристичної сфери у кризовий період на основі реалізації потенціалу кластерної форми, що базується на використанні синергетично-інноваційного ефекту [3]. З позицій системного підходу управління туристичними

підприємствами дослідила Л. А. Дяченко. Центральною проблемою, на думку науковця, слід вважати ефективне функціонування підсистеми управління якістю, що дасть змогу оптимізувати інформаційні потоки та уникати пов'язаних з ними втрат. У розробці практичних заходів покращення управління підприємствами туристичної сфери Л. А. Дяченко теж скористалась системним підходом та взяла до уваги інтереси усіх учасників туристичного ринку. При формуванні теоретико-аналітичної функціональної моделі системи якості обслуговування науковець зосередився передовсім на іноземних споживачах [4].

Стратегічний рівень управління туристичними підприємствами дослідила І. М. Білецька. Її праця відзначається аналітичним підходом до проблем стратегічного управління у залежності від форм і видів туризму, типів туристичної діяльності. На основі цього підходу науковцем запропоновано оптимізувати вибір стратегічних пріоритетів і напрямків розвитку. Також у праці знаходимо вагомий розробку – економічну модель стратегічного управління, використання якої сприяє підвищенню ефективності управління туристичними підприємствами та полегшує адаптацію до змін навколишнього середовища [5].

Як і іноземні, вітчизняні науковці приділяють увагу проблемам сталого розвитку туристичних підприємств і індустрії загалом. У цьому контексті відзначимо працю О. М. Загорюлькіна, котрий досліджував теоретичні та прикладні проблеми формування інноваційної стратегії сталого розвитку підприємств в індустрії туризму в трансформційній економіці. У межах проведеного дослідження науковець розробив моделі і методики вибору і оцінки середньострокової інноваційної та маркетингової стратегії, запропонував маркетингову стратегію регіонального рівня, концепцію регіонального управління інноваційним розвитком туристичних підприємств [6].

Особливості сталого розвитку малих туристичних підприємств дослідила К. А. Панасюк. У її праці проаналізовано складові сталого розвитку та розкрито засоби управління за ними, побудовано інтегральний прогноз життєвого циклу малих туристичних підприємств з урахуванням внутрішнього потенціалу та зовнішнього інформаційного поля й, відтак, запропоновано удосконалення до механізму управління малими підприємствами з забезпеченням їх сталого розвитку [7]. Методичні та прикладні проблеми управління розвитком підприємств туристичного бізнесу дослідила Димиденко І. В. Науковцем систематизовано чинники розвитку туристичних підприємств, запропоновано концептуальну модель управління цим процесом, удосконалено модель рентабельності реалізації туристичних послуг та розроблено модель масового обслуговування, за допомогою якої уможливлено визначення оптимальної кількості персоналу, регулювання потоку туристів та скорочення очікування надання послуг [8].

Оригінальний ціннісно-орієнтований підхід до управління туристичними підприємствами запропонувала Бойко М. Г. У її праці запропоновано новий погляд на концепції управління підприємствами туристичної індустрії у контексті процесів глобалізації, зокрема визначено мету, напрями реалізації, завдання, систему принципів ціннісно орієнтованого управління. На основі проведеного дослідження розроблено портфель методик, які змістовно конкретизують спрямованість системи управління туристичними підприємствами за вектором ціннісно орієнтованого управління. Визначено напрями формування перспективних технологій й обґрунтовано передумови підвищення цільової ефективності ціннісно орієнтованого управління туристичними підприємствами [9].

З позицій співпраці підприємств туристичної галузі особливості організації надання послуг розглядала Л. М. Шульгіна. У якості об'єднуючого чинника співпраці суб'єктів туризму науковець обґрунтовує мотивацію до створення туристичного продукту більш високої цінності. На основі запропонованої концепції Л. М. Шульгіною було розроблено методичні рекомендації щодо організації маркетингу співпраці, що має розпочинатись з комплексних маркетингових досліджень та у результаті призводити до розробки і поширення конкурентоспроможного туристичного продукту на основі мультиатрибутивної моделі, пов'язаної з чинниками об'єктивної та суб'єктивної якості [10]. Методичні аспекти маркетингових досліджень у сфері туризму досліджені О. М. Бобаркіною. У її праці запропоновано нові підходи до комплексного аналізу діяльності туристичних підприємств, запропоновано методику експертної оцінки туристичного продукту, простежено зв'язки впливу діяльності туристичних підприємств на ділову активність регіону [11]. Продовження розробки концепції маркетингу співпраці у туристичному бізнесі знаходимо у праці В. В. Шукліної, котра досліджувала партнерські відносини у забезпеченні розвитку туристичних підприємств. У межах проведеного дослідження науковцем розроблено принципи формування партнерських відносин, визначено умови їх успішного функціонування, запропоновано методику рейтингового оцінювання сторін [12]. Ключовий результат дослідження Т. С. Кукліної описує рекомендації щодо управління взаємовідносинами з партнерами на стратегічному рівні через управління стратегіями реалізації. Її дослідження відзначається комплексністю формування наукових поглядів на роль маркетингу у розвитку туристичного підприємства, у цьому контексті заслуговує на увагу визначення конкурентної позиції підприємств на підставі впливу маркетингової складової та елементів комплексу маркетингу [13].

Використання і поширення інформаційних технологій у управлінні підприємствами туристичної галузі присвячено дослідження С. В. Мельниченко. Науковцем обґрунтовано рекомендації щодо реструктуризації системи управління за рахунок її автоматизації та модифікації. У цьому контексті запропоновано нові підходи щодо управління якістю турпослуг.

С. В. Мельниченко також здійснило розробку нового напрямку, що є еволюційним продовженням теорії туристичного підприємства – обґрунтовано діяльність «віртуальних туристичних фірм» [14]. Потужним чинником розвитку туризму та підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств вважає інформаційні технології В. Є. Шимкова. Науковцем обґрунтовано процесно-системний підхід формування туристичних потоків, у якому чільну роль відіграє якість сервісу та система інформаційного забезпечення, доведено необхідність інтеграції процесів реалізації туристичного продукту у мережу Інтернет [15]. Використання інтернет-маркетингу для підвищення обсягів продажу послуг досліджував Мартовой А. В. У його праці розроблено теоретико-методологічні засади інтернет-маркетингу, запропоновано відповідні механізми та моделі, обґрунтовано підходи до оцінки ефективності такого виду маркетингу та результативності його функціонування [16]. Використання маркетингових інформаційних технологій у комунікаційних стратегіях присвячувала дослідження Р. Б. Кожухівська. У її праці запропоновано новий підхід до вирішення проблеми реалізації комунікативних функцій на підприємстві. Відправною точкою у вирішенні цієї проблеми стало розширення використання інформаційних технологій, доступних підприємству. Зокрема, за допомогою програмного забезпечення та мережі Інтернет запропоновано формувати комунікаційну стратегію. На підставі сучасних інформаційних технологій автором розроблено організаційно-економічні механізми побудови системи комунікації туристичних підприємств і представлено нові підходи до оцінки ефективності комунікації [17].

На основі проаналізованої сукупності наукових джерел доходимо наступних висновків.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. 1. Розробка підходів до управління підприємствами туристичної сфери є важливим та актуальним науковим завданням, що потребує розв'язання у зв'язку зі стратегічними орієнтирами структурної перебудови в економіці, забезпечення сталого розвитку, подолання тіньової складової національної економіки, міжнародної інтеграції туристичних підприємств.

2. На рівні ринку туристичних послуг вагомим є напрямком розробки ефективної методики співпраці підприємств, держави, споживачів туристичних послуг у контексті побудови систем антикризового управління та управління якістю.

3. На стратегічному рівні підприємства залишається актуальним питання не лише визначення оптимальної мети та завдань, але і стратегічних пріоритетів і напрямків розвитку, що відповідає вимогам динамічного ринку туристичних послуг. У цьому контексті комплексного підходу вимагає розробка стратегій інноваційної і маркетингової діяльності.

4. У відповідності до європейських тенденцій посилення ролі в економіці малих та середніх підприємств, виокремлюється напрямком теоретико-методологічного забезпечення управління процесами розвитку у залежності від розмірів туристичного підприємства.

5. Крім традиційних маркетингових підходів до управління діяльністю туристичних підприємств спостерігаємо і появу нових, таких, що перегукуються з інноваційними підходами, поширених у країнах з розвиненою економікою. Серед цих підходів особливо виділяється ціннісно-орієнтований, котрий має великий потенціал для підвищення соціальної відповідальності туристичного бізнесу.

6. Прогрес у сфері розвитку інформаційних технологій сприяє посиленню їх інтеграції у системи управління підприємствами туристичної індустрії. Крім традиційних уявлень щодо автоматизації та модифікації системи управління, застосування інформаційних технологій у маркетингу, при розробці комунікаційних стратегій, спостерігаємо і появу нових базових концепцій, наприклад, створення та діяльність «віртуальних туристичних фірм».

Література.

1. Поліщук О.А. Державне регулювання детінізації туристичного бізнесу: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.03 / О.А. Поліщук; Класич. приват. ун-т. — Запоріжжя, 2009. — 20 с. — укр.
2. Гонтаржевська Л.І. Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств України: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.05.01 / Л.І. Гонтаржевська; Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин НАН України. — К., 2006. — 19 с. — укр.
3. Рега М.Г. Управління підприємствами туристичної сфери в Україні: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / М.Г. Рега; Європ. ун-т. — К., 2010. — 19 с. — укр.
4. Дяченко Л. А. Управління підприємствами туристичної сфери: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Л. А. Дяченко; Приват. ВНЗ "Європ. ун-т". — К., 2011. — 20 с.: рис., табл. — укр.
5. Білецька І.М. Формування економічної моделі стратегічного управління туристичним підприємством: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / І.М. Білецька; Тавр. нац. ун-т ім. В.І.Вернадського. — Сімф., 2009. — 20 с. — укр.
6. Загорюлькін О.М. Формування інноваційної стратегії сталого розвитку підприємства: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / О.М. Загорюлькін; Полтав. ун-т спожив. кооп. України. — Полтава, 2007. — 20 с. — укр.
7. Панасюк К. А. Управління розвитком малого підприємства сфери туризму: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / К. А. Панасюк; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. — Донецьк, 2011. — 19 с. — укр.
8. Димиденко І.В. Управління розвитком підприємств туристичного бізнесу: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / І.В. Димиденко; Донец. нац. ун-т

- економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. — Донецьк, 2007. — 18 с. — укр.
9. Бойко М. Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі: монографія / М. Г. Бойко. — К.: Київ. нац. торг.-екон.ун-т, 2010. — 524 с.
 10. Шульгіна Л.М. Маркетинг підприємств туристичної галузі: Автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.06.01 / Л.М. Шульгіна ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. — К., 2006. — 36 с. — укр.
 11. Бобарикіна О.М. Організація маркетингових досліджень туристичного продукту: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / О.М. Бобарикіна ; Приват. вищ. навч. закл. "Крим. ін-т економіки та госп. права". — Сімф., 2006. — 20 с. — укр.
 12. Шукліна В. В. Партнерські відносини в забезпеченні розвитку туристичних підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / В. В. Шукліна ; Херсон. нац. техн. ун-т. — Херсон, 2011. — 20 с. — укр.
 13. Кукліна Т. С. Управління комплексом маркетингу в забезпеченні розвитку туристичних підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Т. С. Кукліна ; Херсон. нац. техн. ун-т. — Херсон, 2011. — 20 с. — укр.
 14. Мельниченко О. А. Теоретико-методологічні основи державного регулювання туризму / О. А. Мельниченко. // Державне будівництво. - 2010. - № 2. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2010_2_16
 15. Шимкова В.С. Механізми формування туристських потоків на засадах логістики: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / В.С. Шимкова ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. — Донецьк, 2009. — 20 с. — укр.
 16. Мартовой А.В. Підвищення обсягів продажу послуг на підприємствах туризму на основі інтернет-маркетингу: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / А.В. Мартовой ; Таврій. нац. ун-т ім. В.І.Вернадського. — Сімф., 2006. — 20 с. — укр.
 17. Кожухівська Р. Б. Застосування інтернету як засобу інформаційних технологій у структурі комунікаційної моделі туристичної галузі / Р. Б. Кожухівська // Економіка та держава. - 2012. - № 4. - С. 61-63.

References.

1. Polischuk, O.A. (2009) "State regulation of tourism legalization", Ph.D. Thesis, Economics and management of national economy, Classical private university, Zaporizhzhia, Ukraine.
2. Hontarzhavs'ka, L.I. (2006) "Foreign economic activity of tourism enterprises Ukraine", Ph.D. Thesis, The world economy and international economic relations, Institute of World Economy and International Relations, Kyiv, Ukraine.
3. Reha, M.H. (2010) "Management of tourism sphere enterprises in Ukraine", Ph.D. Thesis, Economics and Enterprise Management, European University, Kyiv, Ukraine.
4. Diachenko, L. A. (2011) "Management of tourism sphere enterprises", Ph.D. Thesis, Economics and Enterprise Management, European University, Kyiv, Ukraine.
5. Bilets'ka, I.M. (2009) "Formation of the economic model of strategic management of tourism enterprises", Ph.D. Thesis, Economics and Enterprise Management, Tavria National University, Simferopol, Ukraine.
6. Zahorul'kin, O.M. (2007) "Formation of innovative strategies for sustainable enterprise development", Ph.D. Thesis, Economics and Enterprise Management, Poltava University of Consumer Cooperatives, Poltava, Ukraine.
7. Panasiuk, K. A. (2011) "Managing the development of small enterprises in tourism", Ph.D. Thesis, Economics and Enterprise Management, Donetsk National University of Economics and Trade, Donetsk, Ukraine.
8. Dymedenko, I.V. (2007) "Managing the development of tourism business enterprises", Ph.D. Thesis, Economics and Enterprise Management, Donetsk National University of Economics and Trade, Donetsk, Ukraine.
9. Bojko, M. H. (2010), Tsinnisno oriientovane upravlinnia v turyzmi [Value-oriented management in tourism], Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine.
10. Shul'hina, L.M. (2006) "Marketing of tourism industry enterprises", Dr.Sc. Thesis, Economics, Organization and Management, Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine.
11. Bobarykina, O.M. (2006) "Organization of tourism product marketing research", Ph.D. Thesis, Economics, Organization and Management, Crimean Institute of Economics and Commercial Law, Simferopol, Ukraine.
12. Shuklina, V. V. (2011) "Partnerships in ensuring the development of tourism enterprises", Ph.D. Thesis, Economics and Enterprise Management, Kherson National Technical University, Kherson, Ukraine.
13. Kuklina, T. S. (2011) "Managing complex of marketing in ensuring the development of tourism enterprises", Ph.D. Thesis, Economics and Enterprise Management, Kherson National Technical University, Kherson, Ukraine.
14. Mel'nychenko O. A. (2010) "Theoretical and methodological basis of state regulation of tourism", Derzhavne budivnytstvo, [Online], vol. 2, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2010_2_16 (Accessed 10 May 2013).
15. Shymkova V.Ye. (2009) "Mechanisms of formation of tourist flows based on logistics", Ph.D. Thesis, Economics and Enterprise Management, Donetsk National University of Economics and Trade, Donetsk, Ukraine.
16. Martovoj A.V. (2006) "Increasing the sales of services on tourism enterprises based on online marketing", Ph.D. Thesis, Economics, Organization and Management, Tavria National University, Simferopol, Ukraine.
17. Kozhukhivs'ka R. B. (2012) "The use of the Internet as a means of information technology in the communications model tourism industry", Ekonomika ta derzhava, vol. 4, pp.61 – 63.

Стаття надійшла до редакції 13.05.2016 р.



ТОВ "ДКС Центр"