

ГРИНЬКО

Тетяна Валеріївна



доктор економічних наук
Дніпропетровського
національного університету
імені Олеся Гончара

УДК 338.24 (477)

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

IMPROVEMENT MANAGEMENT ENTERPRISES TOURISM

Стаття присвячена визначенню основних функцій, принципів та методів управління, властивих підприємствам туристичної сфери. В статті обґрунтована необхідність дослідження інформаційних потоків в системі управління підприємствами туристичної сфери, що впливають на взаємозв'язки даних підприємств з клієнтами та підприємствами-партнерами при створенні та реалізації туристичних продуктів.

Статья посвящена определению основных функций, принципов и методов управления, свойственных предприятиям туристической отрасли. В статье обоснована необходимость исследования информационных потоков в системе управления предприятиями туристической сферы, которые влияют на взаимосвязи данных предприятий с клиентами и предприятиями-партнерами при создании и реализации туристических продуктов.

Article is devoted to the definition of basic functions, principles and methods of management inherent in tourism businesses. In the article the need to study the information flow in the management of enterprises tourism affecting the relationship of companies with customers and partners in the creation and implementation of tourism products.

Ключові слова: підприємство туристичної сфери, методи управління, функції управління, принципи управління.

Ключевые слова: предприятие туристической сферы, методы управления, функции управления, принципы управления.

Key words: Business tourism, management, management functions, management principles.

ВСТУП

Питання вдосконалення управління підприємствами туристичної галузі потребують значної уваги через високу конкуренцію на ринку туристичних послуг і швидкі зміни туристського попиту. Виникає необхідність вивчати, контролювати та підвищувати туристський попит, в першу чергу, за рахунок диверсифікації туристичних продуктів та окремих туристичних послуг, що будуть максимально задовольняти потреби споживачів.

Проблеми управління туристичними підприємствами висвітлені в багатьох працях вітчизняних та зарубіжних науковців. Серед них роботи, що присвячені дослідженню питань управління підприємствами туристичної галузі Л. П. Дядечко, Л. А. Дяченко, Н. І. Кабушкін, В. А. Квартальнов, Ф. В. Кифяк, М. П. Мальська, Н. В. Чорненко, І. М. Школа та ін.

МЕТОЮ РОБОТИ є визначити основні функції, принципи та методи управління, властиві підприємствам туристичної сфери, оскільки проблема управління підприємствами туристичної галузі полягає у тому, що забезпечення конкурентних переваг даних підприємств можливе лише за умов вдосконалення існуючих методів управління та впровадження інноваційних методів. Швидкі зміни у туристичному попиті вимагають швидкої

реакції та адаптації до них за допомогою відповідних змін управлінських методів.

При проведенні дослідження використано методи порівняння, узагальнення, дедуктивний та індуктивний методи.

РЕЗУЛЬТАТИ

В умовах сучасного економічного розвитку, який перебуває під впливом глобалізаційних процесів, все більше уваги приділяється розвитку підприємств невиробничої сфери. Так туристична галузь за останні роки набула статусу однієї з найприбутковіших у світі, що має позитивний вплив на диверсифікацію економіки через генерування суміжних галузей, які приймають участь у створенні та реалізації на туристичному ринку туристичних продуктів та послуг.

З кожним роком туристичні потоки невпинно зростають, змінюється попит споживачів, що призводить до переорієнтації напрямків обслуговування та диверсифікації туристичних продуктів та послуг. У ринкових умовах господарювання підприємства туристичного спрямування вимушені швидко реагувати та адаптуватись до конкурентного середовища шляхом вдосконалення існуючих методів управління.

Існують різні визначення поняття туристичне

підприємство, серед яких: туристичне підприємство – це самостійний господарюючий статутний суб'єкт, який має права юридичної особи, здійснює комерційну та науково-дослідну діяльність з метою отримання прибутку [7]. Тобто це самостійний суб'єкт господарювання, який створює та реалізує туристичні товари та послуги з метою отримання прибутку. Досліджуючи діяльність туристичних підприємств, слід зазначити, що їх основними функціями є організаційна, посередницька (в залежності від класифікації туристичних підприємств) та торговельно-банківська. Завдяки ефективному управлінню, що є економічною категорією, яка представляє особливу форму економічних відносин, що впливають на процеси, об'єкт чи систему, щоб зберегти її стійкість або перевести в інший стан відповідно до поставлених цілей [5], реалізуються такі складові ефективного функціонування туристичних підприємств:

- достатня кількість клієнтів (туристів та екскурсантів);
- високі вимоги до якості туристичних послуг, тобто до якості обслуговування персоналом підприємства, якості транспортних перевезень, проживання, безпеки, та ін.

Управління туристичними підприємствами складається з трьох основних елементів:

- загальне управління: розробка стандартів, нормативних вимог, управлінської політики та інших політик підприємств, організація діяльності підприємства, тактичне та стратегічне планування, забезпечення координації та контролю діяльності;

- управління структурою туристичного підприємства, визначення предмету діяльності та основних задач, встановлення партнерських зв'язків тощо;

- управління конкретними сферами управління, серед яких фінанси, маркетинг, інноваційний розвиток, управління персоналом та ін.

Управління туристичними підприємствами базується на функціях та принципах управління. Виходячи з того, що основою функціонування туристичних підприємств є створення та реалізація туристичних продуктів та послуг, до специфічних функцій слід віднести планування пропозицій щодо створення ексклюзивних турпродуктів, контроль за якістю послуг, що надаються, планування та контроль взаємовідносин з постачальниками туристичних послуг, що задіяні у створенні турпродуктів, контроль за процесом виконання прийнятих рішень щодо виходу на нові туристичні ринки. До особливостей управління туристичними підприємствами відносяться: дослідження туристичного попиту та потреб споживачів, що формують туристичні пропозиції з орієнтацією на різні сегменти туристів; дослідження вітчизняного та зарубіжного ринку туристичних послуг; створення пропозицій додаткових послуг, відповідно до якісних та грошових показників, що характеризують туристський сегмент; організація збуту турпродуктів та окремих турпослуг за допомогою системи франчайзингу, що набуває все більшої популярності в Україні; вдосконалення інформаційної складової за допомогою сучасних технологій; необхідність обов'язкового професіоналізму персоналу, що здійснює, координує та

контролює чіткість надання турпослуг, в тому числі, й координацію дій приймаючої сторони на випадок надзвичайних ситуацій; забезпечення максимального задоволення потреб, комфорту та безпеки споживачам; стимулювання туристського попиту за допомогою зворотного зв'язку та формування стабільної клієнтської бази; досягнення забезпечення сталого розвитку підприємства; переваги рефлексивної оцінки діяльності підприємства споживачами порівняно з економічними [2].

До принципів управління туристичного підприємства слід віднести наступні:

- принцип плановості, який базується на встановленні основних напрямків розвитку туристичного ринку;

- принцип наукового обґрунтування управління, який забезпечується здібностями керівників приймати рішення щодо планування соціально-економічних перетворень з урахуванням наукового підходу;

- принцип мотивації, який полягає в ефективній системі винагород;

- принцип відповідальності, який передбачає виконання покладених на керівника або підлеглих конкретних завдань;

- принцип законності, тобто відповідність застосованих методів управління вимогам чинного законодавства;

- принцип цілісності об'єкта та суб'єкта управління, який полягає в управлінні туристичним підприємством, як єдиною комплексною системою, яка має вхід, зворотний зв'язок та зв'язок із зовнішнім середовищем;

- принцип стійкості системи управління, що забезпечується якістю тактичного та стратегічного управління, а також швидкістю реагування системи менеджменту до змін внутрішнього середовища.

Управління організацією роботи туристичного підприємства, передбачає три основні напрямки:

- управління створенням туристичного підприємства;

- управління планування та створення туристичного продукту;

- управління збутом туристичних продуктів та послуг.

Успішна реалізація функцій та принципів управління туристичними підприємствами забезпечується ефективністю використання управлінських методів. Методи управління – це сукупність способів та прийомів впливу на колектив працівників та окремих виконавців з метою досягнення поставлених цілей [3]. Всі методи управління частково доповнюють один одного, та використовуються як окремо, так і в різних комбінаціях відповідно до специфіки діяльності туристичного підприємства. Методи управління за змістом ідентифікуються з основними функціями управління – прогнозуванням, плануванням, мотивуванням, контролюванням та регулюванням, реалізація яких забезпечить ефективне використання ресурсів підприємства та швидке реагування на зміни, що відбуваються під впливом внутрішнього та зовнішнього середовища.

Економічні методи посідають основне місце в управлінні туристичними підприємствами, які базуються на використанні інтересів і засобів, що стимулюють

матеріальну зацікавленість керівництва та персоналу, передбачають розробку планово-економічних показників та засобів з метою досягнення поставленої мети. Завдяки їх використанню підвищується дієвість та результативність економічних важелів та стимулів.

До сутності аспекту, що характеризує процес управління, орієнтований на використання економічного сегменту зовнішнього середовища, відносяться: формування системи оподаткування та визначення дієвої амортизаційної політики, що забезпечує оновлення матеріальних та нематеріальних активів підприємства. Другий аспект економічних методів управління пов'язаний з управлінським процесом, який орієнтований на використання різних економічних важелів (фінансування, кредитування, ціноутворення тощо) [6].

За допомогою організаційно-адміністративних методів визначається структура управління туристичним підприємством, встановлюються права та обов'язки кожного працівника та регламентуються їх функції, що направлені на реалізацію процесу управління. Організаційно-адміністративні методи (регламентовані та розпорядчі) – це комплекс способів та прийомів впливу на працівників, що мають за основу використання організаційних відносин та адміністративної влади керівництва [6].

Система управління туристичного підприємства вимагає постійного вдосконалення організаційно-адміністративних методів, які направлені, в першу чергу, на розподіл та споживання турпродуктів, досягнення максимального задоволення потреб туристів, підвищення якості туристичних послуг.

Основною метою застосування соціально-психологічних методів управління є формування в колективі позитивного соціально-психологічного клімату, що сприяє вирішенню виховних, організаційних та економічних задач. Практична реалізація соціально-психологічних методів здійснюється за допомогою різних способів соціального орієнтування та регулювання, вирішення конфліктів, гуманізації праці та ін. Необхідність використання соціально-психологічних методів полягає ще в тому, що вони дозволяють своєчасно враховувати мотиви діяльності та потреби працівників, спостерігати зміни певних ситуацій та приймати оптимальні управлінські рішення.

В умовах жорсткої конкуренції туристичного ринку туристичні підприємства вимушені розробляти та впроваджувати нові ефективні методи управління. В основі функціонування туристичного підприємства є інформаційні потоки, які формуються в напрямках взаємозв'язків продавця та споживача туристичних послуг та в напрямках партнерських зв'язків. Все це призводить до необхідності вдосконалення інформаційної складової управління. Інформаційні методи направлені, в першу чергу, на оптимізацію управлінської діяльності, зниження собівартості туристичних послуг, стимулювання споживчого попиту. Інформаційні методи базуються на використанні інформаційних технологій – комп'ютерних

систем, які можна поділити на три класи [4]:

- основні технологічні системи, які забезпечують виконання замовлень клієнтів (системи резервування та бронювання);

- допоміжні системи, які автоматизують службові функції туристичних підприємств із формування документів: рахунків, ваучерів, квитків і путівників, а також взаєморозрахунки з головними комп'ютерними і транспортними системами;

- системи управління, які актуалізують дані про діяльність фірм і надають керівникам інформацію, необхідну для ухвалення рішень.

Вдосконалення методів управління має орієнтуватись на стратегії розвитку підприємства, що пов'язані з:

- технологічним оновленням матеріальної бази та застосуванням технічних прийомів для підвищення туристського попиту;

- розширенням спектру турпродуктів та турпослуг, що відповідає та максимально задовольняє швидкозмінний туристський попит;

- впровадженням новітніх інформаційних технологій для підвищення ефективності реалізації управлінських функцій.

Необхідно досліджувати та враховувати зарубіжний досвід управління туристичними підприємствами, який формується на принципі зниження постійних витрат і збільшення змінних. Так широке запровадження аутсорсингу туристичними підприємствами дозволить вирішити ними завдання організаційно-управлінського та технологічного спрямування.

ВИСНОВКИ

За допомогою ефективного використання методів управління забезпечується ефективність організації процесу управління туристичного підприємства. В умовах постійно зростаючої конкуренції туристичні підприємства вимушені впроваджувати специфічні методи управління відповідно до обраної стратегії розвитку. Враховуючи важливе місце інформатизації в процесах управління туристичними підприємствами, незалежно від напрямку їх діяльності, необхідною умовою підвищення ефективності діяльності є впровадження інформаційних технологій з метою підвищення прибутковості туристичних підприємств.

Література:

1. Гольдштейн Г. Я. Основы менеджмента: Учебное пособие / Г. Я. Гольдштейн. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2003.
2. Дяченко Л. А. Суть та особливості управління підприємствами туристичної сфери / Л. А. Дяченко // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2011. – №1.
3. Кабушкин Н. И. Основы менеджмента: Учебное пособие / Н. И. Кабушкин. – М.: Новое знание, 2009. – 336 с.
4. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика / М. П. Мальська, В. В. Худо. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 368 с.