

### Список літератури

1. Бережная Н. В. Управление общественным питанием / Н. В. Бережная. – М. : Экономика, 2004. – 213 с.
2. Витрати і доходи домогосподарств України у 2010 році (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України) : стат. зб. – К. : Державний комітет статистики України, 2011.
3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://ukrstat.gov.ua>>.

Отримано 01.02.2013. ХДУХТ, Харків.

© Л.М. Яцун, 2013.

УДК 379.851.535

**О.В. Борисова**, канд. екон. наук

## УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ ТА ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

*Розглянуто теоретичні та методичні підходи щодо управління операційною діяльністю та реалізації сучасних технологій у туризмі та готельному господарстві, що сприятиме удосконаленню управління підприємством і формуванню його нової операційної політики.*

*Рассмотрены теоретические и методические подходы к управлению операционной деятельностью и реализации современных технологий в туризме и гостиничном хозяйстве, что способствует совершенствованию управления предприятием и формированию его новой операционной политики.*

*The theoretical and methodical approaches are considered on operating activity management and realization modern technology in tourism and hotel facilities that is the improvement of management enterprise and shaping his new operating politicians.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Розвиток туристичного бізнесу в Україні характеризується появою великої кількості туристичних підприємств, які створені з метою задоволення попиту на подорожі, відпочинку та розваги. Збільшення попиту в свою чергу висунуло підвищені вимоги до планування маршрутів і турів та організації обслуговування. У таких умовах створення турпродукту турфірмами і його просування на ринок вимагає постійного вдосконалення якості послуг, технології обслуговування, професійного рівня працівників підприємств туризму. Різні види і форми туризму, типи клієнтів, а також знання технології та організації обслуговування

клієнтів на підприємствах готельного господарства і туризму вимагають від менеджерів відповідних знань, умінь і навичок. По-перше, це знання рекреаційних ресурсів, курортів і турцентрів, оволодіння навичками управління підприємством туристичної діяльності, основ підприємницької та господарської діяльності в Україні, тому основні питання щодо управління операційною діяльністю в туризмі та готельному господарстві актуальні та вимагають подальших досліджень із цієї теми.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження операційної діяльності в туризмі та готельному господарстві мають місце у відомих наукових працях М. Бойко, Л. Гопкало, Л. Бовш, І. Зорина, В. Квартальянова, М. Жукової та ін. [1-5]. У результаті узагальнення та систематизації результатів наукових досліджень визначили, що теоретичні та методичні підходи з операційної діяльності в туризмі та готельному господарстві не завжди комплексно відображають основні проблеми та заходи їх вирішення, а розкривають окремі складові операційних систем та технологій діяльності підприємств туризму та готельного господарства.

**Мета та завдання статті.** Актуальність дослідження та наявність великої кількості невирішених теоретичних питань, поставили за мету: визначити основні напрями формування операційної політики підприємства та розглянути комплекс заходів щодо удосконалення управління операційною діяльністю галузевих підприємств.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Туризм є однією з важливих галузей народного господарства. За невеликих капіталовкладень туризм є однією з найприбутковіших галузей. Щорічний дохід від туризму у світі складає 3 трл доларів США. На туризм припадає 6% ВВП світу, 7% інвестицій. В останні 20 років середньорічні темпи зростання числа прибуттів від іноземних туристів у світі склали 5,1%. За прогнозами експертів, бурхливий розвиток міжнародного туризму буде продовжуватися і далі.

Європа посідає провідне місце на туристичному ринку і є найбільш відвідуваним регіоном світу, приймаючи 51% від загального числа міжнародних подорожей. Серед 10 країн світу, які мають найбільші обсяги міжнародного туризму та отримують від нього найбільші надходження, 6 – це країни Європи (Іспанія, Франція, Італія, Німеччина, Велика Британія та Туреччина), більше того, 5 із них є членами Європейського Союзу. Загалом на країни Європейського Союзу (ЄС-27) припадає 76% від загальноєвропейського обсягу подорожей, а саме – 382,4 млн доларів США.

У 2011 р. темпи приросту туристичних показників у Європі в середньому становили 6% (проти 3% у 2010 р.). Найбільше зросли показники в субрегіонах Середземномор'я (8,1%) і Центральної та

Східної Європи (7,7%). Найменші темпи зростання – у Західній (2,8%) та Північній Європі (5,2%). Проте абсолютні показники у субрегіоні Західна Європа (158,3 млн подорожей) поступаються лише Середземноморському субрегіону (182,8 млн подорожей), тоді як у країнах Центральної та Східної Європи зареєстровано лише 100,8 млн міжнародних подорожей.

До топ-10 країн світу за показниками надходжень від туризму крім 6 вищезгаданих європейських країн входять США, Китай, Австралія та Гонконг.

У 2011 р. найбільше зростання надходжень від туризму продемонстрували Гонконг (25%), США (12%), Іспанія (9%) та Велика Британія (7%). Звертає на себе увагу, що до десяти країн із найбільшими надходженнями від туризму входять переважно країни з розвинутою економікою. Список країн, чії видатки на міжнародні подорожі зросли найбільше, очолюють країни з ризиковою економікою: Китай (38%), Бразилія та Індія (по 32%), Росія (21%). Вже за ними з великим відривом крокують країни, що є традиційними постачальниками туристів на світові туристичні ринки – США та Німеччина (показники видатків їх громадян на міжнародні подорожі у 2011 р. зросли відповідно на 5 і 4%) [6; 7].

Україна завдяки ефективному використанню свого великого туристично-рекреаційного потенціалу може увійти до числа найбільш розвинених щодо туризму країн світу. Проте маючи значні обсяги туристичного обміну, які дають змогу Україні посідати за цими показниками чільні місця у Європі, наша держава має мізерні (навіть у порівнянні із нашими сусідами) надходження від туризму. Ринкова частка України в цих доходах складає лише 0,3%, що є рівнем статистичної похибки [1, с. 8]

Так, за останні роки кількість громадян України, які виїжджали за кордон станом на 2011 р склала 19,8 млн осіб, у порівнянні з 2000 роком на 48% зросла (13,4 млн у 2000 р). Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну у цей час – 21,4 млн осіб, що в 3,3 рази перевищує дані 2000 р. (6,4 млн осіб). Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – усього 2,3 млн осіб (у 2000 – 2 млн осіб). Кількість підприємств готельного типу зросла до 1731 підприємств (79,8 тис. номерів), у порівнянні з 2000 р. на 24% за кількістю готелів і на 28 за кількістю номерів (62,3 тис. номерів у 2000 р.).

Отже, за розрахунками Всесвітнього Економічного Форуму Україна за індексом туристичної конкурентоспроможності (обраховується для 130 країн), у 2007 р. посідала 78 місце, а у 2011 р. її рейтинг понизився до 85 місця. Ця ситуація безумовно пов'язана з недооцінкою більшості історико-культурних об'єктів і екологічних

проблем, так і відсутністю інформації про різноманіття наших природних ресурсів і багатством історико-культурної спадщини.

Але не останню роль у підвищенні конкурентоспроможності підприємств сфери туризму відіграє ефективний операційний менеджмент. Операційна (або виробнича) діяльність є центральною функцією, її реалізація можлива завдяки раціональному поєднанню в часі та просторі засобів, а також предметів праці й самої праці. Це пояснюється тим, що з позиції системного підходу діяльність підприємства, в цілому, можна розглядати як складну систему, яка складається із підпорядкованих менш складних систем. Приклад операційної системи готелю наведено на рисунку. Однією з важливих підсистем підприємства є виробнича [1].

Група американських авторів [8] дає наступне визначення: «Операційний менеджмент (Operation Management) – це діяльність, пов'язана з розробкою, використанням і удосконаленням виробничих систем, на основі яких виробляється основна продукція чи послуги компанії». Тоді як П. Белінський визначає виробничий (операційний) менеджмент як управління діяльністю, яка належить до створення товарів та послуг шляхом перетворення входів (необхідних ресурсів усіх видів) у виходи (готові товари та послуги).

Але, під виробництвом у основному, мається на увазі випуск товарів і переробка сировини. А термін «операції» ширший, він включає не тільки виробництво товарів, але й надання послуг. Також, операції являють собою будь-яку продуктивну діяльність як власне виробництво, так і будь-яку іншу, пов'язану з творчим процесом. Загалом усі дії, в наслідок яких виробляються товари та надаються послуги, мають загальну назву – «операційна функція».

Операційна функція містить у собі ті дії, у результаті яких виробляються товари і послуги, що пропонуються споживачам. З огляду на операційну функцію будь-якого підприємства «система виробничої діяльності» підприємства визначається як «операційна система», яка складається з трьох підсистем: переробної, підсистеми забезпечення та підсистеми планування і контролю. Основні процеси у цих системах – це технології. Технологія – це сукупність виробничих методів і процесів у окремій галузі виробництва. Покращення кожної ланки технологічного процесу веде до позитивних змін якості, швидкості та вартості, тим самим впливаючи на суспільство і економіку країни.

Автори М. Мескон, М. Альберт і Ф. Хедоури вказують, що ефективність управління операційною системою, а отже і здійснення його ключової функції – планування, визначається продуктивністю системи, тобто відношенням її «виходу» до «входу»: «все те, що впливає на вхідні або на вихідні величини, викликає зміни в продуктивності». Згідно з цим, вважаємо, що основна мета

операційного менеджменту – здійснювати управління створенням продукції та послуг, що відносяться до основної діяльності підприємства, затребувані ринком, підвищують і дають позитивний економічний ефект.

Проте, для удосконалення операційної діяльності підприємств в туризмі та готельному господарстві слід врахувати низку специфічних особливостей підприємств:

- попит, що змінюється на продукцію і послуги;
- різноманітний асортимент продукції, яку підприємства реалізують безпосередньо споживачам;
- територіальне розосередження підприємств невеликих розмірів;
- спеціалізація продукції та послуг і можливість її зміни;
- процес виробництва і надання послуг здійснюється в присутності споживача;
- комбінована пропозиція послуг [1-6].

Також аналіз діяльності підприємств туризму та готельного господарства виявив, що важливими чинниками розвитку операційної діяльності підприємств на ринку міжнародного туризму є :

1. Економічний ріст і соціальний прогрес, що привели до розширення обсягу не тільки ділових поїздок, але й поїздок із пізнавальними цілями.

2. Удосконалювання всіх видів транспорту, які сприятимуть здешевленню поїздок.

3. Інтенсифікація праці й одержання працюючими різних за періодами відпусток припускають необхідність більш змістовного відпочинку.

4. Розвиток міждержавних зв'язків і культурних обмінів між країнами сприяє розширенню міжособистісних зв'язків як між, так й усередині регіонів.

5. Розвиток сфери послуг стимулює технологічний прогрес в області телекомунікацій і збільшує зацікавленість у відвідуванні різних країн і регіонів.

6. Ослаблення обмеження на вивіз валюти в багатьох країнах і спрощення прикордонних формальностей також стимулює розвиток туризму.

Операційний менеджмент у туризмі та готельному господарстві зустрічається з рядом проблем, які повинні враховуватися під час формування операційної політики підприємств (рисунк).



**Рисунок – Технологія формування ефективної операційної політики підприємств туризму та готельного господарства**

1. Одна із проблем – це дорожнеча відпочинку у власній країні. Це стосується як високих цін на проживання в готелях і пансіонатах, так і дорогим авіаперевезенням. І цими проблемами вміло користуються закордонні оператори, випускаючи на вітчизняний ринок величезну кількість пропозицій недорогого відпочинку в країнах Греції, Італії, Іспанії, де рівень сервісу як правило перевершує послуги підприємств гостинності в Україні, причому ціни через найжорсткішу конкуренцію туроператорів годинаю кричуще низькі.

2. Слабка законодавча база. З розвитком туристичної діяльності з'явилося багато нових туристичних агентств, які спричинили необґрунтовані знижки для закріплення на ринку. Багато турфірм – непрофесіонали. Виходом із даної ситуації є обов'язкове закріплення турагентств прямими договорами з туроператорами.

3. Поява он-лайн бронювання. З одного боку зручність для туриста очевидна, але з іншого – виникають питання у випадку невиконання компаніями у разі здійснення операційної діяльності окремих зобов'язань і турист не знає хто має відповідальність. Фахівці

рекомендують розробити законодавчі процедури щодо відповідальності усіх суб'єктів тур-ринку.

4. Існування турсервісераційного демпінгу, який сприяє загостренню конкуренції, але завжди якості туристичних послуг.

5. В Україні інфраструктура вимагає корінних змін, зокрема дорожні покриття, рівень технічного оснащення окремих транспортних компаній та ін.

Тому, важливим моментом є формування за підтримки експертів світової туристичної сучасного українського туристичного продукту, орієнтованого як на українських, так і закордонних туристів.

У результаті дослідження методичних підходів та особливостей здійснення операційної діяльності рекомендовано складові операційної політики (рисунок).

**Висновки.** Таким чином, на наш погляд операційна діяльність підприємств туризму та готельного господарства – це діяльність, яка полягає в ефективному і раціональному управлінні операціями з виконання основних функцій підприємства. Під час формування операційної політики в туризмі та готельному господарстві необхідно розширювати асортимент туристських й екскурсійних програм, на що вказують різні фахівці, посилити взаємодію турсервісераційних підприємств із турагентами і готелями, оптимізувати календар заходів країни, міст, регіонів, сприяти розвитку бренду лідерів ринку.

#### *Список літератури:*

1. Москаленко М. А. Туристичний імідж України / М. А. Москаленко // Географія та туризм. – 2011. Вип.12 – С. 83–87.

2. Бовш Л. А. Предприятия гостиничного хозяйства Украины: состояние и перспективы развития / Л. А. Бовш // Культура народов Причерноморья. Сер. экономическая. – 2009. – Вып. 167. – С. 23–27.

3. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М. А. Жукова. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 200 с.

4. Зорин И. В. Энциклопедия туризма : справочник / И. В. Зорин, В. А. Квартальянов. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 363 с.

5. Кулачинская А. Ю. Основные проблемы развития туризма в России и за рубежом / А. Ю. Кулачинская // Экономическая наука и практика : междунар. заоч. науч. конф: [материалы]. – Чита : Молодой ученый, 2012. – С. 187–189.

6. Міжнародний імідж України: міфи та реалії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : < <http://razumkov.org.ua>>.

7. UNWTO World Tourism Barometer. Advance Release, January 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : < <http://www.unwto.org>>.

8. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии : учебник для вузов : [пер. с англ.] / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд . – М. : Банки и биржи : ЮНИТИ, 1998. – 576 с.

Отримано 01.02.2013. ХДУХТ, Харків.

© О.В. Борисова, 2013.

УДК 338.48.009.12

**В.М. Селютін**, канд. екон. наук

**Г.В. Токарчук**, асп.

## **АНАЛІЗ ІНДЕКСУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ**

*Розглянуто питання аналізу тенденцій туристичної галузі України. Наведено аналітичне представлення даних Всесвітнього Економічного Форуму з рейтингу конкурентоспроможності сфери подорожей та туризму. Визначено вплив туристичної сфери на національну економіку. На основі аналізу запропоновано пріоритетні напрями програми розвитку туристичної галузі в Україні.*

*Рассмотрен вопрос анализа тенденций туристической сферы. Приведено аналитическое представление данных Всемирного Экономического Форума по рейтингу конкурентоспособности отрасли путешествий и туризма. Определено влияние туристической сферы на национальную экономику. На основе анализа предложены приоритетные направления программы развития туристической отрасли в Украине.*

*The question of the analysis of tendencies of the tourist sphere is considered. Analytical data presentation of the World Economic Forum on a rating of competitiveness of branch of travel and tourism is given. Influence of the tourist sphere on the national economy is defined. On the basis of the analysis it is offered the priority directions of the program of development of the tourist branch in Ukraine.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Останнім часом стабільним трендом в історії міжнародного туризму залишається збільшення кількості туристичних прибуттів, поживавлення інтересу до віддалених дестинацій, зростання частки доходів від туристичної діяльності в національних показниках ВВП різних країн. У рамках