

УДК 338.48

DOI: 10.31891/2307-5740-2019-270-3-35-37

БАЙДА Б. Ф.

Східноєвропейський університет імені Лесі Українки

МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИЗМУ З ПОЗИЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ ПІДХОДІВ

У статті досліджено та запропоновано графічні моделі менеджменту туризму з позиції функціонального, якісного та кількісного підходів, подано і обґрунтовано основні ознаки зазначених моделей. Описано головні властивості моделі процесно-системного підходу до менеджменту туризму.

Ключові слова: модель, менеджмент, туризм, ознаки, властивості.

BAJDA B.

Lesya Ukrainka Eastern European National University

МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИЗМУ З ПОЗИЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ ПІДХОДІВ

The purpose of the article is to show the models of tourism management in relation to functional, quantitative, qualitative, system, process management approaches. According to the functional approach, tourism management is a management system, which includes the adoption of management decisions by subjects of the management system, tourism management functions, tourism management facilities (tourism products, tourism services, tourism resources, tourism markets), the effective use of methods and tools for influencing tourism activity to meet individual tourist needs of consumers. The model of tourism management from the standpoint of qualitative and quantitative approaches includes elements: subjects of tourism management; quantitative and comprehensive information on the methods of tourism management; collection, analysis, processing, generalization of tourism development information; identification of the need for decision-making concerning the improvement of qualitative and quantitative results of development of the tourism sector; formation of managerial decisions on improvement of qualitative and quantitative results; implementation of managerial decisions, control, adjustment. The process and system model of tourism management covers the following elements: management levels, security complex, management functions, management technologies, factors influencing tourism development and subjects of tourism management system. The effectiveness of the tourism management system is related to the ability of managers to take into account in their activities the principles, models of tourism management in relation to different approaches, determine its actions, formation and development. Knowledge of the principles, models of tourism management, their mechanism of action, forms of identification and application in the process of tourism activity in a competitive environment contribute to the effective management of tourism organizations, the process of providing tourist services and products, to meet the individual tourist needs of consumers.

Key words: model, management, tourism, signs, properties.

Вступ. Туризм постає однією із конкурентоспроможних і високодохідних сфер економіки. Туристична діяльність є прискорювачем активності суб'єктів господарювання, територій, задіяних у сфері туризму. Однак сфера туризму не цілком і не завжди розвивається однаково, відсутнє ефективне застосування ресурсів. Потреба вивчення та розуміння взаємодії між елементами системи менеджменту туризму, пошуку напрямів стратегічного розвитку туристичної сфери визначається значенням соціально орієнтованого сегменту економіки в сучасних умовах змін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний доробок у вивчення і розвиток концепцій менеджменту туризму здійснили такі зарубіжні, вітчизняні науковці, зокрема, А. Амоша, І. Андренко, В. Герасименко [2], Л. Дяченко, В. Євдокименко, Р. Каплан, К. Каспар, В. Киф'як, В. Кіптенко [2], О. Кравець, Й. Кріппендорф, С. Оптнер, І. Писаревський, В. Фреер, І. Школа [4], З. Юринець [6]. Однак, ще не належному рівні розкрито проблему розгляду менеджменту туризму з різних підходів, формування і розвитку системи менеджменту туризму.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В контексті становлення економічної думки відчувається нестача доробок розгляду менеджменту туризму з різних підходів, зокрема, системного, процесного, функціонального, кількісного та якісного.

Постановка завдання. Метою статті є відображення моделей менеджменту туризму відносно різних підходів управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. Актуальною проблемою сучасності є вибір ефективних підходів щодо управління сферою туризму і формування системи менеджменту туризму. Менеджмент туризму можна розглядати з позиції функціонального, кількісного та якісного та інших підходів. На рис. 1 зображено графічну модель менеджменту туризму з позиції функціонального підходу.

За функціональним підходом менеджмент туризму є системою управління, яка втілюється через функції менеджменту (планування діяльності, організування, мотивування, контролювання і регулювання, оцінювання й аналізування туристичної діяльності). Особливість цих функцій є те, що в основі покладено чіткі об'єкти менеджменту туризму: туристичні продукти, послуги, ресурси, ринки. Завдяки ефективному застосуванню методів і засобів впливу на туристичну діяльність можна досягнути важливу ціль – задоволення індивідуальних туристичних потреб споживачів.

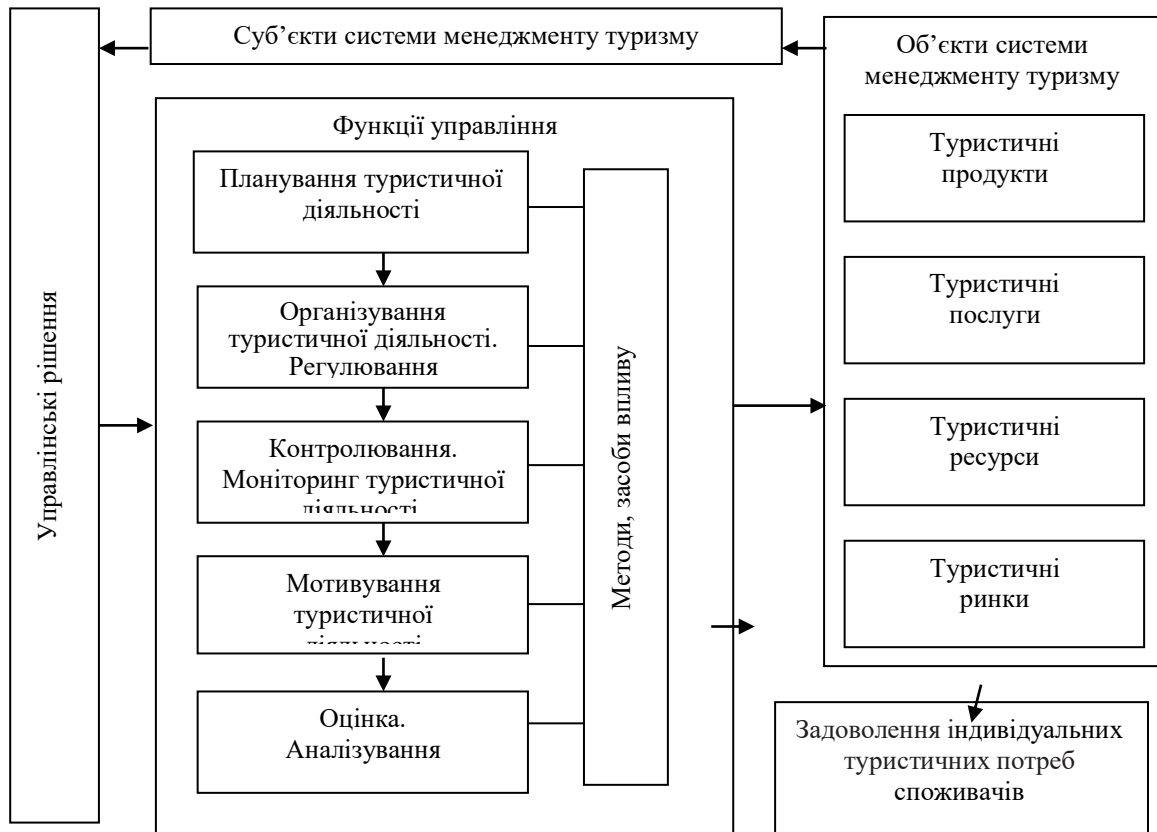


Рис. 1. Менеджмент туризму з позиції функціонального підходу

Процес менеджменту туризму доцільно розглядати крізь призму основних і сполучних функцій. Серед основних функцій вагомими є функції організування, планування, контролювання, посеред сполучних – насамперед мотивування й ухвалення управлінських рішень. На рис. 2 зображено графічну модель менеджменту туризму з позиції якісного та кількісного підходів.



Рис. 2. Менеджмент туризму з погляду якісного та кількісного підходів

Узагальнення інформації є обов'язковою умовою перевірки на адекватність зроблених висновків щодо об'єктів, на які спрямований контроль в системі менеджменту туризму. Наслідком проведеного аналізу якісних і кількісних підходів може бути ідентифікування, виявлення потреби ухвалення управлінських рішень чи рекомендація про те, що відповідає необхідності у здійсненні коригувальних дій. У випадку одержання інформації щодо наявної проблеми, суб'єкти менеджменту туризму формують відповідні управлінські рішення, впроваджують їх у практику, проводять контролювання реалізованих рішень, відстежуючи зміни, динаміку якісних і кількісних результатів. У теорії управління трапляються випадки поєднання різних підходів, зокрема, процесного чи функціонального підходу із системним або іншими підходами. Модель процесно-системного підходу до менеджменту туризму розглядає цілі розвитку сфери туризму, завдання, зміст і результати туристичної діяльності, форми організаційної діяльності, методи управління та засоби впливу, які чітко детерміновані відповідними елементами в процесі виконання функцій менеджменту туризму.

Процесно-системна модель функції самоорганізації охоплює такі елементи: рівні управління, комплекс забезпечення, функції управління та визначається технологіями менеджменту, вмістом компонентів структури туристичної діяльності, процесу організації цього виду діяльності.

Підсистеми процесуальних функцій менеджменту утворюють систему менеджменту туризму, тобто єдине ціле, і мають бути досліджувані із урахуванням їхніх взаємних впливів.

Вирішення проблемних питань розвитку туризму можливе у разі розгляду елементів процесно-системної моделі у взаємодії та цілісності. Основою функціонування процесно-системної моделі є властивості, ознаки процесів і систем, які розглядають із урахуванням певних ситуацій, що зумовлені станом внутрішніх чинників (змінних) підсистем процесуальних функцій та впливом зовнішніх чинників.

Чинники, що впливають на розвиток туризму та суб'єкти системи менеджменту туризму складають основу цієї системи. Значимість, вагомість впливу чинників на суб'єкти системи менеджменту туризму на різних етапах діяльності, управління та у ході реалізації різних функцій не однакова.

Висновки. Формування цілей у менеджменті туризму і вибір методів їхнього досягнення є наслідком перманентного акумулювання й обробки інформації, що отримують суб'єкти системи менеджменту. Від її повноти, якості, своєчасності та достовірності отримання буде залежати раціональність управлінських рішень.

Ефективність системи менеджменту туризму пов'язана з тим, як топ-менеджери, апарат управління враховує в своїй діяльності принципи, моделі менеджменту туризму відносно різних підходів, які визначають його дії, формування та розвиток. Знання принципів, моделей менеджменту туризму, механізму їх дії, форми виявлення і застосування у процесі туристичної діяльності в конкурентних умовах сприяють ефективному управлінню менеджерами туристичними організаціями, процесом надання туристичних послуг та продуктів, задоволення індивідуальних туристичних потреб споживачів.

Література

1. Герасименко В. Развитие теории системного подхода применительно к исследованию сферы туризма / В. Герасименко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/553/1>
2. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник / В. К. Кіптенко. – Київ: Знання, 2010. – 502 с.
3. Оптнер С. Л. Системный анализ для решения проблем бизнеса и промышленности: монография / С. Л. Оптнер; [пер. с англ. С. П. Никанорова]. – [2-е изд.]. – М.: Аналит. центр «Концепт», 2003. – 205 с.
4. Школа І.М. Менеджмент туризму: підручник / І.М. Школа. – Чернівці: Книги-XXI, 2011. – 464 с.
5. Юринєць З. В. Основні аспекти формування маркетингової політики на підприємствах туристичної галузі України / З. В. Юринєць, Н.В. Мельник // Вісник Херсонського державного університету. – Херсон, 2014. – Вип. 6. – С. 137–141.
6. Юринєць З. В. Чинники, що визначають формування конкурентоспроможності національної економіки / З. В. Юринєць // Вісник ХНУ. Економічні науки. – Хмельницький: ХНУ, 2013. – № 4, т. 1 (202). – С. 230–233.

References

1. Gerasimenko V. Razvitie teorii sistemnogo podhoda primenitelno k issledovaniyu sfery turizma. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/553/1>
2. Kiptenko V.K. Menedzhment turizmu: pidruchnik. K.: Znannya, 2010. 502 s.
3. Optner S. L. Sistemnyiy analiz dlya resheniya problem biznesa i promyshlennosti: monografiya. M. Analit. tsentr «Kontsept», 2003, 205 s.
4. Shkola I.M. Menedzhment turizmu: pidruchnyk. ChernIvtsI: Knigi-HHI, 2011. 464 s
5. Yurynets Z. V. Chynnyky, scho vyznachayut formuvannya konkurentospromozhnosti natsionalnoyi ekonomiky. Visnyk HNU, Hmelnytskyi: Redaktsiyno-vydavnychiy tsentr HNU, 2013, № 4, Vol 1 (202). C. 230-233.
6. Yurynets Z. V., Melnyk N.V. Osnovni aspekty formuvannya marketyngovoyi polityky na pidpryemstvah turystychnoyi galuzi Ukrainy, Visnyk Hersonskogo derzhavnogo universitetu. Herson, 2014, Vol. 6, pp.137-141

Рецензія/Peer review : 15.05.2019 Надрукована/Printed : 15.06.2019
Рецензент: д. е. н., проф. Хоронжий А. Г.