

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та менеджменту
*Кафедра економіки, підприємництва
та туризму*

Кваліфікаційна робота на правах рукопису

Мельник Олена Василівна

УДК 338.486(477.42)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**«РОЗРОБКА ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ
ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ»**

242 «Туризм»

Подається на здобуття освітнього ступеня бакалавр

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

(підпис, ініціали та прізвище здобувача вищої освіти)

Науковий керівник -
Опалов Олександр Анатолійович
кандидат економічних наук,
доцент

Житомир 2023

АНОТАЦІЯ

Мельник О.В. Розробка інтегрованої системи управління розвитком галузі туризму в регіоні. – Кваліфікаційна робота на правах рукопису. Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 242 «Туризм». – Поліський національний університет, Житомир, 2023.

Кваліфікаційна робота розкриває питання інтеграційної системи та стратегій удосконалення туристичної сфери України з її допомогою. Також, аналізуються передумови та тенденції розвитку туризму на території Житомирської області. До того ж, характеризується вплив інтеграцій на перспективи розвитку туристичної діяльності на території Житомирщини. На основі отриманих знань було обумовлено формування та розробка інтеграційної стратегії розвитку туристичних послуг як Житомирської області так і України в цілому.

Ключові слова: інтеграція, система, туристична інтеграція, розвиток туризму, система управління.

ANNOTATION

Melnyk O.V. Development of an integrated management system for the development of the tourism industry in the region. - Qualification work on manuscript rights. Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 242 "Tourism". – Polissia National University, Zhytomyr, 2023.

The qualification work reveals the issue of the integration system and strategies for improving the tourism sphere of Ukraine with its help. Also, the prerequisites and trends of tourism development in the territory of Zhytomyr region are analyzed. In addition, the influence of integrations on the prospects for the development of tourism in Zhytomyr Oblast is characterized. On the basis of the acquired knowledge, the formation and development of an integration strategy for the development of tourist services in Zhytomyr region and Ukraine as a whole was determined.

Keywords: integration, system, tourism integration, tourism development, management system.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ	
1.1. Сутність інтегрованої системи управління.....	6
1.2. Особливості інтеграційних процесів в управлінні організаціями індустрії туризму в регіоні.....	12
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ	
2.1. Передумови та тенденції розвитку галузі туризму в регіоні.....	15
2.2. Оцінка системи управління розвитком туристичної індустрії Житомирщини.....	18
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ	
3.1. Перспективи інтеграційної взаємодії туристичних підприємств Житомирщини.....	21
3.2. Формування інтеграційної стратегії розвитку туристичних послуг.....	23
ВИСНОВКИ.....	27
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	29
ДОДАТКИ.....	32

ВСТУП

Актуальність теми. Туризм як стала економічна сфера діяльності дуже ефективно працює на благо розвитку та потенціалу всієї нашої країни, тому її можна назвати провідною технологічно інноваційною галуззю бізнесу. На сьогоднішній день туристичні об'єкти можна знайти в будь-якому куточку держави, саме тому гостро постає питання конкурентоздатності між ними. Велика кількість маленьких приватних туристичних підприємств не витримує цього напруження та закриває свій бізнес.

Ці процеси і обумовили актуальність теми дослідження, а саме процес розробки інноваційних стратегій на території туристичних підприємств. Іншими словами, інтеграція – це діяльність, яка згруповує, об'єднує та взаємопов'язує окремі об'єкти працювати разом задля єдиної мети.

Аналіз останніх досліджень. Теоретичні, методологічні та праксеологічні аспекти ідентифікації інтеграційних процесів знаходяться у фокусі досліджень зарубіжних та вітчизняних науковців. Вирішенням питань формалізації інтеграційних відносин займалися такі науковці, як Д. Кемпбел, Дж. Стоунхаус, Б. Х'юстон [1] – за механізмами та джерелами зростання розміру компаній; R. Chase, N. Aquilano, R. Jacobs [2; с. 49] – за рівнями інтеграційного процесу; А. Пилипенко [3] – за спрямованістю зв'язків між учасниками; Є. Ленський [4] – за стратегічною взаємозалежністю учасників тощо.

Метою роботи виступає дослідження та розгляд інтеграційної діяльності у внутрішніх та зовнішніх процесах туристичної галузі на території України, завдяки яким обумовлюються розробка стратегії та особливості інтеграційних факторів у туристичних підприємствах.

Щоб досягти конкретної мети в роботі поставлено наступні завдання:

- розкриття поняття інтеграції в цілому та її діяльності в туризмі;
- аналіз існуючих класифікацій та напрямлень, які пропонуються для туризму з огляду регіоналізації та глобалізації інтеграцій;
- характеризування економічної сутності та аналіз впливу інтеграційних

процесів та загальну діяльність вітчизняних туристичних готельних закладів;

- після проведення всіх вище наведених факторів дослідження запропонування розробленої інтеграційної стратегії, що допоможе вирішити недоліки системи та удосконалити процес туристичного обслуговування.

Предметом дослідження є розробка інтегрованої системи управління розвитком галузі туризму в регіоні.

Об'єктом дослідження виступає галузь туризму Житомирської області.

Для повного розкриття теми в кваліфікаційній роботі були використанні такі **методи** дослідження, як узагальнення, аналітично-дослідницький метод, статистичний та оцінювальний методи.

Наукова новизна роботи прослідковується в тому, що кваліфікаційна робота, ґрунтуючись на отриманих знаннях та аналізуючи використані джерела висуває свою точку зору, що базується на авторському літературному дослідженні, а також у результаті роботи пропонує власні висновки та пропозиції покращення системи інтеграційної діяльності в туризмі регіону.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Кваліфікаційну роботу викладено на 32 сторінках друкованого тексту.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ

1.1. Сутність інтегрованої системи управління

Саме поняття інтеграції говорить саме за себе, адже воно розуміється як певне об'єднання. Воно може між собою поєднати об'єкти одного підприємства та виробництва, які і так були схожі між собою, цей вид інтеграційних процесів носить назву горизонтальна. Також він в змозі об'єднати зовсім різні підприємства, формуючи із них єдиний ланцюг, повністю замінюючи їх рід минулої діяльності, починаючи із виробництва продукту до його прямої реалізації. Це більш складний процес, який називається вертикальною інтеграцією [5].

Інтеграції в туризмі, як і в інших сферах обслуговування, мають певні типи впливу на конкретний індивідуальний туристичний об'єкт. Це може бути, в глобальному розумінні, або повне поглинання підприємства, або заволодіння більшою частиною його акцій, що в результаті майже одне й те саме.

Найбільш популярним чинником розвитку інтеграційних процесів є досвід їх позитивного впливу на туристичне підприємства після їх впровадження. В основному, люди люблять використовувати типаж перехресного володіння акціями підприємства один одного, таким чином всі права господарів захищені, але при цьому, вони, виконуючи поєднання своїх бізнесів та злиття їх в єдину мережу можуть врятувати свої туристичні заклади.

Організуючи фактор інтеграції на своєму підприємстві, керівництво виграє за рахунок економії та при цьому збільшення масштабу туристичного бізнесу. Це відбувається тому, що два або більше вже побудованих незалежним заклади, об'єднуються разом, поєднуючи всі позитивні аспекти роботи воедино. Економія прослідковується в тому, що для цього їм не потрібно робити фінансові вклади у розширення свого підприємства [6].

Інтеграція має безліч різновидів, які підходять будь-якому типу туристичних об'єктів та допоможуть удосконалити занедбану систему обслуговування. Найбільш популярний вид інтеграційних процесів був створений певний час назад, але до сих пір саме він отримує шалений попит у впровадженні на підприємствах. Це горизонтальна інтеграція, яка не зобов'язує змінювати організаційно-економічну структуру закладів, вона просто об'єднує їх в одне угруповання, яке працює разом, допомагаючи та удосконалюючи одне одного. Простими словами, це об'єднання туристичних підприємств в єдину готельну мережу.



Рис. 1.1. Типи міжнародних та партнерських інтеграційних об'єднань в туризмі

Джерело: розроблено автором на основі [7]

З наукової точки зору, роботу інтеграції на підприємстві можна охарактеризувати наступними послідовними процесами:

1. Об'єднання підприємств, цеху та виробництв в єдине ціле.
2. Підтримання системи обслуговування різного призначення одночасно.
3. Забезпечення виконання всієї необхідної функціональності на основі взаємодії всіх погоджених на це складів підприємств.
4. Зіставлення регламенту задач та місячних цілей.

5. В результаті, взаємодія всіх сумісних факторів технічного, програмного, інформаційного та інших видів діяльності.

Також варто зазначити, що процес інтеграції дозволяє раціонально управляти всіма ресурсами та фінансами, плюс до того, при обміні даними на підприємствах почнуть грамотніше працювати всі підрозділи. Цей момент можна забезпечити так званими шляхом сполучення, узгодження та сумісності систем. Сполучення виражається у поєднанні систем входів та виходів у єдину, яка буде граничити із ресурсними елементами. Узгодження виступає можливістю функціонування системі в умовах, реалізуючи їх в єдину інтеграційну сукупність. Сумісність, у свою чергу, є процесом, що окремі взаємодії можна розглядати як і функціональних так і в організаційно-правових чи технологічних аспектах [8].

Цікавим також є дослідження поняття «інтеграції» різними науковцями. Деякі абсолютно розгалужують поняття процесу інтеграції та його взаємовідносин. На основі, такого прикладу, можна сказати, що взаємовідносини у питанні інтеграції можуть існувати окремо від процесів впровадження регіоналізації (рис. 1.2.).

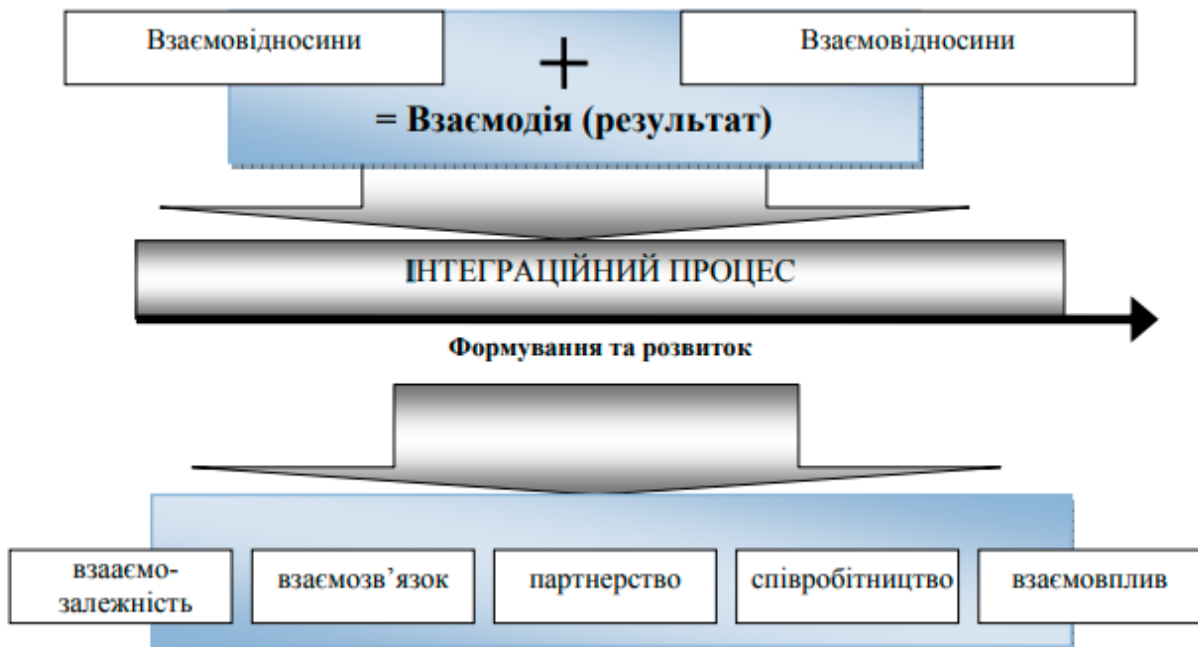


Рис. 1.2. База взаємозв'язку понять в інтеграції

Джерело: [9]

Отже, те, що ми бачимо на схематично зображенні простими словами, пояснює факт того, що саме взаємовідносини між потенційними партнерами-

підприємствами породжує інтеграційний процес, який вже в свою чергу формує співробітництво та взаємодопомогу, яка приведе до ефективного результату.

Наприкінці розгляду поняття інтеграції варто зауважити, що для подальшого розвитку створеного туристичного ланцюгу недостатньою умовою є проста реалізація інтеграції та об'єднання в єдину групу незалежних один від одного закладів. Потрібно обов'язково постійно координувати її діяльність та управляти загальними робочими процесами, виникаючими після її впровадження. Тільки так можна буде отримати очікуваний ефективний результат.

Взагалі, підтипів інтеграційних процесів є досить велика кількість. Це відбувається через те, що 3 найголовніші її напрямлення мають неабияку різноманітну розгалуженість (рис. 1.3.).



Рис. 1.3. Основні напрямлення інтеграції

Джерело: розроблено автором на основі [10]

З огляду на рис. 1.3., можна зробити наступний аналіз. Першим напрямленням виступає горизонтальна інтеграція. Вона працює із підприємствами, які об'єднуються з огляду на той факт, що займаються аналогічним бізнесом, реалізацією схожого туристичного продукту та інших і без інтеграції

об'єднуючого їх фактору. Горизонтальний інтеграційний процес в змозу налагодити між ними зв'язок та об'єднати без фінансових та часових витрат. В основному, цим типом користуються конкуренти.

Вертикальна інтеграція – це процес, який навпаки добавляє певної новизни до робочого процесу, розширяє можливості підприємств шляхом їх поєднання в одну готельну мережу. Тобто, вона відкриває нові види діяльності у кожного із підприємств, досвід до яких вони отримують шляхом взаємодії один з одним [11].

Вертикальні маркетингові системи з'явилися як засіб інспектування поведження маркетингової протоки та відвертання від конфлікту між його окремими типами, які мають власні цілі. Вони корисні з оцінки своїх величин, мають широку ринкову владу і скорочують повторюваність зусиль.

В рамках класифікацій та різноманітності можна виокремити також основні механізми, що розрізняють кожен із типів інтеграції у сучасних туристичних підприємствах [12]:

- керівництво, яке і займається розробкою інтеграційних процесів, маючи на це право та використовуючи при цьому різні типи координації (превентивної, регульованої, стимульованої та усуваючої). Відносно вибору координації буде змінюватись і інтеграція;

- планова діяльність, яка об'єднує всю послідовну діяльність та регулює основну організаційну діяльність підприємства;

- інвестиційна діяльність підприємства, яка забезпечується через якісну фінансову поведінку;

- оперативне управління виробництвом, яке вважається найголовнішим фактором вдалої реалізації туристичної послуги, а також виступає механізмом контролю та регулювання робочих процесів;

- соціальна діяльність, яка через основний аспект розвитку закладу, тобто людину, реалізує єдність, цілеспрямованість колективу, а також інтеграційні аспекти.

Взаємозалежність механізмів один від одного було розглянуто на рис. 1.4. та встановлено наступне. Найголовнішим механізмом виступає керівництво підприємства, так як від нього вже вступають в силу всі нижче описані механізми. Що стосується їх, то вони є рівні між собою і тому розділяють важливість на всіх.

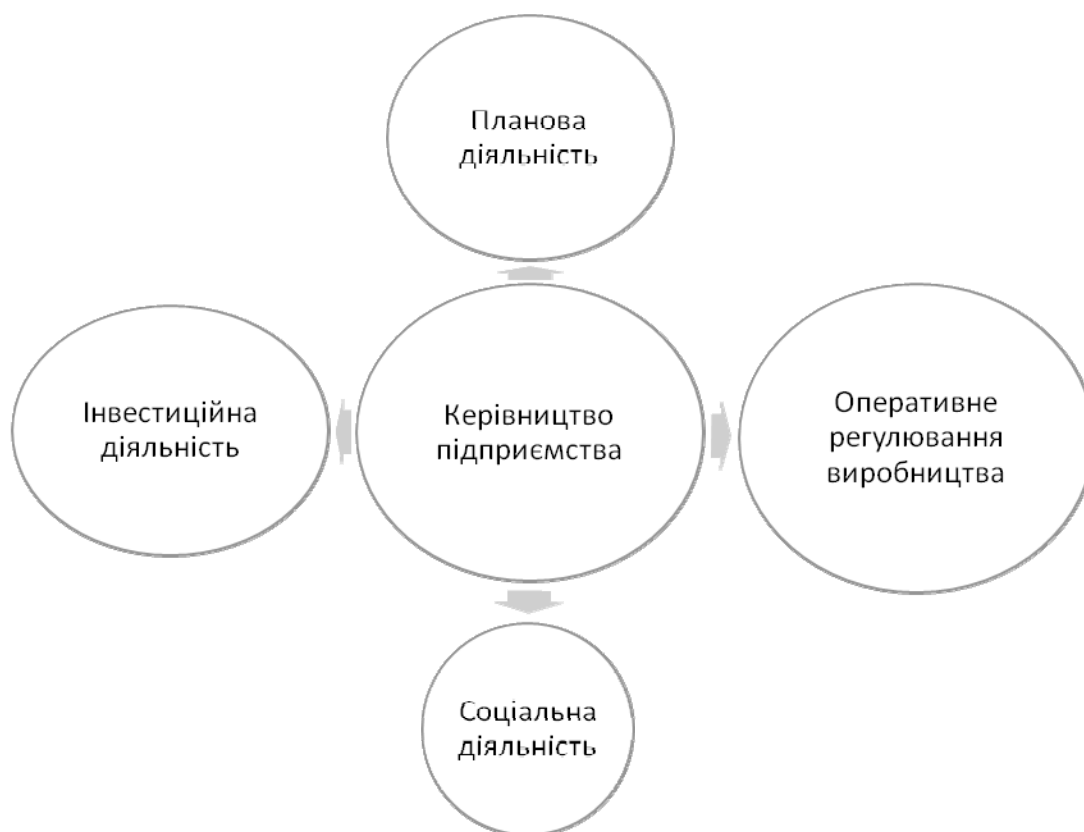


Рис. 1.4. Механізми інтеграції та їх взаємозв'язок

Джерело: розроблено автором на основі [13]

Також, говорячи про типи інтеграції, варто зауважити, що існують окремі напрями міжнародної інтеграції, а також окремі інтеграційні процеси в регіоні, які і висувуються у темі дослідження [15].

Основна мета створення такого типу інтеграційних процесів прослідковується у координації діяльності всіх туристичних суб'єктів, які виступають зацікавленими у цьому процесі, а також їх об'єднання у ресурсних, торгівельних, фінансових та економічних аспектах. Ця форма є актуальною для регіонів, у яких недостатній рівень розвитку та наявності туристичних ресурсів, щоб самостійно удосконалювати туристичну сферу діяльності.

Цікавим є момент взаємодії інтеграції із фінансовим чинником підприємств, з якими вона співпрацює. Тому що інтеграційні процеси не завжди приймають участь у об'єднанні капіталу нової готельної мережі. Вони можуть реалізовуватись двома формами [16]:

- концентрація (пряма участь у роботі із капіталом, злиття капіталу до спільного, купівля іншого підприємства, а після чого вже його приєднання);

- кооперування (робота по франчайзинговій системі, реалізація стратегічних альянсів, спільні кооперації).

Тобто, різниця полягає в тому, що при виборі кооперування всі підприємства залишаються незалежними з точки зору власності туристичним закладом. Вони тільки співпрацюють та кооперуються задля отримання спільного гарного результату. Якщо ж обирається перший варіант, тоді одна із сторін, яка приймає участь у контракті, стає залежною від іншої та повністю їй підпорядковується.

1.2. Особливості інтеграційних процесів в управлінні організаціями індустрії туризму в регіоні

Як вже зазначалось, регіони, які мають бажання розвиватись у туристичній сфері та заробляти на цю кошти, але не мають для цього достатньо ресурсів, туристичних об'єктів та потрібного рівню потенціалу, впроваджують у свій бізнес інтеграційні процеси удосконалення. В цьому і закладається основа регіоналізації.

Аналізуючи, інтеграції в регіоні можна обґрунтувати наступні плюси вживання в керівництві регіональним піднесенням туризму товариства рекреаційного господарювання у кшталті регіонального туристичного товариства [17]:

- підтримка органів державної влади та місцевого самоврядування за допомогою створення певних додаткових пільг, режимів оподаткування, тощо;
- реалізація маркетингу регіону;

- випередження конкурентів з урахуванням консолідації зусиль для використання об'єднаних в єдине ціле природних, культурно-пізнавальних ресурсів, а також забезпечення їх цілісності;

- створення та підтримання в якісному робочому стані нових туристичних центрів та дестинацій.

Зрозуміло, що регіональна інтеграція обмежується територію конкретного регіону, сприяє покращенню роботи туристичних об'єктів, а також намагається зберегти баланс взаємовідносин суб'єктів та їх раціональне використання.

Раніше, процес інтеграції регіону був жорсткішим та не зовсім зрозумілим. На сьогоднішній день, завдяки дослідженням деяких авторів, наприклад, таких як Б. Баласс, визначено певна структура послідовності, на яку зараз орієнтуються як на домінуючий тренд. Більш детально з його схемою можна ознайомитись на рис. 1.5.

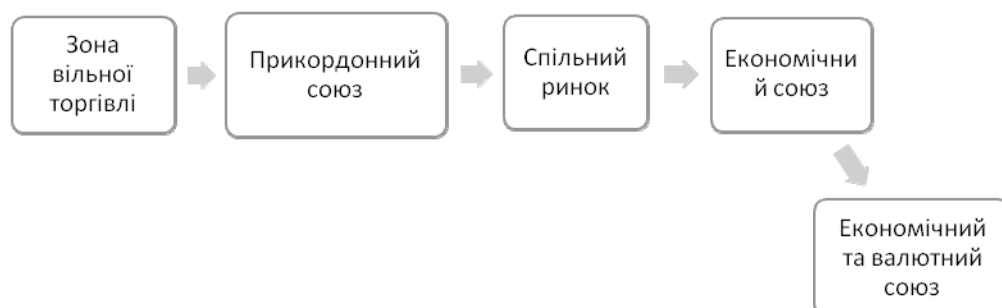


Рис. 1.5. Етапи регіональної інтеграції

Джерело: розроблено автором на основі [18]

Отже, як ми бачимо за схемою, інтеграційний процес розпочинається із вільної та незалежної торгівлі, яка в подальшому призводить до об'єднання в союз, що надає перевагу і в фінансових, і в економічних аспектах.

Якщо розглядати кожен із пунктів окремо, то можна виокремити наступні фактори реалізації регіоналізації:

- Зона вільної торгівлі: зняття всіх торговельних бар'єрів для всіх підприємств, що приймають участь в інтеграції;

- кордонний союз: обговорення та встановлення всіх зовнішньо-торгівельних зв'язків, тим самим характеризуючи подальшу стратегію;
- вільний ринок: повна домовленість, яка на цьому етапі породжує вільні пересування капіталу, робочої сили, а також зіставлення економічної політики;
- економічний союз: погодження економічної єдиної політики для всіх регіонів-учасників;
- спільний економічний та політичний союз: проведення спільної політичної та економічної діяльності.

Отже, регіональна інтеграція є свого роду помічником для двох територій, що бажають об'єднатись та працювати разом, використовуючи спільні туристичні ресурси. Інтеграційні процеси вважають нелегкою діяльністю, адже за цим поняття висувуються доволі об'ємні фактори та нелегкі поєднання. Іншими словами, інтеграція – це певне об'єднання, угруповання та узагальнення в єдину системність.

Воно може між собою поєднати об'єкти одного підприємства та виробництва, які і так були схожі між собою, цей вид інтеграційних процесів носить назву горизонтальна. Також він в змозі об'єднати зовсім різні підприємства, формуючи із них єдиний ланцюг, повністю замінюючи їх рід минулої діяльності, починаючи із виробництва продукту до його прямої реалізації. Це більш складний процес, який називається вертикальною інтеграцією. Регіональна інтеграція є одним із найпопулярніших підвидів інтеграції, що поєднує між собою регіональні території, країни, які бажають удосконалитись.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1. Передумови та тенденції розвитку галузі туризму в регіоні

Житомирська область є однією із популярних областей України. Її площа охоплює територію у розмірі 29,9 тис. км², що складає 4,9% території України. Вона є однією із найбільш об'ємних за цим показником. Житомирщина вдало розташована з точки зору географічного питання, саме тому має високий потенціал у різних сферах суспільства, промисловості, сільського господарства тощо.

Житомирська область виступає достатньо перспективною туристичною територією, яка вже зараз отримує високий процент попиту на туризм до житомирських екскурсійних та культурно-пізнавальних пам'яток. найпопулярніші із них – це меморіальний будинок-музей С.П. Корольова; музей космонавтики ім. С.П. Корольова, Поліський природний заповідник (с. Селезівка Овруцького району), Словечансько-Овруцький кряж, санаторії: «Дениші», «Іршанськ», «Тетерів», Преображенський кафедральний собор; Михайлівська церква та багато інших привабливих куточків Житомирської області.

Варто зазначити, що на території Житомиру та її прилеглих територіях знаходиться велика кількість археологічних, природних, історичних, літературних, паломницьких та інших туристичних пам'яток. Всі вони перебувають на державному обліку та працюють разом із певними туристичними агентствами, але проблема закладається в тому, що жодне з них не ставить для себе в пріоритет висування Житомирської області як популярного туристичного центру. Звідси і виходить факт, що на території Житомирщини не достатньо розвивається в'їзний туризм та в цілому сферу обслуговування.

Не дивлячись на це туризм Житомиру та його найближчих місцин показує гарні статистичні результати та користується зацікавленістю серед відпочиваючих. У перспективі туристична частина цих територій буде в змозі приносити достатньо великий процент коштів до місцевого загального бюджету. Більш детальніше із цим питання допоможе розібратись динаміка туристичних потоків Житомирської області, яка описана в таблиці 2.1. Вона слугує важливим показником стану туристичної галузі житомирської місцевості.

Таблиця 2.1

Динаміка туристичних потоків Житомирської області протягом 2018-2022 рр.

Роки	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності Житомирської області	Абсолютний приріст, од.	Темп зростання, %	Темп приросту, %
2018	12878	4834	160,1	60,1
2019	9613	1569	119,5	19,5
2020	6060	-1984	75	-25
2021	6283	-223	78	-22
2022	8615	2332	107	7

Джерело: створено автором на основі [19, 20]

Як бачимо з таблиці 2.1 найменший показник абсолютного приросту туристичної діяльності Житомирської області припав на 2020 рік, який склав 1984 осіб порівняно з 2015 роком. Причиною цього послужила хвороба COVID-19, яка набирала обертів та вимагала від людей меншого спілкування та знаходження в соціумі. Звичайно, що це сильно вплинуло на динаміку туристичних показників. Але 2022-2023 рік показав, що ситуація вирівнюється та повертається на позитивний лад.

Останніми роками на території Житомирської області переважає тенденція більшої кількості туристів-громадян України, які відправлялися за кордон, над кількістю зарубіжних споживачів туристичної сфери, які відвідували регіон. Найбільш ця динаміка почала розвиватись ближче до 2017 року. Це говорить про

те, що до сьогодні туристичний потенціал всіх можливих об'єктів Житомиру та прилеглих територій області не є розкритим та розвинутим у повній мірі.

Таблиця 2.2

Туристичний баланс Житомирської області

Роки	Іноземні туристи, обслуговані суб'єктами туристичної діяльності Житомирської області	Туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон, обслуговані суб'єктами туристичної діяльності Житомирської області	Туристичний баланс Житомирської області
2018	56	5702	-5646
2019	30	7242	-7212
2020	10	4483	-4473
2021	9	6079	-6070
2022	3	4693	-4690

Джерело: створено автором на основі [21, 22]

Отже, можна сказати, що динаміка розвитку та загальна нинішня робота туристичної галузі Житомирщини не показує високих результатів, навіть враховуючи те, що на території цієї області є достатня кількість різнопланових та цікавих туристичних пам'яток. Для повного розуміння статистики тенденцій процесу надання туристичних послуг Житомирської області було проаналізовано доходи бюджету від туристичного збору у 2018-2021 рр. та зазначено в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Динаміка туристичного збору по Житомирській області

Роки	Дохід, грн.	Рейтингове місце по Україні
2018	544,76 тис. грн	19
2019	2 411,15 тис. грн	17
2020	1 401,92 тис. грн	20
2021	2 240,96 тис. грн	19

Джерело: розроблено автором на основі [23, 24]

Підсумовуючи отриману інформацію, можна сказати, що розвитку Житомирської області заважає певний ряд факторів. У разі їх усунення та початку

роботи над просуванням місцевого туристичного продукту як в'їзним та туристам так і вітчизняним відвідувачам потенціал Житомирщини набере потрібних обертів та стане приносити високий дохід до місцевого бюджету. До негативних факторів слід віднести наступні:

- незадовільний стан деяких туристичних об'єктів Житомирщини;
- не повністю розвинена інфраструктура туристичної галузі;
- низький рівень підготовленості та кваліфікованості персоналу, працюючого у туристичній сфері;
- відсутність єдиної маркетингової поведінки Житомирщини з прощтовхування туристичного продукту.

Отже, Житомирська область має всі передумови та перспективи для подальшого розвитку туристичної сфери. Потрібно вирішити негативні причини, які заважають та гальмують процес зростання потенціалу туризму, а також удосконалити інтеграційну систему Житомирщини.

2.2. Оцінка інтегрованої системи управління розвитком туристичної індустрії Житомирщини

Взагалі, найважливіший аспект роботи інтеграційного процесу – це те, що він дуже спрощує початок взаємодії між двома або більше зовсім різними туристичними суб'єктами господарювання. Після чого вони систематизуються, поглиблюються у взаємну діяльність та, тим самим виходять на інший рівень туристичного обслуговування.

Якщо говорити про сутність інтеграції та її структуризацію, то варто сказати, що, в основному, узагальнюється три фази розвитку інтеграційного процесу, в моменті, коли підприємства, що інтегруються переходять на реалізацію стратегії. А. Богданов обумовив їх ще у ХХ ст. та обґрунтував кожна з них так вдало, що на сьогоднішній день користуються саме його схематичними аспектами, які допомагають швидко та якісно провести інтеграцію для своїх туристичних

бізнесів. На той час його підтримав Герштейн Е. Д., який разом із ним досліджував це питання з наукової точки зору. (рис. 2.1.).

Насправді, вона дійсно є гарно описана та структурована по всім правилам інтеграційного процесу. Рис. 2.1. розкриває три окремі фази розвитку інтеграції Житомирщини для міжнародного туризму або регіоналізації. Перша фаза – невизначеності. На цьому етапі тільки починають зароджуватись перші спільні процеси, реалізуються перші кроки один одному на зустріч. Знаходяться деякі не уподобання у партнері, або навпаки плюси в роботі.

Друга фаза, диференціація, зростає швидкість взаємодії, адже учасник починають звикати до своїх колег, разом із тим підвищуються якісні та кількісні параметри зв'язків та обумовлюється інтеграція.

Третя та фінальна фаза називається консолідація. Партнерство має вигляд спільної взаємодії, система однорідності працює правильно, а також виникає цілісне формування.

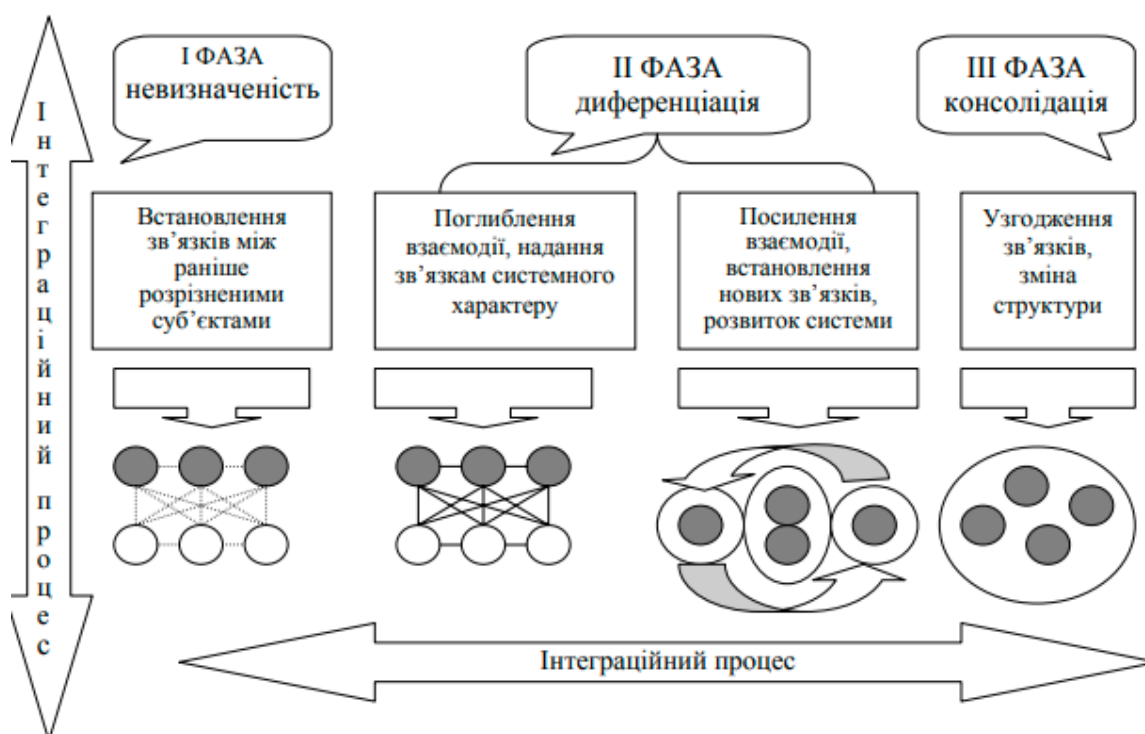


Рис. 2.1. Структуризація інтеграційного процесу Житомирської області

Джерело: [25]

В світі існує досить багато різновидів інтеграцій. Можливо, головних є всього декілька, але кожна із них представляє, безумовно, багато повністю різних за

індивідуальністю типів. Теж стосується і структури інтеграції, адже їх створюють багато для того, щоб вона могла зіставлятись усім напрямкам цих процесів.

Структуризація інтеграційних процесів також обумовлюється деякими окремими елементами організаційної, економічної, політичної, юридичної, екологічної, соціальної та інших груп. Іншими словами, це права на власність, які виникають під час взаємодії інтеграційного процесу. Майже завжди для удосконалення розвитку та перспективності туристичних підприємств використовують організаційну структуру інтеграції.

Варто сказати, що серед найбільш гостро поставлених негативних факторів інтеграції Житомирщини у всесвітній туристичний простір панує єдина: відсутність загальноприйнятних стандартизованих норм та правил туристичного сервісу. Саме цим становищем, напевно, слід пояснити статистичну логіку різкого спливу цифри закордонних туристів в Україну та, зокрема, Житомирської області до середини 1990-х рр. і дуже незначне нарощення їх кількості буквально за останні роки, але в складі здебільшого організованих гуртів, а не наймасовішого в розвинених країнах сегмента туристів-індивідуалів, які реалізують незалежні мандрівки і, за підсумками, витрачають у країні, у якій саме і відпочивають у 2, а то й більше рази коштів, ніж туристи в складі туристичних громад.

Отже, інтеграційне управління індустрії туризму Житомирської області знаходиться в занедбаному стані та не проявляє себе повноцінно, з урахуванням зрозумілої структуризації та впровадження інтегрованої системи в роботу готельних закладів. Потрібно вирішити нагальні питання та усунути негативну закономірність у вигляді відсутності стандартизації туристичного сервісу. В результаті Житомирська область опанує інтеграційне управління та вийде на новий рівень готельного обслуговування.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ

3.1. Перспективи інтеграційної взаємодії туристичних підприємств Житомирщини

Якщо розглядати питання інтеграції в туризмі Житомирщини та України в цілому масштабніше, то можна назвати цей процес еволюцією з точки зору удосконалення туристичної сфери діяльності в цілому. Потреба у реалізації інтеграції підтверджує немалий список переваг інтеграційних структур та перспектив у впровадженні їх на підприємства. Для повної картини потрібно також обумовити недоліки, які можуть гальмувати її роботу та одразу усунути.

Перед вивченням переваг та позитивних внесків інтеграції до туристичного ринку послуг Житомирської області, варто зрозуміти які недоліки системи заважають зробити цю діяльність кращою та простішою. Отже, було досліджено наступні проблеми та перешкоди [26]:

- можливість у будь-який момент втратити право на власність спільно розроблених концепцій, інновацій та послуг;
- так як це партнерство, стає відсутнім факт конфіденційності інформації;
- деяка складність у зіставленнях фінансових операцій, наприклад, роздача доходів та розгляд витрат між учасниками;
- втрата гнучкості, керованості внаслідок зростання масштабу бізнесу;
- недостатність досвіду та кваліфікованості персоналу та, в цілому, робочого колективу, який потрапляє у нову атмосферу;
- велика вірогідність, через різний характер та бажання, виникнення конфліктів між керівництвом-партнерами;
- складність створення синергії різнорідними процесами та агентами;
- ризики спільної діяльності (втрата специфічних ресурсів, іміджу, продуктової та територіальної винятковості тощо).

Отже, список не є маленьким, але прослідковується факт того, що всі ці недоліки легко вирішити та усунути шляхом обговорень, спільних зусиль та бажання спрацюватись на благо кожного члена інтеграції.

На табл. 3.1. обумовлюються унікальні перспективи, що виділяються туристичними підприємствами Житомирської області, після впровадження інтеграційних процесів. Їх досліджують у розрізі деяких структур, кожна з яких несе свою туристично-економічну завантаженість.

Табл. 3.1.

Переваги впровадження інтеграційних процесів в туризм Житомирської області

Переваги інтеграційних процесів				
Соціальні:	Інформаційні:	Фінансові:	Екологічні:	Інфраструктурні:
-дотримання вимог соціальних стандартів, норм; -поліпшення умов праці; -удосконалення системи мотивації; -розвиток соціальних програм та проектів, корпоративної культури.	-формування єдиної комунікаційної системи учасників; -формування єдиної інформаційної системи учасників; -формування спільної системи.	-зниження трансакційних витрат; -скорочення витрат, втрат, раціоналізація їх складу та структури; -підвищення доходів, прибутку та рентабельності.	дотримання вимог екологічних стандартів, норм та нормативів; -раціональне використання обмежених природно-рекреаційних ресурсів;	-сприяння розвитку туристичної та ринкової інфраструктури; - спільні проекти розвитку туристичної інфраструктури.

Джерело: розроблено автором на основі [26]

Отже, як ми бачимо по табл. 3.1. переваг впровадження інтеграційних процесів до туристичної сфери Житомирської області достатньо для того, щоб вважати цю діяльність потенційно перспективною та потрібною, яка зможе

удосконалити роботу туристичних закладів та надати їм більш професійного вигляду, а також отримати з цього власну вигоду.

Найголовніше, що у разі реалізації правильної інтеграційної стратегії та усунення всіх вище перерахованих недоліків, найбільш приємна та вагома перевага – це конкурентна спроможність, яку підприємства, що приймають участь в інтеграції разом можуть зіставити іншим закладам. Також вони отримують значно більше попиту спільно, а ніж роздільно, плюс до того, вони піднімуть своє ім'я, бренд та імідж, що є не менш важливим у грамотному просуванні.

Це все відноситься і до особливостей інтеграційного впровадження Житомирщини, адже всі чинники, виникають після його появи у внутрішніх процесах роботи туристичних об'єктів конкретної території. Сюди ж відноситься і гнучка цінова політика, яка може бути абсолютно різною та обслуговувати споживачів різного контингенту, дивлячись на їх вибір закладу. Варто виокремити, що зі всіма позитивними аспектами можна налагодити забезпечення високої якості обслуговування завдяки доступу до інноваційних технологій.

Отже, з огляду на перспективи, а також невагомі недоліки, що виникають на сьогоднішній день на території житомирських туристичних закладів, можна сміливо сказати, що варто формувати інтеграційні процеси та покращувати систему обслуговування об'єктів туризму Житомирської області.

3.2. Формування інтеграційної стратегії розвитку туристичних послуг

Ніби підсумовуючи все проведене дослідження, варто зауважити ще раз, що інтеграція не є простим процесом, а отже, для його грамотного використання та усунення проблем в майбутньому обов'язково потрібно, ще на початку його впровадження, зайнятись питанням розробки стратегічної концепції.

У контексті теми дослідження кваліфікаційної роботи можна запропонувати таке тлумачення стратегії інтеграційного розвитку: це організаторські варіанти залучення поєднання, що визначають процес формування тривалих цілей сфери

обслуговування, систему методів, способів та позитивних механізмів їх отримання, а також обумовлюють перспективи його появи в роботі туристичного закладу, тощо.

Іншими словами, стратегія виникає у тій формі та об'ємі, якій потрібен певному готельному ланцюгу або іншому типу інтеграції. Вона має за мету зберегти туристичний бізнес від можливих загроз, як зовнішнього так і внутрішнього фактору, а також підлаштовується під виникаючі зміни без додаткових витрат чи перешкод [27].

Науковці виокремлюють декілька елементів стратегічного розвитку інтеграції. Кожен із елементів має власне бачення та структуру взаємозв'язку із інтеграційними процесами. Схематично вони зображена на рис. 3.1.



Рис. 3.1. Іманентні елементи інтеграційної стратегії

Джерело: розроблено автором на основі [28]

Грунтуючись на схемі та отриманих знаннях можна сказати, що кожен із них несе в собі потрібні для кращого результату функції. Наприклад, якщо говорити про елемент інструментарію стратегії інтеграції, то варто зазначити його функціональні аспекти:

- прибуток, емісія акцій;
- надбання визначних документів,;
- позики;
- фінансові зобов'язання.

До елементу параметрів стратегічної позиції підприємства включають цілі, які хочуть отримати в результаті від спільної праці члени об'єднання та які обумовлюються партнерами в процесі розробки інтеграції для власного туристичного бізнесу.

На базі опрацьованого матеріалу та отриманих знань можна висунути наступні пропозиції та рекомендації автора. Розробка стратегічного напрямлення інтеграції Житомирської області повинна здійснюватися на основі отриманих аналітичних розумінь якісних, кількісних та ресурсних чинників. Вона має реалізовуватись згідно наступній послідовності структури передумов:

- моніторинг послуг та діагностичний аналіз вже існуючих туристичних продуктів кожного партнера та їх реальний попит в обслуговуванні, з огляду на нинішні тенденції регіону, у якому відбувається інтеграція;
- формування пріоритетних напрямів та обумовлення місії, яку члени інтеграції хочуть отримати в результаті проведеного процесу, з урахуванням всіх працюючих служб на підприємствах, фінансової та економічної ситуації, тощо;
- формування альтернативних стратегій розвитку інтеграційних відносин;
- вибір можливої альтернативи, яку, у разі виникнення проблем чи недоліків у реалізованій стратегії, можна було сформулювати другу;
- адаптування розробленої та вже впровадженої стратегії до реальної картини українського туристичного ринку послуг та розгалуження стратегічного впливу на всі підгалузі діяльності;
- розробка цільових платформ, задумів, бюджетів, виробництво організаційних та організаторських побудов для подальшого підтримання якісного впровадження стратегії;

- на базі виконання всіх попередніх чинників, початок використання стратегічного інтеграційного процесу, за допомогою механізмів (мотиваційний, інформаційний, організаційний механізми реалізації);

- формулювання процедур почергового контролювання, слідкування за правильністю виконання стратегії і, у разі необхідності, її коригування.

Отже, стратегічний вплив на інтеграції туристичних підприємств мають високий потенціал впровадження інтеграцій до вітчизняного туристичного ринку послуг. Якщо дотримуватись всіх вимог та виконувати грамотну діяльність, можна отримати високий та перспективний шанс на підвищення та удосконалення свого туристичного бізнесу.

Підсумовуючи, можна сказати, що, дивлячись на обумовлені перспективи щодо впровадження інтеграцій у готельне підприємство Житомирської області, цей процес має значний потенціал та попит. Адже, додатково варто зазначити, як ми можемо бачити, деякі типи інтеграцій, такі як франчайзинг, готельні мережі, користуються достатнім попитом. Їх на ринку Житомирщини та України в цілому стає все більше, а ті, які вже існували, покращують та удосконалюють свою роботу.

Інтеграційні стратегічні підходи зосереджуються на проблемах, які заважають розвиватись та перспективніше працювати готельним альянсам, намагаються їх вирішити і, в результаті не допустити їх нового виникнення.

ВИСНОВКИ

Теоретичні, методологічні та праксеологічні аспекти ідентифікації інтеграційних процесів знаходяться у фокусі досліджень зарубіжних та

вітчизняних науковців. Вирішенням питань формалізації інтеграційних відносин займалися такі науковці, як Д. Кемпбел, Дж. Стоунхаус, Б. Х'юстон – за механізмами та джерелами зростання розміру компаній; R. Chase, N. Aquilano, R. Jacobs – за рівнями інтеграційного процесу; А. Пилипенко – за спрямованістю зв'язків між учасниками; Є. Ленський – за стратегічною взаємозалежністю учасників тощо.

У роботі було досліджено велика кількість нагальних питань, які гарно розкрили теми кваліфікаційної роботи. У першому розділі розкривались питання інтеграційного процесу, його особливостей та класифікації. Процес інтеграції – це одним словом можна назвати об'єднанням, угрупованням готельних закладів, які з причини покращення свого бізнесу та удосконалення сфери гостинності поєднують свої сили та реалізують готельні мережі. Регіональна інтеграція є одним із найпопулярніших підвидів інтеграції, що поєднує між собою регіональні території, країни, які бажають удосконалитись.

Також стало зрозуміло, що ця діяльність має безліч особливостей та цікавих моментів в роботі. Організуючи фактор інтеграції на своєму підприємстві, керівництво виграє за рахунок економії та при цьому збільшення масштабу туристичного бізнесу. Це відбувається тому, що два або більше вже побудованих незалежним заклади, об'єднуються разом, поєднуючи всі позитивні аспекти роботи воедино. Економія прослідковується в тому, що для цього їм не потрібно робити фінансові вклади у розширення свого підприємства.

У другому розділі було проаналізовано передумови та тенденції розвитку Житомирської області, а також можливість впровадження на її території інтеграційних процесів.

Було охарактеризовано, що Житомирська область є однією із популярних областей України. Її площа охоплює територію у розмірі 29,9 тис. км², що складає 4,9% території України. Вона є однією із найбільш об'ємних за цим показником. Житомирщина вдало розташована з точки зору географічного

питання, саме тому має високий потенціал у різних сферах суспільства, промисловості, сільського господарства тощо.

Визначено, що динаміка розвитку та загальна нинішня робота туристичної галузі Житомирщини не показує високих результатів, навіть враховуючи те, що на території цієї області є достатня кількість різнопланових та цікавих туристичних пам'яток. Але, не дивлячись на це, Житомирська область має високий потенціал, навіть з огляду на дохід 2021 року від туристичного збору, що становив 2 240,96 тис. грн. Тобто, якщо в подальшому стрімко розвивати цю територію та удосконалювати інтеграційні стратегії Житомирщини, вона покаже значно краще показники.

У третьому розділі, на основі всіх отриманих знань висувались переваги та перспективи інтеграційних процесів в туризмі Житомирського регіону, а також обумовлювались види та можливості просування стратегії інтеграційних процесів. Найголовніше, що у разі реалізації правильної інтеграційної стратегії та усунення всіх вище перерахованих недоліків, найбільш приємна та вагома перевага – це конкурента спроможність області, яку підприємства Житомирщини, що приймають участь в інтеграції разом можуть зіставити іншим закладам.

У контексті теми дослідження кваліфікаційної роботи можна запропонувати таке тлумачення стратегії інтеграційного розвитку: це організаторські варіанти залучення поєднання, що визначають процес формування тривалих цілей сфери обслуговування, систему методів, способів та позитивних механізмів їх отримання, а також обумовлюють перспективи його появи в роботі туристичного закладу, тощо.

В результаті, всі завдання, виокремленні на початку були виконані та було досягнуто мету дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кэмпбел Д. Стратегічний менеджмент: довідник. Миколаїв: ООО «Видавництво проспект», 2003. 336 с.
2. Chase, R.B., Aquilano, N. Operations Management for Competitive Advantage *Journal of Supply Chain Management*, 2002, Volume 38, Issue 2, p. 49–57.
3. Пилипенко А. А., Ярошенко І. В. Організація управління інтегрованими структурами бізнесу в контексті збалансованої системи показників: довідник. Харків: ВД "Інжек", 2007. 152 с.
4. Готельна мережа «7 Днів». URL: <http://7dniv.ua/> (дата звернення 10.05.2023)
5. Босовська М. В. Інтеграційні процеси в туризмі: теорія та практика розвитку. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/> (дата звернення 12.05.2023)
6. Гайдук А. Інтегрований туристичний концерн сучасна форма туристичного підприємства в умовах глобалізації: довідник. Київ: Знання, 2006. №2. 204–211 с.
7. Пилипенко А.А. Стратегічна інтеграція підприємств: механізм управління та моделювання розвитку: довідник. Харків: ВД "Інжек", 2007. 380 с.
8. Пушкарь А.И. Стратегічні групи підприємств: концепція, методологія, управління: навч. посібн. Харків: ООО "Кросс-Роуд", 2006. 440 с.
9. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туризму : монографія / за ред. Г.І. Михайліченко. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 608 с.
10. Бажанова А.І. Організація та інвестування інтегрованих виробничо-господарських структур : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.02.03 / за ред. А. І. Бажанова. Луцьк, 2003. 20 с.
11. Глуценко В.В. Інтегровані структури суб`єктів господарювання: визначення, сучасний стан функціонування та розвиток: довідник. Харків : СПД, 2005. 64 с.
12. Брусільцева Г. М. Особливості розвитку форм інтеграційних структур: збірн. Матеріали четвертої Міжнар. наук.-практ. конф. *Соціально-економічні*

реформи в контексті інтеграційного вибору України. Донецьк : ПДАБА, 2007. 13–16 с.

13. Гарафонова О.І. Організаційний механізм реструктуризації інтегрованих корпоративних структур: довідник. Київ: «Знання», 2006. 21 с.

14. Корпорації та їх інтегровані структури: довідник. Київ: Знання, 2007. 344 с.

15. Регіональна інтеграція. URL: <https://svitppt.com.ua/ekonomika/mizhnarodna-regionalnaintegraciya.html> (дата звернення 15.05.2023)

16. Уманців Ю. Інституційні основи формування інтегрованих корпоративних структур URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/et/2012_2/6_uman.pdf (дата звернення 17.05.2023)

17. Мельник О.В. Розробка інтегрованої системи управління розвитком галузі туризму в регіоні: збірн. матеріалів Міжн. наук.-практ. конф. Житомир: Поліський національний університет, 2023. 2 с.

18. Balassa V. The Theory of Economic Integration. London, 1961. P. 1–2.

19. Офіційний сайт Головного управління статистики у Житомирській області. URL: <http://www.zt.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення 22.05.2023)

20. Статистичний бюлетень «Туристична діяльність в Україні у 2019-2021 роках». URL: <http://ukrstat.gov.ua>. (дата звернення 27.05.2023)

21. Статистичний бюлетень «Туристична діяльність в Україні у 2019 році». – Київ, 2015. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення 29.05.2023)

22. Статистичний бюлетень «Туристична діяльність в Україні у 2020 році». – Київ, 2017. URL: <http://ukrstat.gov.ua>. (дата звернення 02.06.2023)

23. Публікації на офіційному сайті Житомирської обласної державної адміністрації. URL: <https://oda.zht.gov.ua/> (дата звернення 10.6.2023)

24. Шимакова В. Є. Роль кластеризації в розвитку туристичного бізнесу в регіонах: довідник. Київ: Знання, 2008. № 137. 62–66 с.

25. Замазій О.В. Інтеграція малих підприємств як засіб підвищення їх технологічних можливостей. *Вісник Технол. ун-ту Поділля*. Сер. Економічні науки. 2003. Ч. 2. 226–230 с.
26. Матицін А.К. Вертикальна інтеграція: теорія та практика: довідник. Миколаїв: Новий вік, 2002. 367 с.
27. Сталінська, Г.О. Особливості організації мережевих та віртуальних компаній порівняно з традиційними транснаціональними корпораціями. *Вісник Київ. нац. ун-ту імені Тарас Шевченка*. Сер. Економіка. 2004. № 72. 36–41 с.
28. Група компаній TUI. URL: www.tuitravelplc.com (дата звернення 11.06.2023)
29. Українська асоціація франчайзингу. URL: <http://franchising.ua/aktualno/asociaciya-franchayzingu/> (дата звернення 13.06.2023)
30. Босовська М.В. Параметри та іманентні риси інтеграційного розвитку суб'єктів туристичної діяльності: довідник. Київ.: КНЕУ, 2011. № 10. 22–27 с.
31. Пархоменко Н.М. Тенденції розвитку інтеграційних процесів у споживчій кооперації України: монографія / за ред. Н.М. Пархоменко. Миколаїв: Новий вік, 2002. 108–111 с.
32. Покропивний С. Економіка підприємства : підручник. Київ: КНЕУ, 2006. 608 с.
33. Шаповал В.Н. Економіка підприємства: Уведення в спеціальність : навч. посіб. Київ : Центр навч. л-ри, 2003. 288 с.
34. Сурмін Ю.П. Теорія систем та системний аналіз: довідник. Київ: МАУП, 2003. 368 с.
35. Нездоймінов С. Г. Туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід: довідник. Одеса : Астропрінт, 2009. 304 с.

36. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: довідник. Львів, 2006. 288 с.

37. Дишловий І. М. Сучасні організаційні рішення регіонального розвитку рекреації та туризму: кластеризація та комплексні програми: довідник. Одеса, 2010. 213 с.

38. Геєць В.М. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку: довідник. Київ: Ін-т екон. прогнозування; Фенікс, 2003. 1008 с.

39. Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія та практика: навч. посібн. для студентів вищих навч. Закладів. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 423 с.

40. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: монографія / за ред. С.В. Мельниченко. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. 493 с.