

СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ УПРАВЛІННЯ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

В.Г. Кремень // *Освіта України*. – 2000. – №8. – 23 лютого 2000 року.

5. *Примак Т.О. Маркетингові комунікації: навчальний посібник* / Т.О. Примак. – К.: Ельга, Ніка-Центр, 2003. – 280 с.

6. *Примаченко Н.М. Інноваційна культура маркетингу та методи її використання*

/ Н.М. Примаченко // *Молодь і ринок*. – 2003. – №1. – С. 56 – 62.

7. *Hutchinson T. Communication in the technical classroom: "You just shove this little chappie in here like that"* / T. Hutchinson, A. Waters // *London: British Council* (4), 1980. – P. 7 – 36.

Стаття надійшла до редакції 10.01.2011

УДК 338.48:658

Любов Малик, кандидат економічних наук, доцент

кафедри економіки та менеджменту лісових підприємств
Національного лісотехнічного університету України,
м. Львів

СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ УПРАВЛІННЯ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

У статті досліджується сутність категорії управління та менеджменту в туристичному бізнесі.

Ключові слова: менеджмент, управління, підприємець, менеджер, туристичний бізнес.

Лит. 9.

Постановка проблеми. Нинішнє життя в Україні позначене ґрунтовними політичними, соціально-культурними, економічними змінами у туристичній галузі. Організовується ринкове середовище в якому менеджмент набуває особливого значення для будь-якої організації. Менеджерські функції виконують багато людей, яким необхідні спеціальні знання. І це вимагає від них опанування менеджменту, що є одночасно і наукою, і мистецтвом.

Нелегкі обставини господарювання, зміни в техніці і технологіях, зростаючі вимоги туристів вимагають від сучасних менеджерів всіх рівнів управління, нових знань та навичок, які б відповідали вимогам часу.

В останні роки в Україні широко використовуються терміни "управління" та "менеджмент". Зробимо дослідження, що є спільного і відмінного в цих двох поняттях.

Управління – це цілеспрямована дія на об'єкт з метою змінити його стан або поведінку в зв'язку зі зміною обставин. *Управляти (керувати) можна автомобілем, конвеєром, технологією тощо.*

Складовим елементом туристичного бізнесу управління є менеджмент, під яким розуміють цілеспрямовану дію на колектив працівників або окремих виконавців для виконання поставлених завдань та досягнення визначеної мети.

Термін "**менеджмент**" походить з англійської мови і означає "керувати, управляти, стояти на чолі, завідувати, бути здатним впоратися з

чимось, якоюсь проблемою". Французький економіст Бернар Гурней зазначає, що управління є галузь суспільних наук, яка описує та пояснює структури й діяльність органів, які становлять апарат держави і громадських колективів та підпорядковані державній владі.

Фундаментальний Оксфордський словник англійської мови, вперше виданий ще у 1933 р., дає такі тлумачення:

Менеджмент – це спосіб та манера спілкування з людьми (працівниками).

Менеджмент – це влада та мистецтво керівництва.

Менеджмент – це вміння та адміністративні навички організувати ефективну роботу апарату управління (служб працівників).

Менеджмент – це органи управління, адміністративні одиниці, служби і підрозділи.

З функціональних позицій менеджмент – це процес планування, організації, мотивації та контролю, необхідний для формування й досягнення мети організації.

Аналіз останніх публікацій. Проблемі менеджменту присвячено значну кількість літератури відомих вітчизняних авторів: Б.М. Андруш [1], М.В. Вачевський [2, 3, 4], Є.М. Воробйов [5], М.М. Єрмошенко [7], Л.П. Дядечко [6], І.Ф. Прокопенко [9], О.Є. Кузьмін [8], та інші.

За напрямками здійснення менеджмент поділяють на виробничий, фінансовий та маркетинг.

Мета статті. Висвітлити менеджмент у

СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЙ УПРАВЛІННЯ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

тіристичному бізнесі, в конкурентному середовищі.

Виклад основного матеріалу. Одним з варіантів вибору стратегії одержання прибутків країни є туристичний бізнес.

Український економіст В. Терещенко підкреслює, що менеджеризм як американська теорія управління пересуває центр ваги правових питань у галузь соціології, суспільних відносин, людських стосунків, колективної психології. Менеджери розглядаються як розпорядники економічного життя суспільства. Олег Білоус та Євген Панченко вказують на те, що менеджмент забезпечує реалізацію мети підприємства – задоволення соціальних потреб через ринок, тобто виробництво товарів або надання послуг.

До основних категорій менеджменту слід віднести поняття організації процесу і функцій управління, рівнів управління, методів менеджменту, стилів керівництва (лідерства), управління колективом (групою), комунікацій тощо. Обсяг управлінської праці, особливо у великих організаціях, значний і потребує відповідного розподілу.

Менеджер – це керівник ринкової орієнтації, який добре орієнтується в ринкових відносинах. Тобто це не будь-який керівник, а тільки той, хто своєчасно реагує на кон'юнктуру і динаміку попиту та пропозиції, вміло перебудовує виробництво (діяльність) з урахуванням вимог ринку.

Слід відзначити, що професор Національного університету “Львівська політехніка” Олег Кузьмін констатує, що менеджмент за напрямом здійснення поділяється на три види:

- виробничий менеджмент;
- фінансовий менеджмент;
- менеджмент маркетингу.

Як відомо, крім менеджера в ринковій економіці важливу роль відіграє друга ключова фігура – підприємець. Підприємство за своєю суттю є основним механізмом здійснення структурних змін в економіці, забезпечення економічного зростання, формування нових підприємств.

Підприємець – це людина такого типу, яка готова йти на ризик, новаторство, примноження багатства; яка регулює процес створення чогось нового, що має цінність; яка приймає на себе фінансову, моральну та соціальну відповідальність, отримуючи грошовий дохід та особисте задоволення досягнутим.

Можна виділити основні відмінності між менеджером та підприємцем на основі таких ознак:

1. Стратегічна орієнтація. Менеджер зорієнтований на виконання плану й досягнення ефективності використання тих ресурсів, які є в його розпорядженні, а підприємець – на пошук нових можливостей.

2. Здійснення задуманого. Менеджер приймає рішення й будь-що прагне його виконати, а підприємець – ризикує й може змінювати ідею, яка виявилась не життєздатною.

3. Залучення ресурсів. Менеджер залучає ресурси з метою забезпечення роботи підрозділів, а підприємець – для досягнення поставленої мети. Тому менеджер зацікавлений у нагромадженні фондів, а підприємець виявляє гнучкість, ризик і використовує оренду, кредит тощо.

4. Організаційна структура. Менеджер застосовує ту організаційну структуру управління, яка склалася і має ієрархічну природу, а підприємець віддає перевагу горизонтальним організаційним структурам, що спираються на неформальні зв'язки.

Певною мірою ролі менеджера й підприємця можуть перехрещуватися. Так, підприємець, який започаткував нове підприємство, врешті-решт може його очолити, тобто стати менеджером. У свою чергу, менеджер може відкрити свою справу і стати підприємцем. Однак їх ролі можуть збігатися тимчасово.

Об'єктивність процесів управління потребує поділу управлінської праці. При цьому слід виділити горизонтальний поділ призначення конкретних менеджерів для керівництва підрозділами і вертикальний (координація управлінської роботи).

Саме вертикальний поділ веде до створення рівнів управління. Американський соціолог Парсонс виділяє три рівні управління:

- технічний;
- управлінський;
- інституційний.

Цим рівням відповідають три групи менеджерів (керівників):

- керівники низової ланки (операційні управління);
- керівники середньої ланки;
- керівники вищої ланки.

Така форма демонструє те, що на кожному наступному етапі чисельність управлінців зменшується. До керівників низової ланки належать майстер, начальник виробничої дільниці, завідувач кафедри, старший продавець тощо.

До складу керівників середньої ланки входять начальник лісопункту, дільниці, лісничі управління, завідувач відділу, та інші категорії працівників.

До керівників вищої ланки належать директор

СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ УПРАВЛІННЯ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

або президент фірми (підприємства), головний інженер, головний лісничий, їхні заступники.

Сутність підходу до управління з позиції виділення різних шкіл полягає в тому, що у першій половині ХХ ст. сформувалися різні концепції, що істотно збагатили теорію і практику менеджменту. Виділилися окремі школи, зокрема, наукового управління, класична, людських стосунків і науки поведінки, науки управління, до яких слід віднести.

Процесний підхід – розглядає управління як процес, тобто як сукупність безперервних взаємозв'язаних дій для досягнення цілей за допомогою інших людей.

Системний підхід – це спосіб мислення про організацію і управління.

Ситуаційний підхід до управління вимагає від керівника “ситуаційного мислення”, що допомагає краще визначити прийоми, найбільш сприятливі для досягнення мети організації. Відповідно до ситуаційного підходу в управлінні розглядаються три типи умов:

- відносно стабільні;
- такі, що змінюють лише частину характеристик середовища і організації;
- не визначені.

Управлінська діяльність – це безперечно технологічний процес. Технологія менеджменту поєднує менеджерські знання, вміння, процес управління та використання інформаційної техніки, необхідні для здійснення бажаних перетворень в інформації і людях.

Отже, складовими елементами технології менеджменту є:

- спеціальні знання і вміння;
- інформаційна (управлінська) техніка;
- процес управління як основа менеджменту.

Відзначимо, що в процесі освоєння курсу “Менеджмент організації в лісовій сфері”, слід дати визначення предмету, об'єкту та суб'єкту вивчення управління як основної категорії ринкової економіки в нинішніх умовах господарювання організації.

Отже, **основна мета менеджменту організації** – отримання максимального прибутку, забезпечення конкурентоспроможності продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках; здійснення ефективного відтворення і охорони природних ресурсів і довкілля.

Менеджмент – це процес планування, організації, мотивації та контролю працівників організації, що забезпечують досягнення її цілей.

Предметом вивчення науки про менеджмент є:

1. Теоретичні засади управлінської діяльності

(закони, закономірності, принципи, категорії, механізми, моделі).

2. Практика управління організаціями (підприємствами, корпораціями, господарськими товариствами).

3. Проектування систем менеджменту, тобто формування взаємопов'язаних і взаємодіючих управлінських важелів, які забезпечують управлінський вплив.

Об'єктом вивчення менеджменту процес управління виробничо-господарською діяльністю підприємств, корпорацій. Господарських товариств, об'єднань та інших організацій. Дослідження процесу менеджменту, виділення його окремих етапів дають можливість послідовно ознайомитись з усіма управлінськими категоріями, виявити взаємозв'язки між ними, зрозуміти характер та особливості здійснення управлінського впливу.

Суб'єктом вивчення менеджменту є працівники керуючої і керованої систем організації, їх професійний та кваліфікаційний рівень, ступінь виконання ними повноважень, обсяги відповідальності, а також взаємозв'язки в системі менеджменту.

Управління організацією в умовах ринкової економіки значно складніше, ніж в умовах центральної командно-адміністративної системи. Це пов'язано з розширенням прав, відповідальності та з необхідністю більш гнучкого пристосування до змін у зовнішньому середовищі. Всі різноманітні проблеми, які виникають перед організацією неможливо вирішити без сучасного професійного менеджменту.

Менеджмент – це цілеспрямований вплив на колектив працівників або окремих виконавців з метою виконання поставлених завдань та досягнення визначених цілей.

Головне завдання працівників цього апарату – це ефективне використання та координація всіх ресурсів організації (капітал, будівлі, обладнання, матеріали, праця, інформація) для досягнення її цілей.

Поняття менеджменту як мистецтва в туристичному бізнесі управління базується на тому, що організації – це складні соціально-технічні системи, на функціонування яких впливають багато чисельні та різноманітні чинники як зовнішнього так і внутрішнього середовища. Люди, які працюють в організаціях та з організаціями – це головний чинник, врахування якого потребує не тільки використання наукового підходу, але й мистецтва його застосування в конкретних ситуаціях. Адже кожний робітник має певний тип особистості, має свою систему цінностей, мотивацію до праці та інше.

СТРУКТУРНІ КОМПОНЕНТИ ГОТОВНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З ГОТЕЛЬНО-КУРОРТНОЇ СПРАВИ ДО ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В зв'язку з розвитком ринкових економічних відносин в Україні зростає кількість дрібних туристичних підприємств і організацій, які намагаються утвердитися в економічній системі. Тому як правило, випадкові малопідготовлені люди, які не мають належної освіти та практичної підготовки створюють туристичний бізнес і приводять до краху і розчарування у туристів.

Висновки. Сьогодні, коли наша молода незалежна Україна вступила у вирішальний етап переходу до ринкової економіки, роль туристичного бізнесу стає надзвичайно важливим.

Україна переживає складний етап ринкових перетворень в економіці та туристичному бізнесі. Порівняно з розвиненими країнами світу ми маємо ще невеликий досвід, тому перевагу отримують керівники туристичних підприємств, які швидко збагнуть, що менеджмент часто розглядається як мистецтво, яке як будь-яка наука базується на концепціях, теоріях, принципах, формах, методах. Такий підхід дозволяє поєднати науку та мистецтво управління в єдиний процес, який потребує не тільки підвищення кваліфікації, але й

розвитку особистих якостей менеджерів, їх спроможностей застосувати знання у практичній роботі.

1. Андруш Б.М., Жузьмін О.Є. *Основи менеджменту*. – К.: 1996. – 162 с.

2. Вачевський М.В., Скотний В.І., Вачевський О.М. *Промисловий маркетинг: навчальний посібник*. – К.: ЦНЛ, 2004. – 256 с.

3. Вачевський М.В. *Основи економічних знань: підручник*. – Дрогобич: Відродження, 1997. – 163 с.

4. Вачевський М.В. *Соціально-економічні аспекти використання інтелектуальної власності в сучасних умовах: навчальний посібник*. – К.: ЦНЛ, 2004. – 376 с.

5. Воробйов Є.М. *Економіка. Довідник старшокласника та абітурієнта*. – Х.: ТОРГСІНГПЛЮС. – 2007. – С. 215 – 237.

6. Дядечко Л.П. *Економіка туристичного бізнесу: навчальний посібник*. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.

7. Єрмошенко М.М. *Маркетинговий менеджмент: посібник*. – К.: – 2001. – 204 с.

8. Кузьмін О.Є. *Сучасний менеджмент*. – Львів: Центр Європи, 1995. – 176 с.

9. Прокопенко І.Ф. *Людина у світі економіки та бізнесу*. – Харків: Основа. – 1995. – 310 с.

Стаття надійшла до редакції 21.01.2011

УДК 378.048.4:640.41

Андрій Віндюк, кандидат наук з фізичного виховання та спорту,

завідуючий кафедрою туризму та готельного господарства

Класичного приватного університету,

м. Запоріжжя

СТРУКТУРНІ КОМПОНЕНТИ ГОТОВНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З ГОТЕЛЬНО-КУРОРТНОЇ СПРАВИ ДО ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті наведено та розглянуто мотиваційний, когнітивний, діяльнісний, особистісний, здоров'язбережувальний компоненти готовності майбутніх фахівців з готельно-курортної справи до професійної діяльності. Встановлено складові якості особистості фахівців з готельно-курортної справи.

Ключові слова: готельно-курортна справа, компоненти, професійна діяльність, мотивація, когнітивність, діяльність, особистість, здоров'я.

Лит. 11. Рис. 3.

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень і публікацій.

На сучасному етапі розвитку суспільства та у зв'язку зі збільшенням потоків внутрішнього та в'їзного туризму, від якості підготовки кваліфікованих фахівців залежить рівень та стан гостинності в Україні. Тому підготовка фахівців з готельно-курортної справи виконується соціальними потребами держави та вирішує важливе завдання.

На думку А.Д. Чудновського, динаміка соціально-економічних процесів розвитку готельної індустрії радикально актуалізують

проблему професійної підготовки кваліфікованих фахівців з готельно-курортної справи, які здатні до активної життєдіяльності в умовах, котрі постійно змінюються [12, 3].

Структура готовності фахівців до професійної діяльності розглядаються багатьма науковцями. У Сучасному словнику з педагогіки поняття „професійна готовність студента” визначається як інтегративна особистісна якість і вагоме передпосилання ефективності діяльності після закінчення вищого навчального закладу, професійна готовність студента допомагає фахівцю успішно виконати свої зобов'язання,