

7. Канінський П.К. Спеціалізація сільськогосподарських підприємств / П.К. Канінський. – К. : ННЦ ІАЕ УААН, 2005. – 346 с.

8. Стратегічні напрямки розвитку сільського господарства України до 2020 року. – К. : ННЦ ІАС, 2012. – 182 с.

УДК 332.1:338.43

Давидюк І.В.,
аспірант* кафедри прикладної економіки
Донецький національний університет економіки і
торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ КЛАСТЕРНОГО ПІДХОДУ

Постановка проблеми. В сучасних умовах господарювання для туристичних підприємств основним напрямком стратегічного розвитку є орієнтація на стратегічне планування діяльності з урахуванням змін, що відбуваються на ринку туристичних послуг та в соціально-економічному середовищі в цілому. Саме стратегічне планування надає змогу туристичним підприємствам поєднати загальну стратегію розвитку з наявністю реальних і потенційних можливостей для її реалізації, враховуючи загрози, які можуть виникнути на ринку. Крім того, через стратегічне планування туристичне підприємство створює умови для позиціонування на ринку й посилення своїх конкурентних позицій. В свою чергу, для практичної реалізації принципів стратегічного планування діяльності туристичних підприємств виникає нагальна потреба в розробці науково-методичних підходів до стратегічного планування й методичного інструментарію формування стратегічних планів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання науково-методичних підходів до стратегічного планування діяльності підприємств висвітлено в працях В.В. Англічанінова [1], Л.І.Донець, С.М.Баранцевої [2], Ю.А.Маленкова [3], А.В.Прищепи [4], Р.В.Савкіна [5], Р.В.Сухіна [6], А.І.Рузанов [7]. Методичний підхід до стратегічного планування розглядається як сукупність засобів (економічних основ і методичного інструментарію) і способів (організаційних та економічних механізмів) розробки стратегічних планів розвитку бізнесу з метою збільшення його конкурентного статусу в найкоротші терміни за умови мінімального відволікання ресурсів цього бізнесу [6, с. 168].

В.В.Англічанінов [1], А.І.Рузанов [7] пов'язують методичні підходи до стратегічного планування з принципами кластеризації підприємств, вважаючи, що саме кластерний підхід може служити конструктивною основою для ефективного взаєморозуміння приватного сектора економіки, державних адміністративних структур і наукових установ [7].

Віддаючи перевагу кластерному підходу, В.В.Англічанінов обґрунтовує це тим, що одним з успішних видів конкурентної стратегії для регіонів є територіальне об'єднання компаній малого та середнього бізнесу з метою концентрації в єдиній територіальній агломерації наявних виробничих навичок і знань, фінансових та організаційних можливостей, інтелектуальних ресурсів, результатів інноваційної діяльності. У даному випадку на ринку конкурує не окремо взята фірма, компанія, а єдиний територіально-промисловий комплекс або кластер [1].

В дослідженнях А.В.Прищепи пропонується використовувати процесний підхід до стратегічного планування. Застосування процесного підходу, вважає автор, робить можливість організації на підприємстві структури, що забезпечує управління бізнес-процесами з найбільшим ступенем ефективності з точки зору їх синхронізації, спрямоване на задоволення все більш зростаючих потреб споживачів. Використання такого підходу націлене на підвищення гнучкості бізнесу, скорочення часу реакції на зміни ринку і зовнішнього середовища, поліпшення результатів діяльності [4].

Разом із тим науково-методичний підхід до стратегічного планування діяльності туристичних підприємств в сучасних умовах господарювання потребує більш поглибленого дослідження з урахуванням специфіки функціонування цих підприємств на ринку туристичних послуг і конкретизації послідовності дій при розробці стратегічного плану.

Постановка завдання. Метою статті є розробка науково-методичного підходу до стратегічного планування діяльності туристичних підприємств на засадах принципів кластеризації.

* Науковий керівник: Донець Л.І. – к.е.н., професор

Виклад основного матеріалу дослідження. Туризм представляє єдину динамічно функціонуючу систему послуг, яка включає різноманіття господарюючих суб'єктів. У туристській галузі чітко простежується таке явище економіки як кластеризація. Туристичні кластери формуються на базі туристичних активів в регіоні і складаються з підприємств різних секторів, пов'язаних з обслуговуванням туристів [8].

Методологія формування кластера проходить за такими чотирма напрямками:

- об'єктна структура (елементи – самостійні суб'єкти-учасники кластеру: підприємства, організації та ін.);
- процесна структура, елементами якої є повторювані бізнес-процеси, що протікають в різних суб'єктах кластера і при взаємодії між ними;
- проектна структура, елементами якої є проекти, які не відтворюють послідовності заходів, що мають конкретну досяжну і контрольовану мету;
- середовищна структура, елементами якої є середовища, основну роль серед яких відіграють професійні спільноти, а також сукупності формальних і неформальних інститутів, що функціонують в кластері [9].

На основі розглянутої методології нами запропоновано кластерний підхід до стратегічного планування діяльності туристичних підприємств (рис.1).

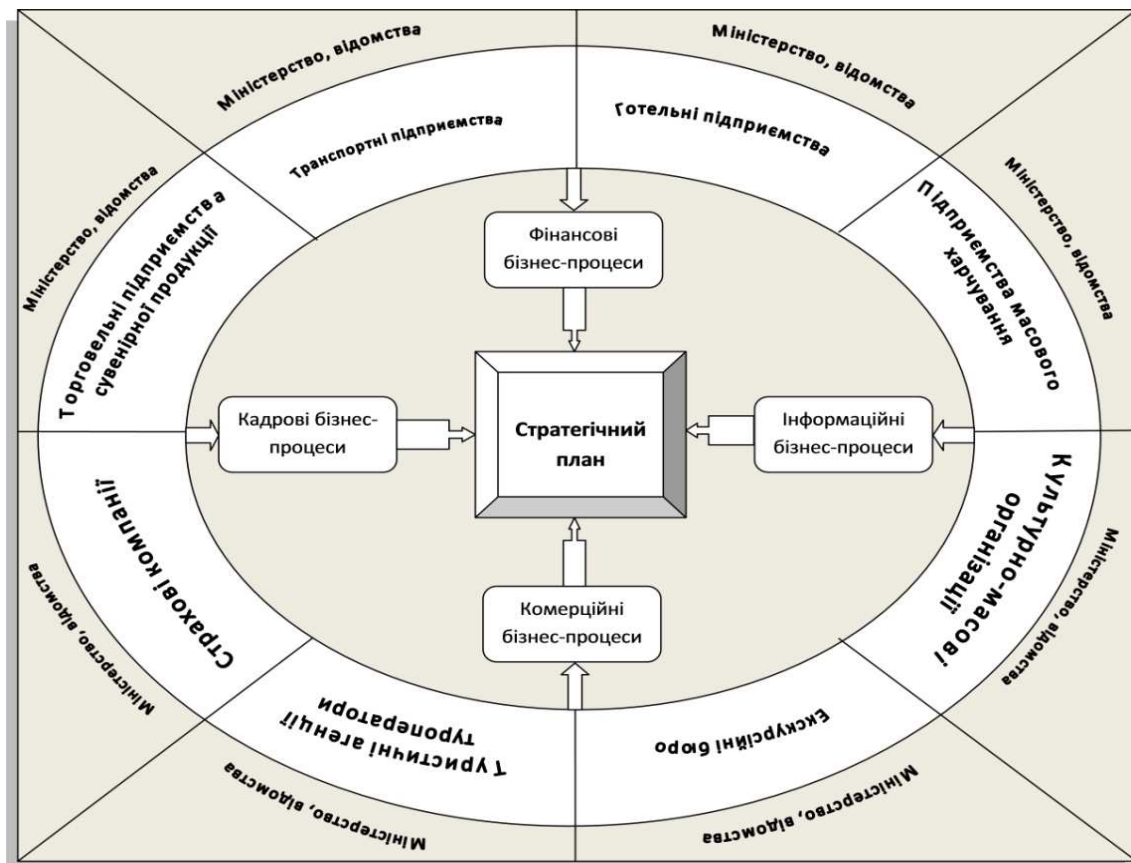


Рис. 1. Стратегічне планування діяльності туристичного підприємства на засадах кластерного підходу

Джерело: Розробка автора

За об'єктну структуру взяті підприємства-учасники, діяльність яких спрямована на задоволення потреб і запитів туриста протягом усього туру. До них віднесені туристичні агенції та туроператори, екскурсійні бюро, культурно-масові організації, заклади масового харчування, готельні транспортні та торгові підприємства і страхові компанії.

Процесна структура кластера включає бізнес-процеси, які присутні в кожному елементі об'єктної структури, тобто притаманні всім учасникам кластеру. До них віднесені фінансові, комерційні, кадрові та інформаційні бізнес-процеси.

Середовищну структуру кластера складають міністерства та відомства, у підпорядкуванні яких перебувають підприємства, що входять в туристичний кластер.

Проектна структура представлена у вигляді стратегічного плану.

Якщо туристичний кластер розглядати як комплекс, що синтезує чотири види систем – об'єкту, процесну, середовищну і проектну, то можна виділити такі його компоненти:

стратегічне планування підприємств, що входять до туристичного кластеру з урахуванням їх всебічних взаємозв'язків;

стратегічне планування розвитку і взаємозв'язків бізнес-процесів, притаманних усім підприємствам туристичного кластера;

стратегічний опис цільових програм, які реалізуються учасниками туристичного кластера;

стратегічне планування розвитку формальних і неформальних інститутів, що забезпечують функціонування туристичного кластера [9].

Стратегічне планування кожної компоненти туристичного кластера має подвійну орієнтацію: з одного боку, всередині кожної системи використовуються свої показники і методи планування, відповідно до поставлених цілей і завдань, а з іншого боку, всі системи повинні розвиватися разом з кластером і проходити етапи його життєвого циклу синхронно. Крім того, необхідно враховувати, що на кожному етапі життєвого циклу туристичного кластера пріоритетне місце буде займати та чи інша компонента (рис.2).



Рис. 2. Розподіл компонент туристичного кластера в залежності від його стадії життєвого циклу

Джерело: Розробка автора

На стадії створення туристичного кластера основна роль належить його проектній компоненті – стратегічному опису цільових програм, які реалізуються його учасниками. Цей етап життєвого циклу туристичного кластера передбачає залучення підприємств і організацій, що функціонують на ринку туристичних послуг, до складу кластеру. Для вирішення цього завдання необхідно представити проект або цільову програму, в якій чітко обґрунтовані стратегічні цілі, завдання кластера, довгостроковість його функціонування, ресурсна забезпеченість і можливість отримання вигоди усіма учасниками при реалізації даного проекту.

На стадії становлення туристичного кластера провідне місце займає процесна компонента – стратегічне планування розвитку і взаємозв'язків бізнес-процесів, притаманних усім підприємствам туристичного кластера. На цьому етапі плануються наскрізні бізнес-процеси, характерні для всіх учасників кластера і плановані до реалізації в рамках кластера. Так само як і стратегічний опис цільових програм, які реалізуються учасниками туристичного кластера, стратегічне планування розвитку і взаємозв'язків бізнес-процесів належить до числа загальнокластерних і також здійснюється централізовано.

На стадії розвитку об'єктна компонента туристичного кластера – стратегічне планування підприємств, що входять до туристичного кластеру з урахуванням їх всебічних взаємозв'язків – набуває більшої значущості в порівнянні з іншими компонентами. На цій стадії життєвого циклу рішення основних завдань розвитку туристичного кластера багато в чому визначається якістю стратегічного планування підприємств і організацій, які є учасниками даного кластеру. Крім того,

велике значення має узгодженість стратегічного планування кластера як об'єкта з урахуванням стратегічних планів учасників. Це досягається шляхом взаємодії між учасниками туристичного кластера та його керівництвом.

На стадії стабілізації функціонування кластера провідна роль належить середовищній компоненті – стратегічне планування розвитку формальних і неформальних інститутів, що забезпечують функціонування туристичного кластера. Вирішення цього завдання стосується передусім створення інституційного середовища, тобто формальних і неформальних норм, правил, традицій, що регламентують поведінку і взаємовідношення учасників туристичного кластера.

Виділення ролі і місця тієї чи іншої компоненти стратегічного планування туристичного кластера з урахуванням його стадії життєвого циклу не означає, що на будь-якій із них не можуть формуватися, обговорюватися і реалізовуватися інші компоненти.

Висновки з даного дослідження. Оскільки туристичні підприємства тісно взаємодіють з іншими підприємствами, що частково функціонують на ринку туристичних послуг, то при стратегічному плануванні доцільно використовувати кластерний підхід як один із науково-методичних підходів до стратегічного планування діяльності туристичних підприємств.

Особливість стратегічного планування діяльності туристичних підприємств на засадах кластерного підходу полягає у поєднанні методологічних принципів кластеризації зі стадіями життєвого циклу туристичного кластера.

Література

1. Англичанинов В. В. Развитие промышленных комплексов на основе кластерных образований : монография / В. В. Англичанинов. – Н. Новгород : ННГАСУ, 2009. – 332 с
2. Донец Л.И. Использование сбалансированной системы показателей для оценки стратегического управления трудовыми ресурсами предприятия / Л.И. Донец, С.М. Баранцева // Розвиток фінансових методів державного управління національною економікою: зб. наук. пр. / Гол. ред. С.Ф.Поважний – Донецьк: ДонДУУ, 2010. – т.ХІ. – С. 250-257.
3. Маленков Ю.А. Причинно-следственные модели в стратегическом планировании [Электронный ресурс] / Ю.А. Маленков. – Режим доступа: <http://www.km.ru/referats/332648-prichinno-sledstvennyye-modeli-v-strategicheskom-planirovanii>
4. Прищепа А.В. Процессный подход как способ повышение конкурентоспособности российских предприятий / А.В.Прищепа // Российское предпринимательство. – 2008. – № 8. – Вып. 2 (117). – С. 4-9.
5. Савкина Р.В. Стратегическое планирование на предприятии /Р.В.Савкина // Планирование на предприятии – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://uchebniki.ws/14131112/finansy/strategicheskoe_planirovanie_predpriyatii.
6. Сухина Н.Ю. К вопросу о формировании методического подхода к стратегическому планированию конкурентного развития бизнеса / Н.Ю.Сухина, М.В.Кутин, Н..П.Артеменко // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2010. – № 4. – С. 167-172.
7. Рузанов А.И. Конкурентоспособность экономических систем различного уровня / А.И. Рузанов, П.А. Рузанов // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2010. – № 3 (2). – С. 594–598.
8. Бунаков О.А. Кластерный подход к позиционированию в туризме [Электронный ресурс] / О.А. Бунаков // Управление экономическими системами. – Режим доступа: <http://uecs.ru/uecs-28-282011/item/423-2011-05-23-10-00-04>
9. Клейнер Г.Б. Синтез стратегии кластера на основе системно-интеграционной теории [Электронный ресурс] / Г.Б. Клейнер, Р.М. Качалов, Н.Б. Нагрудная. – Режим доступа: <http://www.kleiner.ru/arpab/klaster.html>