

УДК 338.48

Г. О. Горіна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки та туризму,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг

КУМУЛЯТИВНА КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розробка концепції управління розвитком туристичного підприємства на засадах кумулятивної взаємодії загальнодержавних та внутрішніх векторів розвитку та врахування просторово-поляризаційних детермінантів його функціонування є важливим як дослідницьким, так і науково-практичним завданням, з огляду на необхідність створення системних комплексних умов розвитку туристської підприємницької діяльності, формування дієвого, послідовного механізму управління розвитком туристичного підприємства.

Розробити кумулятивну концепцію управління розвитком туристичного підприємства на засадах просторової поляризації.

Використано діалектичний метод наукового пізнання, а також комплекс загальнонаукових методів гносеології: теоретичного узагальнення, графічного методу, групування та класифікації.

На основі критичного аналізу аргументовано необхідність формування та запропоновано кумулятивну концепцію управління розвитком туристичного підприємства, яка крім локального вектора управління враховує об'єктивну необхідність загальнодержавного управління, з огляду на наявність управлінських рішень, реалізація яких знаходиться поза компетенцією самих підприємств.

Ключові слова: туристичне підприємство, управління розвитком, концепція управління, просторова поляризація.

Gorina G. THE CUMULATIVE MANAGEMENT CONCEPTION OF TOURISM ENTERPRISES DEVELOPMENT

Developing the concept of managing the development of tourism on the basis of cumulative interaction between national and internal vectors of development and consideration of spatial and polarization determinants of its operation is important as research and scientific and practical task, given the need for a system of comprehensive conditions for development of tourist business activity, the formation of effective, consistent mechanism for managing the development of tourist business.

To develop the concept of cumulative management development of tourism on the basis of spatial polarization.

Used dialectical method of scientific knowledge and complex scientific methods epistemology, theoretical generalization, graphic method, clustering and classification.

Based on a critical analysis of arguments and suggested the need to form a cumulative management concept development of tourism businesses, which in addition to the local vector control takes into account the objective need for general government, given the availability management solutions, implementation of which is beyond the competence of most companies.

Keywords: tourism enterprise, management development, management conception, spatial polarization.

Швидкоплинне зовнішнє середовище функціонування туристичних підприємств, просторово поляризаційні детермінанти, які породжують флуктацію функціонування та розвитку суб'єктів туристичного ринку, необхідність урахування специфічних особливостей управління їх розвитком, задіяність широкого кола суб'єктів інфраструктури туризму у створенні комплексного туристичного продукту з одного боку, та підвищення ролі суб'єктів туристичної галузі у соціально-економічному розвитку держави, значний мультиплікаційний вплив на супутні галузі, з іншого, викликають об'єктивну необхідність створення концепції управління розвитком туристичного підприємства.

Значний вклад в розбудову питання управління розвитком туристичного підприємства як в цілому, так і окремих його елементів та систем внесли ряд вітчизняних дослідників. Кукліною Т.С. досліджено основні концептуальні підходи до управління маркетингом туристичних підприємств, загальні функції управління маркетингом на туристичних підприємствах, визначено конкурентні позиції підприємств і вплив на них маркетингової складової [1]. Короленко Н.В. наведено оцінку діючих

механізмів управління логістикою на туристичних підприємствах, розроблено логістичні стратегії управління туристичними підприємствами [2]. Чаплинським Ю.Б. проведено дослідження сутності туристичної діяльності як сфери застосування концепції управління маркетингом, розглянуто систему управління маркетинговою діяльністю туристичного підприємства [3]. Близнюк А.С. досліджено питання формування та функціонування стратегій маркетингового менеджменту туристичних підприємств, запропоновано створення Єдиного туристичного екскурсійного центру на базі туристичного підприємства [4]. Мельниченко С.В. розроблено практичні рекомендації щодо здійснення реструктуризації управління туристичними підприємствами шляхом автоматизації та модифікації організаційних структур управління підприємствами, розроблено засадничі положення щодо моделювання процесу управління якістю туристичних послуг [5]. Трегуловою І.П. досліджено теоретичні, методичні та прикладні аспекти організації ефективного управління персоналом підприємств туристичного бізнесу, обґрунтовано концептуальний підхід щодо організації ефективного управління персоналом підприємств туристичного бізнесу [6]. Теоретичні та

методологічні засади комплексного управління розвитком туристичними підприємствами ґрунтовно досліджено у роботах Бойко М.Г. [7], Димеденко І.В. [8], Дяченко Л.К. [9], Реги М.Н. [10].

Разом з тим, подальшої розбудови потребують питання розробки концепції управління розвитком туристичного підприємства на засадах кумулятивної взаємодії загальнодержавних та внутрішніх векторів розвитку та врахування просторово-поляризаційних детермінантів його функціонування.

Метою роботи є розробка кумулятивної концепції управління розвитком туристичного підприємства на засадах просторової поляризації.

Розробка концепції управління розвитком туристичного підприємства є важливим як дослідницьким, так і науково-практичним завданням, з огляду на необхідність створення системних комплексних умов розвитку туристської підприємницької діяльності, формування дієвого, послідовного механізму управління розвитком туристичного підприємства.

Оскільки створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності, забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України є основними цілями та пріоритетними напрямами державної політики в галузі туризму, то відповідно держава найістотнішим чином впливає на формування та координацію необхідного економічного поля функціонування суб'єктів туристичної галузі та є складовою макроекономічного управління розвитком туристичного підприємства. Таким чином, крім локального управління розвитком туристичного підприємства, формування та функціонування загальнодержавного управління є об'єктивно необхідним та доцільним, з огляду на наявність управлінських рішень, реалізація яких знаходиться поза компетенцією самих підприємств.

З огляду на це, концепцію управління розвитком туристичного підприємства пропонується формувати на засадах кумулятивної взаємодії загальнодержавних та внутрішніх векторів впливу та детермінантів розвитку.

Передумовою формування концепції управління розвитком туристичного підприємства повинно стати визначення та врахування трьох блоків специфічних зовнішніх детермінантів функціонування підприємства на туристичному ринку, а саме:

- 1) характерних особливостей управління розвитком туристичного підприємства;
- 2) факторів формування просторової поляризації туристичного ринку;
- 3) загроз, ризиків управління розвитком туристичного підприємства.

Узагальнення практичних засад та специфіки управління розвитком туристичних підприємств, а також напрацювань вчених з цього питання, дозволили відокремити особливості управління їх розвитком у сучасних умовах господарювання:

– управління підприємством здійснюється на підставі врахування аспектів поляризаційного розвитку туристичного простору, що визначає

передумови формування стратегії розвитку підприємства, концепції управління його розвитком, призводить до диференціації туристичного продукту та спеціалізації діяльності підприємства;

– управління туристичними підприємствами на підставі мережевих форм організації туристичного бізнесу;

– вивчення попиту та потреб на тур послуги, створення та реалізація туристичного продукту враховуючи мультикультурні та мультинаціональні особливості споживачів туристичних послуг;

– планування діяльності підприємства з урахуванням сезонності попиту на туристичні послуги;

– постійний моніторинг туристичними операторами інновацій у сфері туризму та напрямів їх просторової дифузії;

– постійне оновлення та насичення пропозиції туристичними продуктами широкого спектра, освоєння нових рекреаційних зон;

– організація системи співробітництва туристичних операторів з іншими суб'єктами туристичної діяльності повинно відбуватися з приводу формування комплексного туристського продукту повинно відбуватися не як з підприємствами-конкурентами, а як з бізнес-партнерами;

– необхідність обов'язкового професіоналізму персоналу, що здійснює, координує та контролює чіткість надання турпослуг, в тому числі, й координацію дій приймаючої сторони на випадок надзвичайних ситуацій [11, с. 14];

– стимулювання туристського попиту за допомогою зворотного зв'язку та формування стабільної клієнтської бази [11, с. 14];

– контроль поставлених цілей туристичними підприємствами повинен забезпечувати взаємний баланс інтересів туристичних підприємств, споживачів турпослуг, турпродуктів і суспільства [9] тощо.

Вияткову роль серед сучасних особливостей та умов управління розвитком туристичного підприємства складає просторова поляризаційна складова, яка визначає умови функціонування підприємства у певному географічному та економічному просторі та створює базис його стратегічного розвитку та визначає напрями діяльності.

Наступною об'єктивною передумовою формування концепції управління розвитком туристичного підприємства є врахування детермінантів поляризації туристичного простору, які доцільно поділити на дві групи: історично-сформовані базові детермінанти та актуальні інноваційні детермінанти. Разом з тим, однією з сучасних тенденцій розвитку світового туристичного ринку є перехід від природно-ресурсних факторів (факторів «першої природи») до інноваційних (факторів «другої природи»). Так, вигідне рекреаційно-географічне положення, наявність природних та культурних ресурсів, сприятливі кліматичні умови виступають лише базисом,

передумовою розвитку туристичного підприємства. Тоді як конкурентоспроможність на ринку туристичних послуг складають фактори інноваційного характеру: розвинена туристична інфраструктура; сучасні інноваційні технології створення та просування диверсифікованого туристичного продукту; розроблена нормативно-правова база, яка стимулює розвиток внутрішнього і в'їзного туризму; заохочення інвестицій у розвиток туристичної галузі; наявність дослідницьких структур з питань туризму; ефективна система підготовки туристичних кадрів; наявність транснаціональних туристських корпорацій; привабливий імідж на міжнародній арені [12].

У зв'язку з цим, незважаючи на наявність сприятливих природно-ресурсних передумов, забезпеченість значними культурними ресурсами, сприятливим географічним положенням, проте в силу нерозвиненості інвестиційних та інноваційних факторів, ряд регіонів займають периферійне положення в просторовій структурі туристичного ринку та мають низьку конкурентоспроможність туристичного продукту. Це свідчить про необхідність активізації ефективної національної та регіональної туристичної політики, раціонального використання туристичних та рекреаційних ресурсів, створення позитивного іміджу країни на міжнародному туристичному ринку з метою переходу до інвестиційно-інноваційної моделі розвитку туристичної галузі.

Отже, узагальнення наявного теоретичного та методологічного апарату дослідження засад управління розвитком туристичного підприємства та практики їх функціонування дозволило запропонувати відповідну концепцію (рис. 1).

Як зазначалось вище – вектори управління розвитком туристичного підприємства реалізуються на рівні держави та на локальному рівні управління підприємством. Внутрішні вектори розкриваються через управління якістю туристичного продукту, управління персоналом підприємства, управління сталим розвитком бізнесу, управління мережевим розвитком бізнесу, управління кластеризацією туристичних підприємств, управління взаємодією з підприємствами інфраструктури туризму – останні три напрямки формують інтеграційне забезпечення управління розвитком туристичного підприємства.

Загальнодержавні вектори управління розвитком туристичного підприємства пропонується реалізовувати за допомогою двох напрямків: інституційно-правового та соціально-економічного. Блок інституційно-правових засад управління у узагальненому виді пропонується реалізовувати за напрямками: розбудова нормативно-правової бази у сфері туристської підприємницької діяльності, з метою удосконалення норм та правил її здійснення, чіткої регламентації діяльності органів державної влади; вдосконалення організаційної структури органів виконавчої влади у напрямку забезпечення державної підтримки підприємницької діяльності у сфері туризму; гармонізація національного законодавства у сфері туризму з міжнародним законодавством.

Блок соціально-економічних засад управління у узагальненому виді пропонується реалізовувати за напрямками: активізація фінансово-кредитної та інвестиційної підтримки розвитку підприємництва у туристичній галузі; запровадження градації системи пільг, пільгових канікул та пом'якшення податкової політики; залучення туристичних підприємств до виконання державних, регіональних та місцевих замовлень з поставки послуг для державних потреб; сприяння залученню іноземних інвестицій, технологічної та консультативної допомоги тощо.

Таким чином, забезпечення ефективного та конкурентоспроможного розвитку туристичного підприємства можливо за рахунок розробки та реалізації відповідної концепції, базовими елементами якої є мета та цільові орієнтири, принципи і специфічні функції управління та вектори реалізації концепції. Концепцію управління розвитком туристичного підприємства пропонується визначати як провідний задум, комплекс ключових положень та установок, конструктивну, цілісну систему засобів досягнення цілей з формування ефективного механізму управління туристичним підприємством на засадах просторової поляризації.

Список використаних джерел

1. Кукліна Т.С. Управління комплексом маркетингу в забезпеченні розвитку туристичних підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Т.С. Кукліна ; Херсон. нац. техн. ун-т. — Херсон, 2011. — 20 с.
2. Короленко Н.В. Управління логістикою на туристичних підприємствах: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Н. В. Короленко ; МОНМС України, ПВНЗ "Європ. ун-т". — К., 2011. — 20 с.
3. Чаплінський Ю.Б. Управління маркетинговою діяльністю туристичних підприємств: автореф. дис... канд. екон. наук : 08.00.04 / Ю.Б. Чаплінський ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. — К., 2009. — 24 с.
4. Близнюк А.С. Формування стратегій маркетингового менеджменту туристичних підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / А. С. Близнюк ; Європ. ун-т. — К., 2011. — 20 с.
5. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в управлінні суб'єктами туристичної діяльності: автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.00.04 / С.В. Мельниченко ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. — К., 2008. — 46 с.
6. Трегулова І.П. Організація ефективного управління персоналом підприємств туристичного бізнесу: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / І.П. Трегулова ; Тавр. нац. ун-т ім. В.І.Вернадського. — Сімф., 2008. — 20 с.
7. Бойко М.Г. Ціннісно орієнтоване управління туристичними підприємствами: автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04 / М. Г. Бойко ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. — К., 2011. — 44 с.
8. Димеденко І.В. Управління розвитком підприємств туристичного бізнесу: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / І.В. Димеденко ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. — Донецьк, 2007. — 18 с.
9. Дяченко Л.А. Суть та особливості управління підприємствами туристичної сфери [Електронний ресурс] / Л. А. Дяченко // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. — 2011. - №1. — Режим доступу до ресурсу: http://www.chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2011/v1/NV-2011-V1_28.pdf

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ПЕРІОДУ УКРАЇНИ

Вплив багатоаспектних проявів факторів просторової поляризації туристичного ринку

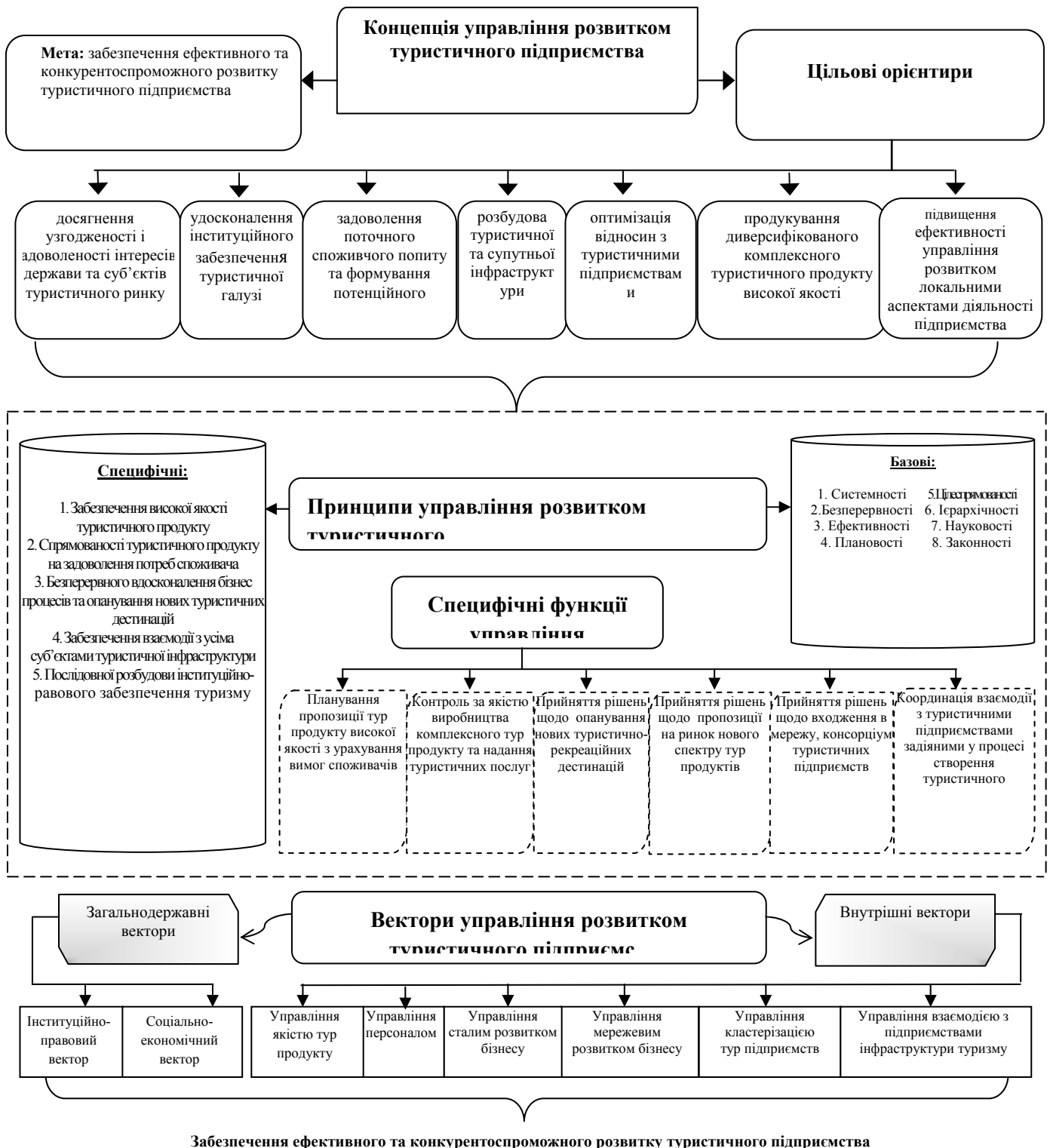


Рис. 1 Кумулятивна концепція управління розвитком туристичного підприємства

10. Рега М.Г. Управління підприємствами туристичної сфери в Україні: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / М.Г. Рега ; Європ. ун-т. — К., 2010. — 19 с. — укр.

11. Гринько Т. В. Удосконалення управління підприємствами туристичної сфери / Т.В. Гринько // Економіка. Фінанси. Право. - 2013. - № 5. - С. 13-15.

12. Горіна Г.О. Термінологічні аспекти просторової поляризації світового туристичного ринку / Г.О. Горіна. // Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки: електрон. наук. фах. вид. - Житомир : Житомир. держ. ун-т ім. І. Франка, 2016. - № 1. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2016_1_6

References

1. Kuklina, T.S. (2011). Upravlinnia kompleksom marketynhu v zabezpechenni rozvytku turystychnykh pidpriemstv [A management of marketing a complex is in providing of development of tourist enterprises]. (Master's thesis, Kherson national technical university, Ukraine). Kherson. [in Ukrainian].

2. Korolenko, N.V. (2011). Upravlinnia lohistykoiu na turystychnykh pidpriemstvakh [Management of logistics at tourist enterprises]. (Master's thesis, European University, Ukraine). Kyiv. [in Ukrainian].

3. Chaplinskyi, Y.B. (2009). Upravlinnia marketynhovoii diialnistiu turystychnykh pidpriemstv [Management of tourist enterprises marketing activity]. (Master's thesis, Kyiv national university of trade and economics, Ukraine). Kyiv. [in Ukrainian].

4. Blyzniuk, A.S. (2011). Formuvannia stratehii marketynhovooho menezhmentu turystychnykh pidpriemstv [Formation of Marketing Management Strategies in Tourism Enterprises]. (Master's thesis, European University, Ukraine). Kyiv. [in Ukrainian].

5. Melnychenko, S.V. (2008). Informatsiini tekhnologii v upravlinni subiektamy turystychnoi diialnosti [Information technologies in the management of tourism activity subjects]. (Doctor's thesis, Kyiv National University of Trade and Economics, Ukraine). Kyiv. [in Ukrainian].

6. Trehulova, I.P. (2008). Orhanizatsiia efektyvnoho upravlinnia personalom pidpriemstv turystychnoho biznesu

[Organisation of efficient control the personnel of the enterprise of tourist business]. (Master's thesis, Taurian national university of V.I.Vernadskogo, Ukraine). Simferopol. [in Ukrainian].

7. Boiko, M.H. (2011). Tsinnisno oriientovane upravlinnia turystychnymy pidpriemstvamy [Value oriented management of tourist enterprises]. (Doctor's thesis, Kyiv National University of Trade and Economics, Ukraine). Kyiv. [in Ukrainian].

8. Dymedenko, I.V. (2007). Upravlinnia rozvytkom pidpriemstv turystychnoho biznesu [Management of tourist business enterprises development]. (Master's thesis, Donetsk National University of Economics and Trade named Mikhail Tugan-Baranovsky, Ukraine). Donetsk. [in Ukrainian].

9. Diachenko, L.A. (2011). Sut ta osoblyvosti upravlinnia pidpriemstvamy turystychnoi sfery [The essence and features of management by tourist companies]. Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu – Bulletin of Chernivtsi Institute of Trade and Economics, 1. Retrieved from http://www.chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2011/v1/NV-2011-V1_28.pdf

10. Reha, M.H. (2010). Upravlinnia pidpriemstvamy turystychnoi sfery v Ukraini [A tourist sphere enterprise management in Ukraine]. (Master's thesis, European University, Ukraine). Kyiv. [in Ukrainian].

11. Hryenko, T.V. (2013). Udoskonalennia upravlinnia pidpriemstvamy turystychnoi sfery [Improving management of tourist companies]. Ekonomika. Finansy. Pravo. - Economy. Finances. Right, 5, 13-15. [in Ukrainian].

12. Gorina G.O. Terminolohichni aspekty prostоровoi poliaryzatsii svitovoho turystychnoho rynku [Terminological aspects of spatial polarization of the world tourism market]. Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii - Economy. Management. Innovations, 1. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2016_1_6