

Рекреаційна географія. Туризм

Ключевые слова: ресторанное хозяйство, функции ресторанного хозяйства, тип предприятия ресторанного хозяйства, инновации, функциональные уровни инновационных циклов.

Borisyuk O.

National Aviation University

THE INNOVATIVE TRENDS IN COMPETITIVE REALITIES OF RESTAURANTS

In the article the main problems and peculiarities of innovation activity of enterprises in the restaurant industry; distinguishes functional level innovation cycles in certain types of business restaurant business engaged in providing food services to foreign tourists.

Keywords: restaurant management, restaurant management function, type restaurant business, innovation, functional level of innovation cycles

УДК 338.48:65

**Заря І.В, Дудич Г.
Національний авіаційний університет**

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Стаття присвячена вивченню процесів управління туристичним підприємством в розрізі існуючої концепції управління та визначення напрямів переходу на нові імперативи управління сучасними туристичними компаніями для підтримання стабільності та росту їхнього підприємницького та ресурсного потенціалу.

Ключові слова: управління, концепції менеджменту, управлінські стереотипи, ресурсний потенціал

Постановка проблеми. В умовах загострення конкурентної боротьби серед постачальників туристичних послуг та інших процесів, що відбуваються в національному бізнес-середовищі, управлінське мислення набуває масштабності і стає чи не найголовнішою перевагою в конкурентній боротьбі на ринку туристичних послуг. Різноманітність застосування управлінських концепцій в діяльності будь-якого туристичного підприємства надає переваги в стратегічному, ситуативному та тактичному керівництві. Значна увага приділяється координації та контролю процесів в таких сегментах внутрішньофірмової діяльності туристичної компанії як стратегічне планування, організаційна структура підприємства, залучення інновацій,

Рекреаційна географія. Туризм

інвестиційна політика, стимулювання праці співробітників, інформаційна діяльність.

Серед багатьох чинників впливу на ступінь регулювання даної ситуації управлінський імператив є чи не найважливішим з позиції визначення пріоритетів, оцінки можливостей та ресурсного потенціалу.

Об'ємність процесу управління передбачає як включення в єдине ціле всіх процесів в організації, так і постійну координацію, моніторинг і контроль діяльності туристичної компанії з метою подолання перешкод, мінімізації ризиків та виходу на оптимальні темпи росту основних показників економічної діяльності.

Аналіз останніх досліджень та виявлення невирішених сторін проблеми. Чисельні публікації наукової, науково-методичної та методологічної спрямованості з різноманітних концепцій управління покликані не тільки досліджувати процес впровадження в світову та вітчизняну практику сучасних засад і методів менеджменту, а також запропонувати новітні інструменти вирішення проблем стратегічного розвитку, управління персоналом, психології управління і т.д.

Теоретико-методологічні, економічні та управлінські аспекти впливу менеджменту на туризм знаходяться в полі зору широкого кола дослідників – О. Любіцевої [6], Т. Бондаренко [2], В. Квартальнова [4], И. Зорина [4], А. Чудновського [9], Т. Ткаченко [8], С. Чарльз Джейкобса [3], Дж. Баркера [1], К. Клока [5], К. Омає [7] та інших.

Незважаючи на ґрунтовні дослідження в сфері управління потребують доопрацювання аспекти, пов'язані з концепцією управління туристичним підприємством в сучасних умовах.

Формулювання цілей статті. Постановка завдання. В зв'язку з вищезазначеним постає необхідність розглянути процес управління туристичним підприємством, проаналізувати позитивні та негативні прояви концептуальних підходів до управління туристичною компанією в умовах загострення національних соціально-економічних трендів та визначити засади переходу на нову управлінську парадигму.

Виклад основного матеріалу. Туристичний сезон в Україні у 2014 році мав негативну динаміку і характеризувався такими показниками як зменшення загальної кількості туристів, обслугованих туроператорами і туристичними агентствами на 21% порівняно з 2013 роком, кількість відвідувань країни іноземцями скоротилась на 50% (з 24,6 до 12,7 млн. чол.), з них скорочення

Рекреаційна географія. Туризм

потоків іноземних туристів зменшилось втричі (з 488496 чол. до 146804 чол.). Така сумна динаміка обумовлена низкою чинників. В першу чергу це викликано подіями з анексії Криму та антитерористичними заходами на Сході країни. Не меншою мірою на ситуацію впливає економічна та адміністративна кризи в державі, зокрема реформування Держтуризмкурорту, перетікання капіталу в сфери на які не поширилися процеси стагнації, де зберігається значний потенціал для росту обсягів виробництва продукції або надання послуг, ефективного залучення інвестицій. Не стоїть осторонь і управлінський вплив на туристичну галузь як на макро- та і на мікрорівнях. Наразі, підвищення ефективності роботи туристичних компаній потребує використання певного набору управлінських інструментів.

Серед туристичних організацій, які надають перевагу роботі на внутрішньому туристичному ринку та розвиткові екскурсійної діяльності в Україні, слід відзначити таких туроператорів і туристичних агенцій як «Сентоза тур», «Караван», «Експрес тур», «Ласпі», «ЯРД», «Сервіс тур», «Глобал тур», «Сам», «Вояж сервіс» та інші.

Управління підприємством – це постійний і системний вплив на діяльність його структурних підрозділів для забезпечення узгодженої роботи і досягнення кінцевого позитивного результату [10,с.56]. Найсерйознішою проблемою управління підприємством є збереження вектору розвитку в умовах безперервної змінності зовнішнього середовища. Особливо актуальна ця проблема для України, де підприємства змушені адаптуватися до швидких і продуктивних зовнішніх змін, пов'язаних з розвитком світового туристичного ринку та діяти в умовах контрпродуктивної економічної ситуації в країні.

Метою управління туристичним підприємством є забезпечення життєздатності та сталого функціонування туристичного підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі.

Система управління туристичним підприємством базується на виділенні орієнтованого на розвиток та стабільність контуру управління, має цільовий поступальний характер, дозволяє вчасно враховувати і реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства, і тим самим забезпечити високий рівень його комплексної адаптивності до динамічних умов середовища; систематизувати вхідні і вихідні інформаційні потоки за векторами управління, оперативно використовувати отриману інформацію в системі управління туристичним підприємством.

Рекреаційна географія. Туризм

Влада, ініціатива та відповідальність є чи не найголовнішими інструментами, якими користуються лідери та керівники в прагненні досягти поставленої перед ними та колективом мети. Цьому сприяє усвідомлення того факту, що в результаті отриманого провідними компаніями досвіду в сфері менеджменту туристичних підприємств, вони можуть використовувати в практиці чисельні моделі та концепції впливу на туристичний бізнес, такі як інсорсинг та аутсорсинг, життєвий цикл продукту та бізнесу, конкуренція за часом та конкурентні переваги та інші.

Дослідженнями work.ua встановлено, що 35% працівників офісів витрачають час на незаплановані перерви – від 15 до 30 хвилин на день – 20%, до 1 години на день – 27% працівників, більше 1 години – 33%.

Виходячи з вищенаведеного, головними завдання менеджменту туристичного підприємства є наступні:

1. Збереження системи керування.
2. Підвищення гнучкості і ефективності комунікацій.
3. Збереження працездатності кадрів.
4. Оптимізація системи маркетингу на підприємстві.
5. Визначення пріоритетних напрямів рекламної діяльності.
6. Посилення контролю за використанням та розподілом фінансових ресурсів.
7. Здійснення постійного моніторингу ситуації як на ринку так і всередині організації.

Як свідчать дослідження, ранжування пріоритету цінності при виборі туристичного підприємства споживачем туристичних послуг відбувається в такій послідовності: 1) якість послуги; 2) асортимент; 3) обслуговування; 4) ціна [11, с. 741].

Наразі сьогодні ми маємо можливість перекопатися в тому, що при критичному аналізі виявляються як певні диспропорції в управлінні так і очевидні недоліки, до яких, серед інших, можна віднести наступні:

- підлеглі не інформовані про справи в компанії, інформацією, як елементом влади, володіє лише керівництво компанії;
- нові ідеї, запропоновані менеджерами до впровадження зустрічають опір, або взагалі ігноруються;
- застаріла парадигма мислення;
- матеріальне стимулювання напряму залежить від відносин з вищим керівництвом, а не від продуктивності праці. Винагорода керівництва знаходиться у диспропорції з такою у підлеглих;

Рекреаційна географія. Туризм

➤ професійне навчання доступне незначній кількості співробітників, що обумовлено відсутністю прогресивних поглядів керівництва на перспективний розвиток компанії і знижує рівень компетентності кадрового потенціалу компанії.

Таким чином, ми можемо зробити висновок, що незважаючи на досягнутий прогрес науки управління і вклад у розвиток різноманітних компаній, у тому числі і туристичних, залишається чимало питань з приводу удосконалення процесів управління компаніями.

До цього слід додати негативний вплив застарілого мислення та управлінських стереотипів поведінки, які виявляються у наступному:

- зовнішня мотивація співробітника: продуктивність праці напряму залежить від величини винагороди;
- прагнення керівництва відкласти зміни у компанії на невизначений термін, що може призвести до неготовності протистояти труднощам та кризовим явищам;
- керівництво не визнає своїх помилок, що відображається на зниженні його авторитету та поваги з боку підлеглих;
- досі значною популярністю користується метод кнута і пряника, незважаючи на можливість використання низки соціально-економічних та психологічних методів;
- просування корпоративної культури залишається другорядним питанням, яке вирішиться без втручання керівництва.

Отже, в умовах переходу до постіндустріального суспільства, концептуальний підхід до управлінської діяльності має бути адаптований до вимог нових економіко-соціальних процесів, що стає можливим при зміні застарілої парадигми управління на таку, яка відповідатиме рівню виконання поставлених перед керівництвом завдань.

До основних елементів нової парадигми управління туристичною компанією, на наш погляд, слід віднести такі:

- активація людського фактору – адаптивний гомеостаз (потрібні люди з системними знаннями щоб правильно адаптуватися до нових умов життя);
- створення системних цінностей компанії, участь в процесі формування беруть всі співробітники, адже сьогодні менеджмент визнає лише один критерій результату діяльності – наявність клієнта, який бажає придбати послугу;

Рекреаційна географія. Туризм

- внутрішня мотивація, як чинник приналежності працівника до кадрового потенціалу, що розкривається зацікавленістю у виконанні поставлених завдань, що розширює горизонт розробки нових бізнес підходів та моделей управління;
- спонукання співробітників до ініціативи є важливим елементом заохочення працівників, розвитку організації та залучення інновацій в процес створення нового продукту;
- визначення кола керівників, рішення яких є цінними для організації, з тим, щоб надати їм додаткові повноваження у ключових сегментах діяльності компанії;
- корпоративна культура – розвиток нових стосунків у колективі на основі розробки єдиних правил, що базуються на принципах толерантності, креативності, адаптивності, ієрархічності;
- відповідальність - визначає свідоме ставлення до роботи і кожен співробітник несе відповідальність в межах своєї компетенції за виконання поставлених завдань;
- управлінське мислення – погляди на сферу підприємницької діяльності, розвиток компанії є однаковими як для керівництва так і для співробітників компанії, для покращення процесу комунікації та розуміння основного напрямку розвитку.

Висновки. Отже, нами було розглянуто концептуальні підходи до управлінської діяльності та принципи переходу до нової парадигми управління за допомогою ряду новітніх елементів системи менеджменту і це дає підстави стверджувати, що такі впровадження потребують реорганізації свідомості співробітників задля адекватного сприйняття даних змін. У той же час керівники зобов'язані переглянути існуючі методи керівництва і розробити нові з урахуванням стратегії, розвитку, навчання та засад корпоративної культури.

Використана література:

1. Баркер Дж. Парадигми мышления: Как увидеть новое и преуспеть в меняющемся мире/ Джоэл Баркер; Пер. с англ – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 187 с.
2. Бондаренко Т.М. Точки зростання виробництва: поняття, критерії та методика визначення // Економіка і прогнозування, 2008. – №1. – С. 136 – 144.
3. Джейкобс С. Чарльз. Нейроменеджмент. Пер с англ. – К.: Companion Group, 2010. – 208 с.
4. Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности // Учебник. М.: Финансы и статистика. 2005. – 288с.

Рекреаційна географія. Туризм

5. Клок К., Голдсмит Дж. Конец менеджмента. – СПб.: Питер, 2004. – 368 с.
6. Любичева О.О. Рынок туристических услуг / О. О. Любичева. – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
7. Омае К. Мышление стратега: Искусство бизнеса по-японски / Кеничи Омае; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 215 с.
8. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т.І. Ткаченко. – К.: КНТЕУ, 2006. – 537 с.
9. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма А.Д. Чудновский. – М.: Аспект Прес, 2005. – 448 с.
10. Шваб Л.І. Економіка підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. 2-е вид. – К.: Каравела, 2005. – 568 с.
11. Пригожин А.И. Методы развития организаций / А.И. Пригожин. – М.: МЦФЭР, 2003. – 863 с.

Заря И.В., Дудич Г.

Национальный авиационный университет

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ТУРИСТИЧЕСКИМ ПРЕДПРИЯТИЕМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Статья посвящена изучению процессов управления туристическими предприятиями в разрезе существующей концепции управления и определения направлений перехода на новые императивы управления современными туристическими компаниями для поддержания стабильности и роста их предпринимательского и ресурсного потенциала.

Ключевые слова: управление, концепции менеджмента, управленческие стереотипы, ресурсный потенциал.

Zaria I., Dudich G.

National Aviation University

CONCEPTUAL APPROACHES TO MANAGEMENT OF TOURISM ENTERPRISES IN MODERN CONDITIONS

This article is devoted to the study of management processes tourist enterprise in terms of the existing management conception and identify the transition to the new imperatives of modern travel management companies to maintain the stability and growth of their business and resource potential.

Keywords: management, management cjnception, managerial stereotypes, resource potential.