

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



ОСВІТА У ХХІ СТОЛІТТІ: ШЛЯХИ РОЗВИТКУ

Випуск 3

*Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції
“Ціннісні пріоритети освіти у ХХІ столітті:
формування міжкультурної комунікації”,
м. Київ, МАУП, 24 травня 2011 р.*

Київ
ДП «Видавничий дім «Персонал»
2012

Редакційна колегія:

Подолька А. М., д-р юрид. наук — головний редактор

Головатий М. Ф., д-р політ. наук, проф. — заступник головного редактора

Чернуха Н. М., д-р пед. наук, проф. — заступник головного редактора

Ігнатченко А. А., канд. техн. наук — відповідальний редактор

Видання здійснене в рамках проекту “Наукові праці МАУП”

**Освіта у ХХІ столітті: шляхи розвитку / МАУП. — К.: ДП “Видав-
О-72 ничий дім “Персонал”, 2010 —**

Вип. 3 : Матеріали ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції “Ціннісні пріоритети освіти у ХХІ столітті: формування міжкультурної комунікації”, м. Київ, МАУП, 24 трав. 2011 р. / редкол. : А. М. Подолька (голов. ред.), М. Ф. Головатий (заст. голов. ред.), Н. М. Чернуха (заст. голов. ред.), А. А. Ігнатченко (відп. ред.). — 2012. — 246 с. : іл. — Бібліогр. в кінці ст.

У збірнику подано статті учасників Міжнародної науково-практичної конференції “Ціннісні пріоритети освіти у ХХІ ст.: формування міжкультурної комунікації”, присвяченої найважливішій проблемі сьогодення — розвитку освіти в Україні. Статті охоплюють широкий діапазон наукових досліджень українських учених.

Для науковців, освітян, державних службовців, політиків, викладачів і студентів, а також усіх, хто цікавиться розвитком української освіти.

ББК 74.04(4УКР)я43

Азер Алієв*Менеджмент в освіті:**проблеми та перспективи..... 124***С. О. Бульда***Маркетингові підходи в забезпеченні ефективного використання ресурсного потенціалу регіону..... 129***О. В. Винник***Особливості профнавчання на виробництві в сучасних соціокультурних умовах..... 137***Я. Ф. Медвідь, Г. В. Устименко***Освіта і виховання молоді в системі формування міжкультурної комунікації..... 140***К. Дукоскі***Підходи до оцінки впливу корпоративної культури на ефективність міжнародної діяльності компанії..... 143***В. В. Зарва***Соціально-релігійний чинник та проблема толерантності в умовах глобалізації..... 148***В. Кітанов***Підходи до формування та особливості стратегії розвитку регіональної туристичної дестинації в Республіці Македонія..... 153***Л. М. Коваленко***Правовий статус суб'єктів інформаційної політики у сфері євроінтеграції: досвід України та Польщі..... 159***К. В. Кривопуст***Державне управління в сфері внутрішньої безпеки в системі функцій сучасної української держави..... 168***Р. І. Литовченко***Шляхи підготовки конкурентоспроможного на ринку праці магістра..... 177***Магеррамзаде Алібала Саттар огли***Інтеграційна регіоналізація в сучасній світовій економіці..... 181***М. М. Мамченко***Теорії економічної політики сучасної держави у контексті її впливу на джерела формування капіталу..... 189***А. М. Медвідь***Риторична спадщина Києво-Руської держави як важлива складова формування толерантності в системі ціннісних пріоритетів освіти..... 196***Раєв Ільхам Сахіб огли, Є. О. Завальський***Ціннісні пріоритети освіти в умовах розбудови стратегії національної безпеки України..... 199***Р. А. Тумовс***Політична ідеологія як фактор розвитку сучасної держави..... 202***М. І. Якібчук***Формування толерантності особистості в сучасному полікультурному середовищі..... 209***М. Д. Вітушкін***Духовність у сучасному соціумі: проблеми та перспективи..... 215***І. П. Василюк***Державна інформаційна політика в Україні: стан і перспективи..... 218***О. Л. Димарчук,***Дієго Доносо Варгес Хосе, М. О. Колісник*
*Інформаційна безпека України в умовах глобалізації..... 220***О. Г. Коваленко***Становлення громадянського суспільства в Україні: питання теорії і практики..... 224***О. І. Бабенко, О. О. Чмут***Політична соціалізація молоді в умовах формування міжкультурної комунікації..... 227***О. О. Бушин***Вища освіта в Україні в умовах Болонського процесу..... 230***А. Ю. Костенко, Ю. В. Содель***Модернізація освіти України в умовах міжкультурної комунікації..... 233***Т. О. Курчина, О. Є. Маньковська***Інформаційні технології в освіті в умовах формування міжкультурної комунікації..... 236***Методи Главче***Удосконалення технологій навчання при викладанні математичних дисциплін..... 239*

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ У РЕСПУБЛІЦІ МАКЕДОНІЯ

Освіта у XXI столітті: шляхи розвитку, вип. 3, 2012, 153–158

Реалізація системного підходу до розвитку туризму включає стратегічне управління з метою сталого розвитку. Тому управління розвитком дестинацій, спрямоване одночасно на запобігання негативним впливам і виконання цілей та завдань розвитку суспільства, має здійснюватися відповідно до принципів сталого розвитку на підставі Конституції Республіки Македонія, Закону Республіки Македонія “Про туризм”, “Про готельне господарство”, Державної Програми розвитку туризму в Республіці Македонія на 2011 р., Національної стратегії розвитку туризму на 2009–2013 рр. [1; 2; 3; 4; 5].

При розробці стратегій розвитку регіонів Республіки Македонія можна відзначити ряд недоробок, таких як: недостатня обґрунтованість вибору стратегічних пріоритетів розвитку, недооцінка потенційного впливу туризму на економіку регіону, а також відсутність у їх структурі стратегій розвитку туризму, які визначають, підтримують і нарощують довгодіючі конкурентні переваги регіону.

При вивченні проблем стратегічного управління й розробки стратегій розвитку на особливу увагу заслуговують дослідження І. Ансоффа, Є. Дж. Блейклі, П. Друкера, С. Велкоскі, Б. Аслімоскі, М. Портера, С. Велкоскі, А. Чандлера та інших науковців. Поняття “стратегія”, сформульоване названими авторами, вимагає уточнення для застосування його до регіональної дестинації як об’єкта системи туризму.

Поняття “стратегія” сформульоване І. Ансоффом у такий спосіб [6]: “...за своєю сутністю стратегія є набір правил для прийняття рішень, якими організація керує своєю діяльністю”. Г. Мінтцберг вважає, що це “найпоширеніший погляд на процес формування стратегії” [7].

І. Ансофф пропонує такі характеристики стратегії:

- стратегія будується в умовах і з урахуванням непередбачуваності розвитку ситуації;
- стратегія має бути пов’язана з поданням майбутнього “у дуже широкій перспективі”;

- стратегія припускає поетапне розгортання діяльності, наявність окремих проміжних цілей на кожному етапі та зв'язує всі ці етапи й цілі єдиними підставами для прийняття рішень;
- стратегія має враховувати не тільки реальну наявність ресурсів, а й потенційні можливості їх одержання.

I. Ансофф виокремлює такі риси стратегії [6]:

1. Процес розробки стратегії не завершується негайною дією. Зазвичай він закінчується встановленням загальних напрямів, просування за якими забезпечує зростання й зміцнення позицій.

2. Сформульована стратегія має використовуватись для розробки стратегічних проєктів методом пошуку. Роль стратегії у пошуку полягає в тому, щоб, по-перше, допомогти зосередити увагу на певних ділянках і можливостях; по-друге, відкинути всі інші можливості як не сумісні зі стратегією.

3. Необхідність у стратегії відпадає, як тільки реальний хід розвитку виведе на бажані події.

4. У ході формулювання стратегії не можна передбачати всі можливості, які відкриються при складанні проєкту конкретних заходів. Тому доводиться користуватися сильно узагальненою, неповною і неточною інформацією про різні альтернативи.

5. Як тільки в процесі пошуку відкриваються конкретні альтернативи, з'являється й більш точна інформація. Однак вона може поставити під сумнів обґрунтованість первісного стратегічного вибору. Тому успіш-

не використання стратегії неможливе без зворотного зв'язку.

6. Оскільки для відбору проєктів застосовуються як стратегії, так і орієнтири, може здатися, що це одне й те саме. Але це різні речі. Орієнтир являє собою ціль, що прагнуть досягти, а стратегія — засоби для досягнення цілі. Орієнтири — це більш високий рівень прийняття рішень. Стратегія, виправдана при одному наборі орієнтирів, не буде такою, якщо орієнтири зміняться.

7. Стратегія й орієнтири взаємозамінні на різних рівнях. Деякі параметри ефективності у якийсь певний час можуть слугувати орієнтирами, а в інший — стануть стратегією. Те, що на верхніх рівнях управління є елементами стратегії, на нижніх перетворюється в орієнтири.

За П. Друкером, стратегія є засіб реалізації теорії у практичній діяльності, ціль якої — забезпечити можливість досягнення бажаних результатів; стратегія дає можливість організації цілеспрямовано шукати й використовувати у власних інтересах сприятливі можливості [8, 67–68; 99].

М. Мінцберг, Б. Альтсренд, Д. Лемпел визначають стратегію як багатогранне поняття, що поділяється на п'ять напрямів [7]:

- 1) стратегія — це план, настанови, орієнтир або напрям розвитку із сьогодення в майбутнє;
- 2) стратегія — це принципи поведіння або модель поведінки;
- 3) стратегія — це позиція;
- 4) стратегія — це перспектива;
- 5) стратегія — це прийом, маневр з метою перехитрити суперника.

Науме Маріноскі вважає, що “стратегія складається з двох частин: 1) із запланованих, заздалегідь передбачених способів, дій із пристосування до зовнішнього середовища й 2) з реактивних дій на непередбачені події у зовнішньому середовищі, ... стратегія — це система установок і заходів, спрямованих на довгострокове зміцнення конкурентної позиції в рамках установленої місії” [9].

У праці Бранко Аслімоскі стратегія визначається як комплекс принципів діяльності організації і її відносин із зовнішнім і внутрішнім середовищем, перспективних цілей організації, а також відповідних рішень на вибір інструментів досягнення цих цілей. Зазначається, що стратегія проявляється у конкурентній позиції, структурі організації, її системі цінностей, особливостях мотивації і т. д. [10].

У праці Міладіна Крстаноскі [11] відзначається, що стратегія в широкому понятті являє собою синтез ряду визначень, які торкаються аспектів формування і реалізації стратегії:

- план, орієнтир або напрями розвитку;
- принцип поведження або модель поведження;
- унікальна й цінна позиція на ринку;
- перспектива, або основний спосіб дії організації;
- особливі прийоми і маневри для досягнення цілі.

А. Чандлер вважає, що стратегія — “це визначення основних довгострокових цілей і завдань, затвердження курсу дій і розподілу ресурсів, необхідних для досягнення цих цілей” [12].

Незважаючи на досягнення в галузі стратегічного управління зазначених авторів, багато аспектів стратегічного управління туризмом у регіонах залишилися невирішеними. Це стосується насамперед формування стратегії розвитку регіональних туристичних дестинацій; вирішення проблем методичного забезпечення розробки стратегій; обґрунтування механізму розвитку. Мітре Аврамоскі відзначає, що “питання стратегічного розвитку дестинацій як об’єктів управління розглянуті недостатньо через відсутність теоретичних і методичних підходів комплексної стратегії” [13].

Сформулюємо визначення: стратегія розвитку регіональної туристичної дестинації — це напрям розвитку в рамках установленої місії, який включає дії щодо її забезпечення і механізми реалізації. Стратегія повинна забезпечити принципи, базу прийняття управлінських рішень для вирішення певних проблем, тобто стратегія є одним з елементів управління, його невід’ємною складовою. При формуванні стратегії розвитку процес управління підкоряється поставленій цілі, прийняті рішення в процесі управління мають сприяти реалізації обраної стратегії.

Міжнародна практика управління і стратегічного управління розвитком дестинацій показує, що досягнення високого рівня розвитку багато в чому залежать від здатності органів державної влади вибудувати ефективний механізм прийняття й реалізації рішень, спрямованих на досягнення стратегічної цілі. Такий висновок підтверджується результатами бенчмаркінгового до-

слідження [14]. Тому особливе місце при розробці стратегії розвитку регіональних туристичних destinations повинно займати застосування програмно-цільового підходу, який орієнтований на досягнення кінцевого результату в логіці поетапної дії: формування дерева цілей, розробку адекватної виконуючої програми, реалізації управляючої програми [14].

Формування стратегії розвитку регіональної туристичної destinations має являти собою комплекс формалізованих процедур, спрямованих як на побудову моделі майбутнього, так і на побудову програми переходу з поточного стану до цієї моделі. Механізмами стратегії розвитку стануть процеси, що властиві всім сферам і напрямкам її діяльності.

Формування стратегії розвитку регіональних туристичних destinations доцільно почати з визначення місця регіональної туристичної destinations, яка має відображати специфіку регіональної туристичної destinations та виступати як пріоритетний орієнтир, що відображає спрямованість діяльності. Місія повинна спиратися на ключову ідею розвитку в цілому.

Місія надає визначення майбутнього стану регіональної туристичної destinations, визначає дії, що сформульовані у такий спосіб:

- 1) оцінка рівня розвитку регіональних туристичних destinations на сьогодні;
- 2) формування цілей розвитку регіональних туристичних destinations, аналіз стратегічних альтернатив, визначення стратегії розвитку;
- 3) реалізація стратегії розвитку регіональних туристичних destinations

для досягнення основних цілей і завдань.

Ці три етапи визначають модель формування і реалізації стратегії розвитку регіональних туристичних destinations [11].

Головним компонентом стратегії розвитку регіональної туристичної destinations, який через певний проміжок часу необхідно переглядати, є “дерево цілей”, про яке у своїх працях писав македонський науковець Науме Маріноскі [15]. Корекція “дерева цілей” (як основа коригування стратегії розвитку) — це покроковий реалізований алгоритм. Він полягає в необхідному уточненні отриманих результатів щодо поставлених поточних і цільових завдань, які стоять за ними. Варто перевірити співвіднесення зв'язку “результат — ціль” на всіх наявних цільових рівнях з урахуванням поточних змін як у реальності, так і в розумінні. Цільовий прохід здійснюється до того рівня, на якому досягнута відповідність отриманих результатів цілям, які поставлені раніше.

На основі скоригованих цільових складових здійснюється вся наступна корекція використаних програмно-проектних коштів і механізмів стратегії розвитку регіональної туристичної destinations (організаційно-управлінського, нормативно-правового, фінансово-економічного, соціального й інформаційно-комунікативного).

Необхідно враховувати, що зацікавленість виконавців на всіх етапах формування стратегії розвитку туризму в регіоні досягається при орієнтації виконавців на кінцевий результат, що дає можливість вико-

ристовувати механізм стратегії розвитку як основу для побудови замкненої (із зворотним зв'язком за кінцевим результатом) моделі системи.

Таким чином, реалізація стратегії розвитку з урахуванням специфіки кожної регіональної туристичної дестинації Республіки Македонія сприятиме побудові оптимальної моделі регіонального розвитку; підвищенню рівня розвитку ресурсів; орієнтуватиметься на унікальні особливості кожної дестинації, а також сприятиме залученню в регіони потенційних інвесторів, що в підсумку підвищить добробут місцевого населення.

Також відзначимо, що застосування програмно-цільового методу управління для формування і реалізації стратегії розвитку регіональних туристичних дестинацій дасть можливість досягти стратегічних цілей за допомогою механізмів й інструментів реалізації стратегії, а також сприятиме сталому розвитку регіональних туристичних дестинацій Республіки Македонія.

Література

1. *Конституція* Республіки Македонія. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.concourt.am/armenian/legal_resources/world_constitutions/constit/macedon/macedon-r.htm
2. *Закон* Республіки Македонія “Про туризм”. — ЗАКОН ЗА ТУРИСТИЧКАТА ДЕЈНОСТ. — Сл. Весник на Р. Македонија бр.62 од 16.09.2004 година. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.economy.gov.mk/WBStorage/Files/turistickata_dejnost_16092004.pdf
3. *Закон* Республіки Македонія “Проготельне господарство”. — ЗАКОН ЗА УГОСТИТЕЛСКАТА ДЕЈНОСТ. — Сл. Весник на Р. Македонија бр.62 од 16.09.2004 година. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.economy.gov.mk/WBStorage/Files/ugostitelската_dejnost_16092004.pdf
4. *Програма* розвитку туризму в Республіці Македонія. — Програма за развој на туризмот за 2011 година. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.economy.gov.mk/?article=d0e8a351-22e1-44bf-b918-4219d2190664&lang=3>
5. *Національна стратегія* розвитку туризму у Республіці Македонія 2009–2013 рр. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.economy.gov.mk/Uploads/files/sektorskiDok/turizam/Strategija%20za%20razvoj%20na%20turizmot%202009-2013-2.pdf>
6. *Ансофф И.* Стратегическое управление. — М.: Экономика, 1989. — 426 с.
7. *Минцберг Г.* Школы стратегий. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпел. — СПб.: Питер, 2001. — 336 с.
8. *Друкер Питер, Ф.* Задачи менеджмента в XXI веке: Учеб. пособие: Пер. с англ. — М.: Изд. дом “Вильямс”, 2000. — 272 с.
9. *Туристички* агенции: [основен универзитетски учебник] / Науме Мариноски. — 2. изд. — Охрид: Факултет за туризам и угостителство, 2005 (Битола: Микена). — 316 стр.: граф. прикази; 24 см.
10. *Бранко Аслимоски.* Комуникации во туризмот. — Охрид: Факултет за туризам и угостителство, Центар за

- научно-истражувачка работа, 2005 (Битола: Микена). — 232 стр.: граф. прикази; 24 см.
11. *Туристичко право* / Миладин Крстаноски. — (2. изменето и дополнето изд.). — Орид: Факултет за туризам и угостителство, 2005 (Битола: Микена). — XIX, 279 стр.; 24 см. — (Библиотека Универзитетски учебници).
 12. *Chandler A. D. Strategy and Structure: A Chapter in the History of Industrial Enterprises* / A. D. Chandler — Cambridge, Mass, MIT Press, 1962.
 13. *Mumpe Аврамоски*. Економика на туризмот и угостителството. — 2. изд. — Охрид: Факултет за туризам и организациони науки, Центар за научно-истражувачка работа, 2006 (Битола: Микена). — 186 стр.: табели; 24 см.
 14. *Леонтьева Ю. Ю.* Использование приемов бенчмаркинга для изучения зарубежного опыта управления destinations / Ю. Ю. Леонтьева, Е. А. Кожокина // Коммунальное хозяйство городов: Научн.-техн. сб. Сер. Экономич. науки. — К.: Техника, 2010. — Вып. 83. — С. 378–386.
 15. *Основи на туристичката теорија и практика* / Науме Мариноски. — 2. изд. — Охрид: Факултет за туризам и угостителство, 2006 (Охрид: Летра дизајн). — 270 стр.; 24 см.