

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

*Матеріали Четвертої
Всеукраїнської наукової конференції,
м. Київ – Дубаї (ОАЕ), 28 лютого – 5 березня 2012 р.*

Київ
ДП «Видавничий дім «Персонал»
2013

Видання здійснене в рамках проекту “Наукові праці МАУП”

К65

Концептуальні засади формування менеджменту в Україні:
Матеріали Четвертої Всеукр. наук. конф., м. Київ – Дубаї (ОАЕ),
28 лют. – 5 берез. 2012 р. / МАУП; уклад. О. В. Баєва, Н. І. Новальська,
Л. В. Старих. — К.: ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2013. — 292 с.

До збірника увійшли доповіді пленарних та секційних засідань, в яких розглядалися питання управління стратегічним зростанням конкурентоспроможності підприємств, сучасних аспектів управління персоналом, управління освітою та методики викладання у вищій школі, концепцій розвитку управління бізнесом, проблем та перспектив розвитку менеджменту в галузі охорони здоров’я.

Для науковців, освітян, менеджерів різних рівнів управління, а також усіх, хто цікавиться проблемами менеджменту та розвитком управлінської думки в Україні.

ББК 65.9(4УКР)290-2я43

© Міжрегіональна Академія управління
персоналом (МАУП), 2013

© ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2013

М. О. Левченко, М. С. Дученко Методика оцінки потенціалу розвитку туризму в регіоні 184	І. В. Гуріна Сучасний стан та перспективи роз- витку фармацевтичного ринку України..... 226
В. В. Баєв Менеджмент якості підприємств туристичної індустрії 187	Л. С. Головкова Системне управління корпорацією в контексті розвитку регіону 231
М. О. Левченко, В. М. Левченко Ефективність управління бізнес-процесами торговельного під- приємства 191	О. В. Баєва Біологічна природа керівництва та лідерства 236
Н. М. Левандовська Аналіз впливу факторів на основні економічні показники роботи підпри- ємства.....195	В. М. Порожня Управління знаннями — потенціал інтелектуального капіталу в забезпеченні конкурентоспромож- ності підприємств галузі..... 240
О. М. Січкач Аналіз економічного потенціалу під- приємства по виробництву товарів народного споживання 198	А. О. Фісун Інноваційний менеджмент: перспектива інтенсивного розвитку економіки України..... 244
В. І. Гриценко Формування системи ефективного корпоративного управління в Україні 201	Т. В. Самойленко Реформи вищого образования в Украине: опыт и проблемы 249
Н. В. Недашковська Аналіз фармацевтичного ринку України в аспекті асортименту антиретровірусних препаратів .. 206	А. О. Білоус Соціально-психологічні виміри аналізу громадської активності та громадського лідерства 253
І. А. Корінчевська Принципи формування перспектив- ної моделі розвитку служби охорони здоров'я матері та дитини 211	К. В. Павлов Особенности управления экономикой в условиях воспроизводственных диспропорций 259
О. В. Баєва Підготовка керівних кадрів у сфері охорони здоров'я: міжнарод- ний досвід 215	И. И. Климкова Евроинтеграция в высшем образо- вании: о некоторых практических аспектах внедрения..... 263
Л. В. Старих Підготовка фахівців з маркетингу медицини та фармації відповідно до вимог освітньо-професійної програми 222	С. О. Прокоф'єва Розвиток компетенцій як основний об'єкт стратегічного управління персоналом 267

М. О. ЛЕВЧЕНКО

професор

М. С. ДУЧЕНКО

докторант

Міжрегіональна Академія управління персоналом, м. Київ

МЕТОДИКА ОЦІНКИ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ

Туризм є важливою галуззю світового господарства, при цьому останніми роками для деяких країн розвиток туристичного сектору почав відігравати визначальну роль для їх економіки. Щорічно туристичні центри по всьому світу відвідують сотні мільйонів людей.

Україна має багатий природно-кліматичний та історичний потенціал, ефективне використання якого дасть можливість значною мірою розширити сегмент пропонованих туристичних та рекреаційних послуг у нашій країні. З розвитком туристичного та рекреаційного комплексу Україна отримає новий імпульс для економіки регіонів, які мають достатній потенціал для зростання сфери туризму, але не є економічно благополучними.

Розвиток туризму в регіонах України вимагає не тільки значних зусиль з боку державних органів влади, а й великих фінансових вкладень. Тому заходи, що стимулюють туристичний сектор економіки, мають носити адресний характер. Необхідно вибрати регіони, які одночасно володіють унікальними і багатими туристичними ресурсами

і мають складнощі в соціально-економічному розвитку. Саме в цьому випадку туризм може стати додатковим економічним стимулом і джерелом доходів для населення. Адресний підхід у розвитку туризму вимагає відповідного обґрунтування з точки зору його перспектив і впливу на рівень життя населення.

Слід зазначити, що дослідження у сфері туризму, як правило, здійснювалися і здійснюються у двох принципово різних напрямках [3].

Першим напрямом є аналіз туристичних ресурсів регіонів, розробка стратегій розвитку туризму, проектування курортів, оцінка з економіки туристичних підприємств. Проблеми такого роду знайшли своє відображення в різних наукових дослідженнях, що проводяться щорічно в інтересах державних і регіональних органів державної влади, та працях різних дослідників, наприклад, А. Б. Алчагірова, Є. С. Богомолової, Д. К. Ісмаєва та ін. Другим напрямом є прогнозування й оцінка економіки регіонів. Цій проблематиці щорічно присвячені десятки наукових праць.

Однак, найцікавіша з точки зору дослідження тема розташована на

стику цих двох напрямів, тобто використання математичних методів при оцінці ролі та перспектив розвитку туризму та його впливу на соціально-економічну ситуацію в регіонах. Результати цього напряму можуть бути практично застосовані на різних рівнях державного управління з метою аналізу та вироблення заходів для стимулювання сфери туризму на конкретних територіях, оцінки їх ефективності. У цілому, такий напрям мало вивчено. Роботи у цій галузі стосуються, як правило, оцінки конкретного локального ефекту і не є системними.

Перехід економіки України до ринкових відносин зумовлює необхідність змін у системі управління туристичною діяльністю не тільки в регіонах, а й в Україні, особливо в плануванні діяльності цих підприємств та оцінки результатів.

Слід зазначити, що стратегічне планування на рівні туристичного підприємства при адміністративно-командній системі управління не здійснювалося через причини відсутності необхідності в ньому за умов відносно стабільного зовнішнього оточення підприємств. Безумовно, плани розвитку туристичних підприємств на довгостроковий період складалися, але при цьому використовувався метод екстраполяції, і неухильно дотримувався принцип директивності. Нині трансформаційні процеси в економіці України детермінували зміну філософії туристичного бізнесу, поведінки суб'єктів господарювання, перетворення в системі управління підприємствами. Крім того, реформаторські перетворення зумовили необхідність у “погляді

в майбутнє”, тобто в стратегічному мисленні керівництвом щодо діяльності туристичного підприємства.

Разом із тим, нинішнє планування туристичної діяльності підприємств майже не враховує підприємницького ризику, недостатньо опрацьовуються альтернативні варіанти різних планових рішень, планування здійснюється в усіченому вигляді, а в деяких крупних акціонерних підприємствах планування ведеться за підрозділами у вигляді фінансового плану. На більшості туристичних підприємств практично відбулася заміна процесу планування виробничо-господарської діяльності розробкою бізнес-планів, при цьому під бізнес-планом розуміється план поточної діяльності, що суперечить процесу планування.

У плануванні діяльності туристичних господарств відсутня ув'язка із загальною стратегією всього підприємства в цілому. Планування йде, з одного боку, старою доріжкою, з другого — кожне підприємство намагається знайти свій бізнес. Немає загальної стратегії розвитку, немає єдиного плану.

У результаті зростають збитки, заборгованість до бюджету, виникають інші негативні явища.

Часто планові рішення ухвалюються тільки з урахуванням внутрішнього середовища і майже не враховують навколишнє або зовнішнє. Туристичні підприємства належною мірою не використовують ринкових підходів і методів стратегічного планування і не можуть не тільки впливати на ринок, а й адаптувати свої можливості до постійно змінного середовища.

Кожне туристичне підприємство, що працює в умовах ринкової економіки, прагне забезпечити собі довгострокову реалізацію туристичних послуг як заставу постійного прибутку. Для цього воно розробляє довгострокову програму дій, адекватну:

- а) кон'юнктурі ринку туристичних послуг;
- б) конкуренції на ринку туристичних послуг;
- в) власним ресурсним можливостям.

Така програма відображає стратегію туристичних підприємств.

Стратегія — це узагальнююча модель тривалих дій, необхідних підприємству для досягнення поставлених цілей за наявних можливостей.

Відносно економічної організації стратегія — це сукупність її головних цілей і основних способів їх досягнення [4]. Розробляючи стратегію дій, туристичне підприємство визначає загальні напрями діяльності.

Основним завданням стратегічного планування в туристичній діяльності є розроблення та впровадження в дію нових туристичних послуг, розробка турів та організаційні зміни у складі структури управління, необхідних для забезпечення життєдіяльності підприємства.

Отже, туризм на сьогодні може стати додатковим джерелом доходів регіональних бюджетів в Україні. Однак, для динамічного розвитку туристичної галузі потрібне залучення значних фінансових ресурсів,

у тому числі, спрямованих на розвиток інфраструктури. Такого роду ресурси складно залучити в регіон без державних гарантій чи механізмів співфінансування заходів. З метою вибору найперспективніших точок росту регіональної сфери туризму необхідно використовувати комплексний або системний підхід, який дасть змогу, з одного боку, визначити відповідні регіони з точки зору розвитку туризму, з другого — регіони, в яких загальний соціально-економічний ефект буде максимальним. Так само необхідно провести обґрунтування оціночних та прогнозних розрахунків, що дають підстави зробити висновок про ефективність державного фінансування розвитку туризму та туристичної інфраструктури.

Література

1. *Алексеева М. М.* Планирование деятельности фирмы: Учеб.-метод. пособие. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 248 с.
2. *Владимирова Л. П.* Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учеб. пособие. — М.: Дашков и К°, 2000. — 308 с.
3. *Зінь Е. А.* Планування діяльності підприємства: Підруч. / Е. А. Зінь, М. О. Турченко. — К.: Професіонал, 2004. — 320 с.
4. *Минцберг Г.* Стратегический процесс: Пер. с англ. / Г. Минцберг, Дж. Б. Куинн, С. Гошал; под. ред. Ю. Каптуревского. — СПб.: Питер, 2001. — 688 с.