

УДК 338.486.2:001.8

Н.М.БОГДАН, канд. екон. наук

Харківський національний університет міського господарства імені О.М.Бекетова

РЕАЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ ТУРИСТСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОСНОВНИЙ ЧИННИК ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ ЇХ РОЗВИТКУ

В статті досліджуються підходи до особливостей реалізації економічних інтересів туристських підприємств в контексті визначення стратегії їх розвитку, а також обґрунтовується необхідність формування системи параметрів для оцінювання процесів реалізації економічних інтересів туристських підприємств.

В статье исследуются подходы к особенностям реализации экономических интересов туристских предприятий в контексте определения стратегии их развития, а также обосновывается необходимость формирования системы параметров для оценивания процессов реализации экономических интересов туристских предприятий.

The article examines the approaches to the peculiarities of realization of economic interests of the tourist enterprises in the context of determining their development strategies as well as the necessity of forming a system of parameters for estimating processes realization of economic interests of the tourist enterprises.

Ключові слова: економічні інтереси, туристичне підприємство, стратегія розвитку, процес реалізації економічних інтересів, система параметрів.

Найбільш актуальними в практиці управління є визначення впливу глобальних змін в економічному просторі на організації, їх структури, системи управління, організаційні культури та передусім на формування стратегії розвитку підприємств. Величезні зміни, яких зазнає сучасна вітчизняна економіка та економіка світу в цілому в умовах глобалізаційних та інтеграційних процесів, вказують на необхідність вирішення такої проблеми, як розробка нових управлінських схем пристосування основної ланки економіки – підприємств та організацій до участі в глобальному економічному просторі. Удосконалення стратегічного управління вітчизняними підприємствами в умовах глобалізації світової економіки є важливим науковим та практичним завданням, вирішення якого дозволить прискорити вхід України в світовий економічний простір. Туризм як сфера, що динамічно розвивається та тісно зв'язана з процесами глобалізації, потребує пошуку ефективних методів визначення стратегії розвитку на основі узгодження економічних інтересів усіх суб'єктів.

Туризм являє собою соціально-економічну систему, що є сукупністю взаємопов'язаних елементів, до яких належать суб'єкти функціонально різних видів економічної діяльності (їх налічується понад 60) [1]. В сучасних умовах, коли ринок характеризується невизначеністю та мінливістю, все більше виявляється недосконалість економічних

взаємовідносин між усіма суб'єктами – підприємствами – виробниками туристського продукту (туроператорами), підприємствами – організаторами реалізації туристського продукту (турагентами) і споживачами (туристами). Це значно знижує ефективність функціонування туристської сфери загалом, бо неузгодженість економічних інтересів її учасників призведе до ринкових деформацій. Узгодженість економічних інтересів усіх суб'єктів відносин на туристичному ринку повинна сформувати умови для ефективних процесів розробки, просування та реалізації високоякісного туристського продукту. У зв'язку з цим набуває особливої необхідності розв'язання наукової проблеми оцінювання економічних інтересів туристських підприємств.

Теоретичні основи дослідження сутності та природи економічних інтересів було розроблено такими видатними вченими, як Г. Гегель [2, с. 27], К. Гельвецій [3, с. 34], Ф. Енгельс, К. Маркс [4, с. 148], Д. Рікардо, А. Сміт [5, с. 29]. Теоретико-методологічні аспекти сутності економічних інтересів туристських підприємств дослідили такі науковці, як М. Кабушкін [6, с. 148], В. Квартальнов [7, с. 96], О. Любіцева [8, с. 179], С. Мельниченко [9, с. 25], Т. Ткаченко [10, с. 126]. Однак методичні основи оцінювання економічних інтересів учасників туристичного ринку та проблеми формування ефективних механізмів їх реалізації розглянуто недостатньо.

Дослідження сутності поняття економічного інтересу суб'єктів виявляє загальнофілософську й соціально-економічну значимість питання. Економічні інтереси відбивають сутність виробничих відносин. Виробничі відносини первинні стосовно економічних інтересів, ті, у свою чергу, виступають як форма прояву цих відносин.

Економічні інтереси – рушійна сила соціально-економічного розвитку. Економічний інтерес – це реальний, зумовлений відносинами власності та принципом економічної вигоди мотив і стимул соціальних дій щодо задоволення динамічних систем індивідуальних потреб. Економічний інтерес є породженням і соціальним проявом потреби. Інтерес виникає, коли задоволення потреби усвідомлюється як конкретна мета (максимізація прибутку, привласнення товару, користування або володіння певним товаром тощо). Отже, економічні інтереси - це усвідомлені потреби існування різних суб'єктів господарювання. Генезис інтересу полягає у виборі свідомістю найважливіших потреб для задоволення, реалізації їх.

У кожному економічному відношенні – між підприємцями і виробниками, між виробниками і споживачами, державою і недержавним сектором економіки (бізнесом), партнерами, у відносинах між індивідами – мають місце елементи боротьби і співробітництва. Взаємодія

інтересів виступає рушійною пружиною соціально-економічного розвитку. «Найближчий погляд на історію, – писав Ф. Гегель, – переконує нас в тому, що дії людей виникають з їх потреб, пристрастей, їх інтересів...» [2, с. 27].

Розглянуті автором підходи до поняття інтересу як такого з тієї або іншої сторони відбивали багатоплановість цієї категорії, її філософську й методологічну значимість. Інтерес за своєю сутністю повинен враховувати всі властивості суб'єктів економічної діяльності – властивості покупця, продавця, виробника, власника.

Безліч різноманітних інтересів підприємства становлять систему його інтересів, що перебувають у взаємозв'язку й взаємозумовленості й певним чином, що підпорядковують. Виходячи із запропонованого розуміння інтересів підприємства, розглянутих підходів до їхньої систематизації, представляється можливим сформулювати критерії формування системи інтересів підприємства. Їхнє дотримання дозволить сформувати систему інтересів підприємства, яку можна розглядати в якості елементу менеджменту підприємства. До таких критеріїв пропонується віднести обмежений характер системи інтересів, адресність інтересів, трансформацію інтересів в економічні показники, внутрішню несуперечність інтересів системи.

Сучасне стратегічне управління є розвитком і продовженням класичного підходу. Це проявляється у тому, що не підлягає зміні парадигма, яка лежить в основі класичного і багатоаспектного стратегічного управління – активної обоюдної взаємодії організації та її оточення, тобто узгодження інтересів організації та усіх суб'єктів ринку, з якими вона взаємодіє. Розвиток стратегічного управління під впливом нових обставин, зумовлених глобалізацією, не є простим перенесенням засад класичного підходу на концепцію багатоаспектного стратегічного управління. Це збагачення класичних припущень та акцент на нових аспектах, спричинених глобалізацією. Інакше кажучи, глобальна орієнтація, яка лежить в основі парадигми стратегічного управління, вимагає глобальних пристосувань організації. Треба також додати, що неможливо виділити дослідників, які б досліджували проблематику в сфері туризму, та відчувається відсутність сучасного інструментарію, який можна було б застосовувати в сучасних умовах.

З огляду на результати вивчення та дослідження літературних джерел за проблемою набирає особливої ваги виявлення основних тенденцій розвитку туристичних організацій і визначення чинників, що впливають на їх розвиток, та розробка універсальної схеми стратегічного вибору туристичних підприємств в умовах глобалізації світової економіки.

Все більш очевидним стає те, що головною характеристикою нових систем внутрішньофірмового управління повинні стати орієнтація на довгострокову перспективу, проведення фундаментальних досліджень, підвищення рівня якості, розширення сфери послуг, інноваційну діяльність, максимальне використання творчої активності персоналу. Децентралізація, скорочення рівнів управління, просування робітників і їх оплата в залежності від реальних результатів стануть основними напрямками змін в апараті управління.

За сутністю класичної ринкової моделі споживачі та виробники мають суперечливі інтереси: прагнення споживачів мають за ціль придбання високоякісних благ за мінімальну ціну, а в протилежність їм виробники прагнуть реалізувати блага за максимальну ціну. Однак цілком зрозуміло, що повна реалізація економічних інтересів лише одним з суб'єктів неможлива. Виходячи з об'єктивних обставин функціонування ринку, механізм реалізації та узгодження економічних інтересів суб'єктів туристського ринку повинен розглядатися у двох аспектах: забезпечення максимального ступеню узгодженості економічних інтересів суб'єктів та підвищення їх конкурентоспроможності.

Для вирішення вищезазначених завдань при формуванні механізму узгодженості економічних інтересів туристських підприємств необхідно врахувати наступні аспекти:

1. *Економічні інтереси* об'єктивно обумовлені та внутрішньо властиві будь-якій соціально-економічній системі; визначаються внутрішньою структурою і зовнішніми умовами її існування; відображають необхідність у певних видах зв'язку із підприємницьким середовищем, що вимагає спільних дій суб'єктів господарювання.

2. *Оцінювання процесу реалізації економічних інтересів туристичних підприємств* спрямовано на виявлення можливостей досягнення мети господарської діяльності за економічним, соціальним та ринковим напрямками, що дозволить обґрунтовано визначити передумови узгодження внутрішніх та зовнішніх інтересів зацікавлених сторін.

3. *Модель реалізації економічних інтересів туристичних підприємств* повинна об'єднати оцінку різних за змістом показників соціально-економічної діяльності туристського підприємства [11, с. 25].

Якщо врахувати, що реалізація економічних інтересів має на меті поліпшення соціально-економічного стану підприємства, процес реалізації економічних інтересів можна охарактеризувати системою збалансованих показників, що всебічно висвітлюють господарську діяльність підприємства. Разом з цим, необхідно включити до складу показників ті, що характеризують взаємодію туристичного підприємства із зовнішнім середовищем, насамперед зі споживачами, бо задово-

лення потреб споживачів у туристських послугах – це мета і зміст діяльності підприємств в сфері туризму. Заради отримання споживачами задоволення від турпродукту і працюють підприємства туристичного бізнесу.

Підсумовуючи результати дослідження, слід зазначити, що такі тенденції останніх років на туристському ринку як зростання конкуренції, складність кон'юнктури, глобалізація та інформатизація, потребують від суб'єктів господарювання пошуку більш ефективних механізмів реалізації економічних інтересів. Набуває необхідності подальше доопрацювання методичних підходів до управління процесами реалізації та узгодження економічних інтересів в зазначеній сфері, що повинні враховувати економічні, соціальні та ринкові аспекти. Це надасть змогу підвищити ефективність процесів стратегічного планування на підприємствах туристської галузі.

1. Класифікатор видів економічної діяльності ДК 009:2010 (затверджений Держспоживстандартом): Наказ від 11 жовтня 2010 р. № 457 із змінами від 29 листопада 2010 року № 530: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ecostandart.com.ua/klassifikatory.html>.

2. Гегель Г. Соч. / Г. Гегель. – М.: Мысль, 1990. – Т. 8. – 480 с.

3. Гельвецій К.А. Об уме. / К.А. Гельвецій. – М.: Соцэкгиз, 1938. – 376 с.

4. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. – Т. 18 / К. Маркс, Ф. Энгельс. – 2-е изд. – М.: Издательство политической литературы, 1961. – 842 с.

5. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. / А. Смит. – М.: Госполитиздат, 1962. – 350 с.

6. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: учеб. пособие. / Н.И. Кабушкин. – Мн.: БГЭУ, 1999. – 644 с.

7. Квартальнов В.А. Туризм: учебник / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 189 с.

8. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.

9. Управлінський механізм розвитку туристської дестинації / С.В. Мельниченко // Економіка. Управління. Інновації. – 2011. – № 2 (6). – С.23-28.

10. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Тетяна Іванівна Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К.: Київ. Нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.

11. Методичні основи оцінювання економічних інтересів туристичних підприємств / М. Бойко // Вісник КНТЕУ. – 2011. – № 1. – С. 31-38.

Отримано 29.01.2014