

ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Туристична сфера в силу своїх особливостей, пов'язаних зі специфікою галузі, на сьогоднішній день, є однією з найменш вивчених (в плані управлінського аспекту) і достатньо масштабних секторів економіки. Так, згідно даних, представлених в останньому випуску Барометра міжнародного туризму ЮНВТО, в 2015 році число міжнародних туристських прибуттів збільшилося на 4,4 % і склало в цілому 1184 млн. Це означає, що в порівнянні з 2014 роком у 2015 році приблизно на 50 млн. більше туристів (мандрівників, що ночують) здійснили подорожі по міжнародним тур напрямленням у всьому світі. Виходячи з нинішньої тенденції ЮНВТО прогнозує, що зростання числа туристських прибуттів в 2016 році у всьому світі складе 4%. Таким чином, з огляду на позитивну динаміку туристичного бізнесу на основі світових тенденцій, відзначимо актуальність теми дослідження в контексті управління підприємствами даної галузі.

Головною особливістю туристичного бізнесу є те, що він відноситься до невиробничої сфери, у зв'язку з цим, його можна охарактеризувати наступними рисами:

- для забезпечення ефективного господарювання туристична сфера вимагає досить великих фінансових впливів, які нерідко є довгостроковими;

- висока трудомісткість робіт в даній галузі обумовлює високі вимоги до підготовки кадрів;

- чутливість галузі щодо різного роду факторів впливу вимагає постійного моніторингу ринкового середовища.

Туристичний бізнес - це міжгалузевий соціально-економічний комплекс зі складною системою взаємозв'язків, який включає в себе виробничі, транспортні, сервісні підприємства та організації. Природно, що такий величезний комплекс з великою кількістю причинно-наслідкових зв'язків вимагає особливого підходу до управління.

Якщо менеджмент - це мистецтво управляти, то управляти туристичним бізнесом це подвійне мистецтво. Особливістю менеджменту в туристичній сфері можна вважати здатність виявити відмінні риси даної галузі і враховувати їх в управлінні підприємством.

До основних особливостей галузі відносять широкий масштаб туристичної діяльності, що в свою чергу обумовлює складність порядку взаємодій між її складовими частинами. Важливою особливістю менеджменту в туристичній сфері можна вважати і те, що продавець надає послугу з величезним набором варіативних компонент, що безпосередньо впливає на задоволення побажань клієнтів, ускладнюючи тим самим механізм управління.

Відмінною рисою даного виду діяльності можна вважати біфуркацію цілей туристичних фірм різних рівнів (місцевих, регіональних, галузевих) і цілей туроператорів.

Механізм же менеджменту реалізується за рахунок набору загальновідомих класичних функцій, таких як: планування (прогнозування), організація, мотивація і контроль.

З точки зору першої функції менеджменту, а саме прогнозування, то даний організаційно-управлінський процес важко налагодити в туристичному бізнесі. Важливу роль тут відіграють різні групи факторів, які прямо чи опосередковано впливають на діяльність всього туристичного сектора в цілому. Серед найбільш значущих слід виокремити такі: економічні, політичні, кліматичні, соціальні чинники та рівень тероризму.

Складність менеджменту туристичних організацій полягає в самому характері туристичного продукту. Турист оплачує певний набір послуг і супутніх опцій в одному місці, а отримує їх в абсолютно іншому. У зв'язку з цим, ускладнюється характер зв'язків і ланцюжок їх надання. Саме тому, для надання якісної послуги підприємство має комплексно взаємодіяти з великою кількістю інших організацій інтегрованих як по вертикалі, так і по горизонталі.

На жаль функції менеджменту, не обмежуються лише управлінням якістю послуги, необхідно не забувати і про управління фінансово-економічним станом підприємства. Не може фінансово нестабільний підприємство забезпечувати належний рівень сервісу і комфорту клієнтам. Таким чином, забезпечення економічної безпеки має стати важливою компонентою менеджменту в умовах глобалізації світової економіки.

За даними ЮНВТО, частка туризму у світовому ВВП становить близько 10%, на частку міжнародного туризму припадає – 6 % загального обсягу світового експорту і близько 30% світового експорту послуг. Кожне 11 робоче місце в світі припадає на сферу туризму.

Згідно даних Держтуризму і ДПС, в 2014 році за кордон виїжджали 22,6 млн. громадян України (або громадяни України виїжджали 22,6 млн. разів). Це на 5% менше відносно статистики 2013 року, коли кордон перетинало 23,8 млн. українців. Що стосується кількості іноземних туристів, то за період 2010-2014 років, найбільша кількість зафіксована в 2013 році – 25,7 млн. чоловік. У 2013 році внесок туризму у ВВП країни склав 114,2 млрд. грн. (8,6% ВВП). У наступні роки спостерігався деякий спад напливу іноземних громадян. Дана ситуація може бути пояснена розвитком політичної та економічної кризи в країні.

Останні тенденції розвитку світового та українського ринку туристичного бізнесу говорять про те, що на сьогоднішній день важко вижити в існуючому високо конкурентному середовищі. Банкрутству піддаються не тільки дрібні турфірми але і великі туроператори. У зв'язку з цим особливу увагу в турбізнесі слід приділити економічній безпеці підприємств. Через швидкозростаючу конкуренцію в даній галузі забезпечення економічної безпеки підприємств ми вважаємо питанням високо актуальним.

Спочатку до економічної безпеки ставилися, як в можливості зберегти комерційну таємницю підприємства і забезпечувалася вона за допомогою роботи з співробітниками організації. Але, даний підхід проіснував недовго і на перший план вийшов підхід, який враховував проблеми захисту підприємств від зовнішніх і внутрішніх несприятливих факторів. На сьогоднішній день, пройшовши ряд трансформацій, підхід до економічної безпеки

набув нових рис. Економічну безпеку почали розглядати через призму комплексності та системності взаємодії механізмів її забезпечення, які безпосередньо пов'язані з впливом зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. А стан економічної безпеки відображає взаємозв'язок між внутрішніми інтересами господарюючого суб'єкта та інтересами суб'єктів зовнішнього середовища.

Виходячи з вищесказаного, відзначимо, що забезпечити економічну безпеку виключно шляхом управління якістю послуг, як відзначають Кобченко А.А. і Сагдеева Д.Р. неможливо. Так як економічна безпека повинна забезпечуватися комплексно по кожній складовій внутрішнього потенціалу підприємства з урахуванням всіх зовнішніх чинників, які можуть порушити рівновагу в системі. Вона повинна відображати взаємозв'язок і взаємозалежність ступеня економічного розвитку підприємства і мірою економічної свободи. Де під економічним розвитком розуміємо рівень і ефективність використання складових потенціалу підприємства, а під мірою економічної свободи - гармонізацію інтересів підприємства з інтересами інших господарюючих суб'єктів.

Таким чином, комплексна система економічної безпеки туристичних підприємств повинна включати взаємопов'язані дії організаційно-правового характеру, спрямовані на забезпечення економічного зростання підприємства, а також захист інтересів споживача, підприємства і держави від неправомірних дій з боку фізичних або юридичних осіб, дії яких можуть призвести до значних збитків.

Серед основних складових економічної безпеки підприємств сфери туризму слід виділити: фінансову, кадрову, інформаційну, техніко-технологічну, політико-правову, екологічну та охоронну.

Кожна з перерахованих компонент вносить певний внесок у забезпечення економічної безпеки підприємств, але налагоджена їх спільна робота і їх взаємодія здатні забезпечити синергійний ефект і вивести підприємство на новий рівень розвитку. Розглянемо деякі з вище перерахованих. Наприклад, фінансово більшість підприємств туристичної сфери взаємопов'язані і банкрутство або тимчасове невиконання своїх обов'язків одним з них може негативно вплинути на весь ланцюжок підприємств. Низький рівень кадрової роботи обов'язково негативно відобразиться на кінцевому споживачі. Не кваліфіковані кадри не спроможні виконати поставлене перед ними завдання в мінімально короткі терміни з максимальним ефектом для кінцевого споживача. Так само до кадрів слід ставитися обережно, з огляду на те, що саме вони можуть стати причиною відтоку комерційно важливої інформації, цього можливо уникнути за рахунок формування стійкої корпоративної культури. Інформаційна безпека відіграє в сьогоденні час одну з важливих ролей, не дарма кажуть: «Хто володіє інформацією - володіє світом». Охоронна компонента підприємств туристичної галузі досить широка і включає в себе не тільки забезпечення фізичної безпеки клієнтів, працівників підприємства, але і забезпечення безпеки інформаційних ресурсів.

Управління перерахованими складовими здатне забезпечити підприємству певний рівень економічної безпеки, але робити це потрібно в сукупності з постійним моніторингом та усуненням ризиків, загроз і небезпек для підприємства.

Наведений аналіз особливостей туристичної сфери як об'єкта управління продемонстрував нам наступне. Дана галузь абсолютно унікальна і не схожа ні на одну з галузей народного господарства, тому неможливо перенести весь існуючий досвід і моделі управління з інших галузей в туризм.

Встановлено, що менеджмент підприємств туристичної сфери в силу її особливостей є досить складним і трудомістким завданням. Тому що, поряд із забезпеченням належного рівня туристичної послуги, яка залежить від великої кількості взаємопов'язаних підприємств, важливо також забезпечувати високу ефективність власної господарської діяльності.

Ефективність підприємства, в свою чергу забезпечується високим рівнем економічної безпеки. Яка, як було зазначено вище відображає взаємозв'язок і взаємозалежність ступеня економічного розвитку підприємства і заходи його економічної свободи. Забезпечити економічну безпеку можна за рахунок налагодженого на високому рівні менеджменту, а саме всіх його функцій в їх сукупності.