

Рындач М.А. МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

Постановка проблемы.

Стратегической целью развития туризма является создание продукта, конкурентоспособного на мировом рынке, способного максимально удовлетворить туристские потребности населения страны и иностранных туристов, обеспечить на данной основе комплексное социально-экономическое развитие региона.

На современном этапе в развитии туризма можно отметить следующие характерные черты: широкий спектр предоставляемых туристских услуг; создание новых туристских фирм, обостряющее конкурентную борьбу; выраженная сезонность; сокращение времени отдыха.[1]

Основными направлениями развития туризма в Крыму являются:

- формирование и реализация стандартов качества туристских услуг;
- обеспечение широкого спектра услуг, в т.ч. по ценовым параметрам;
- обеспечение конкурентоспособности туристских услуг;
- преодоление фактора сезонности;

Какова же основная детерминанта конкурентоспособности туризма. Конечно это качество предоставляемых услуг.

Качество – это прежде всего порядок. Обеспечение качества – генеральное требование реализации стратегии экономического роста крымского туризма, одной из важных предпосылок которого общественное осознание этой проблемы. Стратегия улучшения качества должна объединить людей для решения главной задачи - обеспечения подъема экономики региона и страны.

Анализ основных исследований

Методологическая основа управления в туризме освещена в работах отечественных и зарубежных ученых –Жукова М.А., Саак А.Э., Пшеничных Ю.А, Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Дурович А.П., Песоцкая Е.В.

Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р., Мердик Р.

Цель статьи

Цель статьи - определить проблемы управления в сфере отечественного туризма для повышения его конкурентоспособности на мировом уровне.

Основное содержание

Качество стало одним из важнейших критериев при выборе товара или услуги клиентом. Теперь недостаточно просто выпускать качественную продукцию, необходимо подтвердить ее качество всемирно признанными сертификатами, знак которых можно увидеть на самом товаре. Полученный сертификат, признанный в Европе и мире или сертифицированная система менеджмента качеством в настоящее время стали инструментом маркетинга, приобретающим все большее значение.[2]

Что такое система менеджмента качества (QMS) в туризме.

- Введение на предприятии систем, которые обеспечивают, чтобы качество конечного продукта соответствовало запросам клиентов.
- В противовес знаку высшего качества или звездочной классификации в QMS нет четко установленных какой-либо внешней организацией критериев качества, которым необходимо соответствовать.
- При применении QMS речь идет об управлении организационными процессами предприятия и их постоянной оптимизации.

Какова польза от QMS?

- Внутренние процессы прозрачнее оформлены и лучше структурированы
- Отсутствие ошибок и снижение риска
- Отсутствие двойной работы
- Уменьшение количества рекламаций и извлечение из них пользы
- Эффективное использование кадров
- Снижение расходов
- Постоянное улучшение качества, а с ним и удовлетворения запросов клиентов [3].

Количество гостей и доходы увеличиваются, например, за счет:

- Довольных гостей, приезжающих повторно.
- Новых клиентов, привлеченных рекламой из уст в уста от довольных клиентов.

Улучшения сотрудничества с организаторами туров, так как уменьшение недостатков качества у поставщиков услуг снижает материальные риски организаторов. Таким образом, качество сервиса - это степень оправдания ожидания услуги.

Туристский продукт – это комплекс услуг, включающий проезд, размещение, питание, посещение достопримечательностей и другие услуги, соответствующие цели тура. Эти услуги предоставляются различными организациями региона и их планирование, организация и координация, в частности, по качеству предоставления являются необходимым условием удовлетворенности клиента, т.е. степень оправдания ожидания должна быть очень высокой. Напрашивается вывод о необходимости менеджмента туристской дестинации.

Туристская дестинация - это всеобъемлющее понятие для различных оферентов, под которыми могут подразумеваться: туристские объединения, область, регион, страна, курорт, город или мест-

ность [3]. Географическими аспектами дестинации могут быть климатические зоны, форма ландшафта, структура заселения (страна, пустыни/ дикие земли, города).

Туристская дестинация формируется на базе различных видов и форм турпредложений. Первоначальное предложение: природа, культура, общая инфраструктура.

Производное предложение: туристская инфраструктура, инфраструктура досуга, туристские спецпредложения.

Правовая форма туристской дестинации может быть различной: туристские объединения; туристские союзы; публичные корпорации; ООО; частные предприятия

Принципы туристской дестинации - привлекательность, благоприятные условия, доступность.

Привлекательность - Каждая туристская местность имеет определенное количество природных или искусственно созданных привлекательных мест. В сумме они придают местности или дестинации привлекательность.

В определенном объеме возникает компромисс между природным и искусственным предложением, это значит также, что без значительного количества природных достопримечательностей, искусственно созданные не могут быть для туристов привлекательными.

Благоприятные условия - на месте необходимы различные туристские устройства для того, чтобы сделать возможным более длительное пребывание. В данном случае речь идет о возможностях переночевать и поесть. Сюда относятся также другие туристские услуги, такие как проведение экскурсии, посещения, поездки, организация досуга, мероприятия и т.д. И кроме того общая инфраструктура, такая, как средства коммуникации, политические, экономические и социальные учреждения.

Доступность - третьей предпосылкой для туристской дестинации являются возможности въезда или доступ. Она затрагивают, прежде всего, транспортную инфраструктуру. Хорошее железнодорожное и авто-сообщение, а также городской транспорт влияют на количество приезжающих в командировку и в отпуск, точно также и авиатранспорт.

Что означает дестинационный менеджмент? Это формирование дестинации, организация и сбыт.

Пребывание в туристской дестинации не является единичным продуктом. Турпродукт состоит из множества кирпичиков, которые должны, по возможности, гармонично цепляться один за другой.

Профессиональный менеджмент дестинации выделяет:

1. направления основной сферы деятельности
2. сети сбыта
3. менеджмент качества
4. рыночная политика
5. кампания дестинационного менеджмента

Основная сфера деятельности - сборное понятие, которые ориентируются на те предложения и усиление сбыта, которые регион может обеспечить в соревновании с другими конкурентами

Сеть сбыта - будут освоены многообразные способы сбыта, такие как интернет-продажи, через сеть туроператоров и агентов, корпоративным клиентам «клиентам от стойки». Таким образом, дестинация будет объединена в сеть со многими различными партнерами по сбыту

Под кампанией дестинационного менеджмента - подразумевается стратегическая организация, которая имеет в руках все нити и полностью отвечает за ключевые моменты

Качество и марка - только тот, кто постоянно проводит в жизнь стратегию основной сферы деятельности, может создавать также независимую марку с хорошо развитым, соответственно обеспеченным и постоянно контролируемым качеством, с доверием к потребителю.

Для успешного менеджмента туристской дестинации необходимо [3]:

1. Кооперация на всех уровнях, альянсы с другими сферами экономики
2. Туристские организации: устранение преемственных структур и развитие дееспособных предприятий по предоставлению услуг
3. Развитие и использование отдельно взятых факторов туристского предложения
4. Создание марки (престижа)
5. Профилирование отдельных местностей под крышей региональной маркой.

Выводы

Таким образом, качество в туризме требует управления, так как туризм – сложный, требующий пояснения „продукт“, включает многообразие услуг, разнообразие желаний и запросов клиентов и, соответственно, разное восприятие „качества“.

Для управления качеством в крымской туристской дестинации требуется местная/национальная признанная система награждения, национальное и международное законодательство разработанная система менеджмента качества и знак качества и система сертификации для стимулирования надежной долгосрочной деятельности.

Источники и литература:

1. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 236 с.
2. Саак А.Э., Пшеничных Ю.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. – Питер, 2007. – 512с.
3. www.WTO Business Council

Озаріна О.В.**ТЕОРЕТИЧНІ УЗАГАЛЬНЕННЯ ЩОДО СУТНОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

I. Постановка проблеми. Розвиток світового пространства здійснюється під впливом трьох векторів: геополітика, геоэкономика й геостратегія. На сучасному етапі світового розвитку світовий дохід перерозподілюється на геоэкономичному полі, коли економічні границі не співпадають з національними, а безперервний світовий перерозподіл здійснюється геоэкономичними методами. Досягнення геоэкономичної ефективності можливо через використання відповідних механізмів реалізації національних стратегічних економічних інтересів, що задаються стратегічною моделлю розвитку країни і забезпечуються механізмом економічної безпеки (ЕБ) держави.

Вперше термін «ЕБ» з'явився у 70-ті рр., він отримав розповсюдження в розвинутих капіталістичних країнах і визначав необхідність превалювання економічних методів забезпечення національної безпеки для збереження і укріплення позицій країни у світовій економічній системі. В 90-ті рр. спостерігався сплеск інтересу українських дослідників щодо проблематики національної економічної безпеки, і зараз він зберігається. Але й до теперішнього часу виявляються розбіжності відносно терміну ЕБ через несформованість специфічного аналітичного інструментарію щодо цієї проблематики. Більшість вітчизняних дослідників (Богомолов В., Жаліло Я., Ілюткіна Т., Новікова О., Покотиленко Р., Пономаренко В., Клебанова Т., Чернова Н. та ін.) при розробці понятійно-категоріального апарату не досліджують теоретичні підходи зарубіжних авторів, що визиває сумніви в коректності їх трактовок. Деякі автори ототожнюють ЕБ з іншими поняттями, наприклад, з умовами максимізації темпів зростання економіки, з кризисом окремої сфери. Стосовно концепції ЕБ немає єдиного розуміння категорій понятійного апарату ЕБ, а саме «національні інтереси», «загроза», «критерії», «порогові значення» та ін. Так, не розрізняються поняття «загрози» та «слабкості» економічної системи. Так, зовнішня заборгованість країни не є загрозою, коли вона має інвестиційну спрямованість.

II. Метою статті є дослідження еволюції теоретичних поглядів до розуміння сутності ЕБ держави та визначення поняття цієї дефініції в сучасних умовах розвитку України.

III. Результати дослідження. Для вітчизняних дослідників відсутність правових засад ЕБ не була перешкодою і з початку 90-х років у вітчизняній науковій літературі набувають гостроти проблеми ЕБ в зв'язку з набуттям Україною державної незалежності. По теперішній час не сформувалось остаточної точки зору на ЕБ як наукову категорію. Для визначення сутності ЕБ країни досліджено еволюцію теоретичних концепцій та розробок, виконаних вітчизняними і зарубіжними вченими, що дозволяє в такий спосіб класифікувати основні концептуальні підходи обґрунтування передумов забезпечення ЕБ країни:

1) 70-ті рр. - початок 80-тих рр. - ресурсна теорія (Рес.) в якості бази забезпечення економічної безпеки враховує внутрішні ресурси і внутрішній стан країни (Бузан Б., Моргензан Х., Маулль Х., Мердок К., Гріер Б.);

2) 80-ті рр. - концепція взаємозалежності (Вит.) приділяє увагу зовнішнім факторам забезпечення ЕБ, пошуку умов міжнародної безпеки через посилення процесів інтернаціоналізації, активізацію зовнішньої торгівлі, підвищення міжнародної конкурентоспроможності товарів, оптимізацію державного регулювання (Беренс Х., Ноак П., Ольвей Л., Келлі Р., Моргентгау Х., Кеннан Дж., Осгоот Р.);

3) кінець 80-их - початок 90-их рр. - інституційна теорія, заснована на впорядкуванні державного устрою, оптимізації самоврядування, подоланні адміністративних бар'єрів (Кукулка Й., Ротфельд А.); неоінституціоналізм надає значення створенню довіри між державою, населенням, бізнесом та врахуванню взаємозв'язку економічних, соціальних і екологічних складових ЕБ (Пироженко В., Кузьменко В., Горлинський В.);

4) в 90-ті рр. по теперішній час набули розвитку та мають наявність всі раніше існуючі теорії, а також мають місце теорія розвитку суспільних систем, що базується на системному підході та розглядає проблеми забезпечення стійкого стану економіки та її розвитку (Росс А., Хартлей К., Сандлер Т., Абен Ж., Геєць В., Єрмошенко М., Кваснюк Б., Клебанов Т., Огарок Л., Олейнікова Є., Сенчагов В, Чернова Н.) та економічна синергетика, що орієнтує на можливості забезпечення, реалізації і зміцнення потенціалу самоорганізації та саморозвитку країни з урахуванням трансформацій, потенційних загроз, та криз, тобто нестабільних умов (Аврамчук Р., Губський Б., Горбулін В., Качинський А., Новікова О., Мунтіньяк В., Ожеван М., Черленяк І.).

Дослідження зарубіжних економістів першого етапу базувались на умовах і чинниках внутрішнього середовища в розвиток кейнсіанської концепції захисту від внутрішніх макроекономічних загроз (ресурсна теорія). Моргензан Х. та Бузан Б. визначають ЕБ як стан економіки, що дозволяє забезпечити стабільність внутрішнього ринку за рахунок резервів господарюючих суб'єктів та «розстановки сил у суспільстві». Ме-