

3. Шабашова Л.А. Количественные модели оценки емкости товарных рынков // Экономика и управление. – 2001. – №1. – С. 6.
4. Длигач А., Писаренко Н. Управление системой брендов. или портфельные войны // Маркетинг и реклама. – 2006. – №2 (114) – с. 26-34.
5. Пустовин В. Бренд – консалтинг: главные особенности и тенденции развития // Маркетинг и реклама. – 2006. – №1 (113)– с.31-35.
6. Громова О., Морозова И. Использование архетипов в брендинге // Маркетинг и реклама. – 2006.– №3 (115) - с. 40-45.

Ткаченко Т.І. ТЕРИТОРІАЛЬНО СФОКУСОВАНИЙ РОЗВИТОК СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Постановка проблеми. Складний, суперечливий і нестійкий процес переходу до ринкових відносин здійснюється в Україні в умовах політичної нестабільності та мінливості законодавчої бази, що регламентує економічну діяльність підприємств. Це вимагає перегляду основ господарювання та управління ними.

В умовах ринкових перетворень після масштабного процесу роздержавлення, приватизації та комерціалізації підприємств на споживчому ринку постсоціалістичних країн утворився значний туристичний сектор самостійних господарюючих суб'єктів. За умов наявності багатих туристично-рекреаційних ресурсів, відкриття державних кордонів, активізації підприємницької діяльності у туристському сегменті споживчого ринку, інтенсифікації розвитку міжнародного туризму, даний сектор економіки починає відігравати помітний позитивний вплив на формування макроекономічних показників.

Разом з тим вітчизняні фахівці визнають критично низький рівень освоєння, виробничої експлуатації та віддачі туристично-рекреаційного ресурсного потенціалу у порівнянні з розвинутими у туристичному напрямі країнами (Франція, Іспанія, Греція тощо).

Еволюція наукових поглядів і практичний досвід фахівців у країнах із розвинутою індустрією туризму та пріоритетами ринку покупця обумовили виокремлення специфічних у сфері туризму «точкових» територіальних зон концентрації туристських потоків. Відповідно, це сприяло фокусуванню в них суб'єктів туристичного бізнесу та вироблення якісно нових підходів управління ними, що набуває особливої актуальності у контексті сталого розвитку. У науці ці процеси ознаменувалися появою нових понять «*дестинація*» (з англ. – місце призначення, мета подорожі або походу [1]), а також «стратегічний менеджмент туристських напрямів» [7]. Їх поступово впроваджують у вітчизняну професійну лексику, що вимагає теоретико-методологічного обґрунтування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій [2,3,4,5,6,7,8,10] показує, що різні дослідники феномена «дестинація» тлумачать це поняття по-різному, розглядаючи його як явище з різних точок зору. Датський науковець Н. Лейпер характеризує поняття дестинації з геопросторової точки зору, однак підкреслює, що процесом розвитку дестинації необхідно управляти, тобто розглядає її як об'єкт управління [2]. Американській маркетинголог Ф. Пірс трактує дестинацію як місце, де мандрівники можуть отримати різноманітні враження, досвід і емоції [4]. Англійський вчений Дж. Суорбрुक, досліджуючи особливий характер дестинації, стверджує, що вона є центральною ланкою туристичного продукту. Російський науковець К. Макаричева характеризує дестинацію як єдину конкурентоспроможну стратегічну комерційну одиницю управління.

Отже, дестинація характеризується водночас трьома основними позиціями: з геопросторової точки зору – це таксономічна одиниця, з економічної та маркетингової – комерційна одиниця, з управлінської – об'єкт управління.

Крім того невіршеними аспектами проблеми залишаються такі питання, як природа дестинації та ідентифікація її ознак як явища, класифікація, закономірності функціонування та умови сталого розвитку дестинацій. Таким чином, основною метою роботи є аналіз і обґрунтування ключових теоретико-методологічних основ розвитку територіально сфокусованих суб'єктів туристичного бізнесу з урахуванням синергетичних ефектів в умовах ринкових відносин.

Викладення основного матеріалу. Дестинації займають центральне місце в ієрархічній структурі взаємозалежних елементів системи туризму: від потреб, побажань і мотивації туристів до факторів, що визначають прийняття рішень про подорож.

Будь-яка дестинація є системою засобів і служб, діяльність яких спрямована на задоволення потреб туристів. Здебільшого, вважають вчені з Датської академії туризму О. Йоргенсен, К. Купер, Д. Флетчер та їхні однодумці [2, с. 109], ця система являє собою сукупність компонентів, що можуть бути охарактеризовані як «чотири А».

- ✓ атракції (*attractions*) – об'єкти дозвілля та розваг, пам'ятки;
- ✓ доступність (*access*) – місцевий транспорт і транспортні комунікації;
- ✓ зручності (*amenities*) – інфраструктура туризму (засоби розміщення, заклади ресторанного господарства, торгівлі тощо);
- ✓ посередники та допоміжні служби (*ancillary services*) – маркетингові організації дестинацій, менеджмент організацій, бюро подорожей та екскурсій.

Погоджуючись загалом із системою характерних складових дестинації, зробимо певні пояснення власного бачення стосовно цього питання.

Поняття «атракція» дестинації трактується нами як комплекс заходів та засобів задоволення потреб ту-

ристів у розвагах та змістовному проведенню дозвілля (вільного від роботи часу) з використанням туристичних ресурсів об'єктів природного або штучного походження на визначеній території.

Три інші компоненти дестинації фактично являють собою елементи її інфраструктури: загальної (*access*), спеціальної (галузевої) (*amenities*) та спеціальної підприємницької (*ancillary service*). Виокремлення їх є принципово важливим для розуміння сутності дестинації. Так, обов'язковими є: транспортна доступність туристичного об'єкта; наявність об'єктів, що забезпечують усі необхідні умови перебування в дестинації шляхом надання відповідних послуг; функціонування посередницьких підприємств, які забезпечують процеси виробництва та реалізації туристичного продукту.

Незважаючи на різноманітність, неповторність і власний імідж, будь-яку дестинацію можна ідентифікувати за такими ознаками (рис. 1):

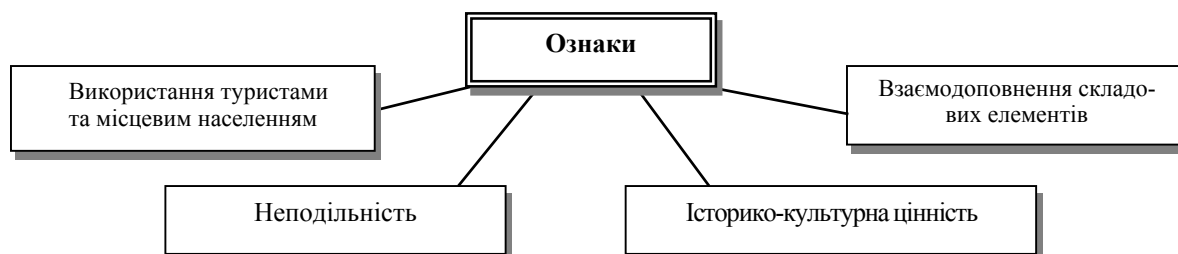


Рис. 1. Ідентифікаційні ознаки дестинації

Як видно із наведеної схеми (див. рис. 1), дестинації являють собою культурні цінності, які неподільні, оскільки туристичний продукт виробляють там, де і споживають; їх використовують не тільки туристи, але і місцеве населення; різні елементи дестинацій взаємодоповнюють один одного.

Побудова математичної моделі туристської дестинації пов'язана з рядом об'єктивних труднощів. З погляду наявності початкової інформації, опис функціонування такої складної соціо-еколого-економічної системи утруднений недостатністю початкових статистичних даних, відсутністю відповідних баз даних для цієї предметної області, великим ступенем невизначеності початкових даних, їх суперечністю, якісною і кількісною неоднорідністю.

Математична модель, відображаючи структуру системи, її взаємодію із зовнішнім середовищем, багатокритеріальність, ресурсні обмеження, динаміку і процес управління є багатокритерійною динамічною системою оптимального управління, що містить диференціальні і інтегральні зв'язки на складній області обмежень в умовах невизначеності. Ідентифікація параметрів такої моделі є самостійною задачею, розв'язання якої вимагає істотних ресурсів (даних, інформації, знань і т.п.). Знання про існування і можливість побудови такої моделі, наявність характерних стійких станів, відповідної диференціальної динамічної системи і дозволяє будувати простіші моделі або ієрархії таких моделей з необхідним ступенем на якому уточнюють глобальну модель.

При цьому прийнята модель повинна зберігати і відображати якісно і кількісно характер розв'язків залежно від деталізації і поставлених цілей. Деталізація, перш за все, пов'язана з вдалим вибором головних, характерних змінних (параметрів). Сума внесків від таких змінних, як правило, менше за розміром їх сумісного внеску. Тобто, змінні можуть входити в модель у вигляді добутку, мультиплікативно, безпосередньо або у вигляді добутку функцій від них залежних.

Припустимо, що через D позначено вектор, який складається з m -компонент (зокрема може і однієї), які відображають кількісні або якісні значення показників (інтегральних показників), що характеризують функціонування дестинації. Тоді:

$$D = f(X), \quad (1)$$

$$D = (h_1, h_2, \dots, h_m), \quad f = (f_1, f_2, \dots, f_m), \quad X = (X_1, X_2, \dots, X_n),$$

Тут вектор X – вектор основних змінних, вектор-функції f і відображає основні функціональні залежності та структуру системи, при цьому деякі компоненти f можуть задавати тотожне відображення. У свою чергу, компоненти вектора X можуть відображати функціональну залежність від підсистем, їх структури і змінних нижчого рівня ієрархії.

$$X_j = \varphi(x_1, x_2, \dots, x_{l_j}), \quad j = 1, 2, \dots, m,$$

$$x = (x_1, x_2, \dots, x_l), \quad 1 \leq l_j \leq l, \quad j = 1, 2, \dots, m.$$

Залежно від конкретизації задачі можуть бути різні обмеження ресурсного характеру (кількісного і якісного) на вектор x або на вектор X , а також на компоненти вектора D (максимального навантаження):

$$H_{\min} \leq D \leq H_{\max}, \quad H_{\min_i} \leq h_i \leq H_{\max_i}, \quad i = 1, 2, \dots, m.$$

Відмітимо, що за допомогою нормалізації завжди можна привести значення h_i до стандартного діапазону $[0,1]$: $0 \leq h_i \leq 1$ і вважати оптимальними максимальні значення (мінімальні, негативні чинники перетворюються в позитивні, максимальні).

Таким чином, може бути сформульована екстремальна задача:

$$f(X) \rightarrow \max, \quad X \in G_X \quad (2)$$

де G_X – область обмежень на вектор X , або у вигляді:

$$f(\varphi(x)) = \psi(x) \rightarrow \max, \quad x \in G_x \quad (3)$$

де G_x – область обмежень на вектор x .

Одержані задачі (2) і (3) – є багатокритеріальні, можуть містити невизначеності як в заданих областях G_X , G_x , так і в цільовому векторі $f(t)$. Після усунення невизначеності за допомогою додаткової інформації, як і раніше, залишається багатокритеріальність, а отже особі, що приймає рішення (ОПР), може бути пред'явлено множина ефективних рішень, наприклад, парето-оптимальних. Вибір конкретного рішення вже залежатиме від переваг ОПР, наявність у нього узагальнювального критерію або експертних оцінок. Можемо говорити про метод, заснований на мультипідході, використаному для вирішення такого типу комплексу задач.

Відмітимо, що набір значень вектора D залежно від X і часу t визначає профіль DESTИНАЦІЇ. Зміна його в ту або іншу сторону може оцінюватися експертним шляхом або порівнюватися з еталонними, або з найкращими профілями. До таких задач придатна методика мультимножин, тобто множин, що складаються з кількісних і якісних елементів, які можуть приймати в свою чергу різні значення. Неявно в даній постановці присутня задача ранжирування векторів DESTИНАЦІЙ на множинах (обмеженнях).

У найбільш важливих випадках, придатних для практичної реалізації, вибір змінних X_j , $j = 1, 2, \dots, n$ може бути наступним: $X_1 = \varphi_1(x_1, x_2, \dots, x_{l_1})$ – туристичні ресурси, тобто показник, що відображає залежність від всіх ресурсів, що враховуються x_k , $k = 1, 2, \dots, l_1$; X_2 – показник, що характеризує інфраструктуру; X_3 – показник (змінна), що характеризує інституційне середовище і систему механізмів управління в туризмі; X_4 – показник, що відображає брендінг (це може бути деякий інтегральний показник); X_5 – показник, що характеризує потенціал стійкого розвитку, відповідний довгостроковим цілям і т.д.

Вектор-функція f може містити мультиплікативні складові вигляду:

$$\varphi_1 \cdot \varphi_2 \cdot \dots \cdot \varphi_i, \quad 1 \leq i \leq m$$

що відображають мультиплікативний, синергетичний, сумісний внесок компонент X_i , $i = 1, 2, \dots, m$.

Умови сталого розвитку DESTИНАЦІЙ накладають на зазначені функції (2), (3) досягнення оптимальних значень як у довгостроковому періоді ($t \rightarrow \infty$) стану постійного балансування компонентів DESTИНАЦІЙ так і в кожний конкретний момент або період часу.

Широкий спектр існуючих DESTИНАЦІЙ доцільно класифікувати за найбільш суттєвими ознаками з метою подальшого використання в різних аспектах управлінської діяльності та регулювання їх розвитком на різних ієрархічних рівнях (табл. 1).

Таблиця 1. Класифікація видів DESTИНАЦІЙ за різними ознаками

Ознака	Види (типи) DESTИНАЦІЙ
1. За масштабами	<ul style="list-style-type: none"> • туристський регіон • країна • адміністративно-територіальна одиниця країни • туристичний об'єкт
2. За стадією життєвого циклу	<ul style="list-style-type: none"> • що народжується • що розвивається • зростаюча • рецесійна • стагнаційна • відроджувальна (комунікативна) • вмираюча (леталентна)
3. За видами туризму	<ul style="list-style-type: none"> • екологічна • сільська • зелена • пізнавальна • освітня • культурологічна • воєнна
4. За цілями подорожі	<ul style="list-style-type: none"> • комплексна • дозвіллева • спортивна-оздоровча • лікувальна • рекреаційно-оздоровча • ділова (службова, бізнес, навчання) • спеціалізована (релігійна, пізнавально-просвітницька та ін.)
5. За ресурсною базою	<ul style="list-style-type: none"> • природна • штучна • змішана
6. За станом розвитку	<ul style="list-style-type: none"> • реальна

	<ul style="list-style-type: none"> • перспективна: <ul style="list-style-type: none"> - планова - прогнозована
7. За ступенем навантаження	<ul style="list-style-type: none"> • слабо навантажена • оптимально навантажена • максимально навантажена • перенавантажена
8. За рівнем агрегації	<ul style="list-style-type: none"> • мала • велика
9. За ступенем агломерації	<ul style="list-style-type: none"> • проста • складна
10. За категорією споживачів	<ul style="list-style-type: none"> • молодіжна • сімейна • універсальна

Класифікація дестинацій має умовний характер. Складові її угруповань тісно взаємопов'язані між собою. Спроба класифікації здійснена з метою розкриття сутності терміну та аргументації визначення явища «дестинація» як категорії. Необхідно також зазначити, що види дестинацій за ознакою масштабності можуть бути описані одночасно з використанням усіх інших класифікаційних ознак.

Поняття «дестинація» охоплює різні географічні та просторові рівні – від території окремого туристичного об'єкта (готелю, ресторану, пляжу) до окремих країн, частин світу, материків. Складна дестинація може складатися з комплексу різних туристичних продуктів або бути складовою комплексного туристичного продукту (наприклад, відомий український тур «Намісто Славутича»).

Яскравими прикладами дестинацій-об'єктів можуть бути центр розваг «Євро-Диснейленд», висококатегорійні готелі «Savoy» або «Ritz». Дестинації-місцевості – курорт Ніцца, Франція чи навіть Західна Європа. В Україні дестинації тільки починають формуватися. Основними із них є національний заповідник «Печерська Лавра» (м. Київ) як туристичний об'єкт-дестинація, лікувальна дестинація «Курортполіс «Трушавець», змішана універсальна дестинація «Велика Ялта», ділова та історико-культурна – «Київ туристичний», спеціалізована дитяча – дитячий оздоровчий центр «Артек», дестинація, що народжується – «Труханів» (м. Київ), дестинація, що розвивається – «Кам'янець-Подільський», екологічна дестинація «Асканія Нова» та ін.

Розвиток туристичної сфери в цілому залежить від етапів розвитку дестинацій та попиту в конкретний період часу, який є функцією спроможності дестинацій задовольняти потреби туристів. Зрозуміло, що він може варіювати залежно від ступеня зрілості дестинації на певному етапі її еволюції. У процесі такої еволюції, як і будь-який інший природний чи штучний об'єкт, дестинація проходить певні життєві цикли (ЖЦД).

Складні дестинації можуть мати багаторівневу ієрархічну структуру. У зв'язку з цим деякі автори виділяють кілька рівнів та аспектів життєвого циклу дестинації. Так, наприклад, Р. Батлер вказує на три стадії ЖЦД: відкриття, місцеве визнання та інституціалізація [8] (рис. 2).

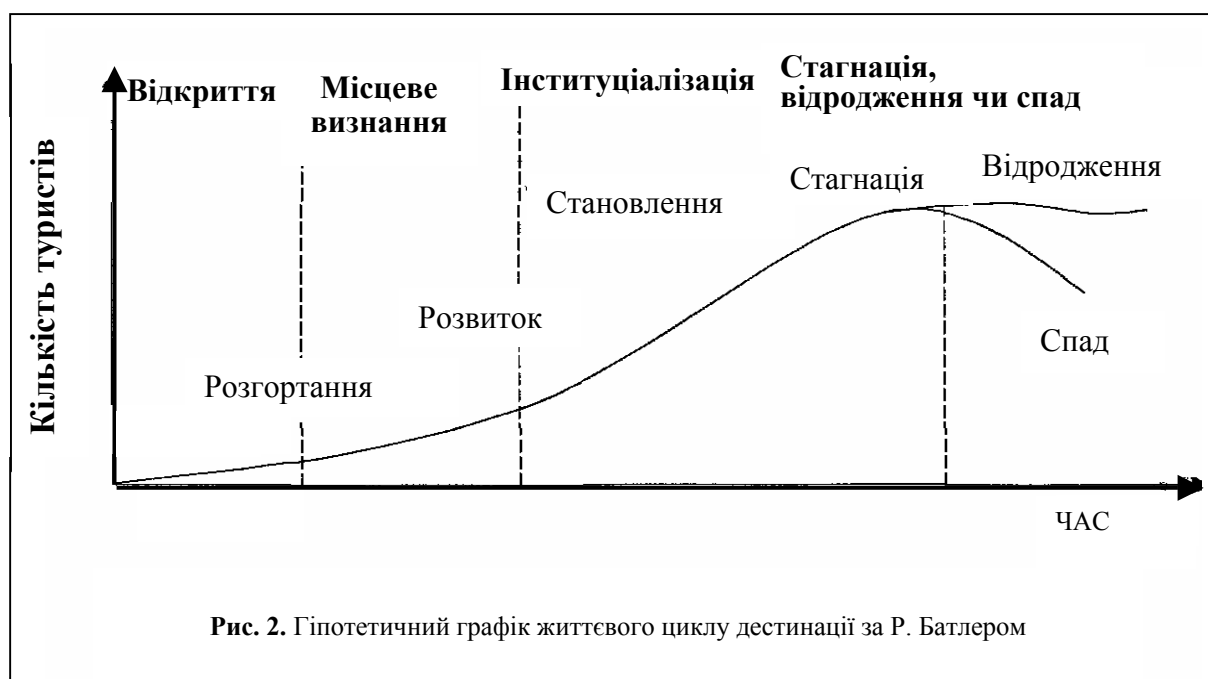


Рис. 2. Гіпотетичний графік життєвого циклу дестинації за Р. Батлером

Кожній стадії ЖЦД притаманні окремі етапи еволюції – відкриття, розвиток, становлення, стагнація, відродження або спад. Інші дослідники вважають, що життєвий цикл туристичного продукту складається з періоду розвитку та ринкового періоду [9].

Концепція життєвого циклу туристичного продукту (ЖЦТП) дозволяє краще зрозуміти й оцінити динаміку його впровадження та позиціонування, конкурентноздатність, місце на ринку та виробити

відповідну маркетингову політику. Такий, на перший погляд, узагальнений підхід містить цікаву ідею існування у ЖЦП періоду перед нульовою точкою перетину осей координат, що передуює його розвитку. Цьому періоду притаманні не тільки етапи пошуку, формулювання та відбору ідеї, розробки нового продукту, вироблення стратегії маркетингу й аналізу маркетингових можливостей, але й юридичного, фінансового та організаційного обґрунтування розробки та апробації нового туристичного продукту на ринку. Це етап комерційного бізнес-обґрунтування, випробування та впровадження нового продукту у формі рекламного туру (рис. 3).

На нашу думку, у найбільш загальному вигляді життєвий цикл дестинації може бути зображений графічно. Форма графіка варіюватиме залежно від багатьох факторів. Як правило, оцінювання стану та характеру розвитку дестинації у часі пов'язують з такими натуральними показниками, як обсяг продажів та кількість прибуттів туристів.

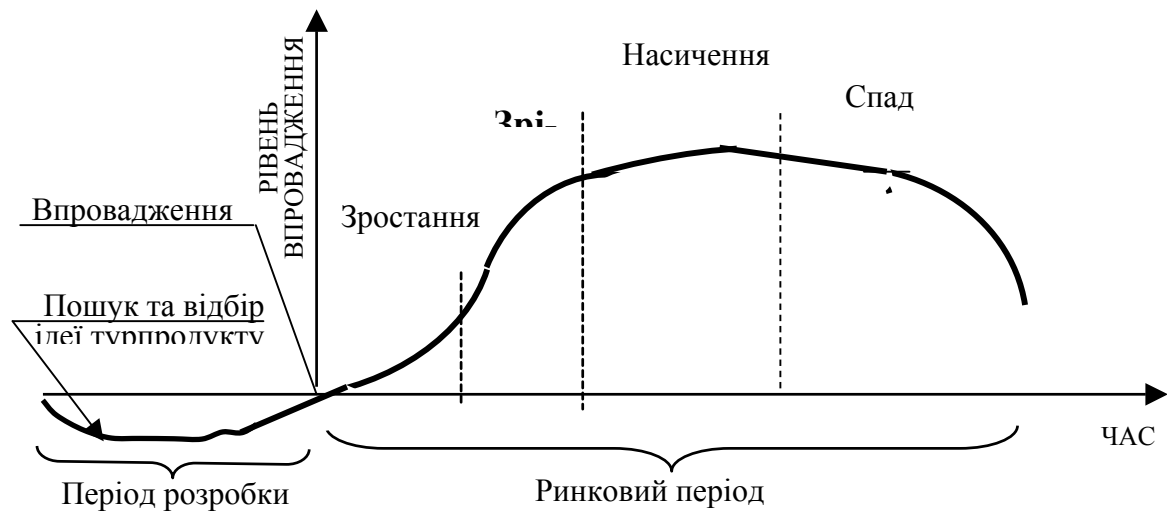


Рис. 3. Життєвий цикл туристичної дестинації

З метою графічної інтерпретації взаємозв'язку та впливу факторів на розвиток дестинації, на наш погляд, необхідно використовувати також вартісні показники обсягу продажів – доходів, прибутку та витрат туристичних підприємств певної дестинації.

Необхідно зазначити, що при дослідженні ЖЦП за допомогою вищезазначених показників на рівні підприємства-дестинації інформаційна база процесу може бути забезпечена достатньо повно. У більшості випадків дестинації являють собою місцевості або ж території різних масштабів (це можуть бути окремі селища, райони, регіони міста, країни та ін.). Збір та обробка інформації, аналітична та прогнозована оцінка стану та розвитку дестинації за кількісними та якісними параметрами значно ускладнюється у зв'язку з відсутністю необхідних методик і відповідних організаційних структур. Ця проблема взаємопов'язана з проблемою визначення мультиплікаційного ефекту від розвитку туризму на макрорівні.

Дещо інший підхід до еволюції дестинації демонструє Р. Батлер у своїх більш пізніх працях [8, с. 258]. Зберігаючи той самий двовимірний підхід, він підходить до розкриття процесу еволюції з погляду визначення критичної зони в ЖЦД (рис. 4).

Цінним у такому підході, на наш погляд, є те, що ЖЦД розглянуто у двох взаємопов'язаних аспектах: з одного боку, еволюція дестинації з погляду змін обсягу туристського потоку в часі, з іншого – еволюція дестинації з точки зору взаємозв'язку і відповідності цих змін адекватно рівню розвитку соціально-економічних відносин у ній. В умовах конкурентного ринкового середовища такий підхід становить інтерес як з теоретичної, так із практичної точок зору.

Розкриттю процесів, що відбуваються у критичній зоні, автор приділяє особливу увагу. Проте, при такому графічному зображенні ЖЦД виникають практичні складнощі визначення критичних точок переходу від однієї стадії до іншої.

У критичній зоні ЖЦД у період стагнації, за нашими дослідженнями, виникають найважливіші зміни, пов'язані з можливістю різних шляхів розвитку дестинації. Граничними межами можливих напрямів розвитку можуть бути регенеративне зростання (верхня межа) або руйнування (нижня межа). Це може відбуватися у певній умовній точці А. Науковець можливо мав на меті зосередити увагу не на точці, а на області можливих змін кривої ЖЦД, яка могла б бути зображена більш точно у вигляді еліпса витягнутого по горизонталі, в межах якого можуть відбуватися кардинальні зміни ЖЦД. З іншого боку, якщо підходити до цього явища з системних позицій та враховувати ентропійність дестинації, її синергетичну сутність, то доцільно згадати про феномен еквіфінальності та біфуркації.

Характеристики системи, використані стосовно розвитку дестинації (а дестинація є системним об'єктом), у будь-якій точці кривої відповідають принципам еквіфінальності, згідно з якими система може досягти визначеної мети різними шляхами. У точках біфуркації (розгалуження) розвиток дестинації як системи характеризується нестійкістю.

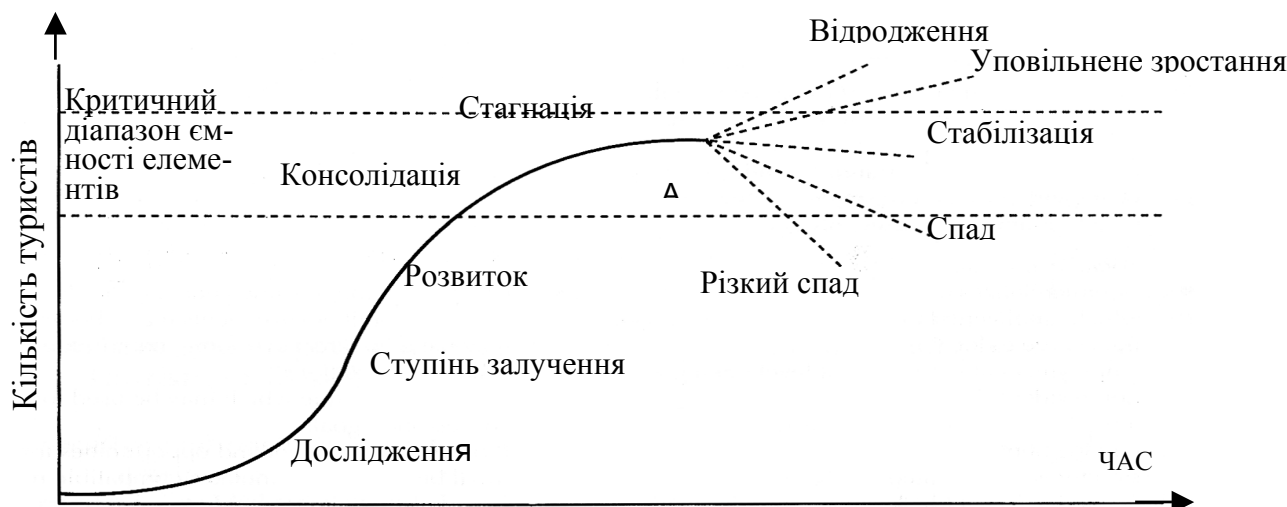


Рис. 4. Еволюція циклу туристської дестинації

Неоднозначність трактування кривої ЖЦД вимагає подальших її конкретизації та удосконалення. Розвиваючи цю ідею, англійський вчений Дж. Суорбрук [10] пропонує змінений вид кривої ЖЦД (рис. 5.), характеристика якої в значною мірою нами удосконалена. Траєкторія такої кривої вказує на прогресивний (у формі хвилі) розвиток дестинації під впливом сил управлінського втручання та факторів об'єктивного (неконтрольованого) характеру.

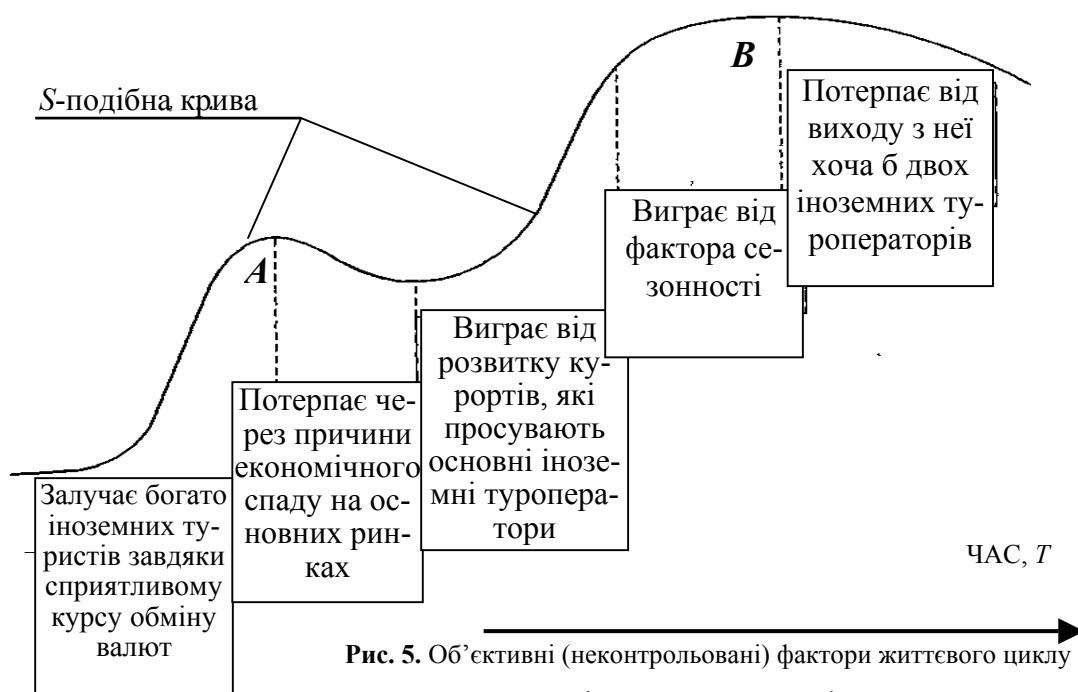


Рис. 5. Об'єктивні (неконтрольовані) фактори життєвого циклу гіпотетичної дестинації

Необхідно зазначити, що така форма подання (див. рис. 5) виглядає досить конструктивною та переконливою. При цьому плоске, двомірне зображення ЖЦД дає уявлення про внутрішні сили розвитку дестинації. На наш погляд, саме внутрішній потенціал та його коректне використання суттєво впливає на характер розвитку кривої ЖЦД.

Найбільший інтерес, крім критичної зони кривої ЖЦД, викликає S-подібна крива (див. рис. 5) в кожному періоді часу (t), обмежена умовними точками A та B. Уважно розглядаючи кожну ділянку S-подібної кривої ЖЦД, доцільно, на наш погляд, саме на них визначати точки, які можуть характеризувати:

- ✓ фактичний стан розвитку дестинації на кожний конкретний момент часу, що і визначає реальну форму кривої ЖЦД;
- ✓ конкретний момент часу, необхідний для оперативного втручання та активізації зусиль щодо більш повного та ефективного використання наявних внутрішніх ресурсів дестинації з метою її підтримки чи подальшого зростання;
- ✓ своєчасність прийняття управлінських рішень в конкретний термін стосовно стабілізації дестинації або її розвитку з урахуванням інерційності та репосивності;

- ✓ період часу (певний інтервал значень), що визначає можливість своєчасних превентивних рішень щодо сталого розвитку дестинації у довгостроковому періоді з можливістю залучення зовнішніх, у тому числі інвестиційних ресурсів.

Зрозуміло, що вищезазначені умови можуть бути легко визначені на післяреалізаційному рівні. Разом із тим, визначити критичну точку та її координати в процесі реального розвитку досить складно, хоча певні орієнтири безумовно можуть бути. Наприклад, чим більша кількість прибуттів туристів за одиницю часу, тим крутішою буде крива. Зменшення кількості прибуттів туристів вказує на процеси рецесії. Стабілізація кількості прибуттів туристів за інтервалами часового періоду може свідчити про стагнацію в розвитку системи або про її граничне навантаження. На жаль, така характеристика розвитку дестинації має негативні наслідки, які пов'язані з очевидним пострагуванням. Враховуючи певну інерційність розвитку будь-якої системи, це може призвести до неефективного впливу на керовану систему, коли виникають умови досить вірогідного варіанта перебільшення затрат, пов'язаних із досягненням бажаних координат розвитку дестинації та перевищенням отриманого результату.

Це обумовлює потребу в своєчасному прогнозуванні розвитку дестинації на заздалегідь визначених точках передбачуваної *S*-подібної кривої. Проте одного прогнозування недостатньо. У цьому випадку можна дійти висновку про необхідність залучення будь-яких інших параметрів, які б характеризували ЖЦД у динаміці. Такими характеристиками є ресурсний потенціал дестинації та її конкурентоспроможність, які могли б бути третьою складовою оцінки її розвитку. Ці судження можна відобразити у вигляді тривимірної системи координат. Крім того в міру розвитку дестинації та зміни кількісних параметрів навантаження необхідно постійно здійснювати глибокий аналіз якісних соціальних, психологічних і духовних перетворень серед населення конкретної місцевості з метою дотримання критеріїв сталого розвитку.

Етапи життєвого циклу та еволюції дестинацій узагальнено нами на рис. 5.

Формування нового туристичного, як і будь-якого іншого інноваційного продукту пов'язане з етапом його проектною розробки. Це насамперед стосується дестинацій штучного походження та масштабних дестинацій, які потребують значних вкладень капіталу.

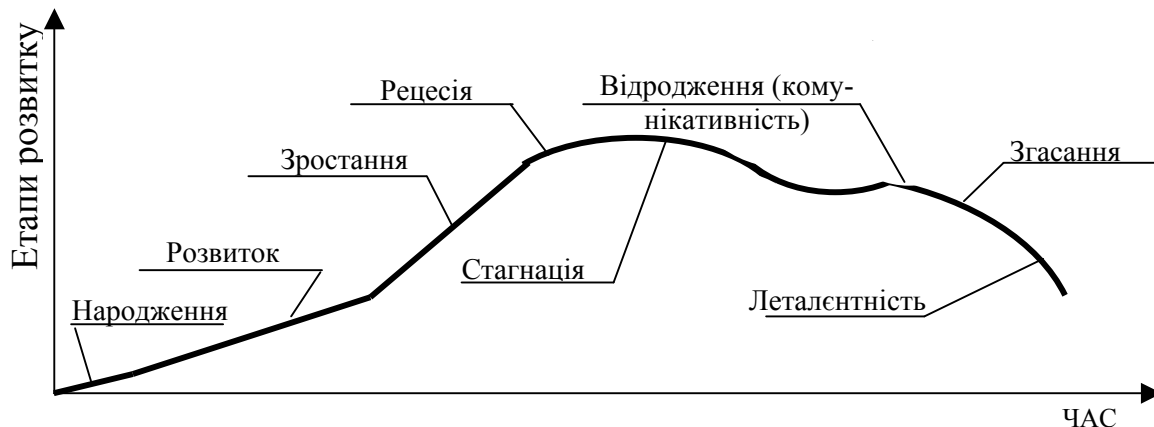


Рис. 5. Етапи життєвого циклу дестинацій

Незважаючи на те, що переднароджувальний етап (зародження ідеї чи бізнес-ідеї) знаходиться у від'ємній частині від нульової точки координат – базової точки відрахунку народження дестинації, від цього етапу значною мірою залежить її подальша привабливість, ефективність формування, функціонування та тривалість життя.

Етап розробки й обґрунтування інноваційної дестинації аж до масового розвитку туризму в ній має свої закономірності та може бути описаний за допомогою інноваційної моделі відомого канадського підприємця Д. Дойла [11], але адаптований до конкретного завдання створення (народження) або відродження дестинації. Зрозуміло, що зв'язок і труднощі кожної стадії етапу будуть різними для окремих видів дестинацій з урахуванням специфіки комплексу послуг сфери туризму. Проте кожна із зазначених фаз буде наявною у кожному циклі.

Саме на рівні дестинації виникають основні протиріччя між споживачами туристичних ресурсів і місцевим населенням, між рекреацією й іншими видами господарської діяльності, що традиційно розвивалися у певній місцевості раніше (фактор «монокультури туризму»). Вирішенням проблем просування дестинацій на туристичному ринку та забезпечення їх функціонування зайняті за кордоном безліч установ і організацій на регіональному і державному рівні, найчастіше не взаємозалежних в ієрархії вертикальних і горизонтальних моделей управління.

Існування дестинацій зумовило гостру потребу в менеджменті як факторі розвитку, який вимагає цілеспрямованого розв'язання проблем, при чому, як правило, на міжрегіональному та міжвідомчому рівнях. У зв'язку з цим, на думку О. Макаречевої [7], з якою ми повністю погоджуємося, виникає необхідність побудови нової системи управління туристською дестинацією – інтегроване регулювання, координацію усіх взаємодоповнюючих і одночасних дій адміністративних, фінансових і господарюючих суб'єктів з метою досягнення сталого розвитку

В основу концепції сталого розвитку туризму покладено принцип визначення і дотримання меж різних

типів допустимого навантаження (фізичне, економічне, психологічне (перцептуальне), біологічне або екологічне, соціальне або соціокультурне) на дестинацію (курорт, регіон, туристичний об'єкт), що припускає і наявність відповідальності за можливе її використання з туристськими цілями без помітної шкоди (істотно-негативного впливу).

Головна проблема дотримання допустимих навантажень на дестинацію полягає в тому, що оцінка перевищення таких навантажень з боку менеджерів і самих туристів може бути здійснена лише за умов зниження якості вражень від подорожі. Як правило, в часі ця оцінка ускладнена та може бути визначена лише після заподіяння значної непоправної шкоди тій чи іншій дестинації, що неприпустимо. На сучасному етапі це пов'язано з загальною культурою людей, діловою культурою менеджерів туризму та службовців місцевого (регіонального) самоврядування, рівнем освіти з екології і природокористування, ступенем розробки нормативної документації з охорони навколишнього середовища, законодавчо-правової бази сталого розвитку економіки регіону і, зокрема, туризму.

Згідно з прогнозами ВТО можна стверджувати, що сектор туризму розвиватиметься й у майбутньому. Основними факторами зростання будуть: збільшення чисельності населення, підвищення рівня життя людей, удосконалення і розширення транспортної системи, збільшення вільного часу людей. У зв'язку з цим кількість міжнародних туристських поїздок за період 2000–2020 рр. збільшиться практично в три рази, причому в 2020 р. близько 1,6 млрд. туристів відвідають зарубіжні країни [12].

Ці процеси зумовлять подальше збільшення навантаження на природні, культурні та соціально-економічні системи в тих місцях, що користуються у туристів найбільшою популярністю. Це також визначить необхідність удосконалення методів і методик планування і керування, створення спеціальної інфраструктури для захисту популярних серед туристів природних заповідників і екосистем, що є найбільш уразливими.

В Україні вищезазначені проблеми є особливо гострими, оскільки екосистема країни є об'єктом великої зацікавленості як внутрішніх, так і іноземних туристів. Іноді вони охоплюють територію суміжних адміністративних розподілів (областей, країн). Перспективними дестинаціями екологічного, природного, сільського, зеленого й інших видів туризму є, наприклад, такі великі у Центральній Європі біосферні заповідники, як «Західні Карпати» (Польща, Словаччина, Україна), «Західне Полісся» і «Розточчя» (Польща й Україна).

Туризм в Україні може стати одним із альтернативних і вагомих джерел надходження іноземної валюти. У зв'язку з цим напрямками подальших досліджень повинні стати: розробка методики розвитку туризму в дестинаціях у контексті сталості – визначення критеріїв меж навантаження, показників ідентифікації етапів їх життєвого циклу; розробка й удосконалення діючих схем, моделей і механізмів управління дестинаціями на всіх рівнях; здійснення моніторингу та прогнозування напрямів і обсягів туристських потоків у конкретні дестинації і, насамперед, на територіях пріоритетного розвитку туризму.

Методичний апарат економіки й управління туризмом на регіональному рівні повинен бути спрямований на оцінювання території для ефективного розвитку туризму та забезпечення його суспільної функції. До комплексу питань щодо оцінювання входять: а) розробка методик визначення потреби в послугах і об'єктах туризму, і, відповідно, ролі туризму для дестинації, б) визначення потенційного та реального попиту на туристичні послуги, які б відображали регіональну специфіку; в) розробка методик оцінки туристської привабливості територій та відповідних методик оцінки можливостей використання територій в туризмі, які б враховували регіональні відмінності як ресурсного, так і інфраструктурного забезпечення, не тільки кількісні та якісні характеристики об'єктів, але й інвестиційну привабливість територій. Стосовно цих завдань необхідно погодитися з професором О. Любіцевою [13], а також узгодити та диференціювати предмет досліджень між географією, економікою, управлінням та іншими науковими напрямами, що вивчають туризм.

Отже, потрібна методика оцінки дестинації з огляду ефективності її розвитку, геопросторове уточнення ареалу дестинацій, визначення центрів дестинацій та узгодження дій галузевих управлінських структур в них зі структурами з адміністративно-територіальних утворень, своєрідна кадастрова оцінка територій, яка б забезпечувала виконання нею туристичних функцій і формування на цій основі ринків різного рівня.

Значного розвитку набуває дослідження екологічних аспектів функціонування туризму, зорієнтоване на визначення закономірностей територіальної диференціації антропогенного тиску на природне середовище, моніторингу та прогнозу стану природних комплексів у центрах масового туризму, конструктивних моделей раціонального туристського природокористування, відтворення природних властивостей території туристського використання, розвитку екологічного туризму та інше.

Таким чином на основі викладеного матеріалу можна зробити наступні **висновки**.

У межах концепції сталого розвитку сформовано і введено в науковий обіг складну категорію – «дестинація», яка є основою концепції територіально-сфокусованого розвитку суб'єктів туристичного бізнесу. Дестинація розглядається як об'єкт туристичної пропозиції та специфічний об'єкт управління в туризмі в єдності п'яти детермінантів. Модель дестинації є інтегрованою функцією таких змінних, як туристичні ресурси, туристична інфраструктура, інституційне середовище та система механізмів управління в туризмі, брендінг, трансформаційний потенціал сталого розвитку. Доведено, що сформульоване поняття «дестинація» являє собою багатоаспектну системну науково-практичну категорію, яка включає одночасно: визначені риси менеджменту – об'єкт і суб'єкт управління; маркетингу – попит і пропозицію; економіки – суб'єкт господарської діяльності; географічні ознаки – геопросторові характеристики.

Розроблена класифікація дестинацій та подальший розвиток ключових теоретико-методологічних основ функціонування та розвитку територіально сфокусованих суб'єктів туристичного бізнесу з урахуванням синергічних явищ є підґрунтям розробки Концепції сталого розвитку туризму в Україні, однією з складових

якої є ринкові механізми управління суб'єктами туристичного бізнесу.

Джерела та література

1. Гальперин И.Р. Новый англо-русский словарь. – Т.1.–3-е стереотип. изд. – М.: Русский язык, 1979. – 368 с.
2. Купер К., Флетчер Д., Гильберт Д., Ванхилл С., Богданов Е. Экономика туризма: теория и практика. – Т.1: Учеб. пособие. – СПб.: Омега, 1998. – 200 с.
3. Николаев С.С. Стратегия формирования единого туристского пространства: Автореферат на соискание ученой степени канд.экон.наук. – СПб. – Гос. ун–т экономики и финансов, 2003.
4. Румянцева Т.В. Перспективы развития дестинаций культурного туризма: Предпринт. – СП б.: Изд-во СПбГУЭФ, 2003. – 16 с.
5. Ермашова Н. Практические теории американского турбизнеса. <http://biznesmir.ru>
6. Суорбрук Дж. Маркетинг туристских дестинаций // www.yakutiatravel.com
7. Макарычева Е. СМТН: экологические проблемы и их решение. www.tourism-internet.ru: 16.10.03г.
8. Butler, R.W. (1980) The concept of a tourist area cycle of evolution: implication for the management of resources. Canadian Geographer 24, 5–12.
9. Дурович А., Анастасова Л. Маркетинговые исследования в туризме: Учеб.-практ. пособие. – М.: Новое знание, 2002. – 348 с.
10. Swarbrooke G. Sustainable tourism management. Principal lecturer in tourism. School of Food and leisure management. Sheffield Hallam University. UK (1998) 371 p..
11. Дойл Д. Как создать предприятие: Пер. с англ. – Таллин: Наука, 1991. – 307 с.
12. Туризм и устойчивое развитие. Доклад Генерального секретаря ООН // Комиссия по устойчивому развитию. Сессия (7;1999). – Нью-Йорк: ООН, 19–30 апр. 1999 г. – E/CN. 17/1999/5 – 26 с.
13. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – 2-е вид., перероб. та допов. – К.: Альтерпрес, 2003. – 436 с.

Яркина Н.Н.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ОКЕАНИЧЕСКОГО РЫБОЛОВСТВА

В условиях кардинального реформирования хозяйственного механизма, его ориентации на рыночные модели развития при высоком уровне нестабильности и непредсказуемости предпринимательской среды, проблема совершенствования управления предприятиями и, в частности, формирования структур системы управления, позволяющих быстро и адекватно реагировать на изменения внешней и внутренней среды предприятия, принимать и реализовывать своевременные и обоснованные управленческие решения, приобретает особую актуальность. Проведенные в рамках изучения проблемы управления предпринимательским риском предприятий океанического рыболовства исследования, показатели, что неэффективный менеджмент (по оценкам ведущих специалистов рыбодобывающей отрасли) является самой весомой причиной низкой эффективности хозяйственной деятельности предприятий океанического рыболовства и его катастрофического положения. Данное обстоятельство позволяет понять, что без принятия срочных и радикальных мер по совершенствованию управления предприятиями океанического рыболовства на всех его уровнях и по всем направлениям, океаническое рыболовство как отрасль национальной экономики может быть безвозвратно потеряно для Украины.

Системные исследования направлений и методов совершенствования управления предприятиями океанического рыболовства Украины в условиях рыночной экономики не проводились. Однако ведущие ученые и специалисты рыбодобывающей отрасли на протяжении последнего десятилетия регулярно сигнализировали о проблемах рыбного хозяйства Украины; анализировали технико-экономическое и финансовое состояние предприятий отрасли, перспективны ее развития; разрабатывали меры по стабилизации и развитию океанического рыболовства [1-5], участвуя, таким образом, в формировании и совершенствовании отдельных элементов системы управления предприятиями океанического рыболовства. Вопросы совершенствования организационной структуры системы управления предприятиями океанического рыболовства не рассматривались вовсе.

Целью исследования явилась разработка модели реорганизации структуры системы управления предприятиями океанического рыболовства, обусловленная неспособностью существующей структуры своевременно, гибко и адекватно реагировать на изменения предпринимательской среды и рыночные условия хозяйствования, посредством формирования особых функциональных подразделений, деятельность которых направлена на реализацию диагностической, контрольно-аналитической и профилактической функций управления, обеспечивающих экономическую безопасность и повышение эффективности бизнеса.

Специфика рыбодобывающих предприятий предопределила двухуровневую систему управления предприятиями океанического рыболовства, обусловленную характером промысловой деятельности (разрывом элементов управления в пространстве и во времени).

К недостаткам существующей системы управления предприятиями океанического рыболовства следует отнести:

- параллелизм выполнения отдельных вспомогательных операций (в частности, обработку ежедневных радиogramм с судна последовательно осуществляют отдел добычи, производственный и планово-экономический отделы и др. службы предприятия) и недостаточную согласованность оперативных дейст-