

СУТНІСТЬ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН ДЛЯ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ РЕСПУБЛІКИ МАКЕДОНІЯ

Наукові праці МАУП, 2010, вип. 4(27), с. 88–94

Розглядаються ефективні управлінські стратегії розвитку туризму в Македонії.

Сучасні ринкові умови, що характеризуються невизначеністю, динамічністю і непередбачуваністю, посиленням і загостренням конкуренції, нестабільністю економічної і фінансово-кредитної політики держави, законодавчої бази, змінами в соціально-демографічній структурі населення, появою та розвитком сучасних технологій, розширенням асортименту продуктів та послуг, скороченням життєвого циклу існуючих товарів, прямо чи опосередковано впливають на стан різних галузей і сфер економіки, створюючи відповідні потенційні можливості та значні загрози для їх розвитку. Базові функції управління окремими сферами економіки мають здійснюватися відповідно до сучасних моделей і підходів, що забезпечують існування передумов для максимально ефективного використання ринкових можливостей, мінімізації загроз і створення довгострокових конкурентних переваг.

Досить актуальним в сучасних умовах ринку є проведення досліджень існуючих підходів до організації і здійснення управління, визначення перспективних напрямів підвищення ефективності діяльності за рахунок упровадження нових підходів, що максимально орієнтовані на поєднання зусиль кількох учасників ринку з метою постійного розвитку і вдосконалення, досягнення бажаних результатів у майбутньому.

Кожна окрема сфера економіки є сукупністю підприємницьких структур і їх об'єднань, що знаходяться у тісному взаємозв'язку і відносинах підрядності, здійснюють однакову чи подібну за функціональним призначенням діяльність. Сфера туризму є однією з перспективних сфер національних господарств більшості країн світу, в тому

числі України і Республіки Македонія, а також характеризується сукупністю таких ознак: однорідність технологій виробництва послуг, що мають подібне цільове призначення, сформованість системи адміністративного управління.

Становлення і розвиток сфери туризму Республіки Македонія відбуваються набагато активніше порівняно з іншими сферами, щороку здійснюється інтенсифікація її діяльності, збільшуються обсяги реалізації послуг, що позитивно впливає на розвиток окремих регіонів-дестинацій та країни в цілому. Це зумовлено підвищенням зайнятості населення, збільшенням обсягів грошових надходжень до місцевих і національного бюджетів, у тому числі валютних, динаміка змін яких є швидшою, ніж збільшення обсягів реалізації послуг загалом. За рахунок туризму розвиваються місцеві об'єкти та інфраструктура, відроджуються культурні та історичні традиції, зростає рівень зайнятості населення, відбувається збалансування економіки. Найперспективніші напрями туризму (внутрішній і в'їзний) є амортизаторами розвитку національної економіки, оскільки створюють можливості для максимально ефективного використання наявних ресурсів, їх розвитку. Отже, сфера туризму є каталізатором соціально-економічного розвитку певної країни, однак, ефективність її функціонування безпосередньо залежить від того, яким чином відбувається управління нею.

Відповідно до різних етапів становлення ринку розвивалися концепції управління, що певним чином співвідносилися з розвитком економічної думки, науки, технологій і наукової картини світу, зростанням добробуту і культурного рівня населення, суспільно-історичних умов, міжнародного

розподілу праці, закріплення позицій країни на світовому ринку, розуміння предметно-матеріальних та ідеально-творчих передумов управління.

Еволюція розвитку концепцій управління дає змогу виокремити два основні підходи до розуміння їх сутності: лінійний та інтерактивний. Лінійний чи рівноважний підхід фокусується на самостійності і незалежності окремих сфер економіки та ринкових суб'єктів, що їх формують. Відповідно, інтерактивний (синергетичний, нелінійний) підхід акцентує увагу на тому, що окрема сфера економіки є цілісною системою, яка самостійно здійснює певні процеси всередині, а також тісно поєднана з іншими сферами економіки, співіснує з ними, здійснюючи вплив на них і відчуваючи його у відповідь.

Сфера туризму на сучасному етапі розвитку господарства в Республіці Македонія не виділена як окремий напрям економічної діяльності. Вона є певним економічним явищем, що виступає на зразок акумулюючого й агрегуючого механізму, що поєднує в собі результати діяльності інших сфер економіки, впливаючи на розвиток будівництва, транспорту, зв'язку, комунального господарства, легкої та харчової промисловості, стимулюючи їх розвиток, за рахунок формування потреб у товарах та послугах, що вони виробляють. Усі ці напрями економічної діяльності, у свою чергу, впливають на розвиток сфери туризму, створюючи певні умови для її нормального функціонування. Отже, між ними існує певний логічний зв'язок. Основні сфери господарства створюють умови і базу для туризму, виступають ресурсним потенціалом, виготовляючи продукти матеріального виробництва, і формують необхідну інфраструктуру (рис. 1.).

Досліджуючи типи взаємозв'язків між основними сферами економіки, їх можна класифікувати за такими ознаками:

- за ступенем зв'язку: безпосередньо та опосередковано пов'язані;
- за функціональним забезпеченням: технологічні, матеріальні, організаційні, інформаційні;
- за масштабом існування: на міжнародному, національному, регіональному та місцевому рівнях;
- за тісністю зв'язку: працюють на всю сферу туризму чи на окремі її напрями.

Враховуючи існування тісних взаємозв'язків між основними сферами економіки Республіки Македонія, обґрунтованою є необхідність розробки підходів щодо їх оптимізації. В даному аспек-

ті доцільним є формування активної державної політики, спрямованої на створення сприятливих умов для функціонування сфер економіки за умов використання сучасних методів ведення діяльності на макроекономічному рівні. На перший план виходить необхідність здійснення дій щодо налагодження відносин партнерства між окремими сферами економіки та всередині них, як передумов для мобілізації їх спільної роботи й оптимізації процесів використання та відновлення їх внутрішнього ресурсного потенціалу.

Однак, перш ніж здійснювати управління національним господарством за рахунок налагодження взаємодії між різними сферами економіки, необхідними є активні дії щодо розвитку кожної окремої сфери. Основні підходи до розвитку сфери туризму мають базуватися на створенні й оптимальному поєднанні наявних конкурентних переваг, природних, курортно-рекреаційних, історико-культурних ресурсів з метою підвищення ефективності її діяльності, максимізації доходів від використання потенціалу Республіки Македонія. Передумовою для досягнення встановлених цілей є необхідність налагодження партнерських відносин, особливо в сучасних ринкових умовах, що характеризуються активізацією науково-технічного прогресу, розвитком технологій, збільшенням залежностей між окремими виробниками та споживачами, необхідністю отримання доступу до інформаційних баз даних, розширення асортименту послуг відповідно до постійних змін потреб споживачів.

Термін “партнерство” останнім часом стає досить поширеним в буденному людському житті, що створює ілюзію його зрозумілості, однак чітке визначення відсутнє. В словнику іншомовних слів “партнерство” визначається як “взаємовідносини, що існують між партнерами; одна з форм організації підприємництва” [1, 576]. В економічному словнику під терміном “партнерство” розуміють “форму співробітництва фірм, що не закріплена в статутних документах, а підтримується, фактично, шляхом укладання договору (протоколу)” [2, 503]. Отже, поняття “партнерство” у своєму розумінні базується на інших поняттях: “взаємовідносини”, “взаємодія”, “співробітництво”. Тобто, в даному випадку відбувається перехресне посилення одного поняття до іншого, що створює певну плутанину. Виходячи з цього, виникає необхідність дати визначення цих понять, виявити взаємозв'язки, що існують між ними.

Македонський науковець, доктор наук, професор Університету туризму і менеджменту у

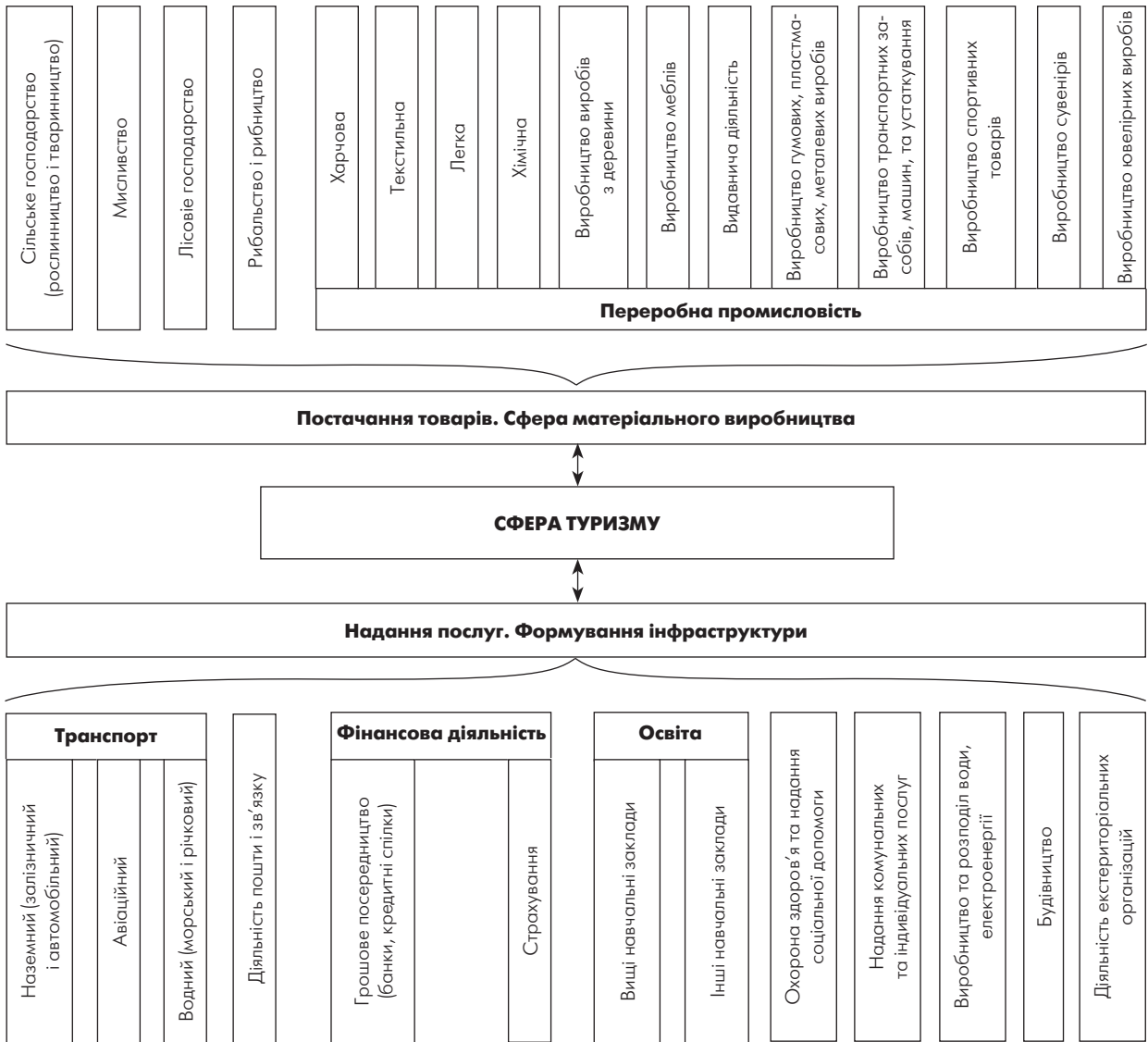


Рис. 1. Напрями зв'язків між сферою туризму Республіки Македонія та іншими сферами національного господарства

м. Скоп'є А. Міленковскі під “взаємодією” розуміє “участь у спільній діяльності, співробітництво, спільне здійснення операцій, угод” [3]. У великому тлумачному словнику української мови подається таке визначення: “Взаємодія — взаємний зв'язок між предметами у дії, а також погоджена дія між ними” [4, 85]. Термін “взаємодія” в тлумачному словнику російської мови С. І. Ожегова визначається як “взаємний зв'язок явищ, взаємна підтримка, узгодженість дій” [5, 78]. Поняття “взаємовідносини” також розуміється як зв'язок між явищами, предметами [5, 79].

Більшість українських і македонських авторів дотримуються тієї точки зору, що терміни “парт-

нерство”, “взаємодія”, “взаємовідносини” є синонімами, хоча й мають деякі відмінності. На нашу думку, такий підхід є дещо одностороннім, адже партнерство не просто вказує на взаємозв'язок явищ і предметів, узгодженість дій між суб'єктами, а реалізується за рахунок існування “взаємодії”. Отже, можна зробити висновок, що “взаємодія” і “взаємовідносини” є базисом, принципами, основою і навіть способами здійснення партнерства.

Поняття “партнерство” є близьким до понять “спільна діяльність”, “співробітництво”, хоча жодному з них воно не тотожне і володіє самостійним смисловим статусом. Співпраця може мати місце між членами єдиного колективу під

час виконання одних завдань. Партнерство припускає абсолютну автономію суб'єктів-партнерів, тобто є міжсуб'єктною взаємодією. Партнер завжди є стороною взаємодії, що володіє самостійним суб'єктним статусом, співробітник — частина, елемент іншої цілісності.

Доктор, професор Македонії А. Стоймілов чітко розмежовує поняття партнерство і співробітництво, вказуючи на те, що партнерство "...передбачає більш тісне співробітництво, обов'язковою умовою якого стають відносини, орієнтовані на вирішення проблем не тільки з власної точки зору, а й з позиції іншої сторони" [6]. Спільна діяльність виступає, з одного боку, як ознака партнерства, а з другого, як поняття, що з ним співвідноситься. Як спільна діяльність партнерство володіє певними ознаками:

- наявність загальної (спільної) мети (інтересу) для учасників партнерських відносин, а також загальної мотивації, тобто стимулу діяти разом (зацікавленість у партнерстві). Специфіка спільності інтересів у партнерстві виявляється в тому, що інтерес кожного з партнерів може бути різним, однак вони мають взаємну зацікавленість в отриманні вигод від взаємодії. Водночас результати і вигоди партнерів не є однаковими, але взаємними;
- об'єднання, поєднання, сполучення індивідуальних дій. Спільність як особлива якість діяльності породжується таким об'єднанням учасників, при якому між ними виникають взаємозв'язок, взаємозалежність і взаєморозуміння, що не скасовує їх автономії як партнерів;
- функціональна спеціалізація — розподіл єдиного процесу діяльності на окремі функціонально пов'язані операції та їх розподіл між учасниками;
- координація, узгодженість індивідуальних дій;
- наявність у всіх учасників партнерства єдиного кінцевого результату у вигляді реалізованого інтересу.

Спільна діяльність відображає поведінковий аспект партнерства. У партнерстві головною є взаємодія одного учасника з іншим, тому залежність між ними інша, ніж при спільній діяльності (ставлення учасників до певного об'єкта). Спільна діяльність відображає механізм здійснення партнерської взаємодії, тобто виступає як аспект партнерства.

Партнерство і співробітництво одночасно є способами налагодження взаємодії між окремими

елементами певної сфери економічної діяльності, однак, вони чітко розмежовуються за рахунок того, що спрямовані на досягнення різних результатів шляхом виконання певного особливого набору функцій. У процесі співробітництва різні учасники прагнуть досягти результату, здійснюючи всі дії разом, одночасно. За умов партнерської взаємодії різні учасники прагнуть до спільної вигоди, здійснюючи чітко розподілені функції і завдання, використовуючи, в більшості випадків, власні ресурси і базуючись на певному рівні і виді спеціалізації. Відповідно, результат партнерства є спільним, але індивідуалізованим для кожного учасника. Спільним між даними поняттями є принцип їх здійснення — налагодження взаємодії між різними учасниками, що існує за рахунок взаємної підтримки, взаємозв'язку, узгодженості дій та інтересів учасників.

Рушійною силою при здійсненні партнерства в межах окремої сфери економіки є необхідність поєднання й узгодження економічних інтересів окремих діячів, що визначаються їх місцем в економічній системі. Кожний учасник ринку є носієм конкретного інтересу — набору вигод, які прагне отримати, вступаючи в економічні відносини з іншими учасниками (рис. 2.).

У межах партнерства необхідно створювати умови для одночасного задоволення різних економічних інтересів кожного партнера, тобто реалізації інтересів за рахунок досягнення партнерами конкретних економічних цілей (зростання доходу, максимізація прибутку, підвищення рівня життя). Зміст економічних інтересів залежить від місця певного партнера в системі економічних відносин. Важливу роль у забезпеченні досягнення економічних інтересів і, відповідно, успішності функціонування економіки як системи відіграє ринковий механізм, що поєднує в собі такі складові:

- нормативно-правове законодавство;
- організаційні ланки регулювання (планування, інституціональний механізм, система міжгалузевих, економічних зв'язків, системи управління розвитком окремих галузей і сфер);
- економічний механізм (довгострокові економічні нормативи, ціни і тарифи на послуги, надбавки, субсидії, санкції, податки, пільги, кредитування і страхування, бюджетне асигнування).

Рівність автономних учасників для партнерської взаємодії є результативною, апріорною передумовою її можливості, бо тільки в паритет-

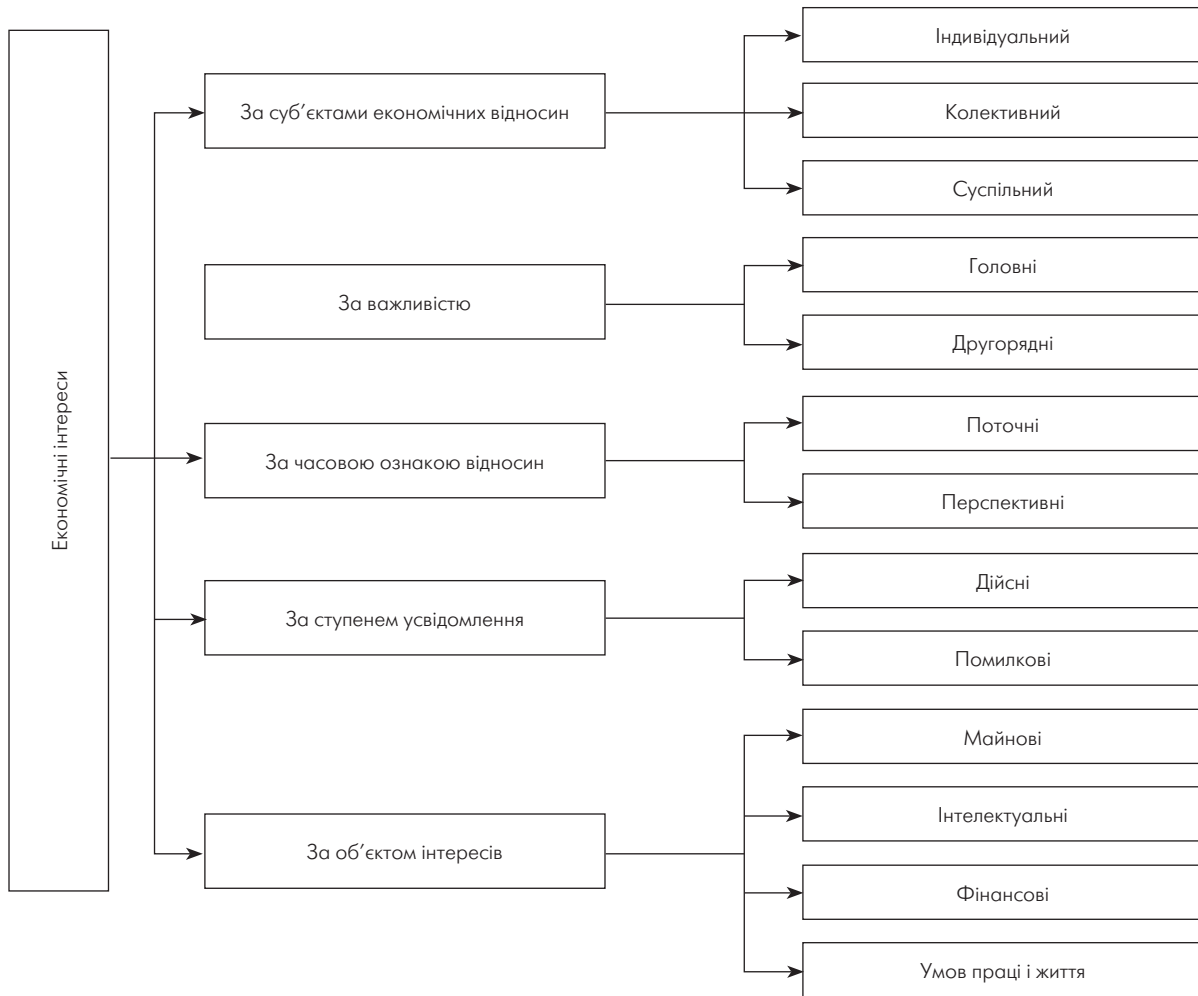


Рис. 2. Класифікація економічних інтересів за теорією проф. А. Стоймілова [6]

них відносинах можлива відсутність тиску, заснованого на силі влади, становища, авторитету, грошей, коли воля однієї сторони є обов'язковою для іншої. Рівність припускає відсутність у будь-якої із сторін привілеїв і владних повноважень щодо іншої. Автономність у даному випадку означає відособленість окремого учасника партнерської взаємодії, його незалежність від потенційного партнера і здатність “до самостійних, відповідальних рішень, незалежних від зовнішнього тиску” [6, 16].

Свобода вибору партнерів є можливою лише за умов існування економіки ринкового типу, що характеризується плюралізмом і вільною конкуренцією. Це не означає, що в ситуації монополії (державної, партійної) відсутня взаємодія між учасниками ринку. Вона існує, однак має певні обмеження, а тому є, швидше за все, прикладом “вимушеної співпраці”. Для плідного, ефективно-

го партнерства необхідна наявність своєрідного “ринку партнерів”, на якому можна обрати того, з ким взаємодія є найбільш вигідною.

Критерії суб'єктивного характеру безпосередньо залежать від самих учасників партнерської взаємодії, способу налагодження взаємовідносин і кінцевого результату. Суб'єктивне сприйняття іншого як рівного є передумовою для вільного поведіння учасників у межах відносин, відкритого вираження думок та ідей, взяття активної участі в розробці управлінських рішень, стратегій і тактичних планів спільних дій. Усе це, в кінцевому рахунку, зумовлює підвищення довіри між учасниками. Маючи певні повноваження, що реалізуються в межах взаємодії, кожен учасник розуміє своє місце і роль, яку він відіграє в загальній справі, виконує свої обов'язки і несе відповідальність за результати. Погоджений розподіл обов'язків і відповідальності структурує

роботу учасників партнерства, зосереджує їх на виконанні окремого набору завдань, які вони можуть виконати найліпшим способом з кращим результатом.

На основі проведеного термінологічного аналізу ми можемо визначити “партнерські відносини” як зв’язки між учасниками ринку в процесі здійснення партнерства. Відповідно визначено, що “партнерство”, як спосіб налагодження відносин, має в собі дві складові — соціальну й економічну. З соціальної точки зору “партнерство” — це складний феномен суб’єктно-об’єктної взаємодії, що є природною формою співіснування суб’єктів, реалізується за рахунок формування тісного взаємозв’язку між ними. З економічної точки зору, “партнерство” — це форма налагодження ефективної системно-комплексної взаємодії суб’єктів господарювання шляхом спільного створення умов для узгодження і задоволення їх індивідуальних економічних інтересів за рахунок існування ефекту синергії, основною метою якої є спільне досягнення індивідуалізованих взаємовигідних результатів.

Партнерство є новітнім підходом до управління господарською діяльністю. Партнери завжди прагнуть максимально ефективно використовувати потенціал процесу створення цінності, поєднуючи ресурси і активи, що дає можливість, в кінцевому рахунку, підвищити їх результативність, стійкість до непередбачуваних змін, які постійно відбуваються на ринку. Досить актуальним є впровадження основних засад даного підходу в сфері туризму, що активно розвивається і безпосередньо залежить від динамізму зовнішнього середовища. Сфера туризму є доволі складною за своєю внутрішньою структурою, крім цього, вона залежить від інших сфер економіки, а тому використання партнерства як способу структуризації дій учасників є доцільним. Даний підхід до управління дає можливість ефективно поєднувати специфічні функції і дії окремих суб’єктів у процесі створення комплексних туристичних продуктів, що можуть максимально задовольняти потреби споживачів і, тим самим, створювати умови для підвищення рівня ефективності туристичної діяльності. Виходячи з даних положень, партнерство в туризмі можна визначити як складну форму взаємодії учасників туристичного ринку в процесі створення комплексних туристичних продуктів, що максимально задовольняють потреби споживачів.

Отже, партнерство є передумовою більш повного задоволення потреб, оптимізації процесів управління виробничими і процесами збуту на ринку, підвищення їх ефективності. Як приватний сектор економіки, так і державні органи влади Республіки Македонія, мають бути зацікавленими в існуванні даних відносин, створенні сприятливих умов для їх налагодження як в межах окремих сфер економіки, так і на рівні національного господарства в цілому. Заохочуючи ініціативу партнерів, розробку й формування ними пропозицій щодо поліпшення продукції і послуг, державні органи, здійснюючи свою політику, мають створювати умови для забезпечення економічної стабільності країни, збереження і відновлення наявного ресурсного потенціалу, вирішення завдань ефективної зовнішньої інтеграції, підвищення успішності бізнесу.

Таким чином, визначаючи партнерство як перспективний напрям розвитку сфери туризму Республіки Македонія, необхідно визначити основні принципи його здійснення. Їх можна сформулювати таким чином: цільова орієнтація; комплексність та системність; відкритість, прозорість і структурованість дій; об’єднання соціальних цілей і комерційного підходу; соціальна відповідальність і адаптація; сприйняття інших учасників як рівних. Даний перелік принципів не є вичерпним, він може доповнюватися залежно від етапу розвитку ринку і відповідних змін умов.



Література

1. *Большой иллюстрированный словарь иностранных слов: 17000 сл.* — М.: ООО “Изд-во Астрель”, ООО “Русские словари”, 2002. — 960 с.
2. *Борисов А. Б. Большой экономический словарь.* — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Книжный мир, 2004. — 860 с.
3. *Миленковски А. TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT Website: http://www.fthm.hr/index.php?option=com_content&task=view&id=9&Itemid=18*
4. *Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. — К., Ірпінь: ВПФ, “Перун”, 2002. — 1440 с.*
5. *Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведов. — 4-е изд., доп. — М.: Азбуковник, 1999. — 944 с.*
6. *Стоймилов А., Мариноски М. Основи на туризма.* — Скопие, 1999. — С. 36–44.

Партнерство, як новий підхід управління господарською діяльністю, дає можливість ефективно поєднувати функції окремих суб'єктів у процесі створення комплексних туристичних продуктів, сприяючи тим самим підвищенню ефективності туристичної діяльності.

Партнерство, как новый подход к управлению хозяйственной деятельностью, позволяет эффективно объединять функции отдельных субъектов в процессе создания комплексных туристических продуктов, способствуя тем самым повышению эффективности туристической деятельности.

Partnership as the new approach to management of economic activities, allows to unite effectively functions of separate subjects in the course of creation of complex tourist products. It helps to make tourist activity of more effective.

Надійшла 2 листопада 2010 р.