

Любчук О.К.

Приазовський державний технічний університет

Ярченко Ю.В.

Приазовський державний технічний університет

КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ФУНКЦІОНАЛЬНО-ЦІЛЬОВИЙ СКЛАДНИК МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ СФЕРОЮ ТУРИЗМУ

У статті акцентовано увагу на підході до комунікативного менеджменту як до сучасної складової частини цільового та функціонального механізму державного управління сферою туризму. Комунікативний менеджмент є концептуально-теоретичною основою функціонально-цільового складника механізму державного управління сферою туризму. Базовими теоріями визначено теорії державно-громадської комунікації, взаємодії, когнітивного дисонансу, ділового спілкування, самоактуалізації особистості, концептуальними основами – концепції соціально-адекватного менеджменту, організації та роботи команди, професіограми менеджера сфери обслуговування, цілепокладання, функцій туризму. Відзначено трирівневу систему базової професіограми менеджера, поліфункціональність професії управління. Інформаційно-кодова, інтеракційна, функціонально-комунікативна, модель конструктивної комунікації, модель ділового етикету, психологічна комунікативна, онлайн-комунікативна, технологічно-інструментальна, комунікативна моделі сфери обслуговування виступають як теоретичні засади комунікативного менеджменту. Технологічно-інструментальна модель передбачає розгляд і оволодіння знаннями та вміннями з public relations, investor relations, брендінгу, формування іміджу й управління репутацією, media relations, promotion plan, публіситі. Представлено цілі державного управління сферою туризму в Україні. Специфіка комунікативного менеджменту відображена також у низці спеціалізованих функцій: інтегруючій, інформаційній, контактостановлюючій, самопрезентації, ритуальній, освітній. Надано функції управління туристичним підприємством у галузі. Показано розуміння поняття «комунікативний менеджмент» як самостійного виду спеціального менеджменту та складової частини механізму державного управління сферою туризму. Вказано на необхідність розвитку державно-громадянської комунікації у суспільстві. Комунікативна компетентність державних службовців та управлінців сфери туризму повинна базуватися на оволодінні комунікативним менеджментом.

Ключові слова: механізм державного управління, комунікативний менеджмент, функції державного управління, цілі державного управління, сфера туризму.

Постановка проблеми. Стратегічна мета становлення України як розвиненої країни світу потребує перетворення галузі туризму на визначальний чинник інноваційного соціально-економічного розвитку країни, модернізації сфери обслуговування відповідно до вимог постіндустріального суспільства, принципів європейської стратегії зайнятості (кваліфікації, підприємництва, гнучкості, рівних можливостей), підвищення якості туристських послуг, які значно залежать від функціонування та розвитку механізму державного управління індустрією туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми соціально-адекватного державного

управління за умов корінних соціально-політичних та економічних змін вивчалися В.В. Буреого [2], концептуально-стратегічні засади цільового механізму державного управління суб'єктивною задоволеністю життям українських громадян досліджувалися О.К. Любчук, Ю.В. Ярченко [6], ціннісна ієрархія сенсу життєдіяльності людини з'ясувалася в роботах Н. Антонової [1], принципи державного управління сферою туризму та менеджмент гостинності як складова частина інструментального механізму державного управління проаналізовані О.К. Любчук, Ю.В. Ярченко [7], проблеми державно-управлінської комунікації як механізму реалізації державної політики

розглядалися Є.О. Романенко [9], методологія дослідження комунікативної взаємодії держави та громадськості запропонована І.В. Чаплай [11].

Проблему кадрової, особистісної підготовки державних службовців, фахівців з управлінських та економічних спеціальностей в системі вищої освіти досліджували О. Богданов, Ю. Комар, О. Любчук, С. Поважний, М. Сметанський, В. Токарева, А. Фонарьов, В. Чмига та ін.

Феномен комунікативного менеджменту вивчався науковцями у контексті виду спеціалізованого менеджменту і не проаналізований як складова частина механізму державного управління сферою туризму.

Постановка завдання. Мета статті полягає у з'ясуванні функціонально-цільової складової частини механізму державного управління сферою туризму та розгляду комунікативного менеджменту як її складника.

Виклад основного матеріалу дослідження. Комунікація є явищем універсальним. Її зміст і форми потрапляють у поле зору багатьох наук соціально-гуманітарного, природничо-наукового і науково-технічного циклів. Вона є необхідною і всезагальною умовою життєдіяльності людини й однією з фундаментальних засад існування суспільства.

Комунікація грає ключову роль у туризмі, особливо в міжнародному контексті. Це стосується туризму як економічної діяльності з надання послуг і як подорожі [13]. Ефективна система та висока якість комунікації є умовою сталого розвитку туризму, підвищення його стандартів, а також успішності туристичних фірм. У певному сенсі туризм може розглядатися як комунікаційний процес, у межах якого мають місце комунікації між турфірмами та туристами, а також всередині цих груп. Туристична комунікація вплетена як у загальне управління сферою обслуговування в туризмі, так і в розвиток і реалізацію людського потенціалу, формування і використання інформаційного капіталу, мотивації.

Однією з необхідних детермінант підвищення ефективності комунікативних інновацій є розвиток механізму державного управління, що забезпечує впровадження їх у комунікацію туристичної галузі:

- формування спеціальної інформаційної комунікативної інфраструктури;
- інформатизація сектора туризму і суміжних галузей;
- розвиток спеціальних галузевих мереж і порталів різного рівня;

- підвищення якості освіти працівників, зайнятих у туристичній галузі;

- підтримка зворотного зв'язку туристичних підприємств зі споживачами та владою з питань підвищення якості туристичних послуг;

- зміцнення масової комунікаційної культури у сфері туризму;

- соціалізація туристичних продуктів;

- впровадження інноваційних платформ для реалізації великих регіональних і національних проектів із розвитку туризму;

- створення і просування індивідуалізованого туристичного продукту;

- реформування ланцюжків туристичного обслуговування.

У сучасних роботах, присвячених проблемі державно-громадської комунікації, зазначається, що участь громадян в управлінні країною не може бути обмеженою тільки регулярним голосуванням їх під час виборів. Для розуміння цієї проблеми проводиться аналіз тлумачення певних понять, зокрема «державно-громадська комунікація». Так, Є.О. Романенко вказує, що зміст державно-управлінської комунікації конкретизується у багатосторонній направленості взаємодій між органами державної влади; між органами державної влади та громадськістю; між органами державної влади та політичними інститутами; між інститутами громадянського суспільства [9].

Р.-Ж. Шварценберг визначає державно-громадянську комунікацію як процес передачі інформації, завдяки якому вона циркулює від однієї частини системи державного управління до іншої: «Між системою державного управління та соціальною системою йде безперервний процес обміну інформацією між індивідами та групами на всіх рівнях» [12, с. 174]. У загально-теоретичному відношенні термін «державно-громадянська комунікація» означає обмін інформацією між органами державної влади та суспільством для реалізації державно-громадянських інтересів, обговорення проблем суспільства й участі у процесах прийняття рішень і їх виконання [11, с. 119].

Для досягнення високого рівня взаємодії із громадським і приватним секторами необхідно готувати державних службовців на спеціальних тренінгових заняттях. Взаємодія – це форма організації та регулювання дій людей у їхніх взаємовідносинах [3, с. 46]. Виділяють такі рівні взаємодії: соціальну, соціально-психологічну та психологічну. Психологічна взаємодія розуміється як рівень міжособистісного спілкування, який базується на почуттях симпатії-антипатії,

почуттях притягування-відштовхування. Переважання рівня психологічної взаємодії у державних службовців та управлінців у сфері туризму призводитиме до низької ефективності взаємодії або її відсутності, коли партнер буде викликати почуття антипатії та відштовхування. Таким чином, можна констатувати, що вирішення проблеми державного, громадського і приватного партнерства потребує підготовки як працівників державної служби, так і фахівців галузі туризму до партнерської взаємодії, до роботи в команді.

Специфікою партнерських відносин є те, що кожен може одержати свою частину отриманого прибутку завдяки застосуванню у ділових (партнерських) відносинах принципів довіри, відкритості, можливого контролю. Принципи взаємодії членів команди суттєво відрізняються від принципів роботи «звичайних» робочих груп. У «звичайних» робочих групах принципи взаємодії здебільшого задаються «ззовні» (керівниками вищого рівня управління); регулюються спеціальними санкціями, акцент переважно робиться на необхідності дотримання формально-функціональних основ взаємодії. Дотримання принципів взаємодії у команді внутрішньо мотивоване, регулювання взаємовідносин базується на принципах партнерської взаємодії, які спільно визначаються членами команди.

До основних принципів взаємодії у команді відносять: колективної діяльності членів команди для досягнення спільної мети; результативності виконання завдань і діловитості спілкування; активності й особистої відповідальності кожного члена команди за результат її діяльності; взаємовідповідальності та взаємозвітності членів команди; партнерства, взаємопідтримки та взаємозбагачення (взаємонавчання) один одного; довіри членів команди один до одного; гуманізму та толерантності [10, с. 87].

Впровадження таких принципів у роботу туристських компаній, у взаємодію на державному, регіональному (обласному), інституціональному рівнях передбачає сформованість управлінсько-комунікативної компетентності, яка повинна базуватися на основних концептуальних, технологічних, методологічних знаннях і навичках, практичному досвіді впровадження комунікативного менеджменту.

Комунікативний менеджмент розглядається як самостійний вид спеціального менеджменту, що здійснює пізнання і використання закономірностей обміну інформацією, знаннями та інтелектуальною власністю у процесі формування і

розвитку економічних систем. Різні теоретичні підходи, теорії та концепції виступають як теоретичні засади, зокрема інформаційно-кодова, інтеракційна модель, функціонально-комунікативна, модель конструктивної комунікації, модель ділового етикету, психологічна комунікативна, онлайн-комунікативна, технологічно-інструментальна, комунікативна моделі сфери обслуговування та ін. Так, технологічно-інструментальна модель включає розгляд public relations, investor relations, брендінгу, формування іміджу й управління репутацією, media relations, promotion plan, пабліситі та ін. До базових теорій слід віднести теорії державно-громадської комунікації, взаємодії, когнітивного дисонансу, ділового спілкування, самоактуалізації особистості, тобто концептуально-теоретичні розробки комунікативного менеджменту, зокрема функціонально-цільові, можуть бути складовою частиною механізму державного управління сферою туризму. Таким чином, можна констатувати, що вирішення проблеми державного, громадського і приватного партнерства потребує підготовки працівників державної служби, менеджерів туристських компаній до партнерської взаємодії, до роботи в команді.

Цілями здійснення державно-громадської комунікації також можуть бути: зменшення рівня соціальної напруги у суспільстві; зниження рівня конфліктогенності; підвищення рівня ефективності державного управління завдяки розвитку комунікативної компетентності державних службовців, представників неурядових організацій на основі оволодіння сучасними знаннями щодо застосування комунікативних засобів, методів, прийомів, технологій.

В. Буреґою було визначено, що сучасному керівникові потрібні певні якості, це зумовлює вичерпність можливостей ефективної підготовки нової генерації управлінських кадрів на основі традиційних методів управління; неможливість швидко навчати затребуваних професійних умінь і навичок на основі застарілих підходів, тож актуалізує необхідність у самоосвіті, саморозвитку індивіда, в оволодінні ним новими управлінськими вміннями та навичками [2], прояву якостей особистості, що самоактуалізується. Управлінський ресурс вважається визначальним інтегрально-інтелектуальним ресурсом у розвитку суспільства. Неувага до цього ресурсу неминуче призводить до стагнації суспільного розвитку [8].

Професія менеджера (управлінця) згідно з дослідженням В. Буреґи за цілями діяльності

належить до професії обслуговування; за основними функціями та їх кількістю є поліфункціональною; основними об'єктами діяльності виступає людина й організація; за формою праці – колективна; за підпорядкованістю є керівною; за рівнем кваліфікації вимагає спеціальної підготовки; за вимогами, що висуваються до особистості спеціаліста, професія менеджера потребує певних особистісних і психофізіологічних якостей. Базова професіограма менеджера становить трирівневу систему. Перший рівень – соціально-функціональний, другий рівень – психологічний, третій рівень – психофізіологічний [2].

В Україні функціонує та постійно удосконалюється цільовий механізм державного управління різними сферами суспільства. Так, цільовий механізм державного управління сферою вищої професійної освіти включає цілі відповідності «вимогам євроінтеграції, побудови суспільства «знань», що відображається у розвитку нормативно-правового освітянського поля; у національних освітянських і регіональних програмах; у наукових, науково-методичних розробках і впровадженні їх у навчально-виховний процес навчальних закладів системи освіти» [5, с. 45]. Аналіз цілей державного управління функціонуванням і розвитком сфери туризму показав, що за рівнями управління можна виділити такі цілі:

1) цілі глобального, наднаціонального, міждержавного рівня (входження до європейського, світового туристського просторів, характерних для економіки «вражень»);

2) цілі державного рівня (створення цілісної системи управління освітою на основі гнучкості, демократизму, динамізму, здатності до самоорганізації; національного інформаційно-туристського простору);

3) цілі регіонального рівня (розбудову регіонального інноваційно-туристського простору);

4) цілі інституціонального рівня (створення інтегрованих навчально-науково-виробничих комплексів сфери обслуговування, розвиток і вдосконалення всіх напрямів діяльності туристських підприємств, якості фахової підготовки);

5) цілі особистісного рівня (формування внутрішньоособистісного прагнення та вміння вчитися, вміння спілкуватися, співпрацювати та взаємодіяти).

Цілями державно-громадянської комунікації можуть бути визначені: створення сприятливих правових умов для зміцнення громадськості та розвитку демократії в Україні; налагодження комунікації між органами державної влади й

об'єднаннями громадян; активізація участі громадян у діяльності об'єднань, у процесі прийняття і виконання рішень; розвиток волонтерства та благодійництва [11, с. 119].

Специфіка комунікативного менеджменту відображена також у низці спеціалізованих функцій, таких як: інтегруюча, інформаційна, контактостановлююча, самопрезентації, ритуальна, освітня та ін. Проведений аналіз функцій державного управління певними сферами суспільства, зокрема неперервною освітою, дозволив нам виділити чотири групи функцій:

- загальні;
 - спеціальні;
 - забезпечення стабільності;
 - соціально-адекватного менеджменту
- [5, с. 54].

До загальних функцій державного управління певними сферами суспільства відносять:

- а) функцію планування;
- б) функцію організації;
- в) функцію прийняття управлінських рішень;
- г) функцію мотивації, координації, контролю.

Спеціальними функціями державного управління вважають: навчальну, наукову, забезпечення якості, здоров'язберігаючу, соціально-організуючу, культурну, формування неуречевленого капіталу та ін.

До функцій забезпечення стабільності в державному управлінні відносять такі, як функція фінансового забезпечення; матеріально-технічного забезпечення; науково-методичного забезпечення; кадрового забезпечення; інформаційного забезпечення; забезпечення безпеки; соціального партнерства; інноваційна.

Розвиток туризму в певній країні впливає на добробут її громадян, на покращення туристичної індустрії, появу нових робочих місць, стимулює нові наукові розробки, спрямовані на задоволення потреб споживачів туристських послуг, сприяє розвитку економіки, екології, культури, медицини, мистецтва тощо. На основі вищезазначеного виділяють такі функції туризму: пізнавальну, рекреаційну, політичну, економічну, культурологічну, виховну, екологічну [4, с. 27].

Вважаємо, що до функцій державно-громадянської комунікації в державному управлінні різними сферами суспільства можна віднести: функцію представництва громадськості в законотворенні; обговорення державної політики у всіх сферах (культури, освіти, охороні здоров'я,

зайнятості, охороні довкілля, соціальному благополуччю та ін.); громадського контролю за діяльністю органів влади у вирішенні питань, що мають суспільне значення, у формі громадського моніторингу підготовки та виконання рішень, експертизи їх ефективності; моніторингу й аналізу громадської думки, забезпечення своєчасного публічного реагування на пропозиції та зауваження суспільства; підтримки та зміцнення самоорганізації та добровільної діяльності громадян на користь спільноти; проектування інформаційного, аналітично-дослідницького, благодійного і соціального характеру; інформування суспільства про ролі громадянського суспільства у формуванні громадянської культури та розвитку волонтерства і благодійництва; розвитку соціального підприємництва; розбудови державного соціального замовлення як ефективного засобу договірної партнерства держави та неурядових організацій задля вирішення суспільних проблем; підтримки і зміц-

нення самоорганізації та добровільної діяльності громадян на користь спільноти.

Висновки. Таким чином, можна констатувати, що система державної служби в Україні, зокрема державні адміністрації, переживають складні змістовні й організаційні реформи, пов'язані із прагненням змінити імідж України у європейському контексті, розв'язати складні для нашої країни проблеми європейської інтеграції. Сформованість здатності до цілепокладання, різних рівнів взаємодії, ділового спілкування та до роботи в команді, до державно-громадського спілкування є однією з важливих вимог до працівників держслужби та менеджерів туристської сфери. Це зумовлює необхідність впровадження комунікативного менеджменту у зміст підготовки державних службовців, управлінських кадрів сфери туризму та відображення його у цільовій і функціональній складовій частині механізму державного управління сферою туризму.

Список літератури:

1. Антонова Н.А. Ценностные ориентации в структуре личности студентов : монография. Славянск : Канцеляр, 2001. 135 с.
2. Бурега В.В. Социально-адекватный менеджмент : монография. Киев : Институт социологии НАН Украины, 2000. 379 с.
3. Бурега В.В., Любчук О.К. Економічна психологія в схемах і таблицях : навчально-методичний посібник. Донецьк : ДонДАУ, АПЕКС, 2003. 63 с.
4. Любчук О.К. Організація туризму. Основи туризмознавства : навчальний посібник. Маріуполь : ПДТУ, 2018. 154 с.
5. Любчук О.К. Теоретико-методологічні засади функціонування та розвитку механізму державного управління неперервною освітою в Україні та її регіонах : дис. ... докт. наук з держ. управління : 25.00.02 / Донецький держ. ун-т управління. Донецьк, 2011. 469 с.
6. Любчук О.К., Ярченко Ю.В. Концептуально-стратегічні засади цільового механізму державного управління суб'єктивною задоволеністю життям українських громадян. *Менеджер*. 2017. № 3 (76). С. 76–81.
7. Любчук О.К., Ярченко Ю.В. Менеджмент гостинності як інструментальна складова механізму державного управління сферою туризму. *Публічне управління і адміністрування в Україні*. 2019. Вип. 11. С. 99–101. DOI <https://doi.org/10.32843/2663-5240-2019-11-15>.
8. Пашко Л.А. Удосконалення системи управління людськими ресурсами у сфері державного управління як основа їх ефективного оцінювання. *Вісник НАДУ при Президентів України*. 2005. № 4. С. 134–138.
9. Романенко Є.О. Державно-управлінська комунікація як механізм реалізації державної політики. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=540> (дата звернення 30.11.2020).
10. Технології роботи організаційних психологів : навчальний посібник / за наук. ред. Л.М. Карамушки. Київ : ІНКОС, 2005. 366 с.
11. Чаплай І.В. Методологія дослідження комунікативної взаємодії держави та громадськості. *Менеджер*. 2017. № 3 (76). С. 117–122.
12. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология : в 3 ч. Москва : Российская академия управления, 1992. Ч. 1. 180 с.
13. Silvia S. The Role of Communication in Tourism Development. *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series*. 2012. Vol. XII (2012), Is. 1. P. 1161–1165.

Liubchuk O.K., Yarchenko Yu.V. COMMUNICATIVE MANAGEMENT AS A FUNCTIONAL-TARGET COMPONENT OF THE MECHANISM OF PUBLIC GOVERNANCE IN THE FIELD OF TOURISM

The article focuses on the approach to communicative management as a modern component of the target and functional mechanism of public administration in the field of tourism. Communicative management is

considered as a conceptual-theoretical basis of the functional-target component of the mechanism of state management in the field of tourism. The basic theories are theories of state and public communication, interaction, cognitive dissonance, business communication, self-actualization of the individual. Conceptual bases define the concepts of socially adequate management, organization and work of the team, professional profile of the manager of the service sector, goal setting, tourism functions. The three-level system of the basic profesiogram of the manager; polyfunctionality of the profession of the manager is noted. Information-code model, interaction model, functional-communicative model, model of constructive communication, model of business etiquette, psychological communicative model, online communicative model, technological-instrumental model, communicative model of service sphere act as theoretical bases of communicative management. Technological and instrumental model involves the consideration and acquisition of knowledge and skills in public relations, investor relations, branding, image formation and reputation management, media relations, promotion plan, publicity. The goals of state management in the field of tourism in Ukraine are presented. The specifics of communicative management is also reflected in a number of specialized functions: integrating, informational, contact-establishing, self-presentation, ritual, educational. The functions of management of the tourist enterprise in branch are given. The understanding of the concept of “communicative management” as an independent type of special management and a component of the mechanism of state management in the field of tourism is shown. The necessity of development of state-civil communication in the society is pointed out. Communicative competence of civil servants and tourism managers should be based on mastering communicative management.

Key words: *mechanism of public administration, communicative management, functions of public administration, goals of public administration, sphere of tourism.*