

ФІЛОСОФІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ТА ХАРЧУВАННЯ ТУРИСТІВ

Лаврук В.В., аспірант

Науковий керівник – канд. філос. наук, проф. **О.М. Варипаєв**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Філософські дослідження останнього десятиліття спрямовують свою увагу на розробку методологічної бази таких гуманітарних галузей знання, як менеджмент, маркетинг, бізнес. Варто сказати і про те, що загальне проблемне поле усе частіше охоплює області, що раніше займалися такими науками, як соціологія, політологія і менеджмент, які ґносеологічно базуються на різноманітних видах і процесах управління. Цілком можливо, як відзначають сучасні західні аналітики, що у процесі поступового усвідомлення, що управління, поза залежністю від специфіки, має загальні закономірності, особливо управління по відношенню до інформаційних потоків і закономірностей накопичення знання, виділиться нова область наукового знання.

Становлення дисципліни філософія менеджменту і бізнесу диктується переорієнтуванням технічної і гуманітарної вузівської освіти і пошуком шляхів найбільш гармонійної інтегації України у світове співтовариство розвинутих країн. Як зазначають сучасні вчені, без ґрунтового філософського осмислення економічних процесів, без вибору певної філософської парадигми діяльність менеджера і бізнесмена, звичайно, можлива, але вона, як правило, позначена рядом прикрих помилок, прорахунків, яких можна було б уникнути, спираючись на основи філософських парадигм, дотримуючись філософських методів пізнання.

У становленні сучасної парадигми філософії менеджменту виділяються деякі пріоритети, що засновуються на усвідомленні теоретиками і практиками менеджменту кінцевої мети їхньої діяльності і, так би мовити, необхідного інструмента, знаряддя цієї діяльності – самої особистості менеджера і підпорядкованих йому людей, зокрема у сфері туристичного бізнесу та проблематики харчування туристів. Перший момент – особистісний. На нього звертається все більше уваги в пізніх за часом появи відгалуженнях менеджменту, наприклад, в інноваційному. Методологічною основою даного напрямку менеджменту є загальнофілософські уявлення про самореалізацію особистості, де творчість і творення взаємозалежні, і

тільки в їхній єдності можливо повне розгортання сил і можливостей індивіда. Творчість і інновація є формами прояву єдиного процесу – самореалізації особистості. Сучасне управління інноваційним виробництвом, його сутність постає як керування самореалізацією особистості робітника [1].

Наступний момент, що знаходиться в центрі уваги філософів та обернений до обґрунтування сутності менеджменту – це, безсумнівно, такий, що йде від кантівської філософії, де декларується увага до розгляду іншої людини, іншої особистості, нехай навіть підлеглий у службовій сфері, не як засобу, а як цілі, тобто сприйняття Іншого як Ти. Для автора показовий цікавий момент переходу менеджменту і маркетингу на соціально-орієнтовані основи після того, як у філософії ХХ сторіччя акцент був поставлений саме на визнанні іншої особистості як самоцінної. [2]. Знамениті гасла маркетингу: "Любіть клієнта, а не товар", "Ви – наш бос" і інші [2] спираються на позначену світоглядну переорієнтацію. У цьому відношенні термін управління в сучасних дослідженнях піддається уточненням і доповненням, відповідно змінюються цілі організації.

Самі відомі менеджери неодноразово підкреслювали особистісну складову, вміння працювати з людьми, тобто передбачати стратегії поведінки особистості як передумову успішного управління [3]. Третій аспект – акцентуація на специфіці самого процесу управління, пов'язана з реінжинірингом бізнесів-процесів, глобалізацією інформаційних технологій і висуненням на передній план для прийняття своєчасних рішень категорії "швидкості".

У парадигмі харчування туристів теж повинні враховуватися здобутки філософії менеджменту, зокрема при визначенні смакових та естетичних потреб населення, розробки так званих «харчових карт» різних регіонів України, виявлення специфіки управління у сфері обслуговування та харчування туристів. Таким чином, проблематика розробки та сучасні тенденції харчування туристів має передумовою розробки положення загальної філософії менеджменту з точки зору якісного обслуговування туристів та зацікавлення місцевими харчовими традиціями, пов'язаними з національною ментальністю.

Список джерел інформації

1. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли. – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2001. – 480 с.
2. Тейлор Ф.У. Наукова організація праці // Наука управляти: з історії менеджменту. – К.: Либідь, 1993. – С. 5-40.
3. Якокка Л. Карьера менеджера. – М.: Прогресс, 1991. – 384 с.