

СИСТЕМА РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ У ГЛОБАЛЬНОМУ ТА РЕГІОНАЛЬНОМУ ВИМІРАХ

СИНЯКОВА К. М.

УДК 330.111.4:338.462

Синякова К. М. Система ресурсного забезпечення підприємств туристичної сфери у глобальному та регіональному вимірах

У статті наводиться порівняння регіональних, національних і світових параметрів розвитку туристичної сфери; надається характеристика стану ресурсного забезпечення підприємств туристичної сфери України, визначаються проблеми їхнього розвитку в межах кожного ресурсу наведеної системи – землі, капіталу, праці, підприємницького хисту та інформації. Кадрове забезпечення запропоновано розглядати як стратегічну конкурентну перевагу, а також розроблено перелік заходів щодо вдосконалення функціонування системи ресурсного забезпечення підприємств туристичної сфери.

Ключові слова: туристична сфера, туристичний продукт, система ресурсного забезпечення, кадрове забезпечення.

Рис.: 1. Бібл.: 12.

Синякова Катерина Миколаївна – старший викладач, кафедра менеджменту і адміністрування, Херсонський державний університет (вул. 40 років Жовтня, Херсон, 73000, Україна)

E-mail: katrusya111@rambler.ru

УДК 330.111.4:338.462

Синякова Е. Н. Система ресурсного обеспечения предприятий туристической сферы в глобальном и региональном измерениях

В статье проводится сравнение региональных, национальных и мировых параметров развития туристической сферы; предоставляется характеристика состояния ресурсного обеспечения предприятий туристической сферы Украины, определяются проблемы их развития в рамках каждого ресурса представленной системы – земли, капитала, труда, предпринимательского таланта и информации. Кадровое обеспечение предложено рассматривать как стратегическое конкурентное преимущество, а также разработан перечень мер по совершенствованию функционирования системы ресурсного обеспечения предприятий туристической сферы.

Ключевые слова: туристическая сфера, туристический продукт, система ресурсного обеспечения, кадровое обеспечение

Рис.: 1. Библ.: 12.

Синякова Екатерина Николаевна – старший преподаватель, кафедра менеджмента и администрирования, Херсонский государственный университет (ул. 40 лет Октября, Херсон, 73000, Украина)

E-mail: katrusya111@rambler.ru

UDC 330.111.4:338.462

Sinyakova Y. N. System of Resource Provision of Tourist Companies in Global and Regional Dimensions

The article provides comparison of regional, national and world parameters of development of the tourist sphere; it provides a characteristic of the state of resource provision of companies of the tourist sphere of Ukraine, identifies problems of their development within each resource of the presented system – land, capital, labour, entrepreneurial talent and information. It offers to consider staffing as a strategic competitive advantage and develops a number of measures on improvement of functioning of the system of resource provision of tourist companies.

Key words: tourist sphere, tourist product, system of resource provision, staffing

Рис.: 1. Bibl.: 12.

Sinyakova Yekaterina N. – Senior Lecturer, Department of Management and Administration, Kherson State University (vul. 40 rokiv Zhovtnya, Kherson, 73000, Ukraine)

E-mail: katrusya111@rambler.ru

Класичні економічні закони обмеженості ресурсів і сучасні тенденції глобалізації та інформатизації всіх сфер життя суспільства неминуче приводять до поступових змін у структурі економік країн світу, і, як наслідок, всієї світової економіки. Однією з найбільш динамічних і перспективних галузей у сучасній структурі світової економіки є туризм – це доводить той факт, що вже сьогодні на туризм припадає близько 12% світового ВВП, 9% зайнятості працездатного населення світу, 7% загального обсягу інвестицій, 11% світових споживчих витрат, 5% усіх податкових надходжень і третина світової торгівлі послугами [9].

Світовими та вітчизняними дослідниками доведено, що регіони, які інвестують в туризм, у довгостроковій перспективі отримують прибутки від зростаючих у глобальному масштабі туристичних потоків і перспективи стабільного розвитку для всіх верств населення – це зумовлюється так званим «феноменом» туризму як галузі господарської діяльності, який розкривається в таких його особливостях та перевагах:

- ✦ обіг капіталу в середньому в 4 рази вищий, ніж в інших галузях народного господарства [7];

- ✦ витрати на створення одного робочого місця в інфраструктурі туризму в 20 разів менше, ніж у промисловості [7];
- ✦ залежність між зростанням ВВП і зростанням витрат на туризм: зростання ВВП до 2% приводить до зростання витрат на туризм менше ніж на 2%, а зростання ВВП більше, ніж на 2% приводить до мультиплікативного збільшення витрат на туризм у пропорції 1 : 1,3 [9];
- ✦ туризм великою мірою визначає ступінь розвитку більш, ніж 40 інших галузей народного господарства (транспорт, зв'язок, архітектура, будівництво, сільське господарство, торгівля, виробництво товарів народного споживання тощо) [8];
- ✦ туризм забезпечує відновлення та розвиток культурних та історичних національних надбань, створення іміджу країни у світі;
- ✦ туризм є особливою галуззю, адже матеріальні ресурси не споживаються безповоротно (окрім паливних) – одні й ті ж природні ресурси використовуються багаторазово, при цьому забезпечується їх розвиток та відновлення.

Зазначені переваги туризму актуалізують їх максимальне використання для економічного розвитку України. У рейтингу туристичної привабливості Всесвітнього Економічного Форуму, яка оцінюється за такими критеріями, як природні ресурси, культурні ресурси, пріоритетність туризму, безпека, здоров'я і гігієна, транспортна та туристична інфраструктура, цінова конкурентоспроможність тощо, Україна сьогодні посідає 76 позицію серед 140 країн світу. Частку туризму в економіці України характеризують показники 1,6% ВВП (9% разом із суміжними галузями) та 1,3% зайнятості працездатного населення (9% разом із суміжними галузями) [4].

Протягом останнього періоду Україну щорічно відвідують близько 400 – 500 тис. іноземних туристів, у той час як Францію – 79,5 млн, Іспанію – 56,7 млн, Італію – 46,1 млн, Турцію – 29,3 млн [9]. Такі суттєві відмінності в обсягу туристичних потоків України в порівнянні зі світовими лідерами туристичної галузі зумовлені недостатньою конкурентоспроможністю національного туристичного продукту України. Більше того, результати нещодавно проведеного соціологічного Інтернет-дослідження демонструють переважно низький рівень поінформованості європейців про Україну. Майже 64% респондентів з 5 країн ЄС, які брали участь у дослідженні (Німеччина, Іспанія, Франція, Великобританія, Італія) ніколи не цікавились нашою державою або пам'ятають лише окремі факти з новин про Україну, 22% – поверхово знайомі з Україною, і лише 14% добре поінформовані про Україну [3]. З позиції маркетингових аспектів ведення туристичного бізнесу такі факти свідчать про довгострокову перспективу збільшення обсягів в'їзного туризму шляхом просування брэнда «Україна» на міжнародній арені, а також доводять необхідність зростання обсягів внутрішнього туризму шляхом активізації туристських потоків всередині держави.

Так чи інакше, реалізація обох завдань вимагає раціонального використання наявних ресурсів забезпечення туристичної сфери, а разом з тим, і туристичної привабливості України в цілому та її окремих регіонів.

Стан вивчення проблеми. Необхідність дослідження стану, проблем та умов використання туристичних ресурсів зумовлює підвищення інтересу науковців до вивчення цієї проблематики, а багатоаспектність туризму як сфери діяльності пояснює його представленість в різних галузях науки: географії, екології, економіці, соціології, культурі, історії, релігієзнавстві тощо. Економічні аспекти туристичної діяльності та ресурсів її забезпечення в Україні знаходять відображення у працях Н. Бунтової, Т. Власової, Т. Заячківської, І. Зоріна, В. Кіфяка, О. Колесника, В. Квартального, В. Федорченко. На міжнародному рівні проблемами туристичної сфери опікується Всесвітня Туристична Організація (ВТО) ООН [10], на національному – Державна служба туризму і курортів [11].

Метою даної статті є дослідження стану та проблем функціонування системи ресурсного забезпечення туристичної сфери України, враховуючи глобальні тенденції та особливості розвитку окремих регіонів.

Система ресурсного забезпечення будь-якої господарської діяльності у класичній економічній інтерпретації розглядається як сукупність взаємопов'язаних елементів: землі, капіталу, праці, підприємницьких здібностей та інформації. Ефективне функціонування системи цих ресурсів в туристичній сфері (рис. 1) вимагає дослідження особливостей і стану використання кожного з них та розробку заходів спрямованих на розвиток в'їзного та внутрішнього туризму в Україні.

Земля як базовий ресурс забезпечення туристичної сфери являє собою сукупність природних ресурсів та умов туристичної діяльності, які виступають об'єктами туристичної діяльності та основою туристичного продукту: краєвиди, ландшафти, культурно-історичні пам'ятки, розважальні комплекси тощо. Загальна площа земель, придатних для рекреаційного використання в Україні, становить 9,4 млн га (або 15,6% території країни), що свідчить про високий рівень забезпеченості України такими ресурсами: рівнинні та гірські рекреаційні

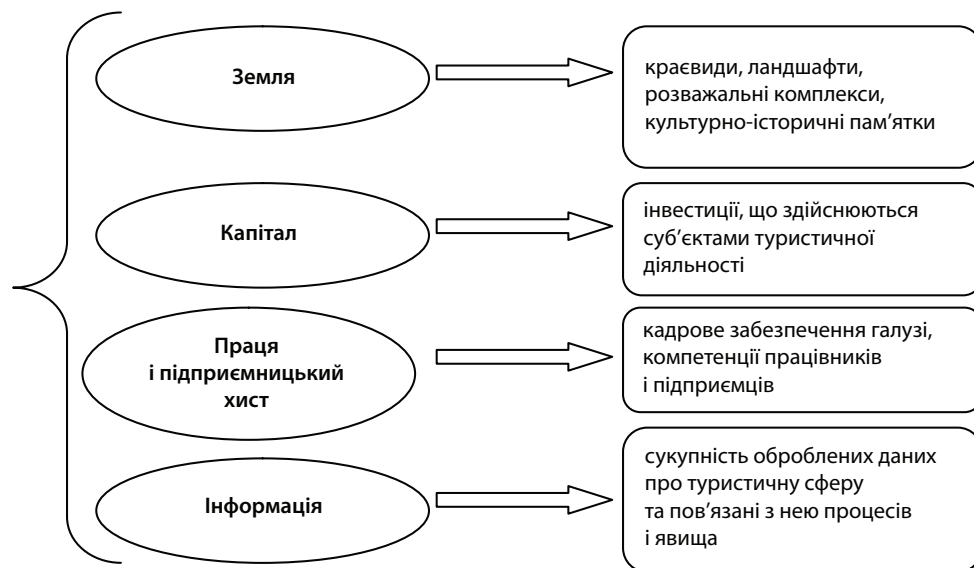


Рис. 1. Система ресурсного забезпечення туристичної сфери

ландшафти, річкові та морські пляжі довжиною 1160 км, понад 400 джерел мінеральних вод, майже 100 родовищ лікувальних грязей, понад 200 тисяч об'єктів пізнавального туризму [1]. Зокрема, у місті Херсон зосереджено 163 пам'ятки історії та культури, 116 пам'яток архітектури, 22 – археології, 10 – природи, 70 пам'ятників Великої Вітчизняної Війни, 13 храмів тощо [12].

Але рівень освоєння цього ресурсу в Україні в цілому та на Херсонщині зокрема залишається недостатнім, що зумовлюється загальновідомими економічними проблемами (недостатність державної підтримки, низький рівень доходів населення, недоступність кредитних коштів та ін.), а також рівнем розвитку інфраструктури туристичної сфери (мережа закладів туристичного бізнесу, транспортні сполучення, зв'язок), яка значною мірою визначає якість туристичного продукту – комфортність, безпеку, надійність, відповідність ціни рівню сервісу. Серед низки проблем інфраструктури туристичної сфери виділимо найбільш актуальні:

- ✦ переважання великих (порівняно з аналогічними закордонними) туристичних комплексів, збудованих ще за радянських часів, із значною концентрацією місць і низьким рівнем комфортності, що призводить до невідповідності світовим стандартам;
- ✦ невиконання умов договорів бронювання номерів і перевезення туристів;
- ✦ недобросовісна конкуренція;
- ✦ фінансова заангажованість;
- ✦ тінізація галузі, спричинена надмірним податковим навантаженням та відміною ліцензування суб'єктів туристичної діяльності;
- ✦ постійні зміни в законодавстві, бюрократизація, корупція й тиск контролюючих органів;
- ✦ неврегульованість страхової діяльності;
- ✦ використання морально та фізично застарілої техніки;
- ✦ нерозвиненість системи безготівкових розрахунків.

Джерелом виникнення зазначених негараздів у використанні значного туристичного потенціалу України, на нашу думку, є проблемні аспекти інших ресурсів забезпечення туристичної сфери, зокрема у сфері капіталу й праці (грошових і людських ресурсів), а також інформації – ці ресурси потребують окремого детального вивчення.

Так, ресурс «*капітал*» необхідно розглядати через поняття «інвестиції», що здійснюються суб'єктами туристичної діяльності та виступають її грошовим забезпеченням. Інвестиції в туристичну сферу створюють поштовх для розвитку суміжних галузей, у першу чергу, будівництва і роздрібної торгівлі, що, до того ж, дозволяє швидко створювати нові робочі місця.

У світовому рейтингу Україна займає 112 місце по відкриттю бізнесу, 44 – за виконанням контрактів, 24 – за отриманням кредитів [8]. Інвестиційно привабливою Україну вважають лише 25% європейців, а 38% не мають своєї думки щодо позитивів сучасного інвестиційного іміджу України [3].

Аналіз даних про динаміку обсягу інвестицій у туристичну сферу, які налягаються Державним комітетом статистики України, виявляється неважливим, що зумовлюється фактом відсутності у вітчизняній статистиці туризму як окремого виду економічної діяльності. Приблизні обсяги інвестування у туристичну сферу прийнято оцінювати за даними про капітальні інвестиції у діяльність готелів і ресторанів, а також діяльність транспорту та зв'язку (частка інвестицій за зазначеними видами економічної діяльності у 2012 р. в Україні складає сумарно 13,89% – з урахуванням діяльності пошти і зв'язку, у Херсонській області – 2,5%) [5].

До проблем залучення інвестиційних ресурсів в туристичну сферу України можемо віднести:

- 1) недоступність кредитних ресурсів, особливо для малого бізнесу, який складає переважну більшість на ринку;
- 2) відносно довгий термін окупності інвестицій, через що потенційні інвестори віддають перевагу інвестуванню у промисловість або сільське господарство, що, до того ж, забезпечує більше податкових надходжень;
- 3) низька інвестиційна привабливість України для іноземних інвесторів;
- 4) низький рівень доходів населення України для стимулювання внутрішнього інвестування.

Відзначимо, що в сучасних умовах значення людського фактора є найсуттєвішим, особливо в діяльності підприємств сфери послуг. Невипадково протягом останніх десятиріч інвестиції в людські ресурси розглядаються на рівні з капітальними, а компетенції персоналу та їх відповідність вимогам ринку стають складовою конкурентоспроможності сучасного туристичного продукту. Це актуалізує важливість ресурсів *праці та підприємницького хисту* як людської (нематеріальної) складової забезпечення туристичної сфери. Дослідження цього ресурсу безпосередньо пов'язане із вивченням питань і проблемних моментів кадрового забезпечення галузі. З нашої точки зору, проблеми забезпечення туристичної галузі кваліфікованими працівниками в сучасних умовах виходять на перший план, і це можна пояснити щонайменше трьома обставинами.

Лише застосування знань, креативності та новаторства працівників і підприємців (за відповідного державного регулювання та підтримки) здатні забезпечити належне функціонування всієї системи ресурсного забезпечення туристичної сфери – знаходження способів залучення інвестицій, освоєння нових видів туризму, формування позитивного іміджу вітчизняного туристичного продукту, використання дієвих методів просування туристичних послуг тощо.

Знання, вміння та навички працівників є тим нематеріальним ресурсом, який забезпечує конкурентоспроможність підприємства в довгостроковій перспективі.

Розвиток компетенцій працівників туристичної сфери покладається в основу зростання рівня сервісу та конкурентоспроможності як туристичного продукту окремого підприємства, так і туристичної сфери України загалом.

Незважаючи на той факт, що близько половини європейців вважають, що найбільш притаманними українцям рисами є гостинність, працьовитість, гідність та дисциплінованість [3], кваліфікаційний рівень працівників і, відповідно, рівень сервісу в туристичній сфері України поки що залишається на низькому рівні. Усе це, на нашу думку, зумовлене такими реаліями сучасності:

- ✦ відсутність у персоналу спеціальної освіти;
- ✦ недостатній розвиток загальних компетенцій: знання іноземних мов, основ комунікації з клієнтами, вмінь користуватися комп'ютерними технологіями та програмним забезпеченням;
- ✦ недотримання режимів праці та відпочинку для працівників туристичної сфери;
- ✦ недотримання норм обслуговування – недостатня чисельність персоналу, що зумовлюється бажанням скоротити витрати, і, зрештою, відображається на рівні обслуговування клієнтів;
- ✦ відсутність посадових інструкцій, які на рівні підприємства регламентують права, обов'язки та відповідальність працівників. Переваги застосування посадових інструкцій не можна заперечувати, проте існують об'єктивні обставини їхньої відсутності на багатьох підприємствах сфери туризму. Наприклад, близько половини (43,58%) [12] суб'єктів туристичної діяльності Херсонської області має не більше 10 найманих працівників, що означає необхідність суміщення одним працівником декількох посад і професій, тобто отримання великого переліку зобов'язань, які людина об'єктивно не здатна виконати якісно.

Ці та інші обставини ще раз підкреслюють значення ринку освітніх послуг для забезпечення туристичної галузі фахівцями з адекватними компетенціями. На сьогодні в Україні практично відсутня відповідна система для підготовки і перепідготовки кадрів в галузі туризму, а також чіткі та адекватні світовим стандартам кваліфікаційні вимоги.

У Манільській Декларації, прийнятій Всесвітньою Туристичною Організацією, підкреслюється, що підготовка кадрів спеціалістів у галузі туристської індустрії має стати частиною навчання молоді, а введення туризму до програм навчання молоді є важливим елементом освіти та виховання, який сприяє постійному зміцненню миру [9].

Підготовка кадрів у сфері туризму в Україні здійснюється відносно недавно, сучасна система вищої освіти України пропонує здобуття різних освітньо-кваліфікаційних рівнів за напрямками підготовки та спеціальностями «Туризм», «Економіка туризму», «Туризм і планування», «Туризм і гостинність», «Управління готельним господарством», «Культура і туризм», «Курортний менеджмент», «Менеджмент круїзів». Разом з тим, обсяг державного замовлення за цим напрямом підготовки є недостатнім. До того ж, на українському ринку освітніх послуг майже відсутня пропозиція ефективних новітніх форм і методів навчання, особливо короткотермінових (тренінги, курси, вебінари, сертифікатні програми тощо), а також гнучких форм зайнятості.

Тож, ефективна співпраця ринку праці та ринку освітніх послуг дозволить забезпечити туристичну галузь спеціалістами, здатними працювати в цій сфері, здійснювати управління підприємствами, знаючи всі особливості ринку. Успішність роботи працівників великою мірою визначається обсягом та якістю інформації, якою вони оперують. Значення інформації як ресурсу забезпечення будь-якої сфери господарської діяльності, у тому числі туристичної, не можна перебільшити, адже *інформація* є тією сукупністю оброблених даних про туристичну сферу та пов'язаних з нею процесів і явищ, на основі яких визначається стратегія і тактика подальшої поведінки учасників ринку. Саме тому необхідно мати актуальну, достовірну та своєчасну інформацію про зовнішнє та внутрішнє середовище підприємств туристичної галузі та відповідним чином коригувати свою діяльність. На жаль, на туристичному ринку України, який проходить початкові етапи свого становлення, існують певні інформаційні перешкоди у забезпеченні ефективності діяльності підприємств:

- ✦ проблеми інституційного середовища – неадекватність законодавства та ролі держави у регулюванні ринку туристичних послуг;
- ✦ в Україні обсяг прав туроператора відповідає обсягу прав турагента, що є неприйнятним у міжнародному законодавстві, оскільки туроператор має ширшу матеріальну базу, ніж турагент, який виступає посередником у господарському процесі;
- ✦ відсутність скоординованої висококваліфікованої та граматної системи дій з промоції туристичного продукту України на світовий ринок, яка б давала відчутні результати. Наприклад, Великобританія витрачає на ці цілі 80 млн фунтів стерлінгів, а кожен вкладений в рекламу фунт приносить дохід від залучених туристів у 27 фунтів [7];
- ✦ технологічна відсталість галузі: невідповідність носіїв інформації до тих, якими користуються сучасні споживачі (переважно Інтернет-ресурси).

ВИСНОВКИ

Зважаючи на стан використання ресурсів забезпечення туристичної сфери в сучасних умовах, вітчизняним підприємствам галузі необхідно вирішувати існуючі проблеми, адекватно реагуючи на запити споживачів в контексті сучасних глобальних, національних і регіональних тенденцій розвитку ринку туристичних послуг із урахуванням наявного ресурсного забезпечення. Зазначене вище дозволяє розробити перелік деяких рекомендацій щодо підвищення ефективності функціонування системи ресурсного забезпечення туристичної сфери України та її регіонів:

1) збільшення туристичних потоків за рахунок розвитку внутрішнього туризму – формування привабливості туристичних об'єктів України для її жителів через освітню та виховну функції навчання та встановлення конкурентоспроможних для вітчизняних споживачів цін на туристичні послуги;

2) розвиток соціального внутрішнього туризму в рамках реалізації соціальної відповідальності підприємств та корпорацій;

3) розвиток актуальних видів туризму (сільського, зеленого, фестивального), виявлення потреб внутрішніх та зовнішніх споживачів українського туристичного продукту. Наприклад, серед найвагоміших причин, які спонукають відвідати Україну, іноземці називають: мальовничу природу (30%), архітектуру та культурно-історичні пам'ятки (30%), гостинність та щирість місцевого населення (10%), національну кухню (7%), красу українських жінок (6%), а кожен десятий із тих, хто віддав перевагу українській природі, хотів би побувати в українському селі [3]. Разом з тим, світові експерти прогнозують зростання попиту на круїзи та екологічні тури [9];

4) вивчення українцями іноземних мов, використовуючи разом з тим можливість активізації ринків сусідніх з Україною держав: за такою географічною ознакою Україна має потенційний споживчий ринок в 300 млн осіб, 65% з яких говорять на споріднених з українською мовах [4];

5) урахування вікових і національних особливостей потенційних споживачів. Так, вік туристів із розвинених країн в основному перевищує 50 років, але найбільш поінформованими про Україну є люди віком 21 – 40 років [3], тобто молодь та люди середнього віку, які меншою мірою є потенційними споживачами туристичних послуг. Щодо національної ознаки, то цікаво, що до 2015 р. прогнозується значне зростання туристів з Китаю;

6) перегляд ролі турагентств на ринку. З одного боку, внутрішній туризм все менше потребує звернення до посередників туристичного бізнесу через доступність інформації в мережі Інтернет. З цієї ж причини в сучасних умовах існує надлишок інформації: так, намагаючись дістати інформацію та обрати той чи інший туристичний продукт, споживач відвідує в середньому 21 сайт, що значно розширює вибір та умови невизначеності. Тому певна частка споживачів згодна платити за послуги турагентств, що зрештою скорочує час придбання туристичного продукту;

7) впровадження офіційних статистичних показників розвитку туристичної діяльності, необхідних для аналізу динаміки галузі та розробки необхідних заходів її розвитку;

8) використання актуальних засобів просування туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках: популярні сайти, соціальні мережі, проведення акцій в мережі Інтернет;

9) формування перманентного попиту та клієнтської бази постійних покупців туристичного продукту України шляхом впровадження програм лояльності, отримання зворотного зв'язку тощо;

10) формування іміджу туристичної України на міжнародній арені у відповідності до позитивних символів її сприйняття іноземцями, наприклад: традиції, українська музика, спортивні досягнення, національна кухня, писанки, Петриківський розпис, вишивка тощо;

11) використання прогресивних методів підготовки працівників туристичної сфери, спрямованих на формування загальних компетенцій та навчання основам бізнесу.

За прогнозами експертів ВТО, число поїздок у світі до 2020 р. досягне 1,6 мільярда туристських прибуттів, з яких 717 млн припаде на Європу. Середній темп зростання галузі складатиме 3,8% на рік [9]. Для підтримання такої тенденції в Україні необхідно сформувати нову філософію туризму, яка ґрунтуватиметься на формуванні у свідомості українців пріоритетності внутрішнього туризму, культури туристично привабливої країни, партнерстві всіх учасників ринку та громадськості, популяризації брэнда «Україна» у світі.

Зокрема, для Херсонської області урахування зазначених тенденцій та реалізація заходів на регіональному рівні, що можливо шляхом співпраці підприємців, держави, громадськості та освітніх закладів, дозволяє зробити оптимістичний прогноз:

- ✦ південь України, включаючи Херсонську область, підніметься з 8 на 5 позицію в рейтингу освоєння рекреаційних ресурсів за регіонами України [1];
- ✦ збільшення впливу туризму на позитивну динаміку показників економічного і соціального розвитку, стимулювання розвитку суміжних галузей через збільшення потоку туристів в область до 1,5 млн осіб;
- ✦ збільшення чисельності іноземного (в'їзного) туризму на 10% щороку;
- ✦ зростання обсягів надходжень від туристичної галузі до бюджетів усіх рівнів на 2 – 3% щороку;
- ✦ збільшення кількості садиб, що приймають туристів, на 2 – 5% щороку;
- ✦ зростання чисельності внутрішнього туризму на 10% щороку [12].

Висвітлені проблеми визначають площини подальших досліджень у цьому напрямку, зокрема, вивчення складу компетенцій, якими мають володіти працівники туристичної сфери, з урахуванням специфіки рекреаційних ресурсів регіону. ■

Рецензент – Тюхтенко Н. А., кандидат економічних наук, професор, проректор з навчальної та науково-педагогічної роботи Херсонського державного університету, завідувач кафедри менеджменту і адміністрування

ЛІТЕРАТУРА

1. Галушкіна Т. П. Механізм реформування територіальної екологічної політики (на прикладі курортно-оздоровчих територій) / Т. П. Галушкіна, Л. І. Новосельська, О. О. Сударкіна // *Економіческие инновации*. – 2005. – Вип. 22. – С. 196 – 203.
2. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні: навчальний посібник / Л. І. Гонтаржевська. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.
3. Дослідження сприйняття України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://brandukraine.org>
4. Заячківська Г. Індекс конкурентоспроможності України у сфері подорожей та туризму / Г. Заячківська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://econa.at.ua/Vyusk_7/zayachkovska.pdf. – Назва з екрану.
5. Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ks.ukrstat.gov.ua/>. – Назва з екрану.
6. Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. – Назва з екрану.
7. Кифяк В. Ф. Особливості управління рекреаційно-туристичною сферою в Україні / В. Ф. Кифяк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tourlib.net/>. – Назва з екрану.

8. Колесник О. О. Оцінка інвестиційного забезпечення розвитку туризму в Україні / О. О. Колесник // Економіка. Управління. Інновації. – 2011. – № 2.
9. Отчет Всемирной Туристской Организации – 2012 (Tourism Highlights – 2012). – 16 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tourlib.net/>. – Назва з екрану.
10. Офіційний сайт Всесвітньої Туристичної Організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.unwto.org/>. – Назва з екрану.
11. Офіційний сайт Державної служби туризму та курортів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.tourism.gov.ua/ua/>. – Назва з екрану.
12. Туризм в Херсоні: проблеми и достижения // Херсонський вісник. – 2012. – № 14. – С. 7.

REFERENCES

- “Doslidzhennia spryiniattia Ukrainy” [The study of perception Ukraine.]. <http://brandukraine.org>
- Hontarzhavska, L. I. *Rynok turystychnykh posluh v Ukraini* [Tourism market in Ukraine.]. Donetsk: Skhidnyi vydavnychiy dim, 2008.
- Halushkina, T. P., Novoselska, L. I., and Sudarkina, O. O. “Mekhanizm reformuvannia terytorialnoi ekolohichnoi polityky (na prykladi kurortno-ozdorovchykh terytorii)” [The mechanism of the territorial reform of environmental policy (for example, resort and recreational areas)]. *Ekonomycheskye innovatsii*, no. 22 (2005): 196-203.

- “Kapitalni investytsii za vydamy ekonomichnoi diialnosti” [Capital expenditure by economic activity.]. <http://www.ks.ukrstat.gov.ua>
- “Kapitalni investytsii za vydamy ekonomichnoi diialnosti” [Capital expenditure by economic activity.]. <http://www.ukrstat.gov.ua>
- Kyfiak, V. F. “Osoblyvosti upravlinnia rekreatsiino-turystychnoiu sferoiu v Ukraini” [Features of management of recreation and tourism sector in Ukraine.]. <http://tourlib.net>
- Kolesnyk, O. O. “Otsinka investytsiinoho zabezpechennia rozvytku turyzmu v Ukraini” [Evaluation of Investment Tourism Development in Ukraine]. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii*, no. 2 (2011).
- “Otchet Vsemirnoy Turistskoy Organizatsii – 2012 (Tourism Highlights – 2012)” [Report of the World Tourism Organization – 2012 (Tourism Highlights - 2012)]. <http://tourlib.net>
- Oftsiiyni sait Vsesvitnyoi Turystychnoi Orhanizatsii. <http://www.unwto.org>
- Oftsiiyni sait Derzhavnoi sluzhby turyzmu ta kurortiv Ukrainy. <http://www.tourism.gov.ua/ua>
- “Turyzm v Khersoni: problemy y dostyazheniya” [Tourism in Kherson: challenges and achievements]. *Khersonskiy visnyk*, no. 14 (2012): 7.
- Zaiachkovska, H. “Indeks konkurentospromozhnosti Ukrainy u sferi podorozhei ta turyzmu” [Ukraine Competitiveness Index in travel and tourism]. http://econa.at.ua/Vypusk_7/zayachkovska.pdf

УДК 316.614:[330.341:331.101.4]

СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

ДОРОНИНА М. С., ГОЛУБЕВ С. Н.

УДК 316.614:[330.341:331.101.4]

Доронина М. С., Голубев С. Н. Социализация экономики и трудового потенциала производственной организации

В статье рассмотрены современные тенденции гуманизации труда и социализации экономики. Определены содержание и сущность понятий «социальное» – качественной характеристики коллективов – и «социализация» как триединого процесса социального развития человека, коллективов, предприятий и экономической системы страны в целом. Обоснована необходимость использования в качестве важнейшего индикатора социального состояния человека, коллектива и организации характеристики социальной солидарности, которая определяет уровень сплоченности коллективов и общества и позволяет эффективно использовать их трудовой потенциал. Рассмотрены процессы социализации различных субъектов (человека, менеджмента и экономики). Обоснована необходимость диагностики социальных резервов развития коллектива через оценку таких резервообразующих факторов социальной солидарности, как организационная культура, лидерство, социально-психологический климат.

Ключевые слова: социализация экономики, социальная солидарность, трудовой потенциал, гуманизация труда, социальные резервы, резервообразующие факторы.

Рис.: 1. Библи.: 17.

Доронина Майя Степановна – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой социологии и психологии управления, Харьковский национальный экономический университет (пр. Ленина, 9а, Харьков, 61166, Украина). **E-mail:** doroninams@mail.ru

Голубев Станислав Николаевич – аспирант, кафедра социологии и психологии управления, Харьковский национальный экономический университет (пр. Ленина, 9а, Харьков, 61166, Украина). **E-mail:** stasgolubev@yandex.ru

УДК 316.614:[330.341:331.101.4]

Доронина М. С., Голубев С. Н. Соціалізація економіки та трудового потенціалу виробничої організації

У статті розглянуто сучасні тенденції гуманізації праці та соціалізації економіки. Визначено зміст і сутність понять «соціальне» – якісної характеристики колективів – і «соціалізація» як триєдиного процесу соціального розвитку людини, колективів, підприємств і економічної системи країни в цілому. Обґрунтовано необхідність використання як найважливішого індикатора соціального стану людини, колективу і організації характеристики соціальної солідарності, яка визначає рівень згуртованості колективів і товариств і дозволяє ефективно використовувати їх трудовий потенціал. Розглянуто процеси соціалізації різних суб'єктів (людини, менеджменту та економіки). Обґрунтовано необхідність діагностики соціальних резервів розвитку колективу через оцінку таких резервоутворюючих факторів соціальної солідарності, як організаційна культура, лідерство, соціально-психологічний клімат.

Ключові слова: соціалізація економіки, соціальна солідарність, трудовий потенціал, гуманізація праці, соціальні резерви, резервоутворюючі фактори

Рис.: 1. Библи.: 17.

Доронина Майя Степанівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри соціології та психології управління, Харківський національний економічний університет (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна). **E-mail:** doroninams@mail.ru

Голубев Станіслав Миколайович – аспірант, кафедра соціології та психології управління, Харківський національний економічний університет (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна). **E-mail:** stasgolubev@yandex.ru

UDC 316.614:[330.341:331.101.4]

Doronina M. S., Golubev S. N. Socialisation of Economy and Labour Potential of a Production Organisation

The article considers modern tendencies of humanisation of labour and socialisation of economy. It identifies content and essence of such notions as social – qualitative characteristic of collectives – and socialisation as a triune process of social development of a human being, collectives, companies and economic system of a country in general. It justifies a necessity of use, as one of the most important indicator of social state of a human being, collective and organisation, the characteristic of social solidarity, which identifies the level of unity of collectives and societies and allows efficient use of their labour potential. The article considers processes of socialisation of different subjects (human being, management and economy). It justifies a necessity to diagnose social reserves of collective development through assessment of such reserve-forming factors of social solidarity as organisational culture, leadership and socio-psychological climate.

Key words: socialisation of economy, social solidarity, labour potential, humanisation of labour, social reserves, reserve-forming factors

Pic.: 1. Bibl.: 17.

Doronina Maya S. – Doctor of Science (Economics), Professor, Head of the Department, Department of Sociology and Management Psychology, Kharkiv National University of Economics (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine). **E-mail:** doroninams@mail.ru

Golubev Stanislav N. – Postgraduate Student, Department of Sociology and Psychology of Management, Kharkiv National University of Economics (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine). **E-mail:** stasgolubev@yandex.ru