

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ СОЦИАЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Анализируя изменение основных экономических показателей развития туристической отрасли, можно сделать вывод, что туризм за последние 15 лет развивался высокими темпами. Даже в условиях неблагоприятной конъюнктуры и периодов экономического кризиса в мировой индустрии туризма сохранялась положительная тенденция к росту. Несмотря на незначительную роль туризма в структуре отечественного внутреннего валового продукта, он имеет большие возможности, в т.ч. в повышении социальной результативности, с чем и связана актуальность темы данного исследования.

На начальном этапе своего развития туризм рассматривался как элемент социально-культурного влияния. Боголюбов В.С. и Орловская В.П. отмечают, что «в конце XX в. туризм становится массовым явлением и на сегодняшний день является показателем развития цивилизации, методом познания окружающей действительности, способом повышения культурного уровня и восстановления здоровья людей [1, с. 3]. В условиях активно развивающихся рыночных отношений туризм, как сектор экономики сферы услуг, выполняет важные социальные задачи: участие в системе эффективной занятости населения с учетом способностей, профессионального интереса, специальности; квалификации; в системе обеспечения необходимого уровня жизни и доходов населения, в системе, обеспечивающей благоприятные условия труда и отдыха. Оценка социального развития туризма, по мнению Ильиной Н.И., «показывает степень воздействия туризма на состояние системы образования, здравоохранения, криминальную ситуацию и миграционные процессы. Кроме того, оценивается нагрузка на инфраструктуру... и немаловажное значение имеет влияние туризма на эстетическое восприятие территории» [2, с. 2]. По данным Государственной службы туризма и курортов, на конец 2009 г. в Украине были действительными 7117 лицензий на ведение туристической деятельности: чуть более 2 тыс. туроператоров и порядка 5 тыс. агентов, которые обслужили 2 млн. клиентов. Общий оборот, задекларированный туркомпаниями, составил 5,8 млрд. грн., что меньше аналогичного докризисного показателя лишь на 8% [3].

Наряду с высоким экономическим потенциалом, туризм играет важную социальную роль. Он оказывает значительное влияние на занятость населения. С учетом высокого мультипликативного эффекта стимулируется вторичная занятость в других отраслях экономики. Кроме того, туризм – социальный фактор отдыха, оздоровления, взаимопонимания между людьми, доступа к историческим и культурным ценностям развития личности, политической стабильности, социального равновесия и др. Так как в последнее время туризм приобрел значение социального явления, следует изучать возможности его расширения и развития.

Цель статьи – рассмотреть направления социального воздействия туризма и определить возможности повышения уровня социальной эффективности отрасли.

Социальные аспекты функционирования непродуцированной сферы, к которой относится туризм, носят двойственный характер – внутренняя и внешняя направленность. Они учитываются через показатели уровня социального развития предприятий и уровня обслуживания населения. Уровень социального развития предприятий отрасли (внутренний аспект социальной эффективности) может быть получен на основе информации об уровне социального развития каждого предприятия, входящего в состав отрасли, и удельного веса численности каждого предприятия в общей численности работающих на всех предприятиях отрасли. Сумма произведений указанных величин и дает характеристику уровня социального развития предприятий отрасли (иерархические модели).

Для характеристики внешнего аспекта социальной эффективности функционирования туризма может служить система оценки эффективности, которая предполагает наличие целого набора частных и обобщающих показателей. Остановимся подробнее на такой оценке.

При разработке показателей социальной эффективности ставится задача выявления и определения таких показателей, которые объективно позволяют отразить социальные изменения в обществе при оказании туристических услуг. Взаимосвязь показателей количественной и

качественной характеристик результатов туристического обслуживания создает единую основу, которая определяет социальную эффективность туризма.

Проблема оценки социальной эффективности туризма сложна, так как получаемые эффекты многообразны и определить (формализовать) их достаточно трудно.

Ниже представлено авторское видение проявления социального эффекта туризма как на микроуровне, так и на макроуровне (табл. 1).

Таблица 1

Проявления социального эффекта туризма

| Макроуровень | Микроуровень |
|---|----------------------------------|
| Повышение благосостояния граждан | Потребление дополнительных услуг |
| Трудоустройство населения | Увеличение доходов работников |
| Улучшение здоровья | Снижение заболеваемости |
| Развитие и совершенствование личности | Восстановление работоспособности |
| Повышение качества использования свободного времени | Повышение культурного уровня |

В туристской отрасли первичная занятость в мире к 2000 г. составляла 212 млн. чел., или 10,6% общей численности занятых. Число созданных рабочих мест в туристских организациях Украины в 2009 г. составляет 22,8 тыс., и только 0,49% всех занятых. То есть, если за рубежом в туристской отрасли работает каждый десятый трудоспособный работник, в России, например, – каждый пятьдесят первый работник, то в Украине только каждый двухсотый. И это недостаточный уровень кадрового обеспечения развития туризма как по сравнению с мировыми показателями, так и в сравнении с данными ближайших стран.

В обществе социальный эффект туризма выражается повышением благосостояния населения, т.е. в потреблении дополнительных услуг. Составляющими этого эффекта есть, прежде всего, улучшение здоровья населения. Рядом с этим важным проявлением социального эффекта туризма есть культурное и духовное обогащения людей, повышение качества использования свободного времени.

Активный отдых, по мнению специалистов, может снижать уровень заболеваний на опаснейшие сердечно-сосудистые болезни почти наполовину. Не намного меньшее его действие в предупреждении психических расстройств. Заболевания органов дыхания уменьшаются почти на 40%, нервов и костно-мышечной системы - почти на 30%, органов пищеварения - более 20%. Многолетние исследования показывают, что в первый месяц после активного отдыха восстановление работоспособности увеличивается на 15-20%, в дальнейшем она снижается и через 4-8 месяцев достигает предыдущего (до отдыха) уровня [3, с.8-9]. При этом отдых не ограничивается инертной формой и восстановлением физических и психологических сил, а включает развлечения, обеспечивающие изменения характера деятельности и окружающих условий, активное познание новых явлений природы, культуры и т.д. Если же учитывать влияние туризма на рост культурного уровня и всестороннее развитие личности, то его значение неизменно возрастает.

Особо следует отметить социальное значение международного туризма, роль которого велика в интернациональном воспитании народов, так как иностранный туризм укрепляет международные связи, способствует установлению взаимоотношений и сотрудничества между народами, играет плодотворную роль в укреплении мира между народами.

Низкий технический уровень в туристской отрасли и невысокий уровень квалификации туристских кадров в Украине пока не позволяют привлечь мощный туристский поток из-за рубежа, тем самым стимулировать и развитие внутреннего туризма.

Для определения социального эффекта рекомендуется подсистема показателей, соответствующая основным направлениям работы туристских предприятий в области социального развития общества. Это в первую очередь, количество обслуженных клиентов (туристов), объем реализации основных и дополнительных услуг (туруслуг) и численность работников, занятых в отрасли. Улучшение этих показателей в определенной степени будет характеризовать повышение социальных условий, заключающихся в оздоровлении населения, повышении содержательности отдыха и направленных на сохранение здоровья человека, продление его жизни и работоспособности.

На основании информационных данных Министерства курортов и туризма Крыма, а также Главного управления статистики в Крыму, определены тенденции изменений социального воздействия туристического обслуживания за период 1999-2009 гг.: количество туристов растет, за исключением последнего 2009г.; объем предоставленных туристических услуг постоянно растет, как за счет увеличения численности обслуженных, так и за счет ценового фактора; численность занятых работников имеет тенденцию к снижению (рис. 1).

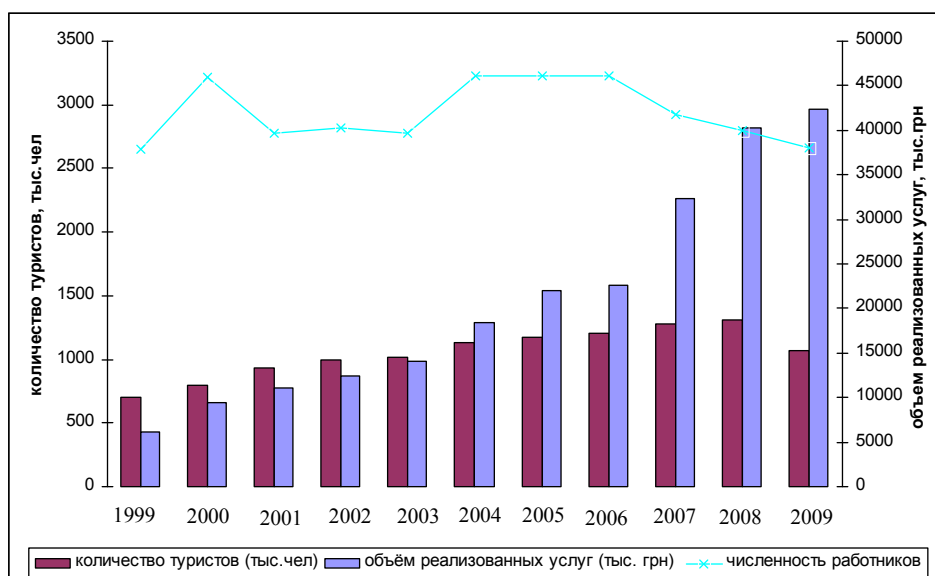


Рис. 1. Динамика показателей социального эффекта туризма в АР Крым за 1999-2009 гг.

Таким образом, наблюдается повышение социального эффекта туризма на макроуровне и недостаточное проявление на микроуровне.

Социальные задачи в туристском предприятии решаются с учетом постоянного совершенствования организации труда. Поэтому при принятии решения организационного характера необходимо выявлять и учитывать ряд организационно-технических, социально-психологических, физиологических, санитарно-гигиенических и других факторов, оказывающих влияние на результаты деятельности предприятий, уметь предвидеть и прогнозировать их изменения.

Социальная эффективность туризма – сложный, комплексный, многогранный критерий, который отражает человеческий фактор, а человеческий фактор – это нестабильный компонент любого анализа.

Основным критерием социальной оценки эффективности являются показатели, характеризующие качество обслуживания. В связи с этим социальная эффективность туризма определяется на основе подсистемы показателей, охватывающих ряд показателей: степень удовлетворенности туриста полученными услугами, показателя соотношения цены и качества, а также постоянства клиентов. С этой целью проводилось ежегодное анкетирование отдыхающих в Крыму после предоставления им туристско-рекреационных услуг. В статье отражены результаты за последние четыре года, т.е. период 2006-2009 гг. [5, с. 140-141].

При определении степени удовлетворенности отдыхом изучались слагаемые качества туристско-рекреационных услуг, их потребительские свойства, такие как: культура обслуживания, гостеприимство, уровень профессионализма, предупредительность персонала, скорость обслуживания, полнота информации о дополнительных услугах, комфортность и оснащенность мест проживания, и многое другое. При этом использовалась система четырехбалльной оценки (рис. 2, табл. 2).

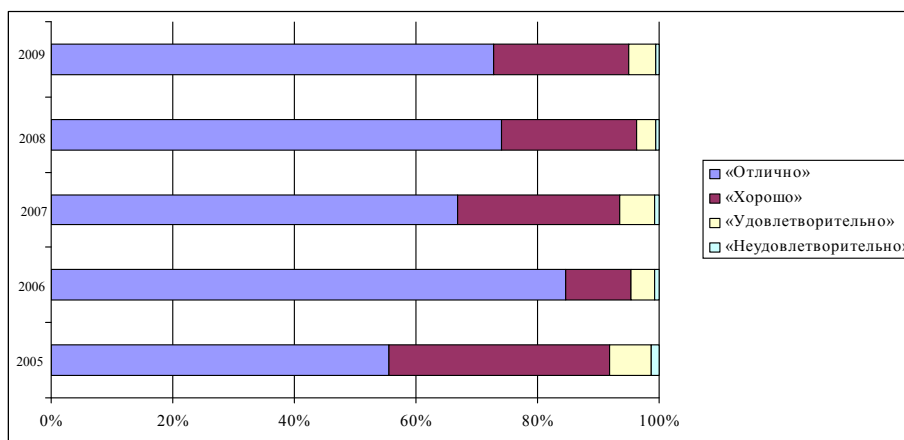


Рис. 2. Динамика оценки степени удовлетворенности туристов за период 2005-2009 гг., %

Оценка степени удовлетворенности отдыхом за 2009г., %

| Регионы Крыма | Отлично | Хорошо | Удовлетворительно | Неудовлетворительно |
|----------------------|---------|--------|-------------------|---------------------|
| Алушта | 69,39 | 26,66 | 3,53 | 0,42 |
| Евпатория | 73,75 | 20,85 | 5,41 | - |
| Николаевка, Песчаное | 79,32 | 16,61 | 4,07 | - |
| Саки | 70,92 | 22,70 | 4,26 | - |
| Севастополь | 79,61 | 19,42 | - | 0,97 |
| Юго-Восток | 72,70 | 21,55 | 5,17 | 0,57 |
| Ялта | 72,12 | 22,07 | 4,87 | 0,93 |
| Черноморское | 73,91 | 17,39 | 8,70 | - |
| АР Крым | 72,73 | 22,24 | 4,45 | 0,58 |

Проведенные исследования показали, что в Крыму наблюдается уверенная тенденция к улучшению степени удовлетворенности отдыхом и показателя соотношения цены и качества. Количество туристов, выразивших такое мнение, каждый год увеличивается (рис. 3).

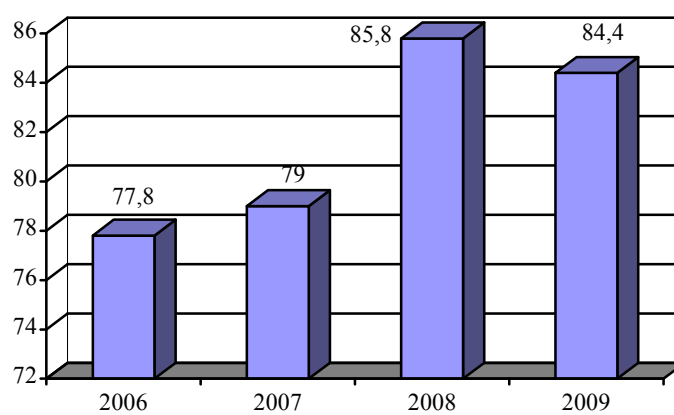


Рис. 3. Динамика уровня соответствия цены и качества, %

Самый большой результат по соответствию цены и качества в 2009 г. Зафиксирован на курортах г. Севастополь и пгт. Николаевка (89,7% и 87,3% соответственно).

Социальная эффективность туристической деятельности отражается и в показателе «завоевания постоянных клиентов», отражающем как удовлетворенность отдыхом, так и готовность вернуться на отдых «еще раз» (рис. 3).

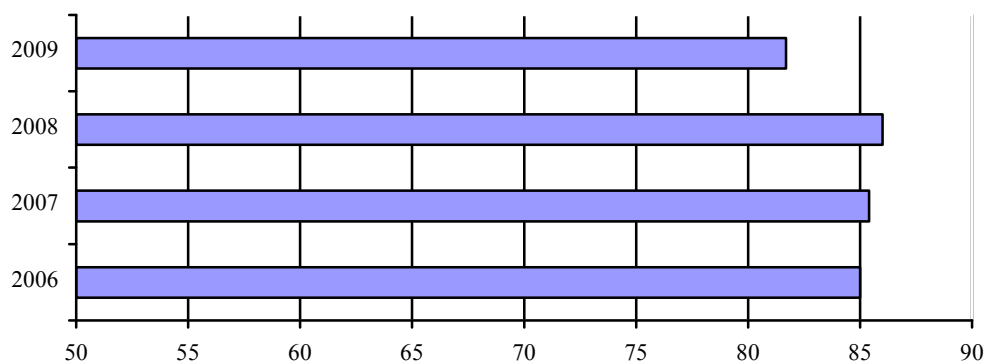


Рис. 3. Динамика постоянства туристов, %

По данным проведенного исследования на протяжении последних лет Крым добивается высоких результатов и по такому показателю, как завоевание постоянных клиентов. В Крым планируют вернуться 81,7% отдыхающих. Хотя по сравнению с 2008г. этот показатель снизился на 4,3%. Лидерами в завоевании постоянных клиентов являются г. Севастополь (94,87%), г. Саки (86,88%) и пгт. Николаевка (85,07%).

Таким образом, анализ уровня туристического обслуживания в Крыму свидетельствует о проявлении тенденций развития социальной направленности туризма.

Наряду с высоким экономическим потенциалом, туризм играет важную социальную роль. Основным критерием социальной оценки эффективности являются показатели, характеризующие качество обслуживания. Повышение социальной эффективности туризма связано с решением проблем уровня жизни населения, обеспечение рациональной занятости, развития социально-культурной сферы, социальной защиты, улучшение экологии. Все эти проблемы должны решаться как на региональном уровне, так и государственном. Государственные органы в рамках социальной политики могут влиять на этот процесс, и не только с помощью целевых программ социального характера, а и проведением отраслевой и инвестиционной политики, предоставлением трансфертов и целевых дотаций отрасли. В дальнейшем исследования будут направлены на изучение направлений развития социально-культурной сферы в составе обеспечивающих элементов улучшение качества туристического обслуживания в стране.

Литература

1. Боголюбов В.С. Экономика туризма / В.С. Боголюбов, В.П. Орловская – М.: Академия, 2005. – 192 с.
2. Ильина Н.И. Государственное регулирование развития туризма в России: автореф. дис. на соис. учен. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.05 / Н.И. Ильина. – Ульяновск, 2000. – 20 с.
3. Обзор рынка туристических услуг Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа к сайту : http://prohotelia.com.ua/2010/03/tourism_ukraine_st/
4. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Н.В. Фоменко. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 312 с.
5. Здравницы и отели Крыма: справочник курортов Крыма. – Симферополь: Ассоциация курортов Крыма, 2010. – 144 с.

331.102.344(477)

*Щербак В.Г., д.е.н., професор,
ПВНЗ «Європейський університет», м. Харків*

РОЗВИТОК РИНКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ПРАЦІ В УМОВАХ СТРУКТУРНО-ІННОВАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ В УКРАЇНІ

Проголошення курсу на впровадження інноваційної моделі розвитку економіки України, закріплення права на різноманітність форм і видів власності вимагає системи управління знаннями і, відповідно, розробки та реалізації стратегії захисту інтелектуальної власності. Інтелектуальна праця втілюється у запасі й потоці знань, творчих (креативних) здатностей, досвіду рішення інноваційних проблем, культурі й мотиваціях розумової праці, використовуваних продуктивно й підвищувальні доходи людини, фірми й суспільства. Носієм індивідуальної інтелектуальної праці є фахівець, інноватор. Вона втілюється в об'єктах інтелектуальної власності й авторських прав, створює інтелектуальний потенціал фірми, який включає специфічні нематеріальні активи фірми, використовувані для забезпечення й підтримки конкурентних переваг.

На думку багатьох вчених у XXI ст. почався етап переходу найбільш розвинених держав до постіндустріальної інформаційної стадії свого розвитку [5, с. 64–113]. Для постіндустріального суспільства характерний розвиток ринкових структур, інформатизація суспільства й зростання ролі людського фактору. Необхідність існування ринків у такому аспекті відбита, наприклад, у роботі Г. Беккера «Економічний аналіз і людське поведіння», де він відзначає важливість економічного підходу у визначенні факту існування ринкових структур. На його думку, даний підхід «припускає існування ринків з неоднаковим ступенем ефективності координації дій різних учасників – індивідуумів, фірм і навіть цілих націй – таким чином, що їхнє поведіння стає взаємопогоджуваним» [1, с. 26].

Ринок у самому загальному виді можна охарактеризувати як багатогалузеву сферу економічних відносин із приводу купівлі – продажу певних видів товарів. Серед таких товарів можуть виступати як матеріальні, так і нематеріальні об'єкти, а також здатності й можливості людей, реалізовані за допомогою ринкових відносин. Традиційно переважає точка зору про формування й переважний розвиток ринкових відносин, які пов'язані з реалізацією здатностей до праці окремої людини й населення в цілому на основі попиту та пропозиції, купівлі-продажу робочої сили, конкуренції. Цей комплекс соціально-трудових відносин Буланов В.С., Богиня Д.П., Грішнова О.А.,