

ТУРИЗМ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН И ПАРАДИГМАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЕГО РАЗВИТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Наукові праці МАУП, 2015, вип. 47(4), с. 116–119

Индустрия туризма захватывает много сторон жизни человека и общества, являясь частью социальной политики и практики экономического хозяйствования, культурной, духовной жизнедеятельности личности. В современных условиях возникает необходимость более глубокого осмысления некоторых аспектов туризма как социально-экономического, духовно-культурного феномена, чему и посвящена данная статья.

В контексте данной статьи попытаемся обозначить некоторые, наиболее актуальные и недостаточно научно обоснованные сентенции, касающиеся туризма. К ним относим прежде всего определение понятий: а) “туризм” (а в соответствии с этим и таких понятий, как “туристическая отрасль”, “туристическая индустрия”, “туристические услуги” и др.; б) “туристическая дистанция”; в) “качество туристических услуг”; г) “устойчивость туризма, конкурентоспособность туристической отрасли”.

Из числа недостаточно глубоко изученных проблем туризма, прежде всего в теоретико-методологическом отношении, указанные аспекты заслуживают более пристального внимания.

Феномен “туризм” является сложным и неоднозначным. Например, по определению В. Китанова, это “пространственные явления, которые характеризуются определенным количеством задач, решение которых приводит к удовлетворению потребностей субъекта и предусматривает распределение территории на пространственные единицы (с экономической, социальной и статистической целью)” [4, 133]. Цитируя македонских авторов (“Основы туристической теории и практики. — С. 206–207”), автор этого определения выде-

ляет: туристические регионы, туристические районы, туристические местности, туристические маршруты [4].

В данном случае мы исходим из того, что туризм — не просто отдых, развлечение, духовное развитие и обогащение. Это — фактор развития политических, экономических, социальных, культурных и межличностных отношений в международном масштабе [Там же]. Именно благодаря этому он стал содержанием и стилем жизни для миллионов людей на Земле.

В Гаагской декларации по туризму “туризм” как явление, феномен определяется как: а) неотъемлемая часть социальной сферы, а его функции направлены на восстановление жизненных сил, повышение интеллектуального уровня и физического развития человека; б) право на отдых, свободное время и периодически оплачиваемый отпуск, а также право использовать это время с целью проведения отпусков, свободных поездок с образовательными и развлекательными целями, и использование благ, которые получают от туризма как внутреннего, так и международного [2].

Куда более широкое, “философского” характера определение дается Международной ассоциацией научных экспертов в области ту-

ризма. “Туризм — это совокупность отношений и явлений, которые возникают во время перемещения и пребывания людей в местах, которые отличаются от их постоянного места проживания и работы” [2].

Вокруг понятия “туризм” существует ряд других, объясняющих, углубляющих это понятие терминов. Один из наиболее спорных — “туристическая дистанция”. Детально диспутируя с рядом авторов, упомянутый нами В. Китанов указывает на то, что более точно он определен Всемирной туристической организацией (UNWTO). Оно такое: “Местная туристическая дистанция — это физическое пространство, в котором житель проводит не менее одной ночи. Она включает в себя такие турпродукты, как вспомогательные услуги и известные места, а также туристические ресурсы, посещение которых вместе с дорогой “туда и назад” занимает не более одного дня. Такая дистанция имеет физические и административные принципы, которые определяют форму ее управления, а также имидж и репутацию, которые обозначают ее конкурентоспособность на рынке. Местные дистанции включают разные заинтересованные стороны, в том числе (во многих случаях) принимающее сообщество, и могут частично сбегаться и, тесно взаимодействуя, создавать большие дистанции”.

Бесспорно, что в туризме как части социальной сферы существенное место занимает именно качество туристических услуг. На этом акцентируют внимание и многие украинские исследователи: В. В. Баев, В. Г. Гамов, Л. И. Дяченко, В. Ф. Кифяк, Т. И. Ткаченко, В. К. Федорченко, И. Ю. Швец и многие другие. Сегодня речь идет об определенной системе управления качеством, которую, в частности, детально разрабатывает украинский ученый В. В. Баев [1].

Под системой качества понимается совокупность организационной структуры, ответственности, методик, процессов и ресурсов, необходимых для осуществления общего руководства качеством в организации [7, 69]. “Одной из важнейших составляющих менеджмента качества субъектов туристической индустрии, — указывает В. В. Баев, — долж-

на стать политика качества, направленная на реализацию таких основных задач: удовлетворение потребителя с точки зрения профессиональных стандартов и этики, непрерывное повышение качества услуги, учет требований общества, эффективность оказания услуги” [1, 182].

В современной теории и практике организации туристической деятельности существенное место занимает также устойчивость туризма. Такая устойчивость обеспечивается многими факторами, но, как отмечают многие исследователи, в частности украинские авторы — О. В. Захарова [3], Р. Е. Чесноков [5], Д. К. Чистилин [6], центральное место здесь принадлежит внешним и внутренним факторам, связанным с внешней сферой и социально-экономическими условиями хозяйствования. Так, Р. Е. Чесноков пишет: “Современное состояние курортов Украины, которое характеризуется несогласованностью социально-экономического развития с ресурсным потенциалом отдельных территорий, фактически исключает возможность создания адекватных условий организации социально и экологически ориентированного экономического развития. В условиях Южного берега Крыма данная проблематика находит свое выражение в развитии территориально-рекреационного комплекса, играющего особую роль в современной адаптации потенциалов курортных территорий к изменяющимся условиям внешней среды в контексте глобализации социально-экономических систем в долгосрочной перспективе” [5, 156].

Конечно, не все понятно и однозначно при этом в плане с “устойчивым развитием социально-экономической сферы”. Д. К. Чистилин предлагает понимать под устойчивым развитием специфическое движение экономической среды, в границах которого решение системы нелинейных дифференциальных уравнений, описывающих экономическое развитие в виде уравнения движения экономической среды, устойчиво по отношению к воздействию управляющего параметра. Рассматривая также самоорганизацию в рамках естественных наук как “самостоятельное усложнение структур системы

в условиях сильной нестабильности среды с целью поддержания ее устойчивости по отношению к воздействию внешних факторов”, автор фактически предопределяет степень зависимости экономической системы от внешней среды ее ресурсным потенциалом, актуализируя тем самым роль внутренних факторов в процессе обеспечения устойчивости” [5, 79].

Упомянутая нами О. В. Захарова утверждает, что внешняя среда по отношению к системе выступает генератором энтропийных флуктуаций и фактором порядка, поскольку отток системной энтропии и усиление флуктуаций ведут систему к новому порогу самоорганизации. Отсюда характерные черты системы, или ее фенотип, являются результатом взаимодействия унаследованной информации или генотипа с внешним окружением, играющим роль системообразующего фактора [3, 109].

Более того, О. В. Захарова считает, что именно одной из главных проблем устойчивости социально-экономической системы является низкая эффективность прогнозирования изменений ее внешней и внутренней среды. Помимо этого, в процессе анализа факторов внешней среды для обеспечения устойчивого развития рекреационных предприятий следует рассматривать население курортно-рекреационной территории в первую очередь не как источник трудовых ресурсов, а как потребителя — цели развития экономики региона. Отсюда целевой ориентацией развития отдельных регионов должна быть не максимизация их полезности для национальной экономики в целом, а наиболее полное удовлетворение интересов и потребностей их населения.

При непосредственном участии указанного автора в 2009 году в Крыму был произведен научный опрос-исследование, в котором участвовали работники 11 гостиниц, 6 пансионатов и 28 санаториев и санаторных комплексов. Одной из составных опроса было определение устойчивости функционирующих предприятий и учреждений КРК ЮБК. Обеспечение устойчивости анализировалось по следующим направлениям: 1) наличие

на рекреационном предприятии (РК) четко сформулированной миссии, известной всему персоналу; 2) сильные и слабые стороны РК, а также его возможности и угрозы (риски); 3) ресурсный потенциал; 4) разработанные вышестоящими органами (в случае санаториев — министерствами и т. д.) рекомендации по переходу на путь устойчивого развития; 5) устойчивость развития.

Устойчивость, конкурентоспособность учреждений отдыха, оздоровления, духовного развития, а таковыми являются туристические базы, центры, санатории, дома отдыха, гостиницы, то есть все учреждения, способствующие оказанию туристических услуг, зависят, на наш взгляд, от следующих основоположных факторов:

- 1) состояние нормативно-правовой, законодательной базы туристической отрасли;
- 2) состояние общей конкурентности между структурами, оказывающими оздоровительные, культурологического и другого характера услуги;
- 3) материальная база всех структур, связанных с рекреационными, туристическими услугами;
- 4) уровень подготовки и состояние использования персонала, оказывающего туристически рекреационные услуги;
- 5) состояние (характер, особенности) рекламного сопровождения туристических услуг.

В большинстве случаев, в том числе и в современной Украине, наиболее действенным и развитым оказывается именно пятый фактор — рекламное обеспечение туризма.

Обозначенные проблемы — не единичны в плане углубления теоретического изучения туризма как социально-экономического феномена. Мы выделили их только как одни из наиболее существенных.



Литература

1. Баєв В. В. Формування моделі системи менеджменту якості на підприємствах туристичної ін-

дустрії / В. В. Баєв // Наук. пр. МАУП. — 2012. — № 3 (34). — К.: ДП "Вид. дім "Персонал", 2012. — С.180–184.

2. Гаагская декларация по туризму. — Гаага: Нидерланды, 1989.

3. Захарова О. В. Феномен не стаціонарності макроекономічної системи: підходи до моделювання / О. В. Захарова // Бюл. міжнар. Нобелівського екон. форуму (Messenger of the International Nobel Economic Forum). — Д.: Вид-во ДУЕП, 2009. — № 1.

4. Кітанов В. Особливості формування регіональної туристичної дистанції в республіці Македонія / В. Кітанов // Наук. пр. МАУП. — 2011. — №4 (31). — С. 131–133.

5. Чесноков Р. Е. Системная устойчивость туризма и анализ внешних и внутренних факторов развития рекреационных предприятий Южного берега Крыма / Р. Е. Чесноков // Наук. пр. МАУП. — 2011. — № 3 (30). — С. 139–142.

6. Чистилин Д. К. Принципы самоорганизации и институциональная основа устойчивого развития: случай мировой экономики / Д. К. Чистилин // Бюл. Міжнар. Нобелівського екон. форуму (Messenger of the International Nobel Economic Forum). — Д.: Вид-во ДУЕП, 2009. — № 1 (2). — 156 с.

7. Швец И. Ю. Управление качеством турсервиса / И. Ю. Швец // Культура народов Причерноморья. — 2005. — № 61. — С. 61–72.

Рассматриваются несколько наиболее существенных понятий относительно туризма как социально-экономического феномена: "туризм", "качество туристических услуг", "устойчивость, конкурентоспособность туризма".

Розглядається декілька найістотніших понять стосовно туризму як соціально-економічного феномену: "туризм", "якість туристичних послуг", "стійкість, конкурентоспроможність туризму".

There have been examined some the most essential notions in the field of tourism as a social-economic phenomenon: "tourism", "the quality of tourist services", "stability, competitiveness of tourism"

Надійшла 20 жовтня 2015 р.