

*А. К. ВОЛЫНСКИЙ, докторант  
(Межрегиональная Академия управления персоналом, г. Киев)*

## **СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ НЕРАВЕНСТВ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ**

Наукові праці МАУП, 2002, вип. 4, с. 181–182

Современные тенденции процессов социально-экономических преобразований в Украине дают определенную информацию для их оценки и обоснования новых перспективных управленческих стратегий. Эти стратегии в практическом плане должны быть непосредственно ориентированными, во-первых, на преодоление кризисных явлений в экономике Украины; во-вторых, иметь четкую перспективную целевую направленность на обеспечение реального экономического роста; в-третьих, определить приоритеты и первоочередные меры регулятивного плана, нацеленные на преодоление деструктивной тенденции поляризации социальной структуры украинского общества и гармонизацию углубляющихся социально-экономических неравенств в Украине. Важным антикризисным социально-экономическим фактором должно стать развитие туристического бизнеса.

Туризм в настоящее время является одним из самых прибыльных секторов мировой экономики, занимающим 10 % мирового валового продукта. Согласно данным Всемирной туристической организации, в 1997 г. мировые доходы от туризма составили 448 млрд дол. США, а по прогнозам к 2010 г. они возрастут до 1,1 трлн дол. [1, с. 25]. Очевидно, что далеко не все районы мира являются привлекательными туристическими объектами. Для развития туристического бизнеса существенное значение имеют политико-экономические, социально-исторические, этнокультурные, природно-климатические условия,

уровень развития индустрии туризма. Согласно нашим оценкам, Украину можно отнести к числу перспективных стран, способных нарастить объем туристических услуг до 4–5 млрд дол. в год. Этот показатель вполне реальный, если учесть, что в близкой нам Польше в 1997 г. доходы от туризма составили 9 млрд дол., что сопоставимо с государственным бюджетом Украины на 2002 г.

Естественно, что развитие туристического бизнеса в Украине требует выработки определенных приоритетов. С учетом фактора прогрессирующей бедности населения Украины (за чертой бедности находится сейчас 70–80 % населения) основная ставка должна быть сделана на развитие въездного туризма. Данная стратегия базируется на учете реального существования значительных экономических неравенств между “богатыми” и “бедными” странами.

В этой связи следует учитывать то обстоятельство, что наиболее доходными являются среднесрочные туристические поездки продолжительностью 8–28 дней. Очевидно, сама ориентация на организацию среднесрочных туров предполагает решение целого ряда сложных социально-психологических проблем этнокультурного порядка, к числу которых в первую очередь следует отнести:

- 1) формирование у иностранного гражданина мотивации и желания быть участником тура;
- 2) формирование у туристов позитивного имиджа самих мест посещения;

- 3) развитие этнокультурных коммуникативных практик, способствующих удовлетворению познавательных интересов туристов;
- 4) создание гибкой системы предоставления дополнительных платных услуг.

Реализация данной стратегии при активной поддержке государства, особенно в решении вопроса подготовки современных менеджеров туризма [2], позволит существенно повысить эффективность туристического бизнеса в Украине.



#### Литература

1. Биржаков М. Б. Введение в туризм. — М.; СПб.: Герда, 2002. — 320 с.
2. Кобржицкий Н. М. Якісна спеціальна освіта — запорука підготовки кваліфікованих туристичних менеджерів XXI століття // Проблеми управління в переходном обществе на пороге XXI века: Сб. науч. тр. / Прил. к журн. "Персонал". — 1999. — № 4. — С. 251–255.