Сидоров Л. Г.

ПРОБЛЕМА СОЦИАЛЬНОЙ ОРИЕНТИРОВАННОСТИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2009/9/46.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2009. № 9 (28). С. 131-132. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2009/9/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

ПРОБЛЕМА СОЦИАЛЬНОЙ ОРИЕНТИРОВАННОСТИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Сидоров Л. Г.
Рыбинская государственная авиационная технологическая академия имени П. А. Соловьева

В настоящее время основными индикаторами целевых программ развития туризма в регионах являются: рост числа посетителей в регионе и увеличение занятости гостиниц. Однако, данные показатели в условиях рыночной экономики, во-первых, не могут планироваться государственными органами, так как последние не имеют необходимых рычагов воздействия на малый бизнес, а во-вторых, они не имеют и точных статистических данных учета в этой сфере, в-третьих, эти показатели слабо ориентированы на внутренний туризм, самодеятельный туризм и экскурсантов. Кроме того, данные показатели не ориентированы на качественное развитие туризма, не имеют целевого концептуального характера. В-четвертых, данные показатели никак не ориентированы на повышение социального уровня жизни человека и общества.

Существующие подходы к оценке развития туризма при определенных достоинствах имеют существенные недостатки, заключающиеся в отсутствии перспективной социально-экономической оценки состояния туристской отрасли. На наш взгляд, социальная ориентированность туризма может проявляться двояко. Во-первых, в социальной ориентированности определения показателей эффективности развития туризма, должны быть ориентированы на развитие человеческих ресурсов в туризме. Во-вторых, социальная ориентированность развития туризма означает развитие массового, а значит социального туризма. Таким образом, социальная ориентированность – это реализация целевой функции туризма – воспроизводства социального потенциала человека. Развитие человеческих ресурсов как важнейшего элемента устойчивого развития туризма, а также региона и общества в целом.

Развитие сферы туристских услуг, человеческих ресурсов в туристской отрасли – важный фактор планирования и развития человеческих ресурсов региона и страны в целом. В настоящее время на федеральном уровне разрабатывается концептуальная модель планирования и развития человеческих ресурсов в туристской отрасли, включающая в себя: оценку текущего состояния рынка труда занятости в отрасли; создание проекта Федеральной программы развития туризма на перспективу; исследование потребности в трудовых ресурсах отрасли на перспективу; разработку требований к структуре трудовых ресурсов отрасли; разработку квалификационных требований (профессиональных стандартов) к основным должностям работников; оценку предложений на отечественном и зарубежном рынках труда; создание системы правовой и социальной защиты наемных работников; создание системы подготовки и повышения квалификации кадров для отрасли; разработку методических основ и образовательных стандартов для подготовки туристских кадров.

Исследования численности туристских организаций в России показывают, что 87% туристских фирм имеют численность персонала до 10 человек, в том числе: 12% – численность 1-2 человека; 34% – 3-4; 41% – 5-10 человек. На большинстве туристских предприятий (около 87%) руководители и специалисты не имеют соответствующего высшего или среднего образования. Производительность труда работника туристского агентства в России по числу проданных путевок в 5 раз ниже, по валютному обороту также в 5 раз ниже производительности европейского турагента. Сравнение позволяет сделать предположение о низком уровне квалификации туристских кадров, неудовлетворительной степени информатизации туристского офиса, низкой эффективности выбранной рекламной стратегии и др.

Основным элементом социально-экономической системы является человек. Концептуальной базой при разработке стратегии развития и использования человеческих ресурсов в современной экономике выступает теория человеческого капитала. В общей численности населения, занятого в экономике страны, удельный вес прямой занятости в туристской отрасли составлял на 2000 г. лишь 0,4%, а с учетом косвенной занятости – 1,4%, что в пять раз ниже по сравнению с мировыми показателями. Если в 1992 г. индекс развития человеческого потенциала составлял 0,849, а Россия занимала по данному показателю 52 место в мире, то в 1995 г. индекс снизился до уровня 0,547, а Россия переместилась на 119 место, в 2000 г. – на 60 место. Чтобы преодолеть социально-экономический кризис в России, необходимо перейти на качественно более высокий уровень развития, связанный с интенсивными источниками роста, прежде всего с усилением роли человеческого фактора. Вовлечению большего количества занятых в туристскую отрасль будет способствовать разрабатываемая российскими учеными Концепция развития человеческих ресурсов в России. Концептуальная модель планирования и развития человеческих ресурсов в туристской отрасли должна стать частью Федеральной и региональных Программ развития туризма.

Таким образом, можно сделать вывод, что существующие показатели эффективности развития сферы туристских услуг в незначительной степени отражают социальную эффективность развития туризма, а также не учитывают уровень развития человеческих ресурсов данной отрасли, что в настоящее время является для развития туризма важным и актуальным. На наш взгляд, необходимо создать методику оценки, ориентированную на концептуальную модель планирования и развития человеческих ресурсов в туристской отрасли.

Важным фактором развития сферы туристских услуг является его устойчивое развитие. Устойчивое развитие – это развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности.

Задача разработки индикаторов устойчивого развития была поставлена в «Повестке дня на 21 век», принятой на Конференции ООН по окружающей среде и развитию (Рио-де-Жанейро, 1992 г.). Комплекс таких

индикаторов должен играть ключевую роль в описании (диагностике) состояния системы «природа – хозяйство – население» и открывать возможности коррекции этого состояния посредством разработки и реализации экономических, экологических и социальных программ. На международном уровне к 2001 г. разработан проект из 134 индикаторов устойчивого развития. Международные индикаторы устойчивого развития разбиты на три категории с учетом их целевой направленности: индикаторы «движущей силы» (человеческая деятельность, процессы и характеристики, которые влияют на устойчивое развитие); состояния (текущее состояние во всех аспектах устойчивого развития); реагирования (помогают осуществлять политический выбор или иной способ реагирования для изменения текущего состояния).

Агрегированными индикаторами устойчивого развития могут быть системы национальных счетов, а также индекс человеческого развития. В этом случае основным социально ориентированным показателем развития туризма может быть такой агрегированный показатель, как индекс развития человеческих ресурсов (ИРЧР) сферы туристских услуг. С целью ориентации на практическую применимость данного подхода ИРЧР в туризме можно вычислять на основе следующих индикаторов:

– стаж (опыт) работы в сфере туристских услуг;

– количество работников сферы туристских услуг, имеющих высшее образование (от 0 до 100%);

– количество работников сферы туристских услуг, имеющих высшее специальное образование (от 0 до 100%);

– доходы работников, занятых в сфере туристских услуг.

Индекс развития человеческих ресурсов в сфере туристских услуг может быть относительным и абсолютным. Индекс развития человеческих ресурсов можно назвать относительным, если он вычисляется в сравнении с показателями других более благоприятных и менее благоприятных туристских регионов (секторов, предприятий). Абсолютный индекс развития человеческих ресурсов рассчитывается на основе постоянных значений показателя развития человеческих ресурсов в сфере туристских услуг, которые берутся по максимально и минимально допустимым экспертно определяемым значениям показателей. Максимальные показатели индекса будут стремиться к 1, а минимальные – к 0 ($0 < I_{ji}^{T} < 1$). ИРЧР может быть использован для ранжирования и классификации туристских регионов по уровню развития человеческих ресурсов; значения индекса более 0,8 могут считаться высокими, от 0,4 до 0,8 – средними, менее 0,4 – низкими.

Данная методика оценки социально-экономической эффективности развития сферы туристских услуг:

- позволяет рассматривать развитие туризма с точки зрения его социальной перспективности, т. е. учитывает и экономическую, и социальную эффективность;
- ориентирует на высокий уровень образования и опыта работы кадрового потенциала, что является основой модернизации сферы туристских услуг, внедрения новых технологий, развития высокого уровня корпоративной культуры;
- оценивает производительность труда и качество обслуживания посредством сравнения доходов работников и их образования;
- позволяет дать оценку развитию сферы туристских услуг в соответствии с концепцией устойчивого развития общества, теорией человеческого капитала и общественного блага как конечной цели общественного прогресса;
- является частью разрабатываемой в настоящее время концептуальной модели планирования и развития человеческих ресурсов в туристской отрасли;
- ориентирована на региональные интересы, так как оценивает не только потребление ресурсов, но и их развитие (в данном случае – развитие человеческих ресурсов);
- позволяет сравнить развитие человеческих ресурсов в туризме в различных регионах (городах, секторах туризма, предприятиях сферы туристских услуг).

ОСОБЕННОСТИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Сидоровская Т. В.
Поморский государственный университет имени М. В. Ломоносова, г. Архангельск

С середины XX века, в условиях относительного исчерпания внутренних источников роста эффективности производства, диверсификация широко использовалась зарубежными фирмами, а позднее стала объектом ряда научных исследований. Рассматривая диверсификацию как экономическую категорию, следует отметить, что она, наряду со специализацией, представляет собой одно из стратегических направлений роста и развития организации.

В словарном и энциклопедическом фонде, научной литературе имеет место различное толкование термина «диверсификация».

Сама латинская основа слова имеет несколько разных смысловых акцентов: позднелатинское «diversificatio» дословно обозначает «изменение, разнообразие», в то время как словообразующие основы «diversus» - разный и «facio» - делаю подчеркивают множественность некоторой активности, занятия, дела.