

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

Джинджоян В.В., Саленко А.С., Сазонець І.Л.

**СОЦІАЛЬНІ ДЕТЕРМІНАНТИ
РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ
В КОНЦЕПЦІЇ ФОРМУВАННЯ
ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА**

Монографія

*Видавництво
"Волинські обереги"*



2021

УДК 338.46:316.324.8

Д-41

Затверджено Вченою радою Вищого навчального приватного закладу «Дніпровський гуманітарний університет» (протокол № 11 від 24 червня 2021 р.)

Рецензенти:

Корнєєв М.В., д.е.н., професор, декан факультету інноваційних технологій Університету митної справи та фінансів (м. Дніпро);

Нямецук Г.В., д.е.н., доцент, професор кафедри міжнародної економіки та публічного управління і адміністрування ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури» (м. Дніпро);

Торянник В.М., д.політ.н., професор, декан заочного факультету Вищого навчального приватного закладу «Дніпровський гуманітарний університет» (м. Дніпро).

Авторський колектив: Джинджоян В.В. (п. 2.1, п. 2.2, розділ 3, п. 4.2, висновки до третього розділу), Саленко А.С. (вступ, розділ 1, висновки до першого розділу), Сазонець І.Л. (п. 2.3, п. 4.1, п. 4.3, висновки до другого розділу, висновки до четвертого розділу, висновки).

Джинджоян В.В., Саленко А.С., Сазонець І.Л.

Д-41 Соціальні детермінанти розвитку сфери послуг в концепції формування постіндустріального суспільства. Рівне. Волин. береги, 2021. – 208 с.

ISBN 978-966-416-845-5

В монографії проаналізовано теоретичні основи формування постіндустріального суспільства та зміни соціальної структури суспільства в цьому контексті. На цій методологічній основі досліджено розвиток окремих секторів сфери послуг, таких як туризм, інформаційні технології, санаторно-курортна діяльність. Монографія буде корисною для дослідників, що працюють в галузях сфери послуг, менеджменту, економіки, світового господарства.

УДК 338.46:316.324.8

© Джинджоян В.В., 2021

© Саленко А.С., 2021

© Сазонець І.Л., 2021

© "Волинські береги", 2021

ISBN 978-966-416-845-5

ЗМІСТ

ВСТУП	5
--------------------	---

РОЗДІЛ 1. ДЕТЕРМІНАНТИ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ ЙОГО СОЦІАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ	9
--	---

1.1. Детермінанти постіндустріального суспільства та проти- річчя його формування	9
--	---

1.2. Пріоритетність змін індивідуального характеру трансфор- мації праці в постіндустріальному суспільстві	21
---	----

1.3. Зміни в суспільному характері праці та напрями транс- формації соціальної структури постіндустріального суспіль- ства	33
--	----

<i>Висновки до першого розділу</i>	45
--	----

<i>Література до першого розділу</i>	47
--	----

РОЗДІЛ 2. СОЦІАЛЬНІ ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ	52
---	----

2.1. Суспільно-наукові концепції індустріального та пост- індустріального розвитку	52
---	----

2.2. Напрями реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності туристичних підприємств у контексті «Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року»	76
--	----

2.3. Соціальне значення та місце санаторно-курортних під- приємств у державній політиці розвитку туризму	94
---	----

<i>Висновки до другого розділу</i>	103
--	-----

<i>Література до другого розділу</i>	106
--	-----

РОЗДІЛ 3. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДОЛАННЯ ВИКЛИКІВ ПАНДЕМІЇ COVID-19	110
3.1. Розвиток світового туризму та його вплив на соціальний прогрес	110
3.2. Інноваційний розвиток туристичної діяльності та перспективи подолання викликів пандемії COVID-19	122
3.3. Розробка концептуальної моделі соціальної діяльності туристичних підприємств відповідно до функцій управління та умов корпоративної соціальної відповідальності	139
<i>Висновки до третього розділу</i>	159
<i>Література до третього розділу</i>	162
РОЗДІЛ 4. ЗРОСТАННЯ ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	165
4.1. Вплив системи інформаційних послуг на управління діяльністю підприємств	165
4.2. Актуальні напрями інформатизації на підприємствах туризму	173
4.3. Напрями оптимізації управління інформаційною безпекою	187
<i>Висновки до четвертого розділу</i>	194
<i>Література до четвертого розділу</i>	196
ВИСНОВКИ	200

ВСТУП

В представленому дослідженні ми мали намір поєднати огляд класичних підходів до аналізу соціальних складових постіндустріального суспільства, появу нових тенденцій в розвитку постіндустріальних країн та країн постіндустріального переходу, а також осмислення цих тенденцій іноземними та вітчизняними науковцями.

Якісні процеси трансформації соціально-економічної системи, розвиток інновацій та високотехнологічний розвиток, які впливають на зміни в характері праці та розвиток нових соціальних відносин, досліджували такі вітчизняні вчені, як Амоша О.І., Білопольський М.Г., Безтелесна Л.І., Булеєв І.П., Дацій О.І., Джусов О.А., Єлесеєва О.К., Корнеєв М.В., Мешко Н.П., Назарова Г.В., Нямецук Г.В., Поляков М.В., Сазонець О.М., Салига К.С., Сардак С.Е., Саричев В.І., Семенов А.Г., Тарасюк Г.М., Хамініч С.Ю., Ханін І.Г., Ястремська О.І. Дослідницькі розробки цих вчених були присвячені розв'язанню проблем розвитку промислового потенціалу України, його перебудови в умовах розширення значення сфери послуг, інформатизації світогосподарського розвитку та національної економіки, формуванню підходів до управління господарським комплексом на основі економіки знань, підвищенню впливу освіти та науки на ефективне функціонування національної економіки, сприянню діяльності інноваторів у різних сферах економіки та в корпораціях.

Термін, що застосовують науковці, які досліджують постіндустріалізм – «дематеріалізація» – також має наукове підґрунтя і дуже чітко характеризує тенденцію у розвитку суспільства. На основі цього авторського підходу ми можемо

виокремити наступні тенденції: індустріальна основа суспільства не згортається і деіндустріалізація не є обов'язковим елементом постіндустріального розвитку; в загальному продукті (національному, світовому) більш швидкими темпами зростає частка послуг; серед послуг найбільш важливе значення мають інформаційні послуги та послуги, що спрямовані на розвиток науки та інновацій; в секторі реальної економіки більш швидкими темпами зростають високотехнологічні галузі, які забезпечують міжнародну конкурентоспроможність національним економікам; в традиційних галузях народного господарства більш швидкими темпами починають застосовуватися інновації.

Розвиток постіндустріального суспільства зумовлює соціальний прогрес та появу нових видів мотивації та стимулювання. Вченими застосовується термін постматеріальна мотивація, який більшою мірою є предметом дослідження вчених соціологів та політологів. На нашу думку, постматеріальна мотивація характеризується значними особливостями, які пов'язані із відсутністю дефіциту інформації, індивідуальним характером стимулювання, посиленням тенденції до диференціації оплати, новими підходами до оцінки якості послуг, високими професійними якостями працівників, високим рівнем життя людей.

Серед країн, які досягли значних успіхів у зростанні свого валового продукту та зростанні статків свого населення, слід виділити такі, що мають різну спеціалізацію економіки. Серед лідерів технологічного розвитку – США, Японія, країни Європи, серед країн, що мають запаси вуглеводнів – країни Перської затоки, Північної Європи, серед країн – туристичних центрів – країни Східної Азії, Африки, острівні Карибські країни

та інші невеликі країни у різних куточках світу. Однак пріоритетним напрямом постіндустріального розвитку є подальше інвестування накопичених фінансових ресурсів у сфери економіки, що потребують концентрації знань та впровадження інновацій. Знання та інновації є визначальними детермінантами формування та розвитку постіндустріального суспільства. Саме такий напрям розвитку гарантує країні лідерство в економічній сфері та стратегічні позиції в світовій геополітиці та геоekonomіці.

При цьому індустріальний тип економіки не можна повністю замінити на постіндустріальний. Корисні копалини, сільське господарство, переробка та виготовлення товарів для потреб людини лишаються необхідною умовою існування суспільства. Однак у ці процеси також запроваджуються нові технології, такі процеси стають більш соціальними, ресурсозбережними, ефективними. Такими тенденціями і визначається пріоритетність знань та інновацій як основних характеристик подальшого розвитку суспільства та економіки в постіндустріальному вимірі.

В представленій монографії подано аналіз процесів постіндустріалізації, який має вплив на розвиток сфери послуг, що змінюють буття людей та створюють нову реальність життя. Новий спосіб життя, що сьогодні формується, базується на зростанні якості життя, підвищенні рівня доступності послуг всіх видів, появі нових інструментів доступу до послуг, зокрема таких, як інформатизація, туристичні послуги. При цьому новий уклад життя людей, їх економічної діяльності стає більш соціально спрямованим та гарантує людині створення кращих умов для отримання освіти, самовдосконалення, відпочинку, особистого життя.

В підготовленій монографії проаналізовано теоретичні основи формування постіндустріального суспільства, детермінанти постіндустріального суспільства та протиріччя його формування, трансформацію соціального простору виробничих відносин в постіндустріальному суспільстві, проведено порівняльний аналіз різних типів суспільства.

Крім загальних теоретичних питань формування постіндустріального суспільства, проаналізовані і конкретні питання сучасних тенденцій розвитку підприємств сфери послуг, зокрема, значення туристичних послуг у сучасній світовій економіці, розвиток підприємств туристичної діяльності, вдосконалення діяльності санаторно-курортних підприємств, інформатизація на підприємствах туризму, загальні засади розвитку інформаційного сектору в світовій та національній економіці.

Монографія не може претендувати на повний аналіз зазначеної проблеми. Не розкритими залишилися такі важливі проблеми, як: аналіз чинників проникнення інформатизації в усі інші сегменти економіки та життя суспільства, наявність ефективних механізмів постіндустріального типу в сфері дизайну, аутсорсингу, будівельних послуг, творчих професій, розробка ефективних механізмів державного управління розвитком сфери послуг, систематизація соціальних чинників розвитку постіндустріального суспільства та ін.

Сподіваємось, що монографія буде корисною для дослідників, науковців та студентів, що працюють в галузях сфери послуг, менеджменту, економіки, світового господарства.

РОЗДІЛ 1.

ДЕТЕРМІНАНТИ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ ЙОГО СОЦІАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ

1.1 Детермінанти постіндустріального суспільства та протиріччя його формування

Україна знаходиться в процесі трансформації структури виробничих відносин та переходу від адміністративних методів державного управління, управління економічними процесами на регульовані ринкові відносини. Одночасно в країні проходить зміна структури народного господарства. Такі галузі, як металургія, машинобудування, які посідали раніше провідні місця в структурі експорту та створенні національного доходу, втрачають позиції лідерів. Одночасно зростає питома вага продукції аграрного комплексу. У високотехнологічних сферах машинобудування ми можемо побачити згортання в галузях ракето- та літакобудування при одночасному збільшенні питомої ваги надання послуг у сфері інформаційних технологій. Провідні країни світу мають схожі тенденції, але зі своєю специфікою. Згортання промисловості, деіндустріалізація в провідних країнах світу відбуваються на фоні перенесення виробництв у інші країни та експорту капіталів. При цьому в додаток до надходжень від реалізації продукції, що вироблена власними корпораціями, постійно збільшується частина доходу від сфери послуг, особливо послуг корпорацій ІТ-сфери. Такий феномен має назву постіндустріалізм, а країни, що побудували аналогічні системи економіки – постіндустріальними країнами.

Всім відомі класичні праці іноземних вчених соціологів, економістів, політологів з питань формування та розвитку

постіндустріального суспільства, інформаційної економіки, економіки знань, але останнім часом і вітчизняні науковці активно включились в загальносвітовий науковий процес дослідження проблем постіндустріалізму. В нашому дослідженні ми спираємось на праці таких науковців, як Поляков М. [14], Кулага І. [4], Дуброва Л. [4], Кириленко К. [3], Кальницький Е. [6], Мочерний С. [1], Пильтяй О. [5], Сазонець І. [7, 8, 9, 10], Чухно А. [13]. Ці науковці досліджували загальнотеоретичні та методологічні підходи до розвитку постіндустріального суспільства.

Однак інноваційну, інтелектуальну складову розвитку сучасної економіки, в тому числі і економіки України аналізувала значна більшість науковців. Серед них такі, як: Гринько Т., Дацій О., Джинджоян В. [11, 12], Мамонтова Н., Мельникова М., Мешко Н., Никончук В., Сазонець О., Хамініч С.Ю., Ханін І.Г. В представленому дослідженні ми мали намір поєднати огляд класичних підходів до аналізу постіндустріального суспільства, появи нових тенденцій в розвитку країн та їх осмислення науковцями.

Метою цієї частини роботи є дослідження детермінант постіндустріального суспільства та виявлення протиріч його становлення, а також виявлення різних поглядів науковців на процеси еволюції знань про постіндустріальне суспільство.

Загальні положення формування постіндустріального суспільства вже добре визначені як світовою, так і вітчизняною наукою. Не є необхідним детально аналізувати основні положення, що висунуті науковцями щодо формування постіндустріального суспільства як еволюційного процесу переходу від аграрного суспільства до індустріального і далі до постіндустріального. Даніел Белл описав риси постіндустріального суспільства: трансформація значення різних економічних секторів, домінування

сектора послуг (адміністрація, банки, транспорт, охорона здоров'я, торгівля, освіта, наука, судочинство, мистецтво тощо) при зниженні промислового сектора і обмеженні значення сільськогосподарського сектора; зміна пануючої технології, перехід від енергетичної технології до інформаційної (поява роботів, розвиток комунікацій); зростання значення планування, прогнозування розвитку, контролю технологій; панування прагматичних і технологічних критеріїв при зниженні ролі ідеологічних і етичних критеріїв; розквіт «інтелектуальної технології», тобто цільового використання науки для потреб практики; перетворення класової структури, висунення в ролі пануючого не класу власників, а класу висококваліфікованих фахівців (економісти, інженери, менеджери) [1, с. 952].

Вітчизняні науковці Кулага І.В. та Дуброва Л.М. в роботі «Україна на шляху до постіндустріального суспільства» визначають, що «ідея постіндустріального суспільства залишається сьогодні дуже популярною, а відповідний термін широко застосовується у філософських, соціологічних і економічних роботах. При цьому основою концепції постіндустріального суспільства залишається оцінка нового соціуму як такого, що принципово відрізняється від суспільства, що панувало раніше: знижується роль матеріального виробництва, розвивається сектор послуг і інформації, змінюється характер людської діяльності, освоюються нові типи ресурсів, істотно модифікується соціальна структура» [4, с. 11–15].

Пильтяй О. в своїй роботі «Постіндустріалізм і стратегія економічного розвитку України» визначає, що «сучасною концепцією постіндустрізму також досі не виокремлено чітких, однозначних і доказових кількісних критеріїв, які б дозволили визначити, чи пододала певна країна «планку» постіндустріалі-

лізму. Наприклад, це 50, 60 чи 70 відсоткова питома вага вартості послуг у структурі національного ВВП, що має далекосяжні методологічні наслідки» [5, с. 5–19].

Відомими і беззаперечними є основні характеристики (складові, детермінанти) постіндустріального суспільства, які притаманні вже на теперішній час для найбільш високорозвинутих країн світу. Їх можна класифікувати наступним чином:

1. Наука стає реальною рушійною силою розвитку економіки та країни в цілому;

2. Зменшується питома вага галузей та виробництв, що пов'язані з індустріальним сектором;

3. Все більшу частку в національному доході країн та в світовій економіці в цілому займають сектори, що генерують нові та традиційні послуги;

4. Змінюється професійна структура в економіці та в суспільстві в цілому. Все більшу частку займають професії творчого напрямку, висококваліфіковані спеціалісти, менеджери. Формується широкий прошарок людей, що ведуть богемний спосіб життя;

5. Трансформується спосіб ведення трудової діяльності. Все більша кількість фахівців мають можливість працювати онлайн, або за вільним графіком, або працювати як фрілансери;

6. Поширюється нове явище у генеруванні послуг, яке сьогодні вже отримало назву «прос'юмерізм», що зумовлено новим характером трудової діяльності – поєднання в одній особистості рис і споживача і продавця;

7. Формується нова інституційна структура економіки, державності та суспільства, в якій провідне місце посідають освітні, наукові, високотехнологічні інституції, а інші традиційно впливові інститути, такі як органи державного управління,

законодавчо-нормативна база, система громадянського устрою, неформальні інститути підкоряють свою діяльність інтересам розвитку науки;

8. З'являється новий тип культури – інноваційна культура. Вона пов'язана зі світоглядно-методологічною налаштованістю цього історичного типу культури на інновації у всіх сферах життя та діяльності людини, на їх всебічне продукування та тиражування.

Е.А. Кальницький в роботі «Концепція постіндустріального суспільства Деніела Белла як підґрунтя формування концепцій інформаційного суспільства» наголошує, що термін «інформаційне суспільство» у Белла – це нова назва для постіндустріального суспільства, термін, який підкреслює основу його соціальної структури – інформацію. Цей термін Белл вводить у своїй праці «Соціальні рамки інформаційного суспільства», хоча з позицій сьогодення більш коректним і перспективним було б поняття «суспільство знань» [6, с. 137–142].

Ця думка активно просувається у дослідженнях М.В. Полякова, який в монографії «Економіка знань: сутність, детермінанти, глобальний ландшафт» надає основні постулати економіки знань, аналізує сучасні тенденції її розвитку та визначає перспективи розвитку економіки та суспільства на основі економіки знань в контексті постіндустріального суспільства. В своїй монографії автор висвітлив теоретико-методологічні основи дослідження економіки знань, проаналізував процес становлення глобального простору економіки знань, надав аналітичну характеристику глобального ландшафту економіки знань, визначив методи управління знаннями у міжнародному бізнесі, тенденції та інструменти цього процесу, визначив стратегічні пріоритети становлення економіки знань в Україні у глобальному контексті [14, с. 688].

Основні складові глобального ландшафту економіки знань за Поляковим М.В. надано на рис. 1.1. Як можна побачити із запропонованої концепції сфер та напрямків функціонування економіки знань, за думкою автора, налічується шість детермінант функціонування економіки знань: наука, освіта, підприємництво, інформаційно-комп'ютерні технології, наукоємне виробництво та інноваційні системи. П'ять складових тісно пов'язані між собою і орієнтовані виключно на створення нової вартості за рахунок різних способів та напрямів генерації, перетворення та використання знань. Така детермінанта, як «підприємництво», складається з наступних складових: глобальні інноваційні мережі; міжнародний бізнес; продаж товарів і послуг; дифузія інновацій; рух венчурного капіталу; купівля-продаж знань і даних; спільні структури бізнесу тощо. Не дивлячись на в цілому інноваційний, креативний характер цієї складової, можна визначити, що міжнародний бізнес, продаж товарів і послуг, спільні структури бізнесу не обов'язково відображають дії в сфері розвитку науки та високих технологій. Тому можна зробити висновок, що «постіндустріальне суспільство» як дефініція ширше відображає зміни сучасних форм характеру праці та засобів виробництва, ніж дефініція «економіка знань».

Розвиток багатьох нових сегментів ринку послуг пов'язаний не лише з наукою, але і з формуванням нових потреб людей на основі збільшення статків, формування нових індивідуальних та суспільних потреб, зміною відношення людей до навколишнього середовища, усвідомлення іншої позиції себе в соціумі та людства взагалі на планеті. В світі стає все більше прихильників концепції сталого розвитку, гуманізму, стрімко розвиваються світоглядні підходи, що пропагують гедонізм та гедоністичні теорії економічної поведінки.



Рис. 1.1. Сфери та напрями інтернаціоналізації економіки знань [14]

Гедонізм (від грец. – *δovή* – задоволення) – «напряму етиці, згідно з яким ціннісним критерієм моралі визнається задоволення (насолада) або уникнення страждань. Поняття гедонізму (у визначенні Епікура) використовується для опису матеріально орієнтованого, корисливого погляду на життя» [15]. До теорій такого спрямування відносять евдомонізм, гедоністичне ціноутворення, гедоністичні теорії цінностей, мотивації, споживання.

Оскільки підприємницький сектор найбільш активно та адекватно відповідає на виклики постіндустріального суспільства, є доцільним проаналізувати його складові, їх значення та роль. В умовах постіндустріального суспільства підприємницький сектор містить в собі такі складові, як: технологічний підприємець, університети, кластери, технологічні парки, корпорації, капітал, ринок, споживачі, уряд, консультанти. Для кожної з цих складових визначено свої завдання та значення в загальній системі високотехнологічного підприємництва.

На кожній стадії розвитку суспільства, соціально-економічної формації визначаються окремі чинники, що є одночасно протиріччями та недоліками у суспільних відносинах і, в той же час, мотиваторами майбутніх соціальних змін та економічних перетворень. Існують окремі протиріччя і у побудованій цілісній концепції постіндустріального суспільства. Один з головних недоліків методології постіндустріальної теорії визначає Пильтяй О. у своїй роботі «Постіндустріалізм і стратегія економічного розвитку України». За його думкою, «сучасною концепцією постіндустріалізму також досі не виокремлено чітких, однозначних і доказових кількісних критеріїв, які б дозволили визначити, чи пододала певна країна «планку» постіндустріалізму. Наприклад, це 50, 60 чи 70 відсоткова питома вага вартості послуг у

структурі національного ВВП, що має далекосяжні методологічні наслідки» [5, с. 5–19].

Відомий теоретик економічної науки С.В. Мочерний визначає, що «основна суперечність такого суспільства – суперечність між спеціалістами, науковою елітою та неспеціалістами в межах цих організацій і в державі (на відміну від суперечності між капіталістами й робітниками на підприємстві в індустріальному суспільстві). Основним принципом розподілу в новому суспільстві є принцип «рівності результату», згідно з яким результати активності талановитих учених є суспільним надбанням і мають бути доступні всім. Цей принцип, на думку Белла, формує соціалістичну етику» [1, с. 952]. Іншими словами, це означає, що виробничі відносини у постіндустріальному суспільстві більш усупільнені, що може призвести до зниження ефективності приватних інвестицій та капіталовкладень.

Окремі науковці вбачають суперечливий характер постіндустріального суспільства у тому, що стрімкий розвиток науки і технологій не знаходить швидкої об'єктивної оцінки в суспільстві з точки зору морально-гуманістичних цінностей. К.М. Кириленко в роботі «Інноваційна культура в контексті теорії постіндустріального суспільства» визначає, що «є ще одна важлива характеристика людини постіндустріального суспільства, як і самого суспільства також. Рівень розвитку науки та технологічні можливості виробництва, які до того ж стрімко еволюціонують, такі потужні, що можуть бути як дуже корисними для людини, так і згубними не лише для неї, але й для всього живого на планеті, та й для самої планети. Тому на часі важливість гуманітарної експертизи знань, якими володіє людина, етичної складової надсучасних технологій» [3, с. 45–51]. На теперішній час ця тенденція призводить до появи глобальних

документів у сфері екології, природокористування, громадських рухів та організацій в цій сфері. З'являються міждержавні об'єднання, які ставлять за мету зменшення відповідних ризиків, антивоєнні організації та політичні договори у військовій сфері. Окремо слід визначити як важливу роль міжнародних організацій сфери охорони здоров'я та гуманітарних місій, діяльність яких спрямовано на подолання таких наслідків глобалізації, як епідемії, пандемії, наслідки військових конфліктів, неконтрольована міграція та забезпечення продовольчої безпеки.

Такі диспропорції в гуманітарній сфері визначені тим фактом, що не всі країни одночасно переходять до постіндустріального суспільства. Це стосується й України. Академік А. Чухно зазначає, що «Україна не тільки залишається на індустріальній стадії – важкою і тривалою кризою її економіку відкинуто на десятиліття назад. Крім того, в Україні, як і в низці інших країн, панувала неефективна адміністративно-командна система» [13, с. 631]. Тому для того рівня соціально-економічного та суспільного розвитку, який склався в Україні, більш притаманним є визначення О. Пильтя «пізні індустріальне суспільство». За його думкою, «доцільно розглянути термін «пізні індустріальне суспільство» з позицій неокейнсіанського підходу. Суспільство такого типу формує монетарну економіку, в якій виробництво послуг і застосування знань для генерування та впровадження інновацій відіграють усе більш важливу роль (однак не є ні єдиними, ні головними рушіями), оскільки фундаментальні характеристики та ступінь ефективності монетарної економіки залишаються незмінними» [5, с. 5–19]. Крім цього терміну, в науковому світі стає загально визнаним термін «постіндустріальний перехід» або «країни постіндустріального переходу», про що вже нами було наголошено в монографії «Детермінанти

лібералізації високотехнологічного підприємництва в умовах постіндустріального переходу» [8, с. 185].

Можливо ці окремі моменти недосконалості теорії постіндустріального суспільства зумовлені головним недоліком, який сформульовано С.В. Мочерним в «Економічній енциклопедії». За його думкою, «Методологічна вада теорії постіндустріального суспільства – передусім характеристика суспільства лише з позиції однієї зі сторін економічної системи – з боку продуктивних сил і частково-суспільного поділу праці (а в їх єдності – з боку технологічного способу виробництва). Однак і в цьому випадку аналіз нової стадії є неповним, оскільки до продуктивних сил належать й інші елементи, зокрема засоби виробництва, людина, інформація та ін. Дотримання принципів ...системності потребує доповнення такої характеристики відносинами власності, передусім економічної. ...Навіть за розвитку суспільства за принципом рівності результату формуються і функціонують відносини з приводу привласнення результатів діяльності вчених, інтелектуальної власності» [1, с. 952]. На наш погляд, в подальших дослідженнях необхідно розвивати теоретичні підходи концепції постіндустріального суспільства саме в економічному розрізі, акцентувати увагу на економічних відносинах та перспективах розвитку сучасної економіки як економіки послуг, економіки знань та інформаційної економіки.

Спираючись на проведені дослідження, доцільно визначити наступні ключові позиції, що характеризують сучасну концепцію постіндустріального суспільства:

1. Концепція постіндустріального суспільства та ідеї, що в неї закладено, є мультидисциплінарними та не можуть бути вирішеними на єдиній методологічній основі. Необхідні

комплексні дослідження представників різних наук, наукових напрямів;

2. В світовій науці визначені найбільш загальні теоретичні межі та критерії для визначення країни, системи, суспільства постіндустріальними. Незначний час емпіричних досліджень процесів постіндустріалізації також не дає можливість визначення таких критеріїв;

3. Значну більшість економік країн, які зазвичай відносять до розвинутих, можна трактувати з наукової точки зору як «пізне індустріальне суспільство» або як країни «постіндустріального переходу»;

4. Постіндустріальне суспільство визначається в цілому як суспільство, що засноване на розвитку високих технологій, які зумовлюють значний економічний прогрес та дифузю інформаційних технологій в сферу послуг у всіх ланках економіки та життєдіяльності людини. Крім цього, в країнах з високими матеріальним статком громадян розвиваються інші напрями послуг, які пов'язані із задоволенням спортивних, культурних, рекреаційних, медичних потреб людини;

5. В подальших дослідженнях необхідно розвивати теоретичні підходи концепції постіндустріального суспільства саме в економічному розрізі, акцентувати увагу на економічних відносинах та перспективах розвитку сучасної економіки як економіки послуг, економіки знань та інформаційної економіки.

1.2. Пріоритетність змін індивідуального характеру трансформації праці в постіндустріальному суспільстві

Велика кількість вітчизняних науковців досліджувала проблеми становлення та розвитку постіндустріального суспільства та його складової частини – постіндустріальної економіки. Однак проблеми трансформації індустріальної стадії розвитку людства у постіндустріальну є настільки комплексними та глибокими, що їх аналіз та розв'язання потребує синергії наукових досліджень як кращих науковців-економістів з різних країн, так і поєднання зусиль вчених різних сфер наукового пізнання. Одним з таких напрямів досліджень процесу становлення постіндустріального суспільства, який потребує мультидисциплінарного, комплексного підходу є питання про зміни в соціальній структурі суспільства. Зокрема, в поданому дослідженні зроблено спробу проаналізувати основні наукові підходи до визначення пріоритету змін в індивідуальному характері трансформації праці в постіндустріальному суспільстві. Наукові дослідження в цій сфері традиційно стосуються таких питань, як підвищення якості професійної діяльності, запровадження нових, нетрадиційних підходів в організації праці працівників окремих творчих професій в умовах постіндустріального суспільства, визначення нових функцій працівника у виробничому процесі, зміни особистих та професійних характеристик людей, що працюють в творчій, інноваційній, інформаційній сферах.

В нашій країні серед вчених-економістів, що досліджували соціальні процеси, ми можемо виділити таких, як: Амоша О.І., Безтелесна Л.І., Верхоглядова Н.І., Грішнова О.А., Джинджоян В.В., Єлесеєва О.К., Колот А.М., Лібанова Е.Є.,

Мельникова М.В., Назарова Г.В., Новікова О.Ф., Сардак С.Е., Саричев В.І. Коло наукових інтересів цих науковців сформувалося в процесі досліджень загальних тенденцій розвитку соціально-економічних систем, соціально-економічних та міграційних процесів у світовій економіці, соціальної структури національної економіки, соціальної діяльності промислових корпорацій, вирішення соціальних проблем в регіонах, соціального партнерства та соціальної відповідальності. Зміни в характері праці людини та зміни індивідуальних властивостей людини постіндустріального суспільства аналізувалися вченими економістами значно менше.

Саме тому важливою для науки є спроба проаналізувати основні наукові підходи до визначення пріоритету змін в індивідуальному характері трансформації праці в постіндустріальному суспільстві та визначити окремі якості людини – працівника в постіндустріальному суспільстві, які змінюються під впливом процесів інноваційного розвитку та інформатизації.

Ґрунтовний науковий підхід у дослідженні постіндустріального суспільства застосовують Мороз О.В., Воловодюк С.С. В своїй статті «Принципи адаптування економіки України до вимог постіндустріального суспільства» ці науковці визначають, що «наразі має місце прогресуюча дематеріалізація економіки, її вступ до нової фази системних перетворень. Це не механічне заперечення, а логічне продовження економіки індустріальної цивілізації, конструктивний тип її прогресу, інноваційного розвитку. Системна визначеність економічного простору, що формується, характеризується зростаючою відкритістю, багаторівневою цілісністю, синергетичністю та комунікативністю, і в цьому зберігає свою роль сфера матеріального виробництва. Її цінності не девальвують – вони лише вмонтовуються до якісно нової економічної системи» [17, с. 62–66]. Термін, що засто-

совують ці науковці – «дематеріалізація» – також має наукове підґрунтя і дуже чітко характеризує тенденцію у розвитку суспільства. На основі цього авторського підходу ми можемо виокремити наступні тенденції:

- індустріальна основа суспільства не згортається і деіндустріалізація не є обов'язковим елементом постіндустріального розвитку;

- в загальному продукті (національному, світовому) більш швидкими темпами зростає частка послуг;

- серед послуг найбільш важливе значення мають інформаційні послуги, та послуги, що спрямовані на розвиток науки та інновацій;

- в секторі реальної економіки більш швидкими темпами зростають високотехнологічні галузі, які забезпечують міжнародну конкурентоспроможність національним економікам;

- в традиційних галузях народного господарства більш швидкими темпами починають застосовуватися інновації.

На дослідженні значних трансформації в соціальній сфері, яка пов'язана з новими вимогами до якості людського капіталу, зосереджує свою увагу Петренко М.П. В статті «Постіндустріальна трансформація економічних відносин: фактори, напрями, тенденції розвитку» автор визначає, що «за постіндустріальної трансформації економічних відносин змінюються ролі і характер взаємодії факторів виробництва. Для постіндустріального суспільства характерне підвищення значущості особистості, нівелювання колишніх соціальних відмінностей, гуманізація суспільства та бізнесу. На рівні економічних суб'єктів інформація втілена в людському капіталі. Це призводить до заміщення праці знаннями, джерелом вартості стають саме знання, а суспільне виробництво перетворюється з

матеріального в інноваційне. Відповідно, в діяльності підприємств на етапі переходу до постіндустріальної економічної системи одним з найважливіших стає завдання акумулювання людського капіталу» [19, с. 65–70]. На прикладі провідних постіндустріальних країн світу (США, Японія, окремі країни Європи) ми не можемо повністю простежити тенденцію нівелювання соціальних відмінностей. Ці країни ставлять перед собою задачу максимального розширення кількості людей, яких можна віднести до середнього класу. Для таких країн середній клас складає основу суспільства. Працівники, що пов'язані технологічно із інформаційними технологіями, сферою освіти, наукою, мистецтвом, дизайном, іншими напрямками сфери послуг мають більші заробітні плати, ніж працівники традиційних галузей, що притаманні індустріальному суспільству. Однак розшарування суспільства лишається і розробка нових підходів до дотримання соціального балансу продовжує мати актуальне значення. Тенденція гуманізації суспільства та бізнесу стає все більш наочною. Розвиваються різні форми благодійництва, меценатства, формуються нові підходи до проведення гуманітарних акцій та місій.

Ці питання аналізував Яхно Т.П. В своїй статті «Соціалізація економіки та індивідуалізація споживчого ринку як необхідні передумови національного розвитку» він визначав, що «постіндустріальне суспільство характеризується якісними змінами в матеріальних умовах життя людини, при цьому найбільшою мірою це зумовлено науково-технічною революцією, а її нинішній стан об'єктивно пов'язаний з соціалізацією економіки та зумовлює якісні зміни споживчого ринку, зокрема: через зростання масштабів виробництва, підвищення якості продукції, її відповідності сучасним вимогам, появу соціально-

відповідальних та соціально-орієнтованих продуктів, інноваційних, які відповідають соціальним потребам населення та сприяють соціальному розвитку людини, появу нових типів споживачів, зокрема, профспоживачів, просьюмерів, глобальних споживачів; через зміни, які відбуваються у змісті і характері праці; через зміни, які відбуваються у відносинах соціального партнерства між робітниками і роботодавцями у процесі виконання працівниками складної специфічної роботи, що стає відповідною умовою і стимулом до реалізації соціальних потреб працюючих» [20, с. 12–17]. Необхідно виділити його наукове положення про поширення соціально-відповідальних та соціально-орієнтованих продуктів. Якщо соціально-орієнтовані продукти були характерними і для індустріальної епохи і навіть раніше – для аграрного суспільства (прикладом є безкоштовний хліб в Римі для громадян), то соціально-відповідальні продукти є новим явищем, яке набуло поширення разом із появою великих міжнародних корпорацій, усвідомленням необхідності формування позитивного іміджу корпорації та модернових форм залучення нових клієнтів та споживачів. Для сфери послуг типовим прикладом таких соціально-орієнтованих продуктів є різноманітні програми туристичних компаній та готельних операторів, що формуються та розвиваються в рамках приєднання до ініціатив Всесвітньої туристичної організації. На теперішній час ця організація реалізує такі програми, як: «Біорізноманіття», «Заходи в сфері протидії зміні клімату», «Глобальна ініціатива туризму», «Енергоефективні рішення в готелях», «Єдина планета», «Ефективність ресурсів у туризмі», «Малі острови, що розвиваються», «Сприяння подорожам».

Нові підходи до мотивації людей, працівників у постіндустріальному суспільстві відзначають Тельнов А.С. та

Гончарук В.В. В статті «Інтелектуалізація праці у концепції постіндустріального суспільства» вони визначають, що «ця теорія не обмежується технологічним детермінізмом, забезпечує широкий погляд на розвиток постіндустріального суспільства, перехід від суспільства матеріальної продукції до його сервізації, розкриває роль і значення інформації, науки та освіти, аналізує зміну співвідношення між матеріальним виробництвом і сферою послуг, розвиток людини як особистості, перетворення праці у творчу і становлення нової, постматеріальної мотивації людей, розгортання демократії суспільства та удосконалення політичних систем, розвиток державного регулювання та прогнозування економіки, культури та інших сфер людської діяльності» [22, с. 239–245]. На відміну від інших вчених економістів, вони акцентують увагу на постматеріальній мотивації. Постматеріальна мотивація більшою мірою є предметом дослідження вчених соціологів та політологів. Тому є необхідним більш детально розкрити чинники постматеріальної мотивації. На нашу думку, постматеріальна мотивація характеризується такими особливостями:

- принципова відсутність дефіциту інформації, вільний доступ до знань сприяє (на відміну від матеріальних предметів споживання), робить основною кінцевою метою постматеріального стимулювання – стимулювання за якість наданих послуг, але не за їх кількість;

- стимулювання має більш індивідуальний характер, тому що праця, надання послуг стають все більш індивідуалізованими, а із економіки розвинутих країн практично зникає масове виробництво;

- прослідковується все більша тенденція до диференціації оплати. Економічна система стимулює розвиток найбільш

кваліфікованих суб'єктів надання послуг. Особливо це стосується сфери освіти, медицини, виховання, культури;

- оцінка якості послуги споживачами відбувається не стільки на економічній основі, скільки з урахуванням психологічних, моральних, соціальних, естетичних вимог;

- на глобальному ринку послуг інформація доступна всім суб'єктам господарювання одночасно і вона не зникає після використання, тому стимулюватися будуть ті фахівці, які можуть першими та більш ефективно використовувати інформацію, знаходити для неї краще застосування;

- високий рівень життя людей в постіндустріальних країнах змушує суспільство, корпорації шукати нові форми стимулювання.

З позицій взаємопов'язаного впливу знань та інформації на розвиток людини в постіндустріальному суспільстві обґрунтовує свою статтю А.М. Штангрет. В статті «Формування постіндустріального суспільства як передумова розвитку економіки знань» автор визначає, що «на сучасному етапі розвитку інформація і знання – це не окремі явища чи параметри постіндустріального суспільства, а скоріше його докорінні категорії, основний ресурс. Звідси саме в постіндустріальному суспільстві на перший план виходить людина, яка має здатність сприймати інформацію й на основі неї генерувати знання, що лягають в основу розроблення та створення новітньої продукції і покликані забезпечити добробут та безпеку людини» [24, с. 78–87]. В цьому трактуванні ми можемо побачити науковий підхід автора до визначення ролі людини в своєму власному, індивідуальному світі і праці для себе, що визначається такою науковою концепцією, як прос'юмерізм. Інші автори, наприклад Добровольська Н.Б. [23, с. 61–72], говорять про «клас інтелектуалів»,

Кириленко К.М. пише про нові виробничі професії, що засновані на використанні надсучасних технологій [21, с. 45–51], Яхно Т.П. наголошує на зростанні масштабів виробництва [20, с. 12–17], Петренко М.П. обґрунтовує зміни в суспільному виробництві [19, с. 65–70], Пукіш Ю.А. визначає домінування професійно-технічного класу [18, с. 36–40]. Ці автори акцентують увагу на домінуванні суспільних відносин і створенні цілого класу науковців, інтелектуалів у постіндустріальному суспільстві. А.М. Штангрет визначає індивідуальну творчу особистість людини постіндустріального суспільства [24, с. 78–87].

Дослідження проблем переходу економіки України в постіндустріальну стадію проводив Чук О.В. В статті «Становлення України як постіндустріального суспільства» він визначає, що «постіндустріальне суспільство – це суспільство, в економіці якого внаслідок науково-технічної революції та зростання прибутків населення пріоритет виробництва перейшов із сфери товарів до сфери послуг. Виробничими ресурсами стали знання та інформація, головною силою економіки – наукові розробки, якостями працівника – рівень освіти, креативність, професіоналізм. Це суспільство, в якому більше 60 % працездатного населення зайняте у сфері нематеріального виробництва» [25, с. 120–127]. Тому для постіндустріального розвитку України важливо, щоб всі сегменти сфери послуг, особливо ті, що подані нами вище, займали у ВВП не менше 60 %. Автор також наголошує на професійних якостях працівника, які повинні відповідати рівню технологій. Такі якості потребують трансформації сучасної системи підготовки кадрів. Як ми вже відзначали, така трансформація проходить в теперішній час, але для її ефективного реформування необхідно сегментувати цю трансформацію за типами: рівень освіти вимагає якісної роботи університетів у

напрямі підвищення класичних підходів до освіти, креативність необхідно формувати як складову трудового потенціалу фахівця шляхом запровадження нових форм навчання в межах університетів, що спираються на поєднання науки з практикою, дослідницькою діяльністю, виконанням творчих завдань, активізацією проведення конкурсів, олімпіад, студентських турнірів, професіоналізм потребує широкого запровадження методів дуальної освіти, організації практики на робочих місцях, сучасного обладнання в університетах, що дають можливість вивчення передових технологій ще під час навчання. Таким чином, цей автор спрямовує свої дослідження на розвиток особистих якостей працівника.

Науковці, що додержуються другого підходу, визначають зміни в характері праці шляхом акцентування уваги на професіоналізмі, креативності, творчості конкретного виконавця завдань на робочому місці. При цьому багато авторів наголошують про відсутність певного робочого місця. Воно також стає віртуальним. Постіндустріальні країни ставлять перед собою задачу максимального розширення кількості людей, яких можна віднести до середнього класу. Для таких країн середній клас складає основу суспільства. Працівники, що пов'язані технологічно із інформаційними технологіями, сферою освіти, наукою, мистецтвом, дизайном, іншими напрямками сфери послуг мають більші заробітні плати, ніж працівники традиційних галузей, що притаманні індустріальному суспільству. Однак розшарування суспільства лишається і розробка нових підходів до дотримання соціального балансу продовжує мати актуальне значення. Тенденція гуманізації суспільства та бізнесу стає все більш наочною. Розвиваються різні форми благодійництва, меценатства, формуються нові підходи до проведення гуманітарних

акцій та місій. Думки науковців, що акцентують увагу на вдосконаленні особистих якостей працівників у постіндустріальному суспільстві, подано в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Основні наукові підходи до визначення пріоритетності змін в індивідуальному характері трансформації праці в постіндустріальному суспільстві

№	Науковці	Дефініції щодо визначення характеру праці
1	О.В. Мороз, С.С. Воловодюк [17]	Системна визначеність економічного простору, що формується, характеризується зростаючою відкритістю, багаторівневою цілісністю, синергетичністю та комунікативністю.
2	І.А. Максименко [16]	Демасифікація виробництва, створення «індивідуальних» товарів; децентралізація управління виробництвом та перехід до мережевого способу організації праці.
3	М.П. Петренко [19]	Для постіндустріального суспільства характерне підвищення значущості особистості, нівелювання колишніх соціальних відмінностей, гуманізація суспільства та бізнесу.
4	Т.П. Яхно [20]	Зміни, які відбуваються у відносинах соціального партнерства між робітниками в роботодавцями у процесі виконання працівниками складної специфічної роботи, що стає відповідною умовою і стимулом до реалізації соціальних гарантій.

Продовження таблиці 1.1

5	А.С. Тельнов, В.В. Гончарук [22]	Розвиток людини як особистості, перетворення праці у творчу і становлення нової, постматеріальної мотивації людей.
6	А.М. Штангрет [24]	Саме в постіндустріальному суспільстві на перший план виходить людина, яка має здатність сприймати інформацію й на основі неї генерувати знання, що лягають в основу розроблення та створення новітньої продукції і покликані забезпечити добробут та безпеку людини.
7	О.В. Чук [25]	Виробничими ресурсами стали знання та інформація, головною силою економіки – наукові розробки, якостями працівника – рівень освіти, креативність, професіоналізм.
8	І.Л. Сазонець [26]	Це призводить до появи нових форм роботи в ІТ-корпораціях, які відрізняються можливістю віддаленого доступу до робочого місця, можливістю менеджменту корпорацій працювати ненормований робочий час та вводити практику home-office, суміщати роботу в компаніях та роботу в університетах та наукових установах.

Важливими для розуміння суспільних змін в пост-індустріальному товаристві є характеристики рівня фінансових відносин, що трансформуються на первинному рівні, рівні домогосподарств – в нуклеарній сім'ї. По-перше, батьки та діти, подружжя, брати та сестри все менше залежать один від одного, зникає економічна основа фінансової залежності, яка тримала разом великі традиційні сім'ї; по-друге, все більше стає двокар'єрних сімей, навіть в країнах, культурам яких не притаманна ця модель; по-третє, діти, які не одружились, більш довгий час залишаються членами нуклеарної сім'ї та формують разом з батьками загальний бюджет; по-четверте, в структурі видатків сім'ї все більшу роль мають видатки на послуги, задоволення соціальних потреб і все менше – видатки на продукти харчування, одяг, комунальні платежі. Ці нові відносини в сім'ї мають великий вплив і на характер праці, способи її організації, визначення мотиваційних чинників.

Проблеми трансформації індустріальної стадії розвитку людства у постіндустріальну є настільки комплексними та глибокими, що їх аналіз та розв'язання потребує синергії наукових досліджень як кращих науковців-економістів з різних країн, так і поєднання зусиль вчених різних сфер наукового пізнання.

Зміни в характері праці людини та зміни індивідуальних властивостей людини постіндустріального суспільства аналізувалися вченими економістами значно менше, ніж питання трансформації структури суспільства, інтелектуалізації процесу праці в постіндустріальному суспільстві та його інформатизації.

Аналіз основних наукових підходів до визначення пріоритету змін в індивідуальному характері трансформації праці в постіндустріальному суспільстві та визначення окремих якостей людини – працівника в постіндустріальному суспільстві

доводять, що вони змінюються під впливом процесів інноваційного розвитку та інформатизації, підвищується значущість особистості, основними якостями працівника стають рівень освіти, креативність, професіоналізм.

Важливими для розуміння суспільних змін в постіндустріальному товаристві є характеристики рівня фінансових відносин, що трансформуються на первинному рівні, рівні домогосподарств – в нуклеарній сім'ї. Ці нові відносини в сім'ї мають великий вплив і на характер праці, способи її організації, визначення мотиваційних чинників для працівника.

1.3. Зміни в суспільному характері праці та напрями трансформації соціальної структури постіндустріального суспільства

В нашій країні ми можемо побачити окремі ознаки готовності переходу до постіндустріального суспільства. В сфері державного управління в нашій країні іде процес трансформації структур управління як всім господарським комплексом країни, її суспільно-політичним життям, так і конкретно перебудова управління системою високих технологій, пошук нових можливостей для зростання, пошук нових партнерів та ринків збуту. Трансформується енергетична інфраструктура, йде перехід на зелену енергетику. Транспортна інфраструктура вдосконалюється. Будуються нові автошляхи на рівні світових стандартів, розвивається система швидкісного руху на залізниці. Докорінно змінюється підхід до розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. В країні здійснюються активні заходи в сфері інформаційних технологій:

- активно розвивається підготовка кадрів у сфері інформатики в університетах та інших навчальних закладах;
- розвиваються методи неформальної освіти в сфері інформаційних технологій в корпоративних університетах та в інформаційних корпораціях;
- активно проводяться конкурси стартапів у сфері інформаційних технологій та здійснюються інвестиції в перспективні проекти;
- створено нормативну базу та зроблено перші кроки в створенні нових інноваційних структур, таких як: інформаційні кластери в регіонах, інжинірингові школи, технопарки, бізнес-інкубатори тощо;
- активно створюються нові національні інформаційні компанії;
- розширяється співпраця вітчизняних висококваліфікованих кадрів із іноземними корпораціями в сфері ІТ на основі запровадження аутсорсінгу, онлайн форм праці.

Ці процеси призводять до зміни суспільного характеру праці та соціальної структури суспільства. Соціальна структура суспільства перманентно змінювалася протягом століть і тисячоліть у відповідності до розвитку продуктивних сил. Крім того, національні, етнічні, релігійні традиції впливають на формування соціальної структури суспільства. Доказом цього положення є наукові пошуки авторів, що стоять на позиціях теорії соціальної антропології та інших наукових концепцій.

Спираючись на дослідження вітчизняних вчених ми зробили спробу дослідити зміни в соціальній структурі суспільства на основі розвитку продуктивних сил та формування постіндустріальної економіки. Безпосередньо в своєму дослідженні ми, більшою мірою, спиралися на праці таких вчених, як:

Лебедева Л.І., Добровольська А.Б., Кириленко К.М., Крушельницька Г.М., Максименко І.А., Дзьобань О.П., Пиріг О.В., Пукіш Ю.А., Сазонець І.Л., Стеценко Б.С. На основі праць цих вчених досліджено основні наукові підходи до визначення пріоритету суспільного характеру трансформації праці в постіндустріальному суспільстві як в загальносвітових підходах, так і в межах національної економіки.

Важливим науковим завданням є спроба проаналізувати основні наукові підходи до визначення пріоритетів змін в суспільному характері праці та напрями трансформації соціальної структури в постіндустріальному суспільстві та визначити основні напрями цих змін, що реалізуються під впливом процесів інноваційного розвитку, інтелектуалізації та інформатизації.

Необхідно погодитися з думкою І.А. Максименка, який разом із співавторами приходять до думки, що «рух до постіндустріального суспільства однозначно трактується як процес еволюційний, поступовий. Окремі риси цього суспільства на межі століть позначаються лише у найбільш розвинутих країнах Західної Європи, США, Японії. А майбутнє людське суспільство буде суспільством знання. Цілком очевидно, що постіндустріальне суспільство являє собою суспільство знання у двоякому розумінні: по-перше, джерелом інновацій усе більшою мірою стають дослідження й розробки; по-друге, прогрес суспільства, який вимірюється зростаючою часткою ВВП і зростаючою частиною зайнятої робочої сили, все більше однозначно визначається успіхами у сфері знання» [27, с. 191]. Спираючись на дослідження І.А. Максименка, можна стверджувати, що просування країн до постіндустріального суспільства (постіндустріальної моделі розвитку) базується на поступовому розвитку економіки, суспільних відносин з все більшим

акцентом на науку, інновації, творчість, інтелект і креативність людини – як головного творця суспільних благ.

Поступова зміна структури господарства та характеру праці призводить до глобальних змін в житті людини. Лебедева Л.І. в статті «Еволюція теорій постіндустріального суспільства» визначає, що усі зміни в новому суспільстві можна розподілити на три підгрупи: культурні, економічні та соціально-політичні [28, с. 13–17].

Якщо Лебедева Л.І. визначає напрями змін у структурі господарства та характері праці, що призводить до глобальних змін в житті людини постіндустріального суспільства, то Пукіш Ю.А. в статті «Порівняльний аналіз концепцій постіндустріального та інформаційного суспільств (Деніел Белл, Валерій Хмелько)» робить висновок, що потенційно визначають п'ять основних вимірів або компонентів постіндустріального суспільства:

1. Економічна ділянка: перехід від економіки виробництва товарів до економіки послуг.

2. Поділ населення за родом занять: перевага професійно-технічного класу.

3. Осьовий принцип: провідна суспільна роль теоретичного знання як джерела нововведень та політичних формулювань.

4. Орієнтація на майбутнє: контроль технології та технологічної оцінки.

5. Ухвалення рішень: створення нової «інтелектуальної технології» [18, с. 36–40].

Тези автора є науково обґрунтованими, слухними та методологічно визначеними, однак слід надати окремі пояснення щодо їх трактування. Необхідно зазначити, що перехід від економіки виробництва товарів до економіки послуг не означає

скорочення виробництва. Це є особливо актуальним для нашої країни як держави, яка мала потужний промисловий та інноваційний потенціал.

Кириленко К.М. у статті «Інноваційна культура в контексті теорії постіндустріального суспільства» визначає, що «нові виробничі професії, що засновані на використанні надсучасних технологій та нових наукових розробок, яке продукує розвиток нових перехресних галузей наукового знання, вимагають таких спеціалістів, яких можна умовно назвати спеціалістами широкого та надширокого профілю (але не тому, що вони потрохи володіють різними знаннями, а тому, що вони фундаментально володіють ґрунтовними знаннями різних наук та здатні їх у інноваційний спосіб поєднувати)» [21, с. 45–51]. Відповіддю на виклики майбутнього постіндустріального суспільства у цьому контексті є сучасні тенденції, які ми можемо визначити і у вітчизняній економічній дійсності. Сьогодні на ринку праці прослідковуються тенденції щодо отримання працівниками, спеціалістами, менеджерами не однієї, а двох, а то і трьох вищих освіт. Система вищої освіти України стає більш гнучкою. Дозволяється закінчивши бакалаврат з одного напрямку освіти вступати до магістратури за іншим напрямом освіти. Стають все більш актуальними формами освіти такі, як: післядипломна освіта, перепідготовка кадрів, паралельна освіта. Така кількість пропозицій на освітньому ринку призводить до демократизації форм освіти, зокрема до таких нових демократичних форм відносяться: дистанційна освіта, неформальна освіта, яка зраховується університетами, дуальна освіта. Важливими формами залучення нових для нашої економічної дійсності знань є програми подвійних дипломів між університетами різних країн та програми МВА, що розвиваються провідними національними

університетами. Такі форми освіти активно сприяють дифузії знань та інновацій, інтернаціоналізації знань та освітнього простору.

Крім соціальних відносин, формування постіндустріального суспільства впливає і на новітні форми фінансових відносин. Стеценко Б.С. у статті «Фундаментальні основи становлення постіндустріальної економіки: теоретичні засади» визначає, що «кількісні та якісні зміни у глобальному фінансовому господарстві стали об'єктивним наслідком «постіндустріалізації» світу, закономірним результатом трансформації у системі факторів виробництва, відносинах власності і т.і. Абсолютно усі характеристики та особливості постіндустріальної економіки тією чи іншою мірою впливають на фінансові відносини» [31, с. 151–154]. Можна погодитись з думкою автора, але при цьому необхідно надати окремі уточнення, зокрема, уточнення щодо характеристики рівня фінансових відносин, що трансформуються на первинному рівні, рівні домогосподарств – в нуклеарній сім'ї. По-перше, батьки та діти, подружжя, брати та сестри все менше залежать один від одного, зникає економічна основа фінансової залежності, яка тримала разом великі традиційні сім'ї; по-друге, все більше стає двокар'єрних сімей, навіть в країнах, культурам яких не притаманна ця модель; по-третє, діти, які не одружились, більш довгий час залишаються членами нуклеарної сім'ї та формують разом з батьками загальний бюджет; по-четверте, в структурі видатків сім'ї все більшу роль мають видатки на послуги, задоволення соціальних потреб і все менше – видатки на продукти харчування, одяг, комунальні платежі. З позицій аналізу макроекономічних процесів та глобальної фінансової системи ці питання, що підіймаються Стеценко Б.С., аналізуються значною кількістю іноземних та вітчизняних авторів. Зокрема, це такі

питання, як фінансова діяльність транснаціональних корпорацій, механізми та методи роботи міжнародних платіжних систем, функціонування системи глобальних фінансів, забезпечення фінансово-економічної безпеки, особливо від загроз кібератак і т.і.

Іншу сторону мотивації у постіндустріальному суспільстві визначає Добровольська А.Б. У своїй статті «Постіндустріальні тенденції світового розвитку та їх вплив на політико-трансформаційні процеси транзитивних країн» вона визначає, що «постіндустріальне суспільство характеризується як нова форма суспільного устрою, яка базується на інформації та знаннях у якості основних джерел економічного прогресу, передбачає становлення класу інтелектуалів як нової еліти, творчу мотивацію виробничої діяльності та формування системи постматеріальних цінностей. Сектор, пов'язаний з виробництвом знань, обробкою і розповсюдженням інформації, домінує у господарстві постіндустріальних країн» [23, с. 61–72]. Дійсно, з розширенням творчої складової суспільної праці для творчих людей не вистачає тільки старих матеріальних методів стимулювання їх праці та відзнак їх здобутків. Формуються нові методи мотивації, які засновані на творчому підході до їх організації. Такі методи не є традиційними. Вони не повинні визначати, який працівник краще, якій гірше, який більш важливий для корпорації, дослідної установи, а який не є таким важливим. Стимулювання творчої діяльності повинно бути спрямоване на досягнення наступних цілей: орієнтація на особливі характеристики науковця, дослідника, інженера, збереження його творчого внеску у загальну роботу (діяльність, проект), створення умов для можливості постійної творчої діяльності, постійне оновлення форм стимулювання, створення комфортного психофізіоло-

гічного, емоційного середовища для творчої діяльності, сприяння в організації творчого процесу та допомога у вирішенні технічних питань.

Про зміни структури суспільства в цілому стверджують Дзьобань О.П. та Жданенко С.Б. в статті «Від «інформаційного суспільства» до «інформаційної безпеки»: до проблеми концептуалізації сутності понять». Вони визначають, що «людський інтелект, його міць багаторазово збільшуються завдяки комп'ютерній революції, що розгортається. Соціальна структура суспільства виявляється під надмірним впливом технологічних нововведень. Суть трансформацій, що відбуваються, полягає в тому, що народжується новий цивілізаційний устрій, в якому сфера праці, наука та освіта, державне управління, культура будуть мати принципово інший характер. На відміну від індустріального суспільства, яке в основі має машинну технологію, специфіка постіндустріального суспільства криється у використанні інформаційно-інтелектуальної технології» [33, с. 60–73]. З одного боку вчені роблять спробу представити новий цивілізаційний устрій, що потребує аналізу на макроекономічному рівні та рівні суспільних відносин. Такі вчені роблять наголос на формуванні нових класів, зміні відносин в середині суспільства, зміні основних факторів виробництва, творчому характері суспільної праці. Інші вчені акцентують увагу на людському інтелекті. Людський інтелект – на нашу думку це визначення, що більше підходить для характеристики індивідуума, окремої особистості. Ця частина вчених трактує докорінні зміни в характері праці в постіндустріальному суспільстві як якісний стрибок індивідуальних можливостей людини-особистості та людини-працівника. Тому є доцільним створення єдиної концепції формування та розвитку постіндустріальної економіки,

яка поєднує в собі врахування змін як у суспільстві в цілому, так і професійних та людських якостях та можливостях окремого індивіда, працівника.

Продовжуючи попередню дискусію про фундаментальні основи становлення постіндустріальної економіки, слід визначити як актуальне питання, що підіймає в своїх працях професор Пиріг О.В. Зокрема, в статті «Економічний розвиток національних економік за різних типів суспільств» вона висловлює достатньо спірну думку, що «процес розвитку постіндустріального суспільства створив безліч можливостей та виявив нові шляхи для економічного розвитку національних господарств, але водночас істотно загострив старі суперечності світового господарства, що були характерні для індустріального суспільства» [34, с. 6–11]. Необхідно зазначити, що на рівні національних економік, функціонування та розвитку держав він створив не тільки безліч можливостей та нових шляхів для економічного розвитку, але й нові загрози, посилив конкурентну боротьбу, призвів до процесів деіндустріалізації, поляризував країни за рівнем інформаційно-технологічного розвитку та створив країни інформаційної периферії, які практично не зможуть подолати в найближчому історичному майбутньому цифровий розрив. На рівні світового господарства необхідно виокремити і позитивні сторони постіндустріального розвитку, наприклад такі як створення інфраструктури для розвитку бізнесу, активна робота міжнародних організацій та регіональних інтеграційних угруповань, випереджаючий розвиток світового ринку інформаційних послуг з використанням аутсорсингу, стрімкий та масовий розвиток туристичної сфери по всьому світу, що неможливо уявити без високого рівня інформаційно-комунікаційних технологій.

Основні соціально-економічні ознаки перетворення індустріального суспільства в постіндустріальне визначає Крушніцька Г.Б. В статті «Генеza концепції людського капіталу в постіндустріальному суспільстві» автор визначає, що «перехід країн до постіндустріального суспільства означає, що в цих країнах відбувається глибинне перетворення виробничо-технічних й організаційно-управлінських структур, змінюється характер і функціонування господарського механізму, змінюється весь господарський механізм, виробнича сфера, енергетична, транспортна, комунікаційна, соціальна інфраструктура, організаційно-управлінські методи і структури, механізми господарського регулювання. Для такого переходу потрібні великі нагромадження капіталу, підвищена мобільність всіх ресурсів, перетворення всього організаційного, культурного і світоглядного контексту розвитку» [35, с. 25–30].

Значною мірою науково-теоретичні концепції формування та розвитку постіндустріальної економіки в їх імплементації до реалій розвитку України визначено в працях Сазонця І.Л. В них автором досліджено детермінанти високотехнологічного підприємництва в умовах постіндустріального переходу, проаналізовано вплив високотехнологічного розвитку України на національну безпеку і конкурентоспроможність, визначено напрями та методи стимулювання інноваційно-інвестиційної активності великих підприємств та корпорацій України [8, с. 184].

На основі проведеного в цій роботі дослідження необхідно визначити окремі теоретичні положення, які мають певну наукову новизну та можуть бути корисними для науковців, що досліджують процеси трансформації економіки та суспільного устрою в Україні на постіндустріальних засадах з точки зору трансформації характеру праці як складовою більш широкої соціально-економічної трансформації (таблиця 1.2).

Таблиця 1.2

Основні наукові підходи до визначення пріоритету
суспільного характеру трансформації праці
в постіндустріальному суспільстві

№	Науковці	Дефініції щодо визначення характеру праці
1	І.А. Максименко [27]	Прогрес суспільства, який вимірюється зростаючою часткою ВВП і зростаючою частиною зайнятої робочої сили, все більше однозначно визначається успіхами у сфері знання.
2	Л.І. Лебедева [28]	Усі зміни в новому суспільстві можна розподілити на три підгрупи: культурна, економічна та соціально-політична. Завдяки змінам трансформується структура суспільства.
3	Ю.А. Пукіш [29]	Поділ населення за родом занять: перевага професійно-технічного класу.
4	К.М. Кириленко [30]	Нові виробничі професії, що засновані на використанні надсучасних технологій та нових наукових доробок, які продукують розвиток нових перехресних галузей наукового знання.
5	Б.С. Стеценко [31]	Стали об'єктивним наслідком «постіндустріалізації» світу, закономірним результатом трансформації у системі факторів виробництва, відносинах власності.
6	А.Б. Добровольська [32]	Форма суспільного устрою, яка базується на інформації та знаннях у якості основних джерел економічного прогресу, передбачає становлення класу інтелектуалів як нової еліти, творчу мотивацію виробничої діяльності та формування системи постматеріальних цінностей.

Продовження таблиці 1.2

7	О.П.Дзьобань, С.Б. Жданенко [33]	Соціальна структура суспільства виявляється під надмірним впливом технологічних нововведень. Суть трансформацій, що відбуваються, полягає в тому, що народжується новий цивілізаційний устрій, в якому сфера праці, наука та освіта, державне управління, культура будуть мати принципово інший характер.
8	О.В. Пиріг [34]	Процес розвитку постіндустріального суспільства створив безліч можливостей та виявив нові шляхи для економічного розвитку національних господарств.
9	Г. Крушельницька [35]	Для такого переходу потрібні великі нагромадження капіталу, підвищена мобільність всіх ресурсів, перетворення всього організаційного, культурного і світоглядного контексту розвитку.

Існує два наукових підходи до визначення характеру праці в умовах постіндустріального суспільства. Науковці, що додержуються першого підходу, визначають зміни в характері праці як процеси, що впливають на зміну соціальної структури шляхом формування нового класу – класу «когнітаріїв». Інша група науковців більшою мірою концентрує увагу у дослідженнях на вдосконаленні та трансформації професійних якостей окремих працівників, підвищенні їх кваліфікації, інтелектуальних здібностей, компетенцій і креативності. Ці підходи є взаємопов'язаними.

Особливістю сучасної епохи, що об'єднує ці два підходи, є високі вимоги до рівня освіти, системи підготовки фахівців для сфери високотехнологічного розвитку та інформаційних

технологій. Є доцільним створення єдиної концепції формування та розвитку постіндустріальної економіки, яка поєднує в собі врахування змін як у суспільстві в цілому, так і професійних та людських якостях та можливостях окремого індивіда, працівника.

Висновки до першого розділу

З огляду на масштабність та глибину проблеми необхідно визначити, що концепція постіндустріального суспільства та ідеї, що в неї закладено, є мультидисциплінарними та не можуть бути вирішеними на єдиній методологічній основі. Необхідні комплексні дослідження науковців – представників різних наук, наукових напрямів. Проблеми трансформації індустріальної стадії розвитку людства у постіндустріальну є настільки комплексними та глибокими, що їх аналіз та розв'язання потребує синергії наукових досліджень як кращих науковців-економістів з різних країн, так і поєднання зусиль вчених різних сфер наукового пізнання.

Практика існування постіндустріальних систем ще не є довгою. У зв'язку з цим в світовій науці визначені найбільш загальні теоретичні межі та критерії для визначення країни, системи, суспільства постіндустріальними. Незначний час емпіричних досліджень процесів постіндустріалізації також не дає можливість визначення таких критеріїв. Значну більшість економік країн, які зазвичай відносять до розвинутих, можна трактувати з наукової точки зору як «пізні індустріальне суспільство» або як країни «постіндустріального переходу».

Постіндустріальне суспільство визначається в цілому як суспільство, що засноване на розвитку високих технологій, які зумовлюють значний економічний прогрес та дифузію інформаційних технологій в сферу послуг у всіх ланках економіки та життєдіяльності людини. Крім цього, в країнах з високими матеріальним статком громадян розвиваються інші напрями послуг, які пов'язані із задоволенням спортивних, культурних, рекреаційних, медичних потреб людини.

В подальших дослідженнях необхідно розвивати теоретичні підходи концепції постіндустріального суспільства саме в економічному розрізі, акцентувати увагу на економічних відносинах та перспективах розвитку сучасної економіки як економіки послуг, економіки знань та інформаційної економіки.

Зміни в характері праці людини та зміни індивідуальних властивостей людини постіндустріального суспільства аналізувалися вченими- економістами значно менше, ніж питання трансформації структури суспільства, інтелектуалізація процесу праці в постіндустріальному суспільстві та його інформатизація.

Аналіз основних наукових підходів до визначення пріоритету змін в індивідуальному характері трансформації праці в постіндустріальному суспільстві та визначення окремих якостей людини – працівника в постіндустріальному суспільстві доводять, що вони змінюються під впливом процесів інноваційного розвитку та інформатизації, підвищується значущість особистості, основними якостями працівника стають рівень освіти, креативність, професіоналізм.

Важливими для розуміння суспільних змін в постіндустріальному товаристві є характеристики рівня фінансових відносин, що трансформуються на первинному рівні, рівні домогосподарств – в нуклеарній сім'ї. Ці нові відносини в сім'ї

мають великий вплив і на характер праці, способи її організації, визначення мотиваційних чинників для працівника.

Існує два наукових підходи до визначення характеру праці в умовах постіндустріального суспільства. Науковці, що додержуються першого підходу, визначають зміни в характері праці як процеси, що впливають на зміну соціальної структури шляхом формування нового класу – класу «когнітаріїв». Інша група науковців більшою мірою концентрує увагу у дослідженнях на вдосконаленні та трансформації професійних якостей окремих працівників, підвищенні їх кваліфікації, інтелектуальних здібностей, компетенцій і креативності. Ці підходи є взаємопов'язаними.

Особливістю сучасної епохи, що об'єднує ці два підходи, є високі вимоги до рівня освіти, системи підготовки фахівців для сфери високотехнологічного розвитку та інформаційних технологій. Є доцільним створення єдиної концепції формування та розвитку постіндустріальної економіки, яка поєднує в собі врахування змін як у суспільстві в цілому, так і професійних та людських якостях та можливостях окремого індивіда, працівника.

Література до першого розділу

1. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 3. / Редкол.: ...С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. 952 с.

2. У чому сутність теорії постіндустріального суспільства? Електронний ресурс. URL: <http://politics.ellib.org.ua/pages-12172.html>. (дата звернення 2.03 2020).

3. Кириленко К.М. Інноваційна культура в контексті теорії постіндустріального суспільства. *Вісник Маріупольського*

державного університету. Серія: філософія, культурологія, соціологія, 2015, № 10. С. 45–51.

4. Кулага І.В., Дуброва Л.М. Україна на шляху до постіндустріального суспільства. *Економічна теорія*. № 10. С. 11–15.

5. Пильтай О. Постіндустріалізм і стратегія економічного розвитку України. *Держава та економіка*. 2011, № 1. с. 5–19.

6. Кальницький Е.А. Концепція постіндустріального суспільства Деніела Белла як підґрунтя формування концепцій інформаційного суспільства. *Філософія права*. 2013, № 5 (19). С. 137–142.

7. Сазонець І.Л., Лещенко М.М. Державно-інституційне регулювання концентрації капіталу міжнародних та національних корпорацій. Рівне, Волин. береги, 2017. 164 с.

8. Сазонець І.Л., Саленко А.С. Детермінанти лібералізації високотехнологічного підприємництва в умовах постіндустріального переходу. Рівне, Волин. береги, 2019. 185 с.

9. Сазонець І.Л., Саленко А.С. Постіндустріальний перехід та еволюція корпоративного високотехнологічного підприємництва. *Вісник НУВГП. Економічні науки*. Рівне, 2018. № 2(82). С. 212–221.

10. Сазонець І.Л., Саленко А.С. Сутність та трансформація основних форм підприємницької діяльності. *Вісник НУВГП. Економічні науки*. Рівне, 2018. № 3(83). С. 197–205.

11. Джинджоян В.В. Стратегічне управління підприємством на основі використання інформаційного потенціалу. *Вісник НУВГП. Економічні науки : зб. наук. праць*. Рівне : НУВГП, 2019. Вип. 2(86). С. 141–150.

12. Джинджоян В.В., Волок В.В. Влияние уровня использования ИТ на развитие туризма и гостеприимства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 1 (18). С. 324–329.

13. Чухно А.А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України. К.: Логос, 2003. 631 с.

14. Поляков М.В. Економіка знань: сутність, детермінанти, глобальний ландшафт. Дніпро: Нова ідеологія. 2018. 688 с.

15. Гедонізм Вікіпедія. Електронний ресурс. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%>. (дата звернення 2.03 2020).

16. Податкова діяльність держави в умовах становлення інформаційної постіндустріальної економіки : монографія / [Мацелюх Н.П., Максименко І.А., Теліщук М.М. та ін.]. – Ірпінь : Університет ДФС України, 2018. – 362 с. – (Серія «Податкова та митна справа в Україні», т. 107).

17. Мороз О.В., Воловодюк С.С. Принципи адаптування економіки України до вимог постіндустріального суспільства. *Проблеми економіки*. 2014. № 2. С. 62–66.

18. Пукіш Ю.А. «Порівняльний аналіз концепцій постіндустріального та інформаційного суспільств (Деніел Белл, Валерій Хмелько). *Наукові записки. Соціологічні науки*. Том 21. С. 36–40.

19. Петренко М.П. Постіндустріальна трансформація економічних відносин: фактори, напрями, тенденції розвитку. *Бізнес-навігатор*. 2014. №3 (35). С. 65–71.

20. Яхно Т.П. Соціалізація економіки та індивідуалізація споживчого ринку як необхідні передумови національного розвитку. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2019. № 2 (80). С. 12–17.

21. Кириленко К.М. Інноваційна культура в контексті теорії постіндустріального суспільства. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: філософія, культурологія, соціологія*. 2015 р. № 10. С. 45–51.

22. Тельнов А.С., Гончарук В.В. Інтелектуалізація праці у концепції постіндустріального суспільства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2009. № 1. С. 239–245.

23. Добровольська А.Б. Постіндустріальні тенденції світового розвитку та їх вплив на політико-трансформаційні процеси транзитивних країн. *Зовнішня політика і дипломатія: традиції, тренди, досвід*. 2015. № 22(2). С. 61–72.

24. Штангрет А.М. Формування постіндустріального суспільства як передумова розвитку економіки знань. *Наукові записки*. 2012. № 1(38). С. 78–87.

25. Чук О.В. Становлення України як постіндустріального суспільства. *Історико-політичні студії*. 2015. № 2. С. 120–127.

26. Сазонець І. Л., Саленко А.С. Знання та інновації як визначальні детермінанти формування та розвитку постіндустріального суспільства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 11. С. 5–10.

27. Економічні теорії в системі наукових економічних знань [Текст] : 2-ге вид., перероб. та доп. Навчальний посібник / Н.П. Мацелюх, І.А. Максименко, Круш П.В., Мартиненко В.В., М.М. Теліщук та ін. – К. : Видаництво «Центр учбової літератури», 2016. – 226 с.

28. Лебедева Л.І. Еволюція теорій постіндустріального суспільства. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2016, № 2. С. 13–17.

29. Сазонець І.Л., Саленко А.С. Зміни в суспільному характері праці та напрями трансформації соціальної структури в постіндустріальному суспільстві. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 10. С. 22–27.

30. Джинджоян В.В. Внутрішньокорпоративні соціальні програми туристичних підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 1. С. 39–43.

31. Стеценко Б.С. Фундаментальні основи становлення постіндустріальної економіки: теоретичні засади. *Причорноморські економічні студії*. 2017. № 16. С. 151–154.

32. Торяник В.М., Джинджоян В.В., Приз О.В. Інноваційно-інвестиційні тренди у міжнародному бізнесі. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 22. С. 5–9.

33. Дзьобань О.П., Жданенко С.Б. Від «інформаційного суспільства» до «інформаційної безпеки»: до проблеми концеп-

туалізації сутності понять. *Інформація і право*. 2019. № 2(29). С. 60–73.

34. Пиріг О.В. Економічний розвиток національних економік за різних типів суспільств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 16. с. 6–11.

35. Крушельницька Г.Б. Генеза концепції людського капіталу в постіндустріальному суспільстві. *Бізнес-інформ*. 2014. № 5. С. 25–30.

36. Джинджоян В.В. Дослідження соціальних процесів в умовах складного методологічного плюралізму. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 19. С. 18–22.

РОЗДІЛ 2.

СОЦІАЛЬНІ ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

2.1 Суспільно-наукові концепції індустріального та постіндустріального розвитку

В наукових теоріях з'явилася велика кількість концепцій суспільного розвитку, які описують, трактують та визначають його основні напрями, а також поєднують економічні, соціокультурні, ментальні та соціальні аспекти. До таких теорій можна віднести сцієнтизм – науково-світоглядну концепцію з історичним та філософським коріння, яка визначає соціально-економічний розвиток як похідну розвитку наукових знань та наукових досягнень, економічну антропологію – складову частину антропологізму філософії, яка разом і соціальною, соціокультурною антропологією формує нові уявлення про цінності, працю та обмін в залежності від ментальності, культурних, етнічних традицій в суспільстві. До наукових концепцій протилежного спрямування слід віднести технократизм, тейлоризм, соціал-тейлоризм, концепцію технічного пріоритету, технологічний детермінізм. Ці концепції виникли разом із розвитком індустріальної економіки, спрямовані на використання індивідуальних можливостей працівника як робочої сили, спираються на науково-технічний розвиток, ефективність діяльності корпорацій та в мінімальному обсязі досліджують та враховують соціокультурні особливості працівників різних етнічних, соціальних та національних груп.

Серед науковців, які досліджували питання розвитку економіки у взаємозв'язку із гармонізацією соціальних процесів,

слід визначити таких науковців, як Амоша О.І., Безтелесна Л.І., Деева Н.М., Єлесєєва О.К., Колот А.М., Назарова Г.В., Лібанова Е.М., Новікова О.Ф., Сардак С.Е., Саричев В.І., Сиченко В.В. Праці цих науковців заклали основи дослідження соціальних процесів у суспільстві, світовій та національній економіці. Ці науковці розглядали такі фундаментальні проблеми сучасного соціального розвитку, як багатство та бідність, рівність та нерівність у суспільстві, рівновага соціально-економічних систем, рух робочої сили, міжнародна трудова, інтелектуальна міграція, міжнародний поділ праці, якість життя, людський розвиток, соціальний розвиток.

Більш конкретну спрямованість в руслі товарного виробництва, надання послуг, соціальних процесів на рівні окремої корпорації, відносин корпорації з місцевими громадами та суспільством в цілому мають праці таких науковців України, як Білопольський М.Г., Верхоглядова Н.І., Грішнова О.А., Гринько Т.В., Мельникова М.В., Сазонець І.Л., Хамініч С.Ю., Холод Б.І., Ястремська О.М. Завдяки цим науковцям економічна наука збагатилася новітніми підходами у вирішенні таких проблем, як шляхи вирішення соціальних проблем розвитку стратегічних підприємств України та вплив таких підприємств на економічну ситуацію в країні та в регіонах, розвиток освітнього потенціалу як основи якості людського капіталу України та якості персоналу підприємств, пріоритети людського розвитку у формуванні інноваційної моделі розвитку вітчизняних підприємств, вплив якості людського капіталу, кваліфікації кадрів на регіональні виробничо-господарські комплекси, вирішення проблем соціального партнерства держави, роботодавців та профспілок, формування моделі сумлінної ділової практики корпорацій, шляхи розвитку корпоративної соціальної відповідальності,

стимулювання інноваторів у процесі створення нових благ та ресурсів.

Соціальні процеси, їх розвиток були завжди щільно пов'язані зі станом економіки та формою економічних відносин у суспільстві. Якщо проаналізувати ретроспективний аспект становлення соціальних процесів в країнах, то можна побачити, що рівень розвитку виробничих сил завжди безпосередньо впливав на рівень соціальних процесів. Ефективність економічної діяльності, статок працівника, наявність вільного часу зумовлює статусність особи, членів його сім'ї, положення в родині та в суспільстві. Тому дослідження соціальних процесів завжди базуються як на виявленні основних соціальних конструкцій суспільства, так і на вивченні розвитку та характеру виробничих сил, визначенні особливостей процесу обміну, моделі економіки, самоідентифікації працівника в соціальних та економічних процесах як ключової ланки економічного процесу.

Головним методологічним інструментом дослідження економічних процесів та соціальних явищ залишаються інструменти класичної економічної теорії, мікро- та макроекономіки. Тому важливим науковим завданням є вибір або поєднання методологій різних наукових шкіл у процесі дослідження економічного розвитку та соціальних процесів у суспільстві, в тому числі і з урахуванням впливу сучасних корпоративних структур. Важливим завданням є також врахування зміни пріоритетів у створенні доданої вартості та формуванні національного доходу країн – від виробництва товарів до надання послуг. Останнє пов'язано із прискореним розвитком сфери послуг – перш за все інформаційних та наукових. Великий сегмент світового ринку послуг займають також туристичні послуги.

Одним з головних наукових центрів країни, який досліджує в своїй діяльності поєднання соціальних та економічних процесів, є Інститут соціології НАН України. Зміст і характер наукових досліджень цієї установи спрямовані насамперед на виявлення закономірностей і основних тенденцій соціального розвитку українського суспільства, відтворення в наукових концепціях динамічного образу сучасного українського соціуму, аналіз особливостей суспільних перетворень, визначення основних показників, форм і наслідків соціальних змін, які відбуваються в Україні на стику тисячоліть. Ці головні критерії діяльності Інституту реалізуються в наступних пріоритетних напрямках досліджень:

- особливості соціально-статусної стратифікації;
- тенденції й механізми соціальної диференціації;
- тенденції трансформації соціальної структури суспільства;
- динаміка масової свідомості населення;
- соціальні умови формування ринкової економіки;
- фактори адаптації особистості в умовах суспільної кризи;
- динаміка соціального самопочуття населення;
- становлення громадянського суспільства й формування української еліти;
- соціологія культури й масової комунікації;
- історія, теорія, методологія соціології, соціологія політики й інше [1].

Для економічної науки найбільшу цікавість мають дослідження соціальних умов формування ринкової економіки, тенденції й механізми соціальної диференціації, тенденції трансформації соціальної структури суспільства. Ці напрями

діяльності Інституту соціології визначають економіку як одну із складових динаміки соціальних процесів у суспільстві та обумовлюють взаємовплив соціальних та економічних процесів.

Серед науковців, що представляють наукові школи Заходу, слід виділити авторитетних дослідників соціальних процесів. Г. Ленскі і Дж. Ленскі пов'язують трансформацію соціальної організації із розвитком економічної бази суспільства, країни. Вони вважають, що розвиток виробничих сил впливає на формування ментальності населення, демографічних чинників, поведінку людей в побуті, сім'ї. Причому, за їх думкою, не завжди успіхи в економічній сфері викликають позитивні процеси у побудові суспільства та в соціальних відносинах. В цьому контексті позиція авторів схожа до відомої концепції «економічного імперіалізму», яка на перший план соціального розвитку висуває розвиток економіки та економічні інтереси [2].

Відомий німецький науковець О. Шпенглер в своїй праці «Занепад Європи» виявив негативні тенденції в розвитку соціальної системи європейських країн. На час написання монографії (1918 рік) Європа була в стані розрухи між двома світовими війнами. Тому матеріалів для об'єктивної обробки тогочасних негативних явищ було у автора вдосталь. Однак в своїй методології науковець спирався також і на теоретичний аналіз. Зокрема, він досліджував історію головних цивілізацій прадавнього світу і переконався, що навіть найуспішніші цивілізації існують не більше 1000 років. Тому соціально-економічні зміни, що проходили на той час в Європі, від вважав ознаками початку її занепаду [3].

Прихильником основних наукових позицій О. Шпенглера був відомий соціолог А. Тойнбі. Цей науковець також відзначав специфічність та спадкоємність процесів соціального розвитку

цивілізацій, проте він виокремлював деякі інші особливості цього процесу. Одним з головних постулатів теорії А. Тойнбі було визнання ролі еліт у формуванні суспільства. За його думкою, при формуванні достатньої кількості еліти та досягнення її високої якості цивілізація має шанс на довге існування. Без еліти соціальна система занепадає [4].

Притримувався позиції вирішального впливу еліт на суспільство італійський економіст і соціолог В. Парето. Він розвинув теорію еліт, доповнивши її такими складовими, як структуризація, циркуляція та зростання якості. Його теорія отримала назву «циркуляція еліт», бо в ній він доводив необхідність періодичної зміни еліт, що, за його думкою, надавало нові можливості розвитку загальній соціальній системі, в якій існують ці еліти [5].

Американський соціолог – фахівець в сфері соціальних конфліктів Т. Гарр розробив актуальну на теперішній час теорію «депривації» суспільства. Під терміном «депривація» науковець розумів стан людини, що схожий з депресією, але такий, що спричинений різницею очікувань людини та отриманням нею матеріальних та нематеріальних благ. Значний рівень депривації в суспільстві, за думкою науковця, призводить до соціальних конфліктів та революцій. Сучасний стан глобалізації економічних процесів призводить до стрімкої диференціації економічних можливостей людей в різних країнах. Засоби масової інформації легко розповсюджують знання про такий розрив в економіці, соціальних гарантіях, цифрову нерівність, що призводить до «депривації» навіть у випадках, коли економіка країни розвивається стабільно і динамічно [6].

Наведені сучасні теорії демонструють нерозривність економічних процесів та соціальних трансформацій в суспільстві. Ті

чи інші соціальні зрушення пов'язані із тенденціями економічного розвитку. Тому в процесі аналізу розвитку економічних систем та корпорацій необхідно спиратися на основні чинники реалізації соціальної парадигми. За думкою вчених концепція прогнозування соціальних процесів в економічних системах базується на декількох методологічних принципах:

Соціальний процес як феномен, за думкою Спиці Н.В., необхідно розглядати з таких методологічних позицій, як: 1) спосіб існування соціальної форми матерії; 2) як процес, що охоплює зміни і взаємодії елементів, націленої на збереження сталого розвитку всієї системи. Під процесом розуміється послідовність станів природних і штучних систем, пов'язаність стадій їх зміни і розвитку, плин людської (і не тільки) сукупної діяльності, що породжує різні – очікувані та непередбачувані результати; 3) як процес конструктивної взаємодії хаосу і порядку соціальної системи; 4) як іманентну якість соціальної системи, що дає можливість здійснювати вищезазначений процес [7, С. 179].

Таким чином, наведений огляд наукової синергії в процесі дослідження економічних та соціальних явищ доводить необхідність виокремити міждисциплінарний характер цього процесу, його системність, історичність та об'єктивність. Складність і багатовимірність соціального простору зумовлює наявність великої їх сукупності. Має сенс виділити такі підходи в дослідженні соціальних явищ:

1. Міждисциплінарний підхід – можливість використовувати соціологічні, економічні, математичні методи для комплексного вивчення соціальних явищ. Таким чином, методологія не може бути зведена до якогось одного методу дослідження.

2. Системний підхід – сприяє виявленню особливостей розвитку трансформаційних процесів, а також взаємозв'язку об'єктивних і суб'єктивних чинників у розвитку соціальних явищ.

3. Облік регіональної специфіки – врахування особливостей, проблем і перспектив розвитку соціальних явищ.

4. Інформаційна забезпеченість дослідження – спираючись на існуючу статистичну інформацію, дозволяє підготувати верифіковані масиви інформації, що адекватно відображають просторову та тимчасову диференціацію досліджуваного об'єкта.

5. Практична можливість отримувати результати дослідження – розробка теоретичних і практичних прийомів, а також доведення їх до рівня конкретних рекомендацій.

6. Історичний підхід, який є методологічним відображенням дійсності в безперервній єдності минулого, сьогодення і майбутнього при розгляді процесів формування, розвитку і трансформації соціального простору.

7. Об'єктивність, що орієнтує дослідника на розуміння і вміння встановити (оцінити) ступінь суб'єктивності отриманої інформації (спотворює соціальну реальність) і визначити необхідність її мінімізації. Цей принцип також дозволяє вибрати адекватну систему методів аналізу соціальних явищ [8, С. 18].

Відомий науковець Спиця Н.В. пропонує систематизацію підходів до дослідження соціальних процесів за своїми авторськими ознаками. Для повного і адекватного дослідження процесів системної самоорганізації суспільства, за його думкою, доцільно застосовувати такі методологічні підходи: системний та структурно-функціональний; історико-філософський; субстратно-редуктивний; синергетичний; менталітетно-трансцендентальний; соціокультурний. Доцільним для адекватного аналізу самооргані-

зації суспільства буде застосування принципу доповнюваності (кентавричності), принципу матеріальної єдності світу, принципу міждисциплінарності [7, С. 180].

Жодне наукове дослідження неможливе без дотримання методологічних принципів. Сам науковий принцип виконує організуючу, об'єднуючу і синтезуючу функції і є вимогою (правилом) до елементів соціальних концепцій. За думкою Ісакової О.І, перший методологічний принцип – не обмежуватися однією реалізованою траєкторією цивілізації, держави, а припускати поле можливостей. Останні досягнення науки, у тому числі науки управління, дозволяють з великою ефективністю розробляти варіативні моделі соціальних систем, шляхів досягнення соціального результату. Другий методологічний принцип – визнання домінуючою ролі в соціальному розвитку суб'єктивного фактора, тобто розумної цілеспрямованої діяльності людей, що спирається на накопичений науковий потенціал і певні морально-етичні та моральні цінності. Третій методологічний принцип прогнозування – ставлення до соціально-політичної дійсності як до об'єктивної реальності. В якості об'єктивної реальності може і повинна розглядатися соціальна система тієї чи іншої країни з характерними для неї соціальними, класовими відносинами. Як об'єктивна реальність можуть розглядатися існуюча в тій чи іншій країні в певний період політична надбудова, держава, вся система соціальних відносин [9, С. 162].

Виходячи з наведених методологічних підходів та принципів, є доцільним сформулювати власну методологічну концепцію, що призначена для вивчення таких глобальних за характером процесів як соціальні явища в сучасному суспільстві. Найчастіше методологічну концепцію розуміють як «рамки»,

відповідно до яких вчені здійснюють наукову діяльність. Багато методів, що використовуються для дослідження соціальних явищ, є міждисциплінарними, що визначено складністю досліджуваного об'єкта. Нами пропонується методологічна концепція дослідження, яка ґрунтується на групі методів. За ступенем спільності в нашому дослідженні виділяються такі групи методів:

1. Філософські. Визначають способи формування і трансформації соціального простору (гносеологічний і діалектичний методи пізнання). Такі методи застосовуються для дослідження всіх сфер соціальної реальності і на всіх етапах пізнавального процесу.

2. Загальнонаукові методи. Визначають деякі аспекти пізнання і перетворення соціальної дійсності (аналіз, синтез, індукція, дедукція та ін.). Використовуються практично в усіх наукових напрямках, але не на всіх етапах пізнавального процесу і призначені для дослідження конкретних явищ соціальної реальності.

3. Приватні, спеціальні методи. До цієї групи включені методи, розроблені конкретною наукою і спрямовані на пізнання окремих областей реального світу (біографічний метод, опитування, метод соціометрії та ін.).

4. Соціологічні. В цьому випадку мова йде про методи збору та аналізу соціологічної інформації (анкетування, інтерв'ювання, спостереження та ін.). Взаємозв'язок факторів, механізмів і умов, що впливають на соціальні явища, вимагає комплексного використання всіх груп методів [8, С. 19].

Виходячи із запропонованої методологічної концепції дослідження необхідно визначити методи дослідження соціаль-

них процесів. Основними методами дослідження в рамках позначеної проблеми можуть виступати:

1. Абстрактно-логічний – застосовується під час виконання аналітичної частини роботи на основі аналізу літературних і фактичних даних для виявлення існуючих факторів, умов, показників.

2. Математичні і статистичні методи. Необхідні під час аналізу сучасних соціальних процесів, розрахунку інтегральних показників, а також під час аналізу соціальних підпросторів, розрахунку вибірки тощо.

3. Порівняльний аналіз. Застосовується при зіставленні отриманих емпіричних і статистичних даних.

4. Соціологічні (анкетування, глибинне інтерв'ю, метод експертних оцінок) – використовуються для отримання суб'єктивних і об'єктивних оцінок проблем.

5. Метод угруповань (для пошуку причиннонаслідкових зв'язків між факторами і умовами сталого розвитку соціальних явищ).

6. Картографічний (необхідний для створення картографічної бази даних за такими показниками: демографічний, соціальний та інституційний, економічний) [8, С. 20].

Нами вже було розглянуто окремі соціальні концепції розвитку суспільства, які щільно пов'язані з економічним розвитком. Разом з іншими концепціями, які були відзначені в науковій літературі з цих питань, вони формують вже цілісну систему. Така система подана в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Суспільно-наукові концепції соціального розвитку та регулювання економічних процесів [власні дослідження]

Назва	Фундатори	Суть концепції
Сцієнтизм	Ф. Бекон	Наукові погляди, що перебільшують значення науки (перш за все технічної) в суспільстві в цілому. Традиції сучасного сцієнтизму мають глибоке коріння.
Економічна антропологія	Б. Малиновський, М. Мосс, М.І. Зібер, К. Блюхер	Наукова історико-економічна концепція, що ставить в пряму залежність економічні процеси в суспільстві від моделей соціально-культурного устрою суспільства, ментальності, світогляду. Змінює підходи до трактування економічних законів у суспільстві від ідей накопичення багатств до ідей дарування та благодійності.
Типологія суспільств	Г. Ленські і Дж. Ленські	Трансформація соціальної організації суспільства пов'язана із розвитком економічної бази суспільства, країни.

Продовження таблиці 2.1

Еволюція культур та занепад цивілізацій	О. Шпенглер	Розглядав культуру як розколоту на окремі культури. Вмираючи, культура перероджується в цивілізацію. Цивілізація супроводжується процесами «омасовлення» всього життя, що знаходить свій вияв у глобалізації форм і методів людського існування: господарства, політики, техніки тощо.
Постмодернізм	А. Тойнбі	Тойнбі висунув критерії оцінки цивілізацій: стійкість у часі та просторі, у ситуаціях «виклику» і взаємодії з іншими народами. Сенс поняття «цивілізація» він бачив у тому, що зіставні одиниці (монади) історії проходять подібні етапи розвитку. «Успішні» цивілізації проходять стадії виникнення, зростання, надлому і розкладу.
Теорія еліт, «циркуляція» еліт	В. Парето	Успішний розвиток суспільства можливий лише при своєчасному оновленні еліт. В іншому випадку суспільство чекає застій і заміна в результаті революції.

Продовження таблиці 2.1

Соціальні конфлікти	Т. Гарр	Найбільш відомий завдяки роботам щодо участі людей у внутрішньо-політичних конфліктах і створенні емпіричних баз даних для політичних досліджень. У поясненні соціальних протестів дотримувався теорії відносної депривації і опори на психосоціальні фактори людських рішень.
---------------------	---------	--

Всі ці наукові концепції відрізняються різною методологією, але спрямованні на аналіз та пояснення соціальних процесів. Відомий науковець Ісакова О.І визначає, що «в умовах нестабільності та системної кризи вкрай актуально визначити критерії та критичні величини показників розвитку суспільства. Оскільки область соціальних відносин тісно пов'язана і взаємодіє, зокрема, з економічними, правовими, моральними, культурними, етнографічними та іншими відносинами і виступає як органічна частина цілісного суспільного організму, прогнозування перспектив її розвитку, хоча і має свій самостійний об'єкт, можливе лише на основі та у зв'язку з економічним прогнозуванням та іншими областями соціального прогнозу» [9, С.163].

Найбільш цікавою з теоретичної точки зору є відносно нова наукова концепція, яка ще тільки розвивається в системі соціальних вчень – концепція економічної антропології. Поки що не є достатньо визначеними межі цієї концепції, її взаємозв'язок з економічною теорією, чинники впливу на сучасну наукову думку.

Науковці визначають, що «антропологія і економіка в їх кінцевому вираженні настільки щільно зближуються один з одним, що стає неможливо розпізнати, якою мірою вони взаємозалежні з точки зору своїх понять, підходів і принципів і одночасно наскільки вони в цих поняттях, підходах та принципах розходяться. Однак існує сукупність питань, які вимагають висвітлення саме виходячи з розпізнання заходів взаємо-сполучення економіки і антропології і разом з тим виходячи з дослідження форм їх обопільного дистанціювання» [10, С. 72].

Одним з класиків економічної антропології вважається Б. Малиновський. Спираючись та консолідуючи його підходи щодо основ розвитку економіки як соціального явища ми можемо визначити наступні положення економічної антропології як методології аналізу соціально-економічних процесів:

- включення економічних процесів у соціоекономічне середовище;
- експресивний характер праці (праця сама по собі є мета) разом з інструментальним аспектом її суті (праця є процес життєзабезпечення суспільства);
- велике значення емоційно-психологічного та естетичного аспекту праці та обміну;
- престижно-статусне значення праці та економічної активності в цілому;
- домінантність щедрості як принципу економічної поведінки та норми для традиційного суспільства;
- пріоритет співробітництва, соціальних зв'язків у порівнянні з егоїстичним індивідуалізмом;
- заперечення еквівалентності розумного, накопичувального, раціонального (соціально-економічний погляд на норму та аномальність поведінки);

- пріоритетність комунікацій всередині соціуму, особистісне спілкування, спілкування із сусідами та членами родини;
- головний зміст економічної свідомості пов'язаний з культурною інтерпретацією праці та обміну [11, С. 70].

Принципова відмінність антропології, з одного боку, і соціології, інших соціальних наук, з іншого полягає, за думкою Резніка М.Ю., в поділі соціального життя або соціальної дійсності на дві форми – суспільну і громадську. Така диференціація бере свій початок ще в роботах відомого німецького філософа і соціолога Фердинанда Тьоніса. Останній, як відомо, поділяв все різноманіття соціальних зв'язків на два основних – суспільні і громадські. До громадських зв'язків він відносив перш за все родові або кровноспоріднені відносини, відносини «сусідства» і відносини «дружби». Оскільки соціальність є взаємодія прагнень індивідів, під час якої відбувається їх самоствердження, то можна говорити про два різновиди соціальної волі людей – «сутнісної волі» громади як органічного цілого, обумовленої емоціями та іншими природними властивостями людей, і «механічної волі» суспільства, заснованої на раціональному розрахунку і вірі в можливість колективного розуму. Надалі сучасні дослідники почали розрізняти громадські та суспільні відносини за іншими ознаками, наприклад, як внутрішній («єднання в свідомості») і зовнішній («єднання через соціальний порядок») аспекти соціального зв'язку [12, С. 100].

Сучасні механізми виокремлення економічних інтересів на різних рівнях суспільного життя частково проілюстровані в монографії Сазонця І.Л. «Наукові основи та імплементація світових практик місцевого самоврядування та об'єднання територіальних громад». В монографії розглянуто глобальні чинники підвищення дієвості функціонування економічних систем на

основі вдосконалення системи державного управління цими процесами, визначено основні напрями та можливості кращих світових практик управління державою та регіонами, визначено пріоритети цього процесу та особливості місцевого самоврядування в Україні, проведено теоретичне осмислення цього процесу. В роботі запропоновано та розкрито теоретико-методичні підходи до удосконалення адміністративних систем, досліджено еволюцію та сучасні проблеми місцевого самоврядування в Україні, визначено та досліджено процес об'єднання територіальних громад як пріоритетний напрям соціального та економічного розвитку [13].

Особливості економічного розвитку з точки зору економічної антропології розглядав Х. Шрадер. За його думкою, є сенс розглядати економічну діяльність досить широко, тому що тільки так ми можемо наблизитися до розуміння як інших державних інтересів, стимулів до праці та процесів обміну, так і економічних основ свого власного розвитку. Економісти запевняють, що ринкові відносини являють собою моментальний анонімний обмін. Однак повсякденний життєвий досвід говорить нам, що це вірно лише для специфічної (високої) сфери економіки (і навіть в ній – не для кожної транзакції), в той час як на більш низькому її рівні обмін включений в соціальні відносини. Більш того, в процес прийняття рішення в ситуації обміну включений особистий досвід агента, а також контекст, який задає певні можливості і обмеження його дій. Агенти зазвичай не є ізольованими індивідами, а належать до груп, класів, асоціацій тощо, що якраз і становить головну проблему економічної антропології [14]. Такі види економічної діяльності та процеси обміну були характерними для первісних суспільств та суспільств з недостатньо розвинутими формами обміну (тоталітарні,

централізовані, натуральне господарство). В теперішній час найвищим проявом такої форми економічної діяльності є види економіки, які класифіковані за культурними ознаками. Наприклад, в загальному вигляді існують особливості ринково-ліберальної моделі економіки, ісламської моделі, конфуціанської та буддійської. В сфері діяльності корпорацій, корпоративних відносин виокремлюють англо-саксонську модель, європейську (рейнську), азійську (японську) моделі. В глобальній економіці національні культурні особливості в сфері організації бізнесу та обміну збільшують свої масштаби до субрегіональних культур та субрегіональних економічних моделей.

Підтвердженням цього наукового положення економічної антропології є соціально-економічні системи Сходу земної кулі. Вони містять в собі більш уособлений контент соціальних детермінант розвитку. Зокрема, відмінності буддійської та конфуціанської економічних моделей від системи праці та ринкового обміну в європейських та англо-саксонських моделях, за думкою Белика А.А., є наступними:

- взаємозв'язок всіх учасників господарської діяльності, наявність горизонтальних зв'язків та почуття солідарності;
- інша мотивація процесу праці індивіда, незвідність її тільки до критеріїв гроші/прибуток;
- неприйняття тільки кількісних показників споживання благ в ролі показника якості життя;
- уявлення про господарську діяльність як цілісну мету економічної системи;
- відображення в економіці духу культури [11, С. 75].

Як один з ключових моментів визначення предметної галузі економічної антропології в дослідженнях розвитку суспільства необхідно визначити пізнавальні процедури, які

пропонує Ю.М. Резник: 1) виділення особливого об'єкта або класу об'єктів аналізу; 2) розробка понятійного апарату та обґрунтування проблемного поля цієї науки; 3) визначення меж і можливостей пізнання даного об'єкта (сукупності об'єктів) та формулювання вихідних онтологічних принципів або припущень щодо природи, структури об'єкта, взятого в його динаміці; 4) опис об'єктів науки в спеціальних категоріях або поняттях і встановлення емпіричних фактів і залежностей соціокультурної взаємодії людей; 5) виявлення істотних зв'язків, властивих цьому об'єкту, і складових проблемного поля науки, 6) побудова аналітичних моделей об'єкта (об'єктів), що характеризують їх окремі сторони і зв'язки між ними; і, як підсумок – 7) створення на основі наявних положень цілісної концепції (концептуальної системи), яка виражала б якісну своєрідність об'єкта [12, С. 111].

Наукові проблеми соціального розвитку більш конкретних суб'єктів економічної діяльності – до яких відносимо корпоративні структури (в тому числі міжнародні), підприємства, суб'єкти підприємницької діяльності, досліджуються науковцями на прикладах реального формування, розвитку та трансформації. Еволюція таких корпоративних структур в сучасній економіці починається практично з XV сторіччя і продовжується до теперішнього часу. За думкою окремих вчених, ознаки корпоративної діяльності з'явилися в економічних системах задовго до епохи первісного накопичення капіталу та індустріальних революцій. В експансії та діяльності древніх греків щодо заснування нових полісів, міст-держав вчені вбачають ознаки вивозу капіталу та розширення можливостей для виробництва та обміну товарів, наближення до товарних ринків, що є притаманним сучасним маркетинговим підходам. Функціонування вотчин феодалів на засадах натурального господарства можна в кінцевому

підсумку розглядати як агропромислове виробництво із замкнутим циклом. Окремі військові походи мали економічне значення для завойовників без особливого політичного зиску і т. і.

Розвиток індустріального суспільства на основі практично вільних ринкових відносин з мінімальним регулюючим впливом держави сприяв формуванню потужного корпоративного сектору, який довгий час був прогресивною рушійною силою розвитку цивілізації. За відносно короткий час на основі приватних інвестицій та корпоративного інтересу було зроблено великі кроки вперед на шляху розвитку виробничих сил, розвитку науки, створено фундамент для формування нових відносин постіндустріального характеру. В таблиці 2.2. представлено основні наукові концепції, що пов'язують корпоративний розвиток економіки із соціальними відносинами в межах виробничих колективів та суспільства в цілому.

Таблиця 2.2

Суспільно-наукові концепції із різним рівнем врахування соціальних складових, що спрямовані на економічний та промисловий розвиток [власні дослідження]

Постіндустріальне суспільство	Д. Белл	Суспільство, в економіці якого переважає інноваційний сектор економіки з високопродуктивною промисловістю, індустрією знань, з високою часткою у ВВП високоякісних та інноваційних послуг, з конкуренцією в усіх видах економічної та іншої діяльності, а також більш високою часткою населення, зайнятого в сфері послуг, ніж в промисловому виробництві.
-------------------------------	---------	--

Подовження таблиці 2.2

Інформаційна економіка	Ф. Махлупом, Т. Умесао	Концепція, що характерна для тих прогнозів майбутнього інформаційного суспільства, в яких акцент зосереджується на провідній ролі електронно-інформаційних технічних засобів зв'язку в розвитку всіх основних сфер економіки. Сама інформація ототожнюється з товарною продукцією і досліджується здебільшого за допомогою статистичних методів.
Технократизм	С. Хабер, Д. Стабіл	Інженерна складова домінує в умовах створення нової власності, а економічні параметри залежать від якості виконання проектів та якості самих проектів.
Тейлоризм	Ф. Тейлор	Поєднує цінові структури та розробки самих підприємств. За цією теорією капіталістичний менеджер та інженер розподіляють контроль над процесом виробництва між собою. Людина – продовження машини.
Соціал-тейлоризм СРСР	Ф. Тейлор, О. Богданов, О. Гастев	Економічне планування, політична бюрократія та технічна еліта мають контроль над економікою та суспільством шляхом розробки державних планів, таких, наприклад, як п'ятирічки та план ГОЕЛРО.

Подовження таблиці 2.2

Концепція технічного пріоритету	Ф. Сааді	Інженер втрачає контроль над проектом у зв'язку з вимогами ринкового середовища. Матеріальні фактори є первинними (зокрема енергія).
Технологічний детермінізм	Т. Веблен	Теоретико-методологічна установка у філософських та соціологічних концепціях, що спирається на домінування ролі техніки та технологій в розвитку соціально-економічних процесів.

З поданої таблиці ми можемо побачити, що соціальні концепції, що описують тенденції розвитку корпоративних структур та умов організації виробництва, мотиви та спонукальні чинники діяльності корпорацій, їх вплив на економічний розвиток людства мають давню історію. Не всі вони однаково оцінюють важливість та взаємопов'язанність соціальних та економічних процесів у корпоративних структурах та процесу економічного, промислового розвитку. Концепція «технологічного детермінізму» Т. Веблена, «технічного пріоритету» Ф. Сааді, тейлоризм, технократизм зводять до мінімуму органічний взаємозв'язок економічного та соціального. Теорії постіндустріального суспільства та інформаційного суспільства значною мірою обґрунтовують процеси трансформації виробничих відносин та відносин у суспільстві, які зачіпають і усталені соціальні зв'язки, змінюють соціальну структуру суспільства.

Таким чином, можна констатувати, що у процесі визначення методології наукового дослідження соціальних процесів у

суспільстві важливим науковим завданням є вибір або поєднання методологій різних наукових шкіл в процесі дослідження економічного розвитку та соціальних процесів у суспільстві, в тому числі і з урахуванням впливу сучасних корпоративних структур. Важливим завданням є також врахування зміни пріоритетів у створення доданої вартості та формуванні національного доходу країн – від виробництва товарів до надання послуг. Останнє пов'язано із прискореним розвитком сфери послуг – перш за все інформаційних та наукових. Великий сегмент світового ринку послуг займають також туристичні послуги.

Встановлено, що є сенс виділити наступні підходи в дослідженні соціальних явищ: міждисциплінарний підхід, системний, врахування особливостей, проблем і перспектив розвитку соціальних явищ, інформаційна забезпеченість дослідження, практична можливість отримувати результати дослідження, історичний підхід, об'єктивність.

Запропонована авторська методологічна концепція дослідження, яка ґрунтується на групі методів. За ступенем спільності в нашому дослідженні виділяються такі групи методів: філософські, загальнонаукові, приватні, спеціальні, соціологічні методи.

Найбільш цікавою з теоретичної точки зору є відносно нова наукова концепція, яка ще тільки розвивається в системі соціальних вчень – концепція економічної антропології. Поки що не є достатньо визначеними межі цієї концепції, її взаємозв'язок з економічною теорією, чинники впливу на сучасну наукову думку. Одним із теоретичних постулатів цієї концепції є розділення соціальних цінностей, інтересів людини, працівника на суспільні і громадські. Це наводить вчених до думки, що економічна діяльність, в тому числі корпорацій, повинна бути

спрямована як на вирішення соціальних питань суспільства в цілому (розвиток соціальної сфери держави), так і безпосередньо на врегулювання соціальних конфліктів та соціальний захист в корпораціях (корпоративна соціальна відповідальність, соціальне партнерство, сумлінна ділова практика).

Види економічної діяльності та процеси обміну, що базувались на практичному досвіді агента, культурному середовищі, клановій (класовій) приналежності були характерними для первісних суспільств та суспільств з недостатньо розвинутими формами обміну (тоталітарні, централізовані, натуральне господарство). В теперішній час найвищим проявом такої форми економічної діяльності є види економіки, які класифіковані за культурними ознаками. Наприклад, в загальному вигляді існують особливості ринково-ліберальної моделі економіки, ісламської моделі, конфуціанської та буддійської. В сфері діяльності корпорацій, корпоративних відносин виокремлюють англо-саксонську модель, європейську (рейнську), азійську (японську) моделі. В глобальній економіці національні культурні особливості в сфері організації бізнесу та обміну збільшують свої масштаби до субрегіональних культур та субрегіональних економічних моделей.

Розвиток індустріального суспільства на основі практично вільних ринкових відносин з мінімальним регулюючим впливом держави сприяв формуванню потужного корпоративного сектору, який довгий час був прогресивною рушійною силою розвитку цивілізації. За відносно короткий час на основі приватних інвестицій та корпоративного інтересу було зроблено великі кроки вперед на шляху розвитку виробничих сил, розвитку науки, створено фундамент для формування нових відносин постіндустріального характеру. В роботі проаналізовано

основні наукові концепції, що пов'язують корпоративний розвиток економіки із соціальними відносинами в межах виробничих колективів та суспільства в цілому.

2.2. Напрями реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності туристичних підприємств у контексті «Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року»

Проводячи дослідження напрямків розвитку корпоративної соціальної відповідальності туристичних підприємств, необхідно визначити, що ця діяльність базується на основних загальновідомих підходах. Одним з головних підходів є досягнення економікою необхідного масштабу та визначених показників. Такий підхід визначається більш конкретними економічними макропоказниками. Одним з таких показників є рівень макроекономічної стабільності. Без досягнення макроекономічної стабільності по-перше не будуть вирішені ключові проблеми соціального та економічного забезпечення широких верств населення і інструмент КСВ відповідно не буде ефективним, а по-друге, діяльність підприємств буде недостатньо ефективною і виділення коштів на реалізацію великих соціальних програм буде неможливим. Ще одним показником є ефективність діяльності державних і приватних інституцій. Взаємодія з державними органами влади, спадкоємність влади, стабільне законодавство є також важливими чинниками проведення великих соціальних програм та розвитку такого процесу, як

соціальне інвестування. Ефективність та розмір ринку товарів та праці як важлива передумова розвитку КСВ з однієї сторони зумовлює наявність достатньої купівельної спроможності населення та відповідно, можливість споживання туристичних послуг, а з іншої – створює конкурентні передумови розвитку туристичних послуг та основи для підвищення якості цих послуг за доступною ціною.

Також на формування системи КСВ в країні впливають показники синтетичного характеру, такі як: рівень розвитку фондового ринку, якість інфраструктури, рівень розвитку бізнесу, інноваційний та технологічний розвиток країни. Система складових та принципів КСВ в Україні подана на рис. 2.1 [15, с. 38–45].

Основними принципами КСВ в Україні, як і в усьому світі, вважаються наступні: підзвітність, прозорість, етична поведінка, дотримання законів, діалог зі стейкхолдерами, дотримання міжнародних норм поведінки в бізнесі, дотримання прав людини. Реалізація цих принципів впливає на велику кількість сфер соціально-економічної діяльності підприємств, серед яких основними є: корпоративне управління, дотримання прав людини, ефективні трудові відносини, сумлінна ділова практика, екологічні практики, відносини із споживачами, розвиток і підтримка громад.

Діяльність туристичних підприємств у сфері корпоративної соціальної відповідальності в Україні узгоджується з основними напрямками, що запропоновані ООН. Зокрема, напрями корпоративної соціальної відповідальності прописані в Глобальному договорі ООН. Ці напрями реалізуються 10 прагненнями рекомендаційного характеру:

- 1) підтримка та повага до прав людини у сфері їхнього впливу на основі міжнародних принципів;
- 2) гарантії того, що організації не будуть підтримувати порушення прав людини;
- 3) сприяння свободі асоціацій та визнання права на ефективні загальні переговори;
- 4) скасування будь-якої обов'язкової або примусової праці;
- 5) скасування дитячої праці;
- 6) скасування дискримінації щодо зайнятості та професії;
- 7) сприяння програмам профілактики, що забезпечують охорону навколишнього середовища;
- 8) вжиття ініціатив для сприяння підвищенню екологічної відповідальності;
- 9) розвиток екологічно чистих технологій і зростаюча їх поширеність;
- 10) боротьба з усіма формами корупції [16].

Прагнення ООН рекомендаційного характеру було закріплено в нормативних документах Уряду України. Одним з головних документів, що було розроблено в цій сфері, є «Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року», яка була схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 р. № 66-р [17].

В поданій Концепції основними напрямками розвитку соціально відповідального бізнесу, що реалізуються суб'єктами господарської діяльності, в тому числі туристичними підприємствами на добровільних засадах у сфері охорони навколишнього природного середовища є:

- впровадження інноваційних екологічно безпечних та енергоефективних технологій;

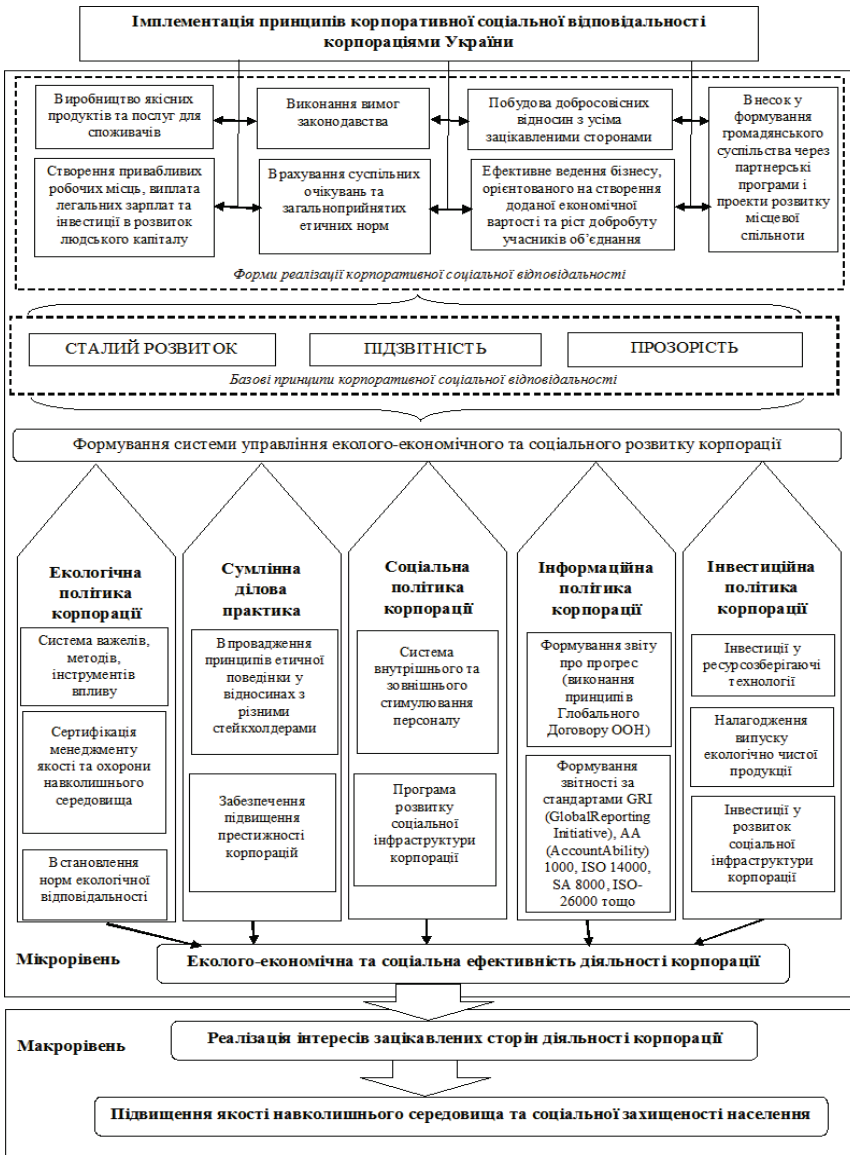


Рис. 2.1. Імплементация принципів і складових КСВ в Україні

- запобігання негативному впливу на навколишнє природне середовище;

- утилізація відходів [17].

Ми вже аналізували міжнародні програми сталого розвитку та ініціативи UNWTO з питань збереження довкілля та розвитку «зеленого» туризму, що уможливають повну тотожність розвитку напрямів туристичних підприємств та загальних підходів розвитку КСВ в країні. Туристичні підприємства України, як і всесвітньо відомі транснаціональні туристичні корпорації, з метою реалізації соціальних програм, програм сталого розвитку повинні приєднуватися до глобальних соціальних ініціатив. Серед таких ініціатив основними є ініціативи UNWTO, зокрема: «Біорізноманіття», «Заходи в сфері протидії зміні клімату», «Глобальна ініціатива туризму», «Енергоефективні рішення в готелях», «Єдина планета», «Ефективність ресурсів у туризмі», «Малі острови, що розвиваються», «Сприяння подорожам».

Соціально-економічні передумови розвитку туристичної діяльності чітко позиціонуються у Порядку денному ООН на 2030 рік. Саме тому «Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року» розроблена на вказаний термін та гармонізується за своїми показниками із документами ООН. Однак для виконання цього порядку денного необхідні чіткі рамки реалізації, адекватне фінансування та інвестиції в технології, інфраструктуру та людські ресурси. Саме тому така організація, як UNWTO, розробила та втілює в життя програми, що пов'язані із соціальним розвитком та намагається повернути туристичні підприємства до виконання цих локальних програм.

В поданій Концепції основними напрямками розвитку соціально відповідального бізнесу, що реалізуються суб'єктами господарської діяльності, в тому числі туристичними підприємствами на добровільних засадах у сфері зайнятості населення є:

- розроблення стратегій соціальної відповідальності суб'єктів господарської діяльності з урахуванням інтересів громади і суспільства;

- створення нових робочих місць;
- публікація звітів про управління;
- здійснення благодійних заходів, спрямованих на підтримку соціально незахищених верств населення;

- співпраця із суб'єктами освітньої діяльності з метою підготовки та підвищення кваліфікації науково-педагогічних і педагогічних працівників, підвищення рівня професійної підготовки здобувачів освіти, сприяння навчанню протягом життя та підтримка обдарованої молоді;

- щорічне оприлюднення публічного звіту, що містить інформацію про здійснення суб'єктами господарської діяльності заходів із запровадження стандартів ведення соціально відповідального бізнесу [17].

У відповідності до представлених напрямів видами туристичної діяльності, що реалізують соціальну відповідальність туристичних підприємств, є наступні: участь туристичних підприємств у розвитку туристичних програм у регіонах, що спрямовані на висвітлення культурної, історичної спадщини, унікальних пам'яток природи в даній місцевості, економічний розвиток, прозорість діяльності та створення нових робочих місць на основі зростання головних офісів та відкриття філій, здійснення благодійних заходів, спрямованих на підтримку соціально незахищених верств населення, розвиток програм освітнього туризму,

як короткотермінових – курсів іноземної мови, ознайомчих, так і довготермінових, здійснення заходів бізнес-туризму, корпоративного навчання, тренінгів, семінарів.

В поданій Концепції основними напрямками розвитку соціально відповідального бізнесу, що реалізуються суб'єктами господарської діяльності, в тому числі туристичними підприємствами на добровільних засадах у сфері розвитку трудових відносин є:

- налагодження діалогу з профспілковими організаціями, сприяння укладенню колективних договорів;
- забезпечення об'єктивності оцінки професійних якостей і розміру винагороди за добросовісне та результативне виконання професійних обов'язків працівників;
- створення можливостей для забезпечення зайнятості молоді та полегшення доступу працівників до здобуття освіти;
- створення безпечних та ергономічних умов праці, проведення оздоровчих та культурних заходів;
- впровадження сучасних систем управління безпекою та гігієною праці;
- формування переліку соціальних гарантій, зокрема щодо медичного страхування працівників з метою стимулювання трудової активності;
- сприяння працевлаштуванню працівників суб'єкта господарської діяльності, звільнених внаслідок реорганізації;
- формування корпоративної культури [17].

У відповідності до представлених напрямів видами туристичної діяльності, що реалізують соціальну відповідальність туристичних підприємств, є наступні: участь туристичних підприємств у профспілкових об'єднаннях та створення власних профспілок, ефективні методи оцінки праці працівників,

формування системи соціальних, компенсаційних пакетів працівникам підприємства. Такі соціальні пакети можуть містити в собі: медичне страхування, страхування для членів сім'ї, оплату мобільного зв'язку, оплату проїзду/бензину, службову техніку/апаратуру, надання додаткової оплачуваної відпустки, навчання в корпоративному університеті, компенсацію транспортних витрат, відвідування спортзалу/басейну, подорож по країні та/або за кордон, надання оздоровчо-курортних путівок з частковою оплатою, надання путівок до літніх оздоровчих таборів з частковою оплатою, організацію заходів для дітей співробітників, допомога на лікування. Таким чином туристичні підприємства повною мірою зможуть стати учасниками проєктів корпоративної соціальної відповідальності до 2030 року.

Проводячи виявлення розвитку КСВ безпосередньо в туристичних організаціях, необхідно визначити, що за думкою окремих авторів формування соціально відповідального туристичного бізнесу передбачає реалізацію таких основних напрямів:

- забезпечення можливостей по задоволенню потреб споживачів;
- ефективний розвиток і взаємозв'язок закону та інформації у формуванні системи туристичного бізнесу;
- підвищення якості правової та інформаційної культури суспільства;
- стабільний соціально-економічний розвиток країни, що ґрунтується на пріоритетах нормативно-правової бази, попередження політичних, природних і техногенних кризових явищ;
- створення нових моделей виробництва для туризму, раціоналізація структури особистої мотивації та споживання [18].

Отже, концепція соціальної відповідальності бізнесу взаємопов'язана з концепцією сталого розвитку туризму і визнається одним з інструментів її реалізації.

Корпоративна соціальна відповідальність детально викладена в основних положеннях Мережі Глобального Договору ООН, які забезпечують напрямки, використовувані для управління організацією, що належить до мережі. Ці напрями реалізуються 10 прагненнями рекомендаційного характеру [16]. Важливими ці напрями є і для туристичних підприємств.

1) підтримка та повага до прав людини у сфері їхнього впливу на основі міжнародних принципів. Для туристичних підприємств цей напрям є особливо важливим у зв'язку з інтернаціональним характером їх діяльності, діловими, бізнес-відносинами з колегами практично в усіх куточках планети. Крім того, туристична діяльність повинна забезпечувати повагу до клієнтів туристичних компаній – відпочиваючих в усіх країнах незалежно від системи державного управління країн-реципієнтів, релігійних переконань місцевих жителів, побутових звичок та гендерних норм;

2) гарантії того, що організації не будуть підтримувати порушення прав людини. Звісно, що порушення прав людини для клієнтів туристичних підприємств є неприпустимим і може значно вплинути на репутацію фірми і, відповідно, фінансові результати її діяльності. Для клієнтів туристичних підприємств прописуються процедури та правила в туристичних угодах, правилах проживання в готелях, правилах поведінки на пляжах, туристичних об'єктах, поведінки в літаках, потягах, які не впливають на їх права. Якщо існують правила і процедури, які порушують права туристів, то туристичні підприємства повинні уникати співпраці з установами, що встановлюють такі правила.

В діловій практиці функціонування туристичних підприємств виникають спірні питання щодо відносин адміністрації та членів трудового колективу. Такі взаємовідносини провинні вирішуватися в межах чинного законодавства;

3) сприяння свободі асоціацій та визнання права на ефективні загальні переговори. Цей напрям корпоративної соціальної відповідальності Глобального договору ООН активно реалізується туристичними підприємствами України. Туристичні підприємства України є членами багатьох національних та міжнародних туристичних об'єднань. Саме в сфері соціальної діяльності, соціального туризму працюють такі організації, як: Всесвітня асоціація з питань дозвілля і відпочинку (World Leisure and Recreation Association – WLRA), Міжнародна асоціація «Скал Клабс» (Association Internationale des «SKAAL CLUBS» – AISC), Міжнародна федерація організацій соціального туризму (International Federation of Popular Travel Organization – IFPTO), Міжнародна федерація працівників транспорту (International Transport Workers Federation – ITF), Міжнародна федерація соціального туризму (Federation Internationale du Tourisme Social – FITS), Міжнародна федерація туристичних асоціацій залізничників (Federation Internationale Des Associations Touristiques de Cheminots – FIATC), Міжнародне бюро із соціального туризму (Bureau International du Tourisme Social – BITS), Міжнародний союз асоціацій з туризму і культурних зв'язків поштових і телекомунікаційних служб (Union Internationale des Organismes Touristiques et Culturels des Postes et des Telecommunications – UTCPTT). Співпрацюють туристичні підприємства з міжнародними організаціями та об'єднаннями в таких сферах, як: авіаперевезення, страхування, розміщення, молодіжний, студентський туризм та обмін, регіональні туристичні організації, асоціації органів управління туристичною діяльністю та ін.;

4) скасування будь-якої обов'язкової або примусової праці. У зв'язку з особливістю своєї діяльності, яка потребує кваліфікованих фахівців, розширення міжнародні зв'язків, знання іноземних мов, на туристичних підприємствах не відзначаються випадки примусової праці. Безумовно, напередодні туристичного сезону попит на тури зростає, а відповідно зростають і обсяги роботи, однак туристичні підприємства працюють в межах трудового законодавства;

5) скасування дитячої праці. Дитяча праця є притаманною для виробничого процесу в легкій, переробній промисловості, тіншовій економіці і значною мірою використовується ще в країнах Центральної та Південної Америки, Африки, Південно-Східної Азії. За характером своєї діяльності туристичні підприємства не можуть використовувати дитячу працю. Крім того, основні туристичні підприємства працюють в інституційно розвинутих країнах світу і клієнти компаній не будуть звертатися за послугами в такі компанії. Безумовно, непоодинокими є випадки, коли в готелях у країнах названих регіонів використовується дитяча праця. Туристичні підприємства повинні уникати таких ситуацій різними шляхами;

6) скасування дискримінації щодо зайнятості та професії. Дискримінації щодо зайнятості та професії є однією з негативних характеристик світового ринку праці і проблемою, яку вирішують всі країни. Підприємства України, в тому числі і туристичні, підтримують Директиву 2000/78/ЄС щодо протидії дискримінації у сфері зайнятості та професійної діяльності. Усунення такої дискримінації стосується у відповідності до Директиви усіх осіб приватного та публічного секторів, у т. ч. державних органів. Підставами для дискримінації вважаються релігії чи віросповідання, обмежені фізичні можливості, вік,

сексуальна орієнтація. Права людей не повинні підлягати дискримінації в таких сферах, як працевлаштування, професійне навчання, умови праці, членство в організаціях працівників і роботодавців;

7) сприяння програмам профілактики, що забезпечують охорону навколишнього середовища. Туристичні підприємства, як відомо, активно заохочуються до програм охорони навколишнього середовища. Серед ініціатив охорони навколишнього середовища, за інформацією Грищенка О.Ф., ми можемо виявити такі, як: очищення від забруднення або підтримання чистоти на певних територіях; охорона та захист флори та фауни; використання органічних, біорозкладних та/або перероблених матеріалів, які необхідні у процесі надання туристичної послуги; використання екологічно чистої енергії (такої як вітер, геотермальні джерела, сонячне світло тощо), технологій очищення і відновлення ресурсів; скорочення відходів виробництва (як енергії, так і матеріалів) та максимально непомітна інтеграція туристичного об'єкта у навколишнє середовище (наприклад, еко-дружні будівлі); використання екологічно чистих об'єктів та методів, в тому числі користування еко-транспортом (електромобілями, велосипедами), застосування натуральних та безпечних для навколишнього середовища чистячих і миючих засобів, підтримка та розвиток органічного сільського господарства; навчання суспільства принципам та ідеям свідомого та еко-дружного туризму [19].

8) запровадження ініціатив для сприяння підвищенню екологічної відповідальності. Екологічна відповідальність є важливою частиною реалізації програм з корпоративної соціальної відповідальності. Важливою складовою практичної діяльності в сфері екологічної відповідальності корпорацій є підготовка

нефінансових звітів корпораціями в сфері екологічної відповідальності за міжнародними стандартами. Такі звіти в нашій країні готують як правило іноземні корпорації (філії іноземних корпорацій) або підприємства, що працюють на світових ринках. В зв'язку з тим, що практично всі туристичні підприємства працюють на світових ринках послуг, підготовка таких нефінансових звітів в сфері корпоративної соціальної відповідальності та екологічної відповідальності корпорацій є для них усталеною практикою;

9) розвиток екологічно чистих технологій і зростаюча їх поширеність. Однією з організацій, які розгортають масштабні програми із впровадження екологічно чистих технологій, є UNWTO. Туристичні підприємства України, як і всесвітньо відомі транснаціональні туристичні корпорації, з метою реалізації соціальних програм, програм сталого розвитку повинні приєднуватися до глобальних соціальних ініціатив. Серед таких ініціатив основними є ініціативи UNWTO, зокрема: «Біорізноманіття», «Заходи в сфері протидії зміні клімату», «Глобальна ініціатива туризму», «Енергоефективні рішення в готелях», «Єдина планета», «Ефективність ресурсів у туризмі», «Малі острови, що розвиваються», «Сприяння подорожам».

У відповідності до Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року та проведених власних досліджень, необхідно визначити пріоритетними завданнями в сфері розвитку корпоративної соціальної відповідальності туристичних підприємств України наступні (табл. 2.3):

постійне надання рекомендацій туристичним підприємствам з боку державних органів влади, міжнародних організацій в сфері екологічної відповідальності та залучення представників

цих підприємств або представників асоціацій цих підприємств до розробки законодавства та нормативних документів у цій сфері;

формування системи нефінансової звітності в Україні і приєднання до цієї системи туристичних підприємств, включення в таку звітність показників корпоративної соціальної відповідальності та боротьби з корупцією;

залучення туристичних підприємств до участі в національній системі подолання корупції, сумлінної ділової практики, економічної доброчесності, дотримання принципів КСВ;

участь туристичних підприємств у заходах щодо захисту прав споживачів, сумлінної конкуренції, попередження економічного шахрайства;

проведення спільних інформаційних, роз'яснювальних заходів представників влади та туристичних підприємств щодо доброчесної поведінки та роботи на користь місцевої громади;

дотримання в процесі діяльності умов та принципів сталого розвитку як на рівні світових завдань, так і сталого розвитку в Україні. Приєднання до ініціатив сталого розвитку, соціально відповідальне інвестування у відповідності до цих принципів;

підтримка інноваторів, готельних мереж, авіакомпаній, перевізників на місцях, екскурсійних компаній, які впроваджують інновації у будь якому вигляді і намагання поширити ці інновації на всі туристичні програми та проекти.

Таблиця 2.3

Порівняльна характеристика напрямів КСВ в Концепції та в діяльності туристичних підприємств

<p>Короткострокові завдання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року</p>	<p>Довгострокові завдання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року</p>	<p>Напрями корпоративної соціальної відповідальності туристичних підприємств, що запропоновані в процесі проведення авторських досліджень</p>
<p>Створення сприятливих правових, фінансових та організаційних умов для розвитку соціально відповідального бізнесу; створення нових робочих місць, зокрема для внутрішньо переміщених осіб та осіб з інвалідністю; створення безпечних та здорових умов праці, зниження рівнів виробничого травматизму та професійної захворюваності;</p>	<p>Забезпечення сталого соціально-економічного розвитку держави, досягнення цільових показників Цілей сталого розвитку для України; забезпечення розвитку соціально відповідального бізнесу як пріоритету державної політики; підвищення рівня конкурентоспроможності держави і макроекономічних показників;</p>	<p>В межах внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності туристичного підприємства доцільно формувати програми «внутрішніх» інвестицій, які спрямовані на:</p> <ul style="list-style-type: none"> • розвиток персоналу, підвищення професійно-кваліфікаційного рівня працівників; • формування корпоративної культури; • рекреація та оздоровлення працівників та членів їх сімей;

Продовження таблиці 2.3

<p>забезпечення рівних можливостей для працівників у вирішенні питань працевлаштування без дискримінації за ознакою статі; зменшення рівня забруднення стічних вод; відновлення земель для органічного виробництва; забезпечення відкритості та доступності інформації про діяльність суб'єкта господарської діяльності; збільшення кількості добровільних публічних звітів (інтегрованих та/або нефінансових) суб'єктів господарської діяльності, що містять інформацію про здійснення суб'єктами господарської діяльності заходів із впровадження стандартів ведення соціально відповідального бізнесу;</p>	<p>збільшення обсягу ринків товарів та послуг; зростання рівня оплати праці та зайнятості населення; підвищення ділової репутації бізнесу; покращення якості дорожньої інфраструктури; забезпечення інноваційного та технологічного розвитку; підвищення якості людського капіталу; забезпечення раціонального використання природних ресурсів, зниження рівня енергоспоживання та зменшення обсягу викидів, зниження впливу виробничої діяльності на навколишнє природне середовище та збереження біорізноманіття, що досягається шляхом здійснення суб'єктами господарської діяльності екологічних інновацій та створення системи екологічного менеджменту;</p>	<ul style="list-style-type: none"> • додаткове медичне та соціальне страхування співробітників і членів їх сімей; • залучення та підтримка молоді, в тому числі і в освітніх програмах; • спортивні програми; • надання матеріальної допомоги. <p>Крім того, внутрішня корпоративна соціальна відповідальність туристичного підприємства може включати:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Роботу зі створення умов безпеки праці персоналу. 2. Забезпечення стабільності заробітної плати, а також індексацію в умовах інфляції. 3. Підтримання соціально значимої заробітної плати. 4. Надання допомоги працівникам у критичних ситуаціях, підтримка ветеранів праці, що вийшли на пенсію.
---	--	---

Продовження таблиці 2.3

<p>зменшення проявів корупції; поширення кращого досвіду соціально відповідального бізнесу щодо етичної та добросчесної поведінки; покращення якості товарів і послуг; зменшення шкоди для здоров'я або навколишнього природного середовища, що виникає в результаті споживання та/або утилізації товарів низької якості; розвиток інноваційної діяльності; створення та функціонування індустріальних (промислових) парків; посилення співпраці з центральними та місцевими органами виконавчої влади щодо розслідувань стосовно порушення конкуренції; зменшення випадків порушення антимонопольного законодавства;</p>	<p>покращення репутації вітчизняного бізнесу як соціально відповідального; запровадження єдиного підходу до сприйняття розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні всіма групами заінтересованих осіб; сприяння розвитку системи публічного звітування з метою підвищення рівня поінформованості суспільства щодо провадження суб'єктами господарської діяльності соціально відповідальної діяльності; активізація інвестиційних та інноваційних процесів; підтримка розвитку торговельно-економічного, науково-технічного та інвестиційного співробітництва України з іноземними державами на засадах взаємної вигоди шляхом</p>	<p>5. Гідне ставлення до працівників (повага до особистості, відсутність расової, релігійної, політичної та гендерної дискримінації). Зовнішня корпоративна соціальна політика туристичного підприємства може бути спрямована на:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Спонсорство і корпоративну благодійність. 2. Сприяння охороні навколишнього середовища (використання екологічно орієнтованих технологій). 3. Взаємодія з місцевим співтовариством і місцевою владою щодо розвитку території. 4. Готовність брати участь у запобіганні кризових ситуацій і ліквідації наслідків. 5. Відповідальність перед споживачами послуг (надання якісних послуг з відповідним рівнем безпеки).
---	--	--

Продовження таблиці 2.3

<p>зменшення кількості позовів щодо неправильного нарахування сум податків;</p> <p>збільшення кількості суб'єктів господарської діяльності, що розробляють і реалізують власні стратегії розвитку і діяльності та проекти соціальної відповідальності;</p> <p>забезпечення інтеграції вітчизняних фахівців з питань розвитку соціально відповідального бізнесу до європейського та світового фахового середовища.</p>	<p>дотримання міжнародних стандартів з ведення соціально відповідального бізнесу вітчизняними суб'єктами господарської діяльності;</p> <p>збільшення обсягу залучених іноземних інвестицій у вітчизняну економіку.</p>	<p>Основними напрямками соціально-го партнерства туристичного бізнесу і влади можуть бути наступні:</p> <ul style="list-style-type: none">• участь у фінансуванні ініційованих владою масштабних інвестицій в туристичні об'єкти;• утримання об'єктів природоохоронного фонду;• підтримка діяльності та формування бази рекреаційних, освітніх і культурних установ;• допомога в організації культурно-дозвілдової діяльності;• проведення просвітницьких проектів для населення;• підтримка інноваційних проектів, спрямованих на розвиток місцевої громади, в т.ч. на підвищення культурного рівня населення;• підтримка незахищених груп населення шляхом створення соціальних туристичних пакетів.
---	--	--

2.3. Соціальне значення та місце санаторно-курортних підприємств у державній політиці розвитку туризму

Державна політика в туристичній сфері базується на всебічному розвитку наявного в країні рекреаційного потенціалу. Актуальність теми дослідження обумовлена збільшенням ролі санаторно-курортних підприємств в економіці і соціальній політиці, змінами, що відбулися на ринку санаторно-курортних послуг, розвитком міжрегіонального та міжнародного співробітництва, необхідністю впровадження сучасних методів державного регулювання галузі. Розвиток санаторно-курортного комплексу супроводжується рядом як позитивних, так і негативних результатів, що вимагає наукового узагальнення та впровадження більш досконалого механізму управління його функціонуванням, адекватного кількості та обсяга завдань, які стоять перед ним.

Проблемам формування сучасної державної політики в туристичній сфері взагалі та діяльності санаторно-курортних підприємств зокрема присвятили свої праці відомі вітчизняні автори. Серед таких авторів слід виокремити Тарасюк Г. [29], Джинджояна В. [21, 22, 27], Сазонець О. [28], Ганкіну М. [28], Мешко Н. [24], Джусова О. [23]. В своїх працях саме ці автори досліджували економічну доцільність використання рекреаційного потенціалу окремих регіонів України, соціальне значення розвитку окремих видів туристичної діяльності та формування цілісної державної політики розвитку цієї сфери. Окремо слід наголосити на значенні монографії Джинджояна В.В. «Базисні детермінанти розвитку туристичних підприємств на основі їх соціальної діяльності» [21]. В цій монографії автором досліджено

теоретичні та методологічні основи функціонування і розвитку туристичних підприємств у контексті реалізації соціальної парадигми, визначено фундаментальні детермінанти розвитку діяльності туристичних підприємств, запропоновано напрями реалізації соціальних детермінант у діяльності туристичних підприємств, проведено аналіз розвитку туристичних підприємств у контексті реалізації соціальної парадигми, визначено концептуальні напрями розвитку діяльності туристичних підприємств. Дослідження автора є базою для розробки методологічних основ державної політики діяльності санаторно-курортних підприємств і дозволяє визначити їх особливе соціальне значення.

Важливим науковим завданням є визначення місця санаторно-курортних підприємств у державній політиці розвитку туризму на основі їх особливого соціального значення та в контексті можливості надання якісних медичних послуг світового рівня. Така мета зумовлена наявністю в нашій країні відомих оздоровчих комплексів світового рівня.

Як вже було визначено вище, в монографії Джинджояна В.В. «Базисні детермінанти розвитку туристичних підприємств на основі їх соціальної діяльності» було науково обґрунтовано та впорядковано чинники соціальної діяльності туристичних підприємств. В монографії автор класифікував соціальні функції туристичних послуг за видами туризму та виокремив при цьому особливе значення таких видів туризму, як «медичний», «оздоровчий», «зелений» (таблиця 2.4). Саме в цих сферах туризму частіше за все розвивають свою діяльність санаторно-курортні підприємства. Це відповідає основним напрямкам їх діяльності, наявності унікальних рекреаційних можливостей, досвіду медичного персоналу цих закладів.

Таблиця 2.4

Соціальна спрямованість функцій туристичних підприємств
Та соціальні функції туристичних послуг [21]

№	Функція	Соціальна спрямованість
Функції туристичного підприємства		
1	Виробництво послуги	Функція може містити в собі послуги, що мають соціальну спрямованість, наприклад такі, як освітній туризм, «зелений» туризм, медичний туризм, оздоровчий туризм.
2	Продаж (збут)	Послуги можуть надаватися для певних категорій населення за соціальними цінами, можуть влаштовуватися спеціальні програми для людей з обмеженими можливостями, окремих груп хворих людей.
3	Маркетинг	Може включати в себе елементи, складові соціального маркетингу, соціальної реклами, відбуватися на засадах сумлінної конкуренції.
4	Організація виробничого процесу	Може бути побудована таким чином, щоб максимально задовольняти соціальні потреби працівників компанії. До форм задоволення таких потреб можуть відноситися такі форми роботи, як неповна зайнятість, гнучкий графік роботи, запровадження форм віддаленої праці, практика home office, наявність компенсаційних або соціальних пакетів для співробітників корпорації.
5	Фінансово-господарська діяльність	Повинна будуватися на принципах сумлінної ділової практики, що є частиною корпоративної соціальної відповідальності.

Продовження таблиці 2.4

Соціальні функції туристичних послуг		
6	Освітній туризм	Набуття нових професійних знань, навичок, вдосконалення іноземної мови під керівництвом досвідчених викладачів та носіїв мови, перспективи отримання конкурентоспроможної освіти в майбутньому та в цілому інтеграції молодшої людини до європейських стандартів та норм поведінки європейської спільноти.
7	«Зелений» туризм	Формується нове ставлення до природи, яке полягає в тому, що зароджується почуття спільноти людини та інших живих істот, біосфери в цілому.
8	Медичний туризм	Лікувальний ефект медичного туризму в Україні і в Європі є співставним, не дивлячись на значно вищий рівень цін. Слід наголосити на значно нижчій вартості проживання, харчування та лікування в санаторіях України порівняно з закордонними аналогами.
9	Оздоровчий туризм	Дозволяє підтримувати гарне здоров'я, конкурентоздатність на ринку праці з одночасним поширенням світогляду та соціо-культурного розвитку.
10	Спеціальні програми для людей з обмеженими можливостями	Є єдиною можливістю для людей похилого віку, інвалідів отримати набір послуг туристичного профілю, як лікувального, оздоровчого характеру, так і екскурсійного, соціально-реабілітаційного, психологічного. Особливий вид туризму для контингенту громадян, які обмежені матеріально, фінансово та фізично.

Санаторно-курортна справа традиційно є складовою частиною національної та регіональної економіки і одним з найважливіших об'єктів державного регулювання. Крім виконання своєї основної соціальної функції – підтримки здоров'я, здоровниці створюють соціальний стабілізуючий ефект за рахунок створення нових робочих місць в соціально-побутовій та виробничій інфраструктурі, що підвищує зайнятість населення і прискорює соціально-економічний розвиток регіону. Особливості роботи санаторно-курортних підприємств в умовах ринкової економіки, значне скорочення обсягів їх фінансування з національного і місцевих бюджетів та коштів обов'язкового соціального страхування, ослаблення координації їх діяльності з боку держави за останні десять років призвели до скорочення числа санаторіїв, пансіонатів з лікуванням та санаторіїв-профілакторіїв на 30%, числа ліжок в них – на 20%, а також до погіршення матеріально-технічної бази ряду санаторно-курортних установ. З іншого боку, на попит на санаторно-курортні послуги негативно впливає диспропорція між високою потребою в цих послугах і низькою платоспроможністю населення. В таких умовах обґрунтування концептуальних основ державної політики розвитку рекреаційної діяльності санаторно-курортних підприємств має значний інтерес і практичну цінність.

Головною метою державної політики в санаторно-курортній сфері є створення в Україні високого рівня обслуговування рекреаційної діяльності санаторно-курортних підприємств, що забезпечуватиме широкі можливості для задоволення потреби громадян у санаторно-курортному лікуванні з метою загального оздоровлення населення. В даний час дуже актуальні питання оздоровлення та лікування громадян, в тому числі за рахунок державних коштів. Для ефективного цілеспря-

мованого використання наявних ресурсів, у тому числі природних, кадрових, фінансових та інших, з метою збереження здоров'я населення, слід визначити концептуальні засади розвитку санаторно-курортних підприємств. З цією метою визначимо ряд основних заходів, реалізація яких спрямована на розвиток санаторно-курортних підприємств. Слід зазначити, що багато питань розвитку санаторно-курортних підприємств можливо вирішити, використовуючи досвід зарубіжних країн, зокрема країн Європи і Азії, основним видом діяльності яких є туризм, в тому числі і лікувальний туризм. Як уже зазначалося, основними завданнями державного регулювання, контролю і координації розвитку санаторно-курортних підприємств в Україні є підвищення ефективності санаторно-курортного лікування і якості обслуговування хворих на курортах, використання сучасних технологій прийому, розміщення, харчування, екскурсійного обслуговування осіб, які перебувають на курортах.

З метою упорядкування системи аналізу діяльності санаторно-курортних підприємств безпосередньо в медичній сфері ми пропонуємо наступну систему оцінки їх діяльності (рис. 2.2).

Визначення відповідності здійснюваного в санаторно-курортних підприємствах лікування вимогам стандартів передбачає наявність зазначених стандартів за всіма видами лікування, в той же час Державною службою туризму і курортів затверджено тільки 26 стандартів санаторно-курортної допомоги (відсутні стандарти санаторного долікування (реабілітації). Відсутні затверджені типові табелі оснащення санаторіїв різної потужності і різних профілів лікування. Все це, як ми припускаємо, буде ускладнювати роботу з оцінки відповідності санаторно-курортних організацій категоріям [26].

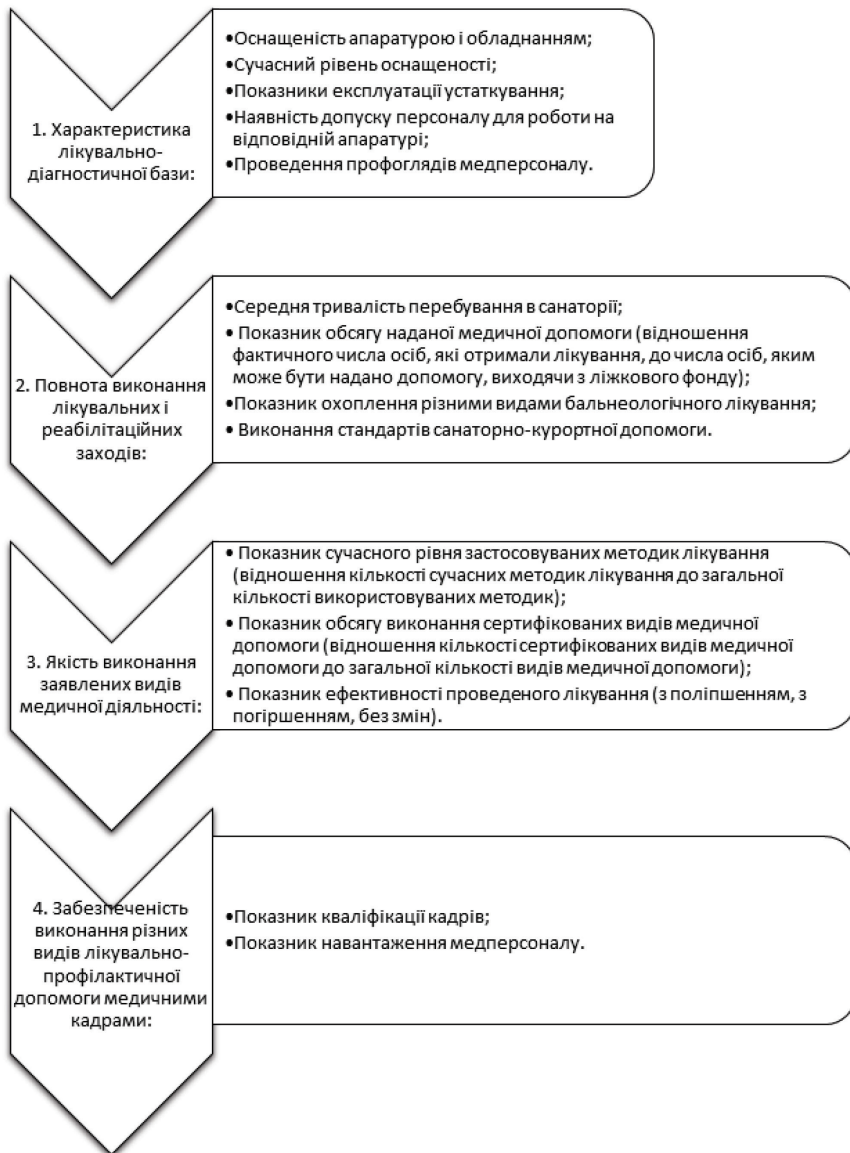


Рис.2.2. Система показників рекреаційної діяльності санаторно-курортного підприємства [25]

Санаторно-курортні підприємства України можуть надавати рекреаційні, оздоровчі послуги на світовому рівні. Дослідження, що проведені Сазонець О.М. та Ганкіною М.В. на прикладі санаторію «Червона калина», доводять їх високий оздоровчий потенціал та соціальне значення. Основою їх дослідження стала економіко-математична модель [28]. В дослідженні взяли участь 180 пацієнтів, що знаходились на лікуванні у різні періоди часу. Вони були вибрані випадково. Було зібрано дані про кількість днів, що пройшла з початку прибуття до санаторію і до дати істотного полегшення для повних спостережень. Але були і неповні спостереження – цензуровані, коли пацієнти вибували з санаторію без ознак вилікування. В такому випадку проставлялась дата вибуття пацієнта.

Також враховувались специфічні медичні напрями діяльності санаторію, який спеціалізується на лікуванні захворювань серця і судин, нервової системи, органів травлення і дихання, опорно-рухового апарату.

На рисунку 2.3 подано гістограму оцінок кумулятивної функції виживання, яку було побудовано авторами на основі проведених досліджень. Ми бачимо, що на перших етапах лікування доля хворих велика, потім з перебігом часу вона стає все меншою, причому темп зменшення числа хворих зростає. Мінімуму функція досягає при відмітці, що дорівнює 14. Таким чином, автори наголошують, що в цьому санаторії є наявним великий лікувальний ефект і він є прикладом перспективного напрямку розвитку медичного та оздоровчого туризму.

Розвиток санаторно-курортного комплексу супроводжується рядом як позитивних, так і негативних результатів, що вимагає наукового узагальнення та впровадження більш досконалого механізму державного регулювання його функціонування, адекватного кількості та обсяга завдань, які стоять перед ним.

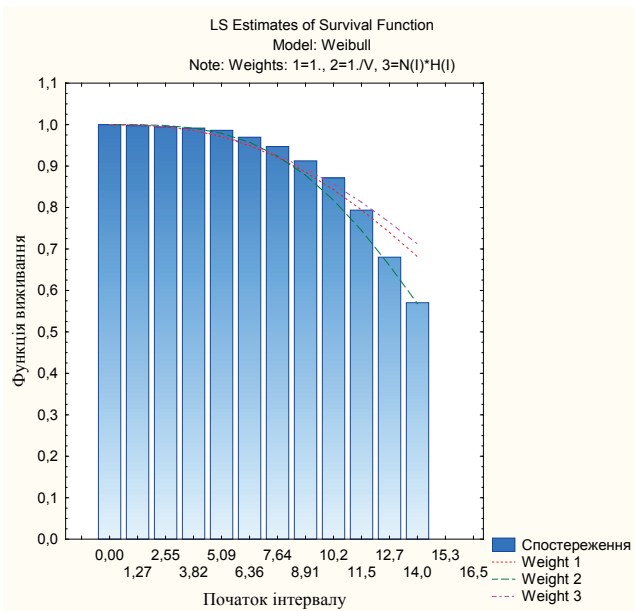


Рис. 2.3. Ефективність лікування в санаторії «Червона калина» на основі оцінки функції виживання [28]

Санаторно-курортна справа традиційно є складовою частиною національної державної політики в сфері туризму і одним з найважливіших об'єктів державного регулювання. Крім виконання своєї основної соціальної функції – підтримки здоров'я, здравниці створюють соціальний стабілізуючий ефект за рахунок створення нових робочих місць в соціально-побутовій та виробничій інфраструктурі.

Основними завданнями державного регулювання, контролю і координації розвитку санаторно-курортних підприємств в Україні є підвищення ефективності санаторно-курортного лікування і якості обслуговування хворих на курортах, використання сучасних технологій прийому, розміщення, харчування, екскурсійного обслуговування осіб, які перебувають на курортах.

Визначення відповідності здійснюваного в санаторно-курортних підприємствах лікування вимогам стандартів передбачає наявність зазначених стандартів за всіма видами лікування, в той же час затверджено недостатню кількість стандартів санаторно-курортної допомоги (відсутні стандарти санаторного доліковування (реабілітації)). З метою упорядкування системи оцінки діяльності санаторно-курортних підприємств безпосередньо в медичній сфері запропонована система оцінки їх діяльності.

На основі проведеного дослідження в санаторії «Червона калина» визначено, що в цьому санаторії є наявним великий лікувальний ефект і він є прикладом перспективного напряму розвитку медичного та оздоровчого туризму.

Висновки до другого розділу

Порівняння існуючих наукових методологій, що є інструментами дослідження соціальних процесів, доводить, що найбільш цікавою з теоретичної точки зору є відносно нова наукова концепція, яка ще тільки розвивається в системі соціальних вчень – концепція економічної антропології. Поки що не є достатньо визначеними межі цієї концепції, її взаємозв'язок з економічною теорією, чинники впливу на сучасну наукову думку. Одним із теоретичних постулатів цієї концепції є розділення соціальних цінностей, інтересів людини, працівника на суспільні і громадські. Це приводить вчених до думки, що економічна діяльність, в тому числі корпорацій, повинна бути спрямована як на вирішення соціальних питань суспільства в цілому (розвиток соціальної сфери держави), так і безпосередньо на врегулювання соціальних конфліктів та соціальний

захист в корпораціях (корпоративна соціальна відповідальність, соціальне партнерство, сумлінна ділова практика).

Розвиток індустріального суспільства на основі практично вільних ринкових відносин з мінімальним регулюючим впливом держави сприяв формуванню потужного корпоративного сектору, який довгий час був прогресивною рушійною силою розвитку цивілізації. За відносно короткий час на основі приватних інвестицій та корпоративного інтересу було зроблено великі кроки вперед на шляху розвитку виробничих сил, розвитку науки, створено фундамент для формування нових відносин постіндустріального характеру. В роботі проаналізовано основні наукові концепції, що пов'язують корпоративний розвиток економіки із соціальними відносинами в межах виробничих колективів та суспільства в цілому.

В процесі дослідження Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року та проведених власних досліджень визначено, що пріоритетними завданнями в сфері розвитку корпоративної соціальної відповідальності туристичних підприємств України є наступні:

постійне надання рекомендацій туристичним підприємствам з боку державних органів влади, міжнародних організацій в сфері екологічної відповідальності;

залучення представників підприємств або представників асоціацій цих підприємств до розробки законодавства та нормативних документів у цій сфері;

формування системи нефінансової звітності в Україні і приєднання до цієї системи туристичних підприємств, включення в таку звітність показників корпоративної соціальної відповідальності та боротьби з корупцією;

залучення туристичних підприємств до участі в національній системі подолання корупції, сумлінної ділової практики, економічної доброчесності, дотримання принципів КСВ;

участь туристичних підприємств у заходах щодо захисту прав споживачів, сумлінної конкуренції, попередження економічного шахрайства;

проведення спільних інформаційних, роз'яснювальних заходів представників влади та туристичних підприємств щодо доброчесної поведінки та роботи на користь місцевої громади;

дотримання в процесі діяльності умов та принципів сталого розвитку як на рівні світових завдань, так і сталого розвитку в Україні;

підтримка інноваторів, готельних мереж, авіакомпаній, перевізників на місцях, екскурсійних компаній, які впроваджують інновації у будь-якому вигляді і намагання поширити ці інновації на всі туристичні програми та проекти.

Дослідження діяльності санаторно-курортних підприємств України довели, що санаторно-курортна справа традиційно є складовою частиною національної державної політики в сфері туризму і одним з найважливіших об'єктів державного регулювання. Крім виконання своєї основної соціальної функції – підтримки здоров'я, здравниці створюють соціальний стабілізуючий ефект за рахунок створення нових робочих місць в соціально-побутовій та виробничій інфраструктурі.

Основними завданнями державного регулювання, контролю і координації розвитку санаторно-курортних підприємств в Україні є підвищення ефективності санаторно-курортного лікування і якості обслуговування хворих на курортах, використання сучасних технологій прийому, розміщення, харчування, екскурсійного обслуговування осіб, які перебувають на курортах.

Визначення відповідності здійснюваного в санаторно-курортних підприємствах лікування вимогам стандартів передбачає наявність зазначених стандартів за всіма видами лікування, в той же час затверджено недостатню кількість стандартів санаторно-курортної допомоги (відсутні стандарти санаторного доліковування (реабілітації)).

З метою упорядкування системи оцінки діяльності санаторно-курортних підприємств безпосередньо в медичній сфері запропонована система оцінки їх діяльності.

На основі проведеного дослідження в санаторії «Червона калина» визначено, що в цьому санаторії є наявним великий лікувальний ефект і він є прикладом перспективного напрямку розвитку медичного та оздоровчого туризму.

Література до другого розділу

1. Інститут соціології НАН України. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://i-soc.com.ua/>.

2. Lenski G. Societal Taxonomies: Mapping the Social Universe // Annual Review of Sociology. 1994. Vol.20. P.1–26.

3. Осокіна Ю. Шпенглер Освальд // Політична енциклопедія. Редкол.: Ю. Левенець (голова), Ю. Шаповал (заст. голови) та ін. – К.: Парламентське видавництво, 2011. – С.787.

4. Галушко К. Ю. Тойнбі Арнольд-Джозеф // Енциклопедія історії України : у 10 т. / редкол.: В.А. Смолій (голова) та ін. ; Інститут історії України НАН України. – К. : Наук. думка, 2013.

5. Блауг М. Парето, Вільфредо // 100 великих економістів до Кейнса. – СПб.: Економікус, 2008. – С. 233–235.

6. Mason W.L. Patterns of Authority: A Structural Basis for Political Inquiry. by Harry Eckstein and Ted Robert Gurr // The Journal of Politics. – 1977. – № 1. – P. 228–229.

7. Спиця Н.В. Проблеми методології дослідження процесів самоорганізації суспільства / Н.В. Спиця // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2010. – Вип. 41. – С. 178–193.

8. Джинджоян В.В. Дослідження соціальних процесів в умовах складного методологічного плюралізму. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 19. С. 18–22.

9. Ісакова О.І. Теорія та методологія прогностичних досліджень соціальних процесів / О.І. Ісакова // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2015. – № 1. – С. 161–165.

10. Ашкерев А.Ю. Экономическая и антропологическая интерпретации социального обмена // Социологический журнал, 2001. – № 3. – С. 71–87.

11. Белик А.А. Экономическая антропология: взаимодействие экономики и культуры. *Экономический журнал*, «Издательство Ипполитова», 2010, issue 20, pages 64–86.

12. Резник М.Ю. Социальная антропология как научная дисциплина. *Социологические исследования*. 1997. № 5. С. 100–111.

13. Наукові основи та імплементація світових практик місцевого самоврядування та об'єднання територіальних громад [Текст]: Колективна монографія [Сазонець І.Л., Алейнікова О.І. та ін.] : За наук. ред. д.е.н., проф. Сазонця І.Л. – Рівне : Волин. обереги, 2017. – 200 с.

14. Шрадер Х., Тавровский А. Экономическая антропология. Программа курса. *Журнал социологии и социальной антропологии*, 2000. – № 1. – С.3.

15. Притула М.Ю. Європейський досвід управління процесом раціонального природокористування. *Стратегія і тактика державного управління*. 2016. № 1–2. С. 38–45.

16. Погуда Н.В., Павловська К.Ю. Впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності у діяльність підприємств туризму. *Ефективна економіка*. 2019. № 6. – URL:

<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7103> (дата звернення: 24.02.2020).

17. Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року, яка була схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 р. № 66-р. Електронний ресурс. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020> (дата звернення: 10.02.2020).

18. Бойко М.Г. Корпоративна соціальна відповідальність в туризмі: передумови формування та реалізації. *Ефективна економіка*. 2014. № 12. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3603> (дата звернення: 10.02.2020).

19. Грищенко О.Ф., Косторнова О.С. Дослідження перспектив використання зеленого маркетингу в туризмі. *Ефективна економіка*. 2017. № 8. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5723> (дата звернення: 10.02.2020).

20. Розметова О.Г. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств сфери туризму. *Країнознавство*. 2011. №1. С. 169–182.

21. Джинджоян В.В. Базисні детермінанти розвитку туристичних підприємств на основі їх соціальної діяльності : монографія. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2020. 248 с.

22. Джинджоян В.В. Реалізація туристичних програм у сфері освіти, медицини, природоохорони. *Економіка та держава*. 2020. № 1. С. 50–53.

23. Джусов О.А., Піляк О.І. Поточний стан і перспективи залучення іноземних інвестицій з метою забезпечення підвищення економічного потенціалу підприємств туристичної галузі України. *Ефективна економіка*. 2020. № 7. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8069> (дата звернення: 03.03.2020).

24. Мешко Н.П., Гвоздева А.Є. Особливості забезпечення ефективності управління попитом в туристичному бізнесі. *Ефек-*

тивна економіка. 2018. № 11. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6645> (дата звернення: 03.03.2020).

25. Сазонець І.Л. Оціночні параметри якості рекреаційної діяльності санаторно-курортних підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 7. С. 15–18.

26. Сазонець І.Л. Концептуальні основи державного регулювання розвитку рекреаційної діяльності санаторно-курортних підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 6. С. 5–8.

27. Сазонець І.Л., Джинджоян В.В. Соціальний потенціал та перспективи функціонування санаторно-курортних підприємств. *Вісник НУВГП. Економічні науки : зб. наук. праць*. Рівне : НУВГП, 2020. Вип. 1(89). С. 295-306.

28. Сазонець О.М., Ганкіна М.С. Дослідження ефективності рекреаційної діяльності санаторіїв України за допомогою використання методу таблиць виживання. *Проблеми підвищення ефективності економіки та управління в сучасних умовах: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 19 грудня 2016 р., 2016*. С. 89–92.

29. Тарасюк Г.М., Мілінчук О.В. Розвиток вітчизняного туризму в контексті світових туристичних тенденцій. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 7(3). С. 127–131. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2016_7\(3\)](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2016_7(3)) (дата звернення 03.12.2019).

РОЗДІЛ 3. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДОЛАННЯ ВИКЛИКІВ ПАНДЕМІЇ COVID-19

3.1. Розвиток світового туризму та його вплив на соціальний прогрес

Туризм став одним з основних секторів економіки. Його вага у ВВП, а також його внесок у зайнятість роблять його фундаментальною опорою світової економіки. Він являє собою один з основних двигунів зростання світової економіки. В останні роки індустрія туризму набрала велику вагу в світовій економіці. З розвитком глобалізації кількість туристів в останні роки різко зросла в порівнянні з минулими роками, що відбилося на явному поліпшенні становища в цьому секторі, а також якості обслуговування. Транзитний рух людей, а також покращення туристичних пропозицій і професіоналізація сектора перетворили його в одну з основ економіки.

Деякі країни, які в попередні роки не мали хороших туристичних проєктів, враховуючи еволюцію туризму і потенціал сектора для економіки, почали розробляти ініціативи, які не тільки рекламують їх територію, а й намагаються залучити велику кількість туристів, які подорожують від одного місця до іншого в пошуках нових місць. Туреччина чи Дубай є яскравими прикладами того, як економіка адаптується до туристичної моделі, стаючи чудовою альтернативою для основних світових економік туризму.

Їх значення в економіці настільки велике, що, за даними Всесвітньої ради з подорожей і туризму (WTTC), туризм перевищує 10% світового ВВП. Ми говоримо про сектор, який

набирає все більшу і більшу силу в економіці, витісняючи інші сектори, які історично мали більшу вагу, такі як фінансовий сектор або сектор охорони здоров'я. Це дає нам уявлення про масштаби сектора, а також про ступінь його проникнення в світову економіку.

З 8,8 мільярдами доларів туризм випередив майже всі сектори, що становлять існуючу економічну систему. Будучи перевершеним тільки виробничим сектором, туризм став сектором з великими перспективами і проникненням. Насправді все так, адже туризм, згідно з історичними хроніками, є одним з небагатьох секторів, який, незважаючи на кризи, від яких потерпала світова економіка, не постраждав в такій мірі, як інші. Сектор, який, як ми бачимо, завжди означав для інвестора безпрограшну ставку.

Туризм, враховуючи масштаби його зростання, є чудовим двигуном для економіки. За даними WTTC, туризм закріпився в якості одного з секторів з найвищими темпами створення робочих місць в світі. З 2013 року туризм створив 20% робочих місць у всьому світі. За даними, представленими в звіті WTTC, станом на 2018 рік у сфері туризму працювало 319 млн осіб, і очікується, що до 2029 року ця цифра збільшиться до 421 млн.

Як бачимо, ми більше не говоримо про сектор з високими темпами зростання, а про один з фундаментальних секторів економіки, оскільки від нього залежить велика кількість робочих місць, створених в останні роки. Це робить туризм не тільки двигуном економічного зростання, а й справжнім двигуном створення робочих місць, яких потребує світова економіка. Крім того, ми говоримо про сектор, який не робить різниці за ознакою статі, раси або релігії, оскільки мультикультуралізм

співробітників в ньому, на відміну від інших, має тенденцію бути більш різноманітним.

Фактично, з точки зору гендерної рівності, Корнельський університет підкреслив в одному зі своїх досліджень, присвячених туристичному сектору, що працює велика кількість жінок в цьому секторі. І не тільки на низькокваліфікованих посадах. Середній паритет простежувався у всіх ієрархічних рангах індустрії. Дослідження показало, що в секторі більше жінок, ніж чоловіків. При зважуванні ми говоримо про 55% жінок в порівнянні з рештою 45%, що відповідає чоловікам.

Сектор туризму не тільки залишився, але і позиціонує себе як один з основних секторів в світі. Сектор, за який борються всі країни світу, займаючи лідируючі позиції в таких країнах, як Іспанія, Франція або США. Серед цих трьох країн на карту поставлено лідерство щодо кращого туристичного напрямку в світі». Однак в останні роки сильний поштовх і великий динамізм, яким був підтриманий туристичний сектор в Іспанії, привели до того, що він став основним туристичним напрямком у світі.

Позиція, яку досі займала Франція, але яка, з огляду на тверду політику Іспанії, була відібрана протягом декількох років. Позиція, яка з часом буде все більше оскаржуватися. Багато країн з економікою, що розвивається, вже роблять ставки на цей сектор. Раніше ми говорили про Туреччину або Дубай. Рішучість цих країн, а також іншої великої групи країн з економікою, що розвивається, в кінцевому підсумку призведе до високого ступеня конкурентоспроможності різних країн, а також до більшої ваги туризму в світі [2].

Незважаючи на війни, політичні заворушення, стихійні лиха, медичні страхи, терористичні атаки, а також економічні та

енергетичні кризи в різних частинах світу, міжнародна торгівля туристичними послугами значно зросла з 1970-х років. У 2019 число міжнародних туристів по всьому світу досягло 1,5 мільярда. Для порівняння, в 1970 році у всьому світі було всього 166 мільйонів міжнародних туристів. Туристи 2019 роки витратили на подорожі 1,48 трлн дол. (без урахування витрат на міжнародні пасажирські перевезення). Прямо і опосередковано на їх витрати припадало понад 10% відсотків світового ВВП і 7% його експорту. А прямий внесок подорожей і туризму в світовий ВВП склав майже 2,9 трлн дол. США в 2019 році [1].

Для країн і напрямків, що залежать від туризму, частка туризму у ВВП може в два рази перевищувати середній світовий показник. Сьогодні доходи від міжнародного туризму перевищують 1 мільярд доларів на рік приблизно в 90 країнах. У всьому світі внутрішній туризм зазвичай в кілька разів більший. Туризм дійсно став глобальною економічною і соціальною силою. Раніше тільки країни, що розвиваються, активно використовували експорт туризму в якості ключової стратегії розвитку. Наприклад, Японія і США історично мало приділяли уваги залученню туристів до своїх берегів. Це вже не так. Нещодавно обидві країни внесли зміни в політику і пом'якшили візові правила, щоб стимулювати в'їзд туристів, створювати робочі місця і стимулювати мляву економіку. У 2019 Японію відвідало 31,882 млн іноземних туристів. Японський уряд сподівається подвоїти це число до літніх Олімпійських ігор в Токіо в 2021 році. Сполучені Штати, які широко сприймаються як країна, недружня до іноземних відвідувачів через свої жорсткі правила в'їзду, з усіх сил намагаються поліпшити свій міжнародний імідж. У 2019 потік досяг рекордних 166 млн міжнародних відвідувачів.

Подорож коштує дорого. Історично тільки багаті люди могли дозволити собі виїжджати за кордон, і вони, як правило, подорожували в багаті країни з якісною туристичною інфраструктурою і послугами. Не дивно, що Європа і Північна Америка були найбільшими джерелами і одержувачами міжнародних туристів. Але це теж змінюється. В останні десятиліття потік туристів в країни, що розвиваються, збільшувався набагато швидше, ніж в розвинені. В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні було і буде спостерігатися найшвидше зростання. Всесвітня туристична організація Організації Об'єднаних Націй (ЮНВТО) прогнозує, що в період з 2010 по 2030 рік число прибуттів з числа міжнародних туристів буде зростати на 3,3 відсотка в рік і до 2030 року досягне 1,8 мільярда прибуттів. Очікується, що зростання в країнах з економікою, що розвивається, буде в два рази швидшим, ніж в країнах з розвинутою економікою. За прогнозами, частка ринку туризму в країнах, що розвиваються, до 2030 року виросте до 57 відсотків у порівнянні з 47 відсотками у 2012 році. Однак залишається проблема того, як направити економічні вигоди від туризму на найбільшні райони і населення світу.

Хоча зростання добробуту і зниження реальних витрат на поїздки були основними причинами різкого збільшення числа міжнародних поїздок після 1970-х років, зміни в державній політиці щодо поїздок також зіграли важливу роль. Японія – один із прикладів цього явища. Японським громадянам було заборонено виїжджати за кордон для «задоволення» до закінчення Олімпійських ігор в Токіо в 1964 році, а валютні обмеження на поїздки за кордон залишалися в силі до кінця 1970-х років. Для багатьох країн, що розвиваються, включаючи Японію, заборона на поїздки за кордон для відпочинку була

спрямована на збереження іноземної валюти, необхідної для фінансування індустріалізації. Зрештою, з великим і зростаючим позитивним сальдо торгового балансу лібералізація виїзних поїздок допомогла зняти міжнародну політичну напруженість, що впливає із торгових дисбалансів. В кінці 1980-х років уряд Японії активно заохочував поїздки за кордон, і до 1989 року Японія очолила світові витрати на міжнародний туризм. В даний час він знаходиться на восьмому місці.

Китай також демонструє цю тенденцію. Країна була практично закрита для зовнішнього світу під час Культурної революції (1966–1976). Його подальше відкриття привело до різкого збільшення кількості іноземних туристів, в результаті чого Китай став третьою за відвідуваністю країною в світі, прийнявши більше 162,5 млн туристів в 2019 році. Поїздки за кордон з'явилися набагато пізніше. В кінці 1980-х років Китай почав формалізувати політику лібералізації виїзних поїздок, яка дозволяла його громадянам виїжджати за кордон в строго контрольованих групових турах з супроводом до країн, яким було надано «статус затвердженого пункту призначення» (ADS). Чому і коли деякі країни отримують ADS, залишається загадкою. Але Китай не вагаючись використовував нагороди ADS в якості тактики «м'якої сили» для отримання політичної переваги в міжнародних справах. Жодна країна, яка політично визнає Тайвань, не отримала ADS, навіть незважаючи на те, що Китай надав ADS самому Тайваню в 2008 році. Кілька політичних розбіжностей між Канадою і Китаєм, мабуть, відклали включення Канади в ADS до 2010 року. Проте навіть при лише частковій лібералізації Китай обігнав Німеччину, а Сполучені Штати стануть наступною метою (166 млн поїздок в 2019 році). Туристи зі США також є найбільшими в світі споживачами туристичних

послуг, які в 2012 році витратили 102 млрд доларів на поїздки за кордон.

У міру того, як бар'єри для подорожей поступово знижувалися, міжнародний туризм розвивався. Поінформованість громадськості про потенційні негативні вторинні ефекти туризму зростає. В останні роки внесок авіаційної галузі в глобальну зміну клімату став широко обговорюваною і суперечливою глобальною проблемою. За даними Фонду Девіда Сузукі, на авіаційну промисловість «доводиться від чотирьох до дев'яти відсотків загального впливу людської діяльності на зміну клімату». За оцінками Європейського Союзу, викиди парникових газів від авіації в ЄС з 1990 року збільшилися вдвічі. Сьогодні 52% міжнародних туристичних поїздок відбуваються повітряним транспортом і це число зростає. Міжнародні подорожі стали зручною метою для тих, хто хоче пом'якшити негативні наслідки зміни клімату. Однак спроби ЄС в односторонньому порядку ввести податки на викиди вуглецю для авіакомпаній, що використовують його повітряний простір, зустріли запеклий опір з боку США, Китаю, Росії та країн, що розвиваються. Неясно, як буде вирішуватися це спірне питання. Зрозумілим є те, що в останні роки туризм зайняв більш вагоме місце в міжнародних справах [3].

Згідно з новим документом про соціальні наслідки, випущеним Всесвітньою радою з подорожей і туризму (WTTC) у співпраці з американською некомерційною організацією Social Progress Imperative (SPI), відновлення міжнародних подорожей і туризму буде мати життєво важливе значення для прискорення соціального прогресу і стимулювання глобальної економіки після пандемії.

У дослідницькому документі показана значна кореляція між даними звіту WTTC про економічний вплив і показниками індексу соціального прогресу SPI за останнє десятиліття. Причому найбільші вигоди отримали Китай, Камбоджа, Руанда і Шрі-Ланка (Рис. 3.1).

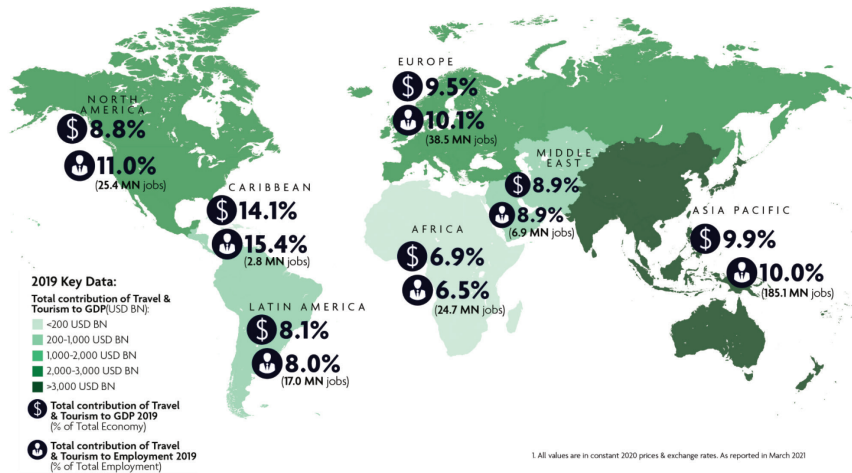


Рис. 3.1 – Питома вага туризму у ВВП та робочих місцях у 2019 році за регіонами світу *

* Джерело: [4]

Згідно з дослідженнями, подорожі і туризм збагачують спільноти швидше, ніж економіка в цілому. Наприклад, в період з 2011 по 2019 рік в Південно-Східній Азії був зафіксований найшвидший річний темп зростання ВВП в сфері подорожей і туризму на душу населення – 6,7% в порівнянні із загальним економічним зростанням регіону в 3,7%. Більш того, на Близькому Сході зростання ВВП на душу населення в сфері подорожей і туризму склало 3% в порівнянні з 0,3% для економіки регіону в цілому (Рис 3.2).

Дані також дозволяють оцінити вплив індустрії подорожей і туризму на робочі місця. У глобальному масштабі на кожні 34 іноземних відвідувача пункту призначення створюється одне робоче місце. Але вплив набагато більший в таких регіонах, як Африка, Азіатсько-Тихоокеанський регіон і Близький Схід, де потрібно всього 11, 13 і 24 іноземних відвідувача відповідно, щоб створити одне робоче місце. У документі показано, що на кожне пряме робоче місце, створене в глобальному масштабі, на непрямій або вимушеній основі створюється майже два нових робочих місця. Це означає, що одна пряме робоче місце в секторі подорожей і туризму створює в цілому три робочих місця.

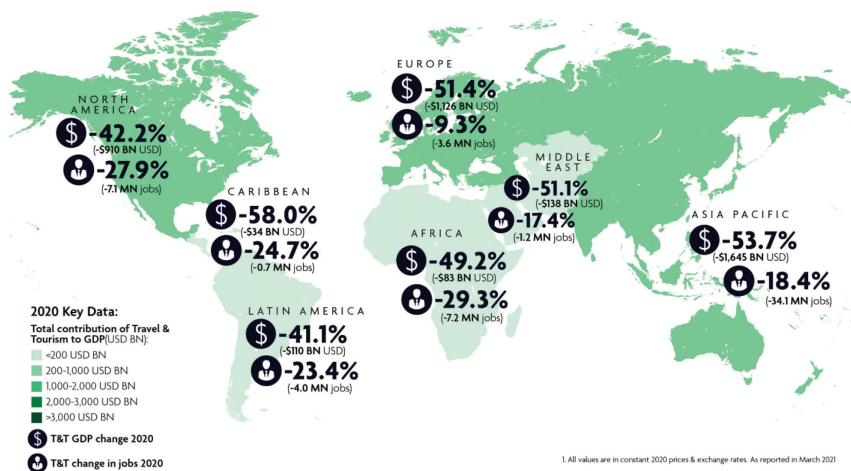


Рис. 3.2 – Питома вага туризму у ВВП та робочих місцях у 2020 році за регіонами світу *

* Джерело: [4]

За оцінками останнього економічного моделювання WTTC, в 2020 році у всьому світі постраждали 174 мільйони робочих місць, пов'язаних з подорожами і туризмом. Однак пандемія вразила одні країни сильніше, ніж інші. Останні дослідження WTTC і SPI також показують, що на кожен долар, що генерується прямим ВВП від подорожей і туризму в усьому світі, побічно генерується більше 2 доларів.

WTTC з гордістю публікує це важливе дослідження, присвячене соціальному впливу, в якому підкреслюється, наскільки важливі подорожі і туризм для нашого світу. Подорожі та туризм – один з секторів, в якому працюють люди з усіх соціально-економічних верств, незалежно від віку, статі або етнічної приналежності, з яких майже 54% складають жінки і до 30% – молодь. Після майже повного року відсутності безпеки і поневірян, викликаних пандемією COVID-19, зараз дуже вдалий час, щоб наголосити на важливості цього сектора [5].

Поряд зі звітами різних країн WTTC випускає звіти про вплив подорожей і туризму на економіку і зайнятість для 185 країн / економік і 25 географічних або економічних регіонів світу (Таблиця 3.1). Ці звіти разом з Oxford Economics є життєво важливим інструментом, що допомагає забезпечити органи державного і приватного секторів переконливими доказами величезної користі, яку подорожі і туризм приносять економіці, щоб їхні політичні та інвестиційні рішення підтримували туристичний сектор.

Таблиця 3.1

Показники туристичної діяльності за регіонами світу *

Регіон світу	Загальний дохід від туризму, млрд дол. США	Частка у ВВП, %		Зміна туристських потоків, %
		2019	2020	
Північна Америка	1247,3	8,8	5,3	-42
Карибський басейн	24,5	14,1	6,4	-58
Європа	1064,7	9,5	4,9	-51
Латинська Америка	157,3	8,1	5,1	-41
Африка	85,7	6,9	3,7	-49
Середній Схід	131,9	8,9	4,9	-51
Північно-Східна Азія	978,3	10,1	4,4	-56
Південна Азія	146,0	6,6	4,4	-37
Південно-Східна Азія	180,1	11,8	5,8	-53
Океанія	106,8	11,6	6,5	-45

* Складено авторами за даними [4]

До пандемії подорожі і туризм (включаючи його прямі, непрямі і індуковані впливи) становили 1 з 4 всіх нових робочих місць в світі, 10,6% всіх робочих місць (334 мільйони) і 10,4% світового ВВП (9,2 трлн доларів США). Тим часом витрати на міжнародних відвідувачів в 2019 році склали 1,7 трильйона доларів США (6,8% від загального експорту, 27,4% від світового експорту послуг).

Останнє щорічне дослідження WTTC показує, що сектор подорожей і туризму втратив майже 4,5 трлн дол США і досяг 4,7 трлн дол США в 2020 році, при цьому внесок у ВВП знизився на приголомшливі 49,1% в порівнянні з 2019 роком; для порівняння – падіння світової економіки 3,7% ВВП в 2020 році).

У 2019 частка сектора подорожей і туризму в світовому ВВП становила 10,4%; частка, яка знизилася до 5,5% в 2020 році через триваючі обмеження мобільності. У 2020 році було втрачено 62 мільйони робочих місць, що є скороченням на 18,5%, в результаті чого у всьому світі залишилося всього 272 млн робочих місць в порівнянні з 334 млн в 2019 році. Загроза втрати робочих місць зберігається, оскільки багато робочих місць в даний час підтримуються державними схемами утримання, а без повного відновлення подорожей і туризму вони можуть бути втрачені. Витрати внутрішніх туристів знизилися на 45%, в той час як витрати іноземних туристів знизилися на безпрецедентні 69,4% [4].

3.2. Інноваційний розвиток туристичної діяльності та перспективи подолання викликів пандемії COVID-19

Найважливішою рисою сучасного етапу розвитку економіки є підвищення ролі інновацій як основи економічного зростання держав, а також прагнення розвинених країн конкурувати за рахунок високих технологій і нестандартних нематеріальних активів. Інноваційна діяльність в сфері туризму спрямована на створення нового або зміну існуючого продукту, вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій, сучасних форм організаційно-управлінської діяльності.

Інновації в туризмі є безперервним і обов'язковим процесом, суть якого, як правило, полягає в розробці нових напрямків, турів, екскурсій та пропозицій на ринку нового туристичного продукту. В умовах конкурентної боротьби туристичні підприємства прагнуть запропонувати клієнтам нові продукти і послуги раніше за інших. При цьому поле діяльності в інноваційній сфері туристичної галузі дуже обмежене, тому новаторам доводиться максимально використовувати існуючі ресурси, комбінувати послуги, які раніше ніколи не перетиналися в єдині туристичні пакети та пропонувати на ринку новий продукт.

Сучасний туризм давно став важливим компонентом розвитку світової економіки. Тільки за останні 25 років світові туристичні потоки зросли з 436 мільйонів у 1990 році до 1,5 мільярдів людей у 2019 році (майже у 3,5 рази). Історичний поріг у один мільярд подорожуючих був подоланий ще у 2012 році. З того часу обсяги міжнародного туризму продовжують зростати (таблиця 3.2).

Таблиця 3.2

Динаміка розвитку міжнародного туризму [6]

Регіони	міжнародний туризм, млн										
	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2019
Весь світ	436	529	677	807	949	995	1038	1087	1138	1186	1500
у тому числі:											
Європа	262,7	305,9	388,0	448,9	485,5	516,4	539,6	566,3	588,4	607,7	742
Азія та Океанія	55,8	82,0	110,1	153,6	205,1	218,2	233,8	249,8	263,0	279,2	364
Америка	92,8	109,0	128,2	133,3	150,4	156,0	162,5	168,1	180,6	192,6	220
Африка	14,8	18,8	26,2	34,8	49,9	49,4	52,2	54,7	56,0	53,5	71
Середній Схід	9,6	13,7	24,1	36,3	58,2	54,9	49,8	48,2	50,3	53,3	64

Виникають закономірні питання. А за рахунок чого відбувається таке зростання? Що слугує потужним локомотивом розвитку туризму у всьому світі?

Протягом останнього десятиліття відповіді на ці питання шукали багато вчених. У своїх численних дослідженнях майже всі сходилися у одному – основним аспектом, що впливає на бажання людини здійснити подорож і задовольнити власні потреби, виступає інноваційний розвиток туризму. І саме це насамперед впливає на сталий розвиток туризму та постійне збільшення кількості подорожуючих. Визначення якісно нових рішень науково-методичного та прикладного характеру в туристичному секторі спрямовуються на вивчення інноваційних компонентів розвитку туристичного ринку.

В процесі ретельних досліджень інноваційних компонентів розвитку туристичних підприємств були виявлені інновації, що безпосередньо пов'язані з поширенням видів туризму,

і відповідно з цим – формуванням і виробництвом нових туристичних послуг. Поряд з класичними видами туризму з’явилися нові – сучасні та інноваційні. Якщо представити класифікацію за різноманітними ознаками, то можна побачити більш наявний їх вигляд (таблиця 3.3).

Таблиця 3.3

Класифікація сучасних видів туризму за ознаками

Класифікаційні чинники	Види туризму
Територіальний	внутрішній (внутрішній національний) та міжнародний (іноземний) туризм
За напрямком потоку	вхідні та вихідні
За метою екскурсії (подорожі)	відпочинок, охорона здоров’я, терапевтичний, інформативний (екскурсія), професійний, бізнес, науковий (дослідження, пошук, комунікації, конференції та конгреси), освітній (короткострокова підготовка), спортивний, торговий тур, пригодницький, паломництво, ностальгічний (відвідування родичів та місць походження), екотуризм (зелений туризм), екзотичний (тематичний, секс-туризм, алкоголь, музей, театр, езотеричний (містичний), романтика, війна, історичні, НЛО-туризм), елітний (туризм до Північного полюса, ексклюзивні тури, спеціальні умови та програми), етнічний (етнографічний, сентиментальний, сімейний), аматорський (полювання, риболовля), екстремальні та комбіновані типи

Продовження таблиці 3.3

За джерелами фінансування	соціальний та комерційний
За засобом переміщення	пішохідний, авіаційний, морський, річковий, автомобільний, залізничний, велосипедний, кінний, змішаний
За типом розміщення	готель, мотель, пансіонат, друзі, санаторій, гуртожиток, табір, квартира, намети
За кількістю учасників	індивідуальний, сімейний та груповий туризм
За тривалістю	короткий (короткостроковий) та довгостроковий
За екологічністю тура	гірський, водний, спелео, лісовий, пустельний, промисловий, сільський, приміський, міський, авіаційний, космічний
За тривалістю потоку	постійний, сезонний, односезонний, двосезонний, подієвий (одноразова або періодична основа)
За інституційною формою регулювання	організований, неформальний (аматорський)
За розробкою та угодою з приймаючою стороною	запланований та незалежний
За характером мотивації подорожей	конвеєрний та диференційований
За віком туристів	діти, молодь, туризм відносно молодих економічно активних людей, туризм економічно активних людей середнього віку, туризм пенсіонерів
За формою туристичних послуг	всеохоплюючі тури, пакетні тури
За етнічним критерієм	туристи мають ознаки національної приналежності

Інновації в туризмі підтверджується появою нових рішень науково-методичного та прикладного характеру в існуючих видах туризму [7]. Наприклад, у сфері ресторанного туризму ресторани починають експериментувати з спеціалізацією (різні національні види кухонь), зокрема, зосереджують увагу на стилі, запровадять додаткові послуги, співпрацюють, організують шоу та майстерні, активно залучають засоби масової інформації та ін. Подієвий туризм зростає в масштабі, коли виконуються одноразові або періодичні, широкомасштабні міжнародні заходи: фестивалі, шоу, фестивалі художників, ярмарки, концерти, змагання, конгреси тощо. У сфері групового туризму впроваджується багатоцільовий сервіс (наприклад, у корпоративному туризмі існує поєднання ділових зустрічей, розваг, рекреаційного, освітнього, паломницького туризму тощо). У сфері соціального туризму спостерігається інтенсифікація обсягу вигідних умов для залучення різних сегментів населення з метою збільшення кількості майбутніх туристів. Можна помітити розвиток депресивних напрямків, орієнтаційних турів за глобальними цінностями, сприяння національній культурній спадщині, розподіл соціальної допомоги. Частка наукового туризму зростає, що в кінцевому підсумку завершує процес трансформації туризму у провідному комплексі світу – науковому та культурному розвитку. Космічний туризм швидко розвивається. Розробка нових космічних продуктів та знання принципово нових туристичних сегментів: орбітальний, суборбітальний та колоземний параболічний політ, що забезпечує підготовку та екскурсійні послуги в космічній інфраструктурі.

Туризм як діяльність постійно змінює глобальне суспільство. Туризм поступово робить свій внесок у вирішення зміни клімату та зменшення бідності на основі єдиного підходу

до цієї подвійної проблеми [8]. Це особливо важливо для місцевого сільського господарства, рибного господарства, ремесел, будівельної промисловості, транспорту, продуктів харчування, малого бізнесу. Туристичні заходи прямо чи опосередковано визначають створення робочих місць, стимулюють приватну ініціативу, слугують точкою для розвитку ринкової економіки, яка сприяє малим та середнім підприємствам. Сектор туризму може суттєво вплинути на навколишнє середовище. Згідно з висновками світової туристичної організації, топ-чиновники повинні розглянути туристичний сектор як засіб забезпечення сталого розвитку національної економіки, що допоможе досягти балансу екологічних, економічних та соціальних аспектів на основі законодавства та управління [8]. Є найважливіші питання у сфері туризму: зменшення сезонного попиту, підтримка та посилення благополуччя регіональних громад, збереження та сприяння природній та культурній спадщині, планування рекреаційного розподілу землі та моніторингу розвитку, застосування стандартів та сертифікатів якості, моніторинг та досягнення екологічного компромісу, розвиток персоналу. Все це може бути досягнуто завдяки інтелектуалізації – збільшенню інтелектуального компонента при здійсненні туристичних поїздок (розповсюдження навчальних, професійних, ділових, наукових, етнічних та інших видів туристичних подорожей).

Інновації в туризмі почали впроваджуватися одночасно на всіх управлінських рівнях, що спричиняє синергетичний ефект від інтеграційних зусиль міжнародних організацій, регіональних асоціацій, урядів, місцевих органів влади, компаній та туристів [9]. Таким чином координаційні дії міжнародних організацій, регіональних асоціацій країн та ТНК на туристичному ринку, розробляються для поширення стратегічних та глобальних

альянсів, міжнародного права, планування рекреаційного розподілу.

Державними органами країн регулюється на макрорівні законодавча політика (оптимізація законодавства, вдосконалення механізмів державного регулювання та формування державних органів, регуляторних координаційних структур), економічна політика (формування державних гарантій, сприятливий інвестиційний клімат, урядові програми, допомога у підготовці кваліфікованого персоналу та наукових обмінів, використання державних стандартів); соціальна та культурна політика (національний брендинг, формування національного іміджу, національний ринок). Наприклад, в Україні загальними інноваціями є інформатизація сервісних технологій, розвиток медичного туризму, створення тематичних парків та етнічного туризму, шоу на телебаченні про тури та просування окремих видів туризму, розвиток курортів, спа, зон відпочинку, парків та інноваційних структур інших видів з правами спеціальних економічних зон та територій пріоритетного розвитку, що вступають до світової мережі інститутів курорту та охорони здоров'я, зростання пасажирських перевезень невеликими літаками.

На мезорівні (підприємства туристичної інфраструктури, асоціативні структури, органи місцевого самоврядування) посилення співпраці між підприємствами, розподільними мережами та асоціативними структурами, зростання стратегічних альянсів, створення конгломератів та центрів співпраці з підприємствами інших економічних сфер, наука та освіта, створення регіональних центрів візових та інформаційних послуг, впровадження галузевих стандартів служб.

На мікрорівні (рівень туристичних підприємств) інновації є наступними. Продукт: створення нових туристичних продуктів

та послуг, вдосконалення існуючих туристичних продуктів та послуг, розвиток нових територій, розробка нових маршрутів. Виробництво: вдосконалення якості туристичних послуг, залучення нових ресурсів, зростаюче використання нових технологій (впровадження можливості віртуальних візитів до місць у 3-D та 5-D форматах), комп'ютеризація, автоматизація виробничих процесів (у тому числі QR-коди, навігація GPS, сканери, датчики, туристичне обладнання, організація транспорту), озеленення технологічних послуг. Маркетинг та просування: популяризація туристичних підприємств в інтернет-середовищі, збільшення обсягу інтернет-технологій, масового доступу та охоплення кінцевими споживачами, встановлення постійних відносин з клієнтами (база даних, мережеві клубні програми, програми лояльності), використання нових форм сприяння розвитку туризму (оптимізація для пошукових систем (SEO), створення бренду спільноти, що працює з блогосферою, персональний розподіл, використання систем відображення), інтеграція до світової системи бронювання, поширення сайтів-агрегаторів пропозиції туризму, введення віртуальних турів та віртуальних місць. Керівництво: застосування прогресивних методів контролю, систем управління, автоматизації, використання мобільних додатків для адміністрування та управління замовленнями, вдосконалення надання інформації, залучення кваліфікованого персоналу та розвиток персоналу, здійснення логістичного управління, вдосконалення внутрішнього та зовнішнього зв'язку підприємств, формування глобальних ланцюгів.

На особистому рівні (туристів як споживачів туристичних продуктів) ідентифікуються такі тенденції. Потреби: зростаючі вимоги до туризму, синдром «туристичної залежності», збільшення вимог до туристичних послуг, зростання рівня

задоволеності отриманим сервісом. Можливості: зростання доступу до інформації, збільшення вільного часу, збільшення можливостей для подорожей, збільшення можливостей зворотного зв'язку, збільшення можливості попереднього вибору та планування екскурсії через Інтернет-технології, реалізацію віртуального туризму. Дія: розсудливість у виборі туристичних продуктів, зростання комунікацій у соціальних мережах, сучасні погляди на інновації в туризмі, засновані на змінах суспільства, що під впливом процесів глобалізації перетворилося на «споживче товариство». Кількість таких клієнтів зростає щороку. Тому підприємства туризму також повинні постійно трансформуватися.

Для забезпечення цих інноваційних процесів доцільно застосувати симбіоз традиційних та сучасних видів, що включає: інновації, орієнтовані на обслуговування клієнтів; розробку високо інноваційних туристичних продуктів; введення конкретної інноваційної маркетингової політики; управління інноваціями компаній; напрямом їх діяльності щодо співпраці з іншими представниками туристичної індустрії на місцевому, регіональному та державному рівнях. Туристичні підприємства стають все більш підпорядковані впливу факторів навколишнього середовища, а також адаптуються до внутрішніх факторів. Внутрішні (ендогенні) фактори туристичного ринку: процеси попиту, постачання та розподіл туру, виникнення нових внутрішніх регіональних туристичних сегментів, збільшення відстані подорожей, різноманітність святкових форм, збільшення короткострокового перебування, збільшення диверсифікації розвитку туризму в створеному туристичному просторі, партнерство великих компаній з малим та середнім бізнесом, створення стратегічних туристичних альянсів, роль засобів масової інформації, реклама

та продаж туристичних продуктів, кількість працівників, професійна та кваліфікаційна структура, зростання важливості професійного навчання, вдосконалення організаційної роботи, збільшення ролі приватного туристичного бізнесу тощо.

У XX столітті провідну роль у світі грали географічний, історичний, культурний та кліматичний фактори. Поступово з розвитком суспільства провідна роль перейшла до соціальних та демографічних, економічних та фінансових, матеріально-технічних та політико-правових чинників (таблиця 3.4). На початку XXI століття вплив соціальних (демографічних) та логістичних факторів помітно зменшився. На перші місця виступили економічні, фінансові та політико-правові чинники.

Таблиця 3.4

Фактори зовнішнього впливу [8]

Спрямованість факторів	Група факторів	Характеристика факторів
Статичні зовнішні фактори	Територіально-географічні	близькість до моря, до гірських та лісових районів, природа берегової лінії, позиція країни стосовно основних постачальників туристів, належність регіону до важливих транзитних маршрутів тощо

Продовження таблиці 3.4

	Кліматичні	природні ландшафти, річки, озера, водоспади, моря, гори, приємний клімат, лікувальні грязі та мінеральні води, температура та стан вітру тощо
	Історичні та культурні	історичні пам'ятники, меморіальні місця, музеї, унікальні мистецтва та ремесла, звичаї та традиції місцевих жителів
Зовнішні динамічні фактори	Соціальні та демографічні	демографія населення, вікова структура, ступінь зайнятості, благополуччя населення, рівень освіти та культури, естетичні вимоги, співвідношення матеріальних та духовних потреб, урбанізація, рівень системи охорони здоров'я, злочинність та екологічна ситуація тощо

Продовження таблиці 3.4

	Економічні	економічна ситуація в країні, фінансова стабільність, рівні доходів, частка коштів, виділених суспільством на туристичні витрати, ціни на сировину тощо
	Політико-правові	кризи, політична нестабільність, мілітаризація економіки, посилення туристичних формальностей, коливання обмінного курсу, військові конфлікти, безробіття, співпраця у сфері туризму та інших міжнародних економічних відносин, встановлення стандартів туристичної діяльності, контроль над туризмом через адміністративні органи тощо
	Логістичні	розвиток житлових, транспортних, сервісних установ, рекреаційних територій, роздрібно-ї торгівлі тощо

Надзвичайні коливання обмінного курсу, зниження цін на нафту та інші товари, а також занепокоєння щодо глобальної безпеки стали основними факторами інновацій, які регулюють туристичні потоки. Тому не дивно, що США, Китай, Великобританія займають перші місця у світовому рейтингу міжнародного туристичного потоку та надходжень від міжнародного туризму. Постійна ставка національної валюти в цих країнах дозволяє туристам робити більш прогнозовані витрати. Відстань від «вибухонебезпечних» районів, «гарячих та тліючих точок» нашої планети та ефективні заходи безпеки з боку правоохоронних органів дає туристам відчуття безпеки для реалізації бажаної поїздки або подорожі.

Останні статистичні матеріали Всесвітньої туристичної організації демонструють наступні негативні тенденції у функціонуванні туристичної галузі:

кількість клієнтів міжнародних туристичних фірм та компаній впала на 72% в січні-жовтні 2020 року у порівнянні з тим же періодом минулого року. Це зумовлено повільними темпами боротьби з вірусом, низьким рівнем довіри мандрівників до національних систем охорони здоров'я у плані боротьби з коронавірусом та серйозними обмеженнями на поїздки всередині країн через пандемію COVID-19;

зниження на 900 мільйонів туристських прибуттів у світі у 2020 році у порівнянні з тим же періодом 2019 року призводить до втрати 935 мільярдів доларів США експортної виручки від міжнародного туризму. Це більш ніж в 10 разів перевищує збиток в 2009 році для туристичної галузі від світової економічної кризи;

в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні за період з січня по жовтень 2020 року кількість прибуттів знизилася на 82%. На

Близькому Сході зареєстровано зниження на 73%, а в Африці – на 69% за цей період. Міжнародні прибуття в Європу і Америку знизилися на 68%;

дані про витрати на міжнародний туризм, як і раніше, відображають дуже слабкий попит на виїзні поїздки. Однак на деяких великих туристичних ринках, таких як США, Німеччина і Франція, в останні місяці спостерігаються слабкі ознаки відновлення;

у той час як попит на міжнародні поїздки залишається низьким, внутрішній туризм продовжує рости на декількох великих ринках. До таких ринків відносяться Китай і Росія. В цих країнах попит на внутрішні авіаперельоти в основному повернувся до рівнів, які існували до COVID.

Аналіз сучасних тенденцій свідчить, що кількість міжнародних прибуттів скоротиться на 70–75% протягом всього 2020 року (фактичні розрахунки щодо підсумків 2020 року ще не проведені). Це означає, що міжнародний туризм фактично повернувся до рівня 90-х років минулого сторіччя.

Передбачається, що реальний та фінансовий спад в міжнародному туризмі в 2020 році еквівалентний втраті близько 1 мільярда прибуттів і 1,1 трільйона доларів США. На таку суму скоротяться доходи від туризму в світовій економіці. Цей різкий спад в сфері міжнародного туризму може призвести завдяки синергетичному ефекту до економічних втрат в розмірі понад 2 трільйони доларів США в світовому ВВП. Цей показник складає більше 2% світового ВВП в 2019 році [1].

Основним чинником поновлення туристичної активності є створення нових ефективних вакцин та масове одночасне вакцинування населення усіх країн світу. Очікується, що вакцінація поступово підвищить довіру клієнтів туристичних

компаній і буде сприяти ослабленню обмежень на реалізацію туристичних програм.

Розробка розширених сценаріїв Міжнародною туристичною організацією на 2021–2024 роки вказує на відновлення міжнародного туризму з другої половини 2021 року. Однак повернення обсягів туристичної діяльності до рівнів 2019 року, зокрема за кількістю міжнародних прибуттів може зайняти від 2,5 до 4 років [21].

Провідні підприємства туристичної індустрії запроваджують інноваційні підходи до різноманітних складових туристичної послуги. Зараз вже існують віртуальні музеї. Усі експонати можна подивитись в Інтернеті. Музеї розробляють спеціальні інтерактивні плани, які дозволяють без особистого візиту переміщатися залами и дивитися тривимірні зображення, вивчати інформацію про експонати. Наприклад, музей Ван Гога в Амстердамі.

XXI століття – століття інновацій і воно потребує сучасного вирішення проблем і сучасних видів відпочинку. Наприклад, пересувні готелі, які дозволяють жити в одному місці протягом усієї поїздки. Це дуже популярний вид туризму в США і європейських країнах. Готелі на колесах мають комфортабельні номери, кухню і необхідні меблі. Окрім водія ще є персонал, який допоможе у поїздки [10]. Багато готелів надає велику кількість цікавих послуг, але навіть вони «викликають звикання». Існуюча віртуальна реальність використовується для підвищення рівня обслуговування та додаткових розваг людей. Спортивні тренажери починаючи від віртуального бейсболу та інших звичайних видів спорту, закінчуючи екстремальними видами спорту, такими як катання на лижах або сноуборді. Серед сучасних інноваційних підходів все частіше

зустрічається відтворення археологічних пам'яток, які занадто крихкі для відвідувань. Споруди відтворюють у віртуальній реальності і туристи можуть вільно насолоджуватися прогулянкою навколо них без збитків. З метою спрощення туристських формальностей при проходженні туристами кордонів в деяких країнах запроваджуються інноваційні підходи з використанням технологій розпізнавання мандрівника та його документів за допомогою біометричних параметрів (відбитків пальців, сітківки ока, обличчя) і порівнювати з тими, що є у базі даних.

Значний вплив на розвиток і впровадження інновацій на підприємствах туристичної індустрії відіграє маркетинг – діяльність щодо планування і розробки туристичних товарів і послуг, їх продаж та просування [11]. Це безперервна система відповідності запропонованих послуг з тими, які широко користуються популярністю на ринку і які туристичне підприємство здатне запропонувати, щоб вони були більш ефективніші, ніж у конкурентів і зробити їх прибутковими для себе. Спрямованість маркетингу – не тільки реклама, продаж товарів чи розробка яких-небудь послуг, це система, в якій об'єднуються всі функції та інструменти маркетингу [12]. Взаємопов'язаний процес виробництва та реалізації послуг відповідно до попиту є метою маркетингу. Він не закінчується на одній дії, а є безперервним процесом і туристичне підприємство має бути залучене в нього, дивитися у майбутнє, а не зосереджуватися на старому або існуючому. Тому майже кожне туристичне підприємство проводить власну маркетингову політику, яка являє собою комплекс заходів і відповідних операцій, спрямованих на ефективне планування, організацію, регулювання та контроль доставки продукції й послуг споживачам із метою задоволення їх потреб та отримання підприємством прибутку згідно з логічними

правилами [11]. Діяльність більшості підприємств України розрахована на поліпшення ефекту від інновацій за рахунок збільшення інтенсивності виробництва, посилення якості та введення модернових технологій, внаслідок яких створюються переваги у бізнесі у порівнянні з конкурентами. Вирішення цих задач та у цілому посилення результативності діяльності підприємства можливе лише тоді, коли потенціалом інновацій управляють ефективно. Такий хід, як і будь-які інші напрямки інноваційної діяльності, споріднений із дослідженнями протиріч при продукуванні та запровадженні нових технологій, тому що саме поява протиріччя і є поштовхом нововведень та переходу на нові рівні розвитку. З досвідом приходять і те, що на даний момент на деяких туристичних підприємствах України чітко розуміють важливість аспектів управління інноваційним потенціалом підприємства, досить добрими є і підходи до вирішення цих питань. Дослідження та запровадження змістовних фундаментів маркетингу інновацій, його різновидів та функцій в практиці управління туристичними підприємствами є свідомим тому, що за сучасних умов маркетинг та новітні технології є невід'ємними частинами розвитку всіх суб'єктів економічних відносин.

Таким чином,, можна узагальнити, що інноваційна діяльність у туристичній сфері орієнтована на запровадження нових чи вдосконалення старих туристичних продуктів, розвідку інших напрямів, введення різних новітніх технологій та новочасних форм діяльності, управління та організації. У загальному плані інновації – це нововведення в галузі техніки, технологій, організації управління, які засновані на застосуванні наукового досвіду. Серед нових рішень в цій сфері слід відмітити еко-інновації. Така концепція досить нова для наукового

та технічного розвитку. Під такими інноваціями розуміють процеси та туристичні продукти, що допомагають безперервному розвитку підприємства. Також слід звернути увагу на те, що дієвість від впровадження еко-інновацій необхідно аналізувати протягом всього циклу існування продукту, а не обмежуватися лише процесами створення турпродукту.

Введення нових технологій у сферу послуг, а саме туризму є невід'ємною частиною в конкурентній боротьбі. Збільшення потоків нових подорожуючих, якості обслуговування та конкурентоспроможності туристичних підприємств забезпечують саме інновації [13]. Тому інноваційний розвиток підприємств туристичної індустрії спрямований на створення нових або покращення існуючих турпродуктів, вдосконалення обслуговування і підняття рівня життя.

3.3. Розробка концептуальної моделі соціальної діяльності туристичних підприємств відповідно до функцій управління та умов корпоративної соціальної відповідальності

Визначаючи основні напрями розбудови соціальної діяльності туристичних підприємств, є доцільним створити комплексну модель розвитку соціальної діяльності. Основою розробки концептуальної моделі розвитку соціальної діяльності туристичних підприємств відповідно до функцій управління та соціальної відповідальності було дослідження проблем, які виникають перед сучасними туристичними підприємствами в процесі здійснення соціальної діяльності. Частково такі проблеми було досліджено в теоретичній частині монографії, а

частково – в дослідженні шляхом проведення опитування експертів. Дослідження та врахування думки практичних працівників туристичних підприємств дозволило додатково виявити результати, які визначають характеристики соціального підприємництва, найбільш притаманні діяльності туристичних підприємств, ознаки соціальних явищ, найбільш притаманні соціальній діяльності туристичних підприємств, соціальні складові туристичних підприємств, труднощі, що перешкоджають розвитку соціальної діяльності туристичних підприємств, пріоритетність соціальних туристичних послуг (програм), цінності туристичної діяльності, основні перешкоди розвитку лікувально-оздоровчого туризму, найбільш привабливі та потенційно перспективні види освітнього туризму, завдання об'єднань туристичних підприємств.

Тому в створенні концептуальної моделі ми визначили наступні проблеми соціальної діяльності туристичних підприємств: в сфері планування – невизначеність у стратегічних і тактичних планових документах конкретних джерел, за рахунок яких будуть досягнуті мета і цілі розвитку соціальної діяльності туристичних підприємств України, відсутність спільного планування соціальних заходів в туристичній сфері на рівні держави, регіону та підприємства; в сфері організації – невизначеність умов щодо створення і розвитку нових видів соціальної діяльності, формування організаційно-законодавчого забезпечення, започаткування нових практик, недостатній рівень координації діяльності туристичних підприємств в туристичній сфері; в сфері мотивації – відсутність стимулів для органів влади всіх рівнів щодо проведення активної соціальної політики в сфері розвитку соціальних видів туризму та соціального розвитку трудового колективу туристичних підприємств, а також

поліпшення конкретних показників соціального розвитку регіону, недостатній взаємозв'язок державного, приватного, страхового сегменту ринку туристичних послуг; в сфері контролю – відсутність дієвої практики контролю ефективності державної політики соціального розвитку туристичних підприємств та розвитку соціальних програм туристичними підприємствами, які пов'язані з постійним активним розвитком туристичної сфери та туристичних підприємств; в сфері інформування, моніторингу, аналізу та діагностики – недосконалість системи комплексного періодичного спостереження, аналізу та діагностики проведення системи соціальних заходів туристичними підприємствами.

Необхідно також враховувати проблеми, які безпосередньо були названі експертами нашого дослідження як головні: вартість розробки нових туристичних програм, що містять соціальну складову, необхідність в додатковому навчанні персоналу, необхідність адаптації підприємства до соціального нововведення.

Подана модель (таблиця 3.5) містить в собі методи стимулювання розвитку соціальної діяльності туристичних підприємств. До таких методів ми відносимо в нашому дослідженні адміністративні та економічні методи. Безумовно, важливими в управлінні діяльністю туристичних підприємств є і такі методи, як соціально-психологічні, технічні, але діяльність в сфері соціальних проектів ґрунтується більше на цих двох методах.

Таблиця 3.5

Концептуальна модель розвитку соціальної діяльності туристичних підприємств відповідно до функцій управління та корпоративної соціальної відповідальності

Функції управління	Проблеми діяльності туристичних підприємств України	Методи стимулювання розвитку соціальної діяльності туристичних підприємств	
		Адміністративні	Економічні
Планування	Невизначеність у стратегічних і тактичних планових документах конкретних джерел, за рахунок яких будуть досягнуті мета і цілі розвитку соціальної діяльності туристичних підприємств України, відсутність спільного планування соціальних заходів в туристичній сфері на рівні держави, регіону та підприємства	Формування та розвиток інституційного середовища для запровадження прийнятих Законів України в сфері розвитку туризму та соціальних програм, впровадження їх в практичну діяльність	Визначення пріоритетів фінансування планових заходів із фінансово-ресурсним забезпеченням соціальної діяльності туристичних підприємств, формування та розвиток економічних механізмів залучення підприємств різних форм власності в практику соціальної діяльності в туристичній сфері

Продовження таблиці 3.5

Організація	Невизначеність умов щодо створення і розвитку нових видів соціальної діяльності, формування організаційно-законодавчого забезпечення, започаткування нових практик, недостатній рівень координації діяльності туристичних підприємств в туристичній сфері	Формування, затвердження та реалізація генеральних планів розбудови системи реалізації політики туристичних підприємств у сфері соціальної діяльності із розробкою на основі вже апробованих в практичній діяльності нормативних актів для виконання умов підвищення соціальної діяльності в діяльності туристичних підприємств	Визначення повноважень, розширення компетенцій та відповідно матеріального стимулювання та санкцій працівників управлінського апарату туристичних підприємств за запровадження нових форм та видів соціальної діяльності та заходів соціального розвитку трудового колективу туристичних підприємств
-------------	---	---	--

Продовження таблиці 3.5

<p>Мотивація</p>	<p>Відсутність стимулів для органів влади всіх рівнів щодо проведення активної соціальної політики в сфері розвитку соціальних видів туризму та соціального розвитку трудового колективу туристичних підприємств, а також поліпшення конкретних показників соціального розвитку регіону, недостатній взаємозв'язок державного, приватного, страхового сегменту ринку туристичних послуг</p>	<p>Розподіл ресурсного забезпечення на всіх рівнях системи ієрархії управління в туристичній сфері у відповідності до ефективності розвитку туристичного сегменту ринку послуг та результатів впровадження нових туристичних продуктів соціального спрямування (зокрема) для дітей, інвалідів, пенсіонерів, хворих і т.і.</p>	<p>Розвиток державно-приватного партнерства, виділення бюджетних ресурсів для формування регіональних програм з орієнтацією на розвиток соціальних програм туристичних підприємств, підготовка фахівців туристичних підприємств для участі у масштабних грантових програмах</p>
------------------	---	---	---

Продовження таблиці 3.5

Контроль	Відсутність дієвої практики контролю ефективності державної політики соціального розвитку туристичних підприємств та розвитку соціальних програм туристичними підприємствами, які пов'язані з постійним активним розвитком туристичної сфери та туристичних підприємств	Створення прозорих механізмів підготовки та реалізації соціальних програм туристичними підприємствами шляхом зустрічей з громадськістю, вразливими категоріями населення, дітьми, формування звітів для міжнародних організацій, розподілення бюджетних та інших коштів на основі конкурсів	Визначення нових методів матеріального стимулювання для менеджерів туристичних підприємств, відповідальних за забезпечення реалізації нових соціальних напрямів, а також працівників міністерств, установ, регіональних органів влади, що надають сервісні послуги для здійснення туристичної діяльності
----------	---	---	--

Продовження таблиці 3.5

Інформування, моніторинг, аналіз, діагностика	Недосконалість системи комплексного періодичного спостереження, аналізу та діагностики проведення системи соціальних заходів туристичними підприємствами	Формування системи спеціальної звітності для туристичних підприємств, що проводять заходи соціального спрямування, визначення показників та створення рейтингових списків кращих туристичних компаній соціального спрямування в регіонах та в країні	Трансформація систем управління туристичними підприємствами на основі їх інтеграції в програми сталого розвитку, «зеленого» туризму, ініціатив UNWTO
---	--	--	--

Продовження таблиці 3.5

<p>Корпоративна соціальна відповідальність</p>	<p>Розширення спектру туристичних послуг, які носять соціальний характер, в т.ч. освітній туризм, медичний (лікувальний) туризм, культурно-історичний туризм, туризм для дітей, підтримка і розвиток пріоритетних і затребуваних на ринку видів туризму, сприяння диверсифікації пакету туристичних послуг, соціальний розвиток трудових колективів туристичних підприємств</p>	<p>На перших етапах розвитку соціальної діяльності туристичного підприємства проведення досліджень, анкетування, вивчення думки громадянського суспільства щодо дієвості приватних форм надання туристичних послуг та ефективності функціонування туристичних підприємств, розвиток системи страхування</p>	<p>Співпраця приватних структур з місцевими громадами, розвиток страхової медицини, транспортного страхування, визначення основних напрямів соціальної доцільності та економічної ефективності співпраці державних установ та туристичних підприємств у сфері КСВ</p>
--	---	---	---

Серед адміністративних методів ми можемо визначити наступні: в сфері планування – формування та розвиток інституційного середовища для запровадження прийнятих Законів України в сфері розвитку туризму та соціальних програм, впровадження їх в практичну діяльність; в сфері організації – формування, затвердження та реалізація генеральних планів розбудови системи реалізації політики туристичних підприємств у сфері соціальної діяльності із розробкою на основі вже апробованих в практичній діяльності нормативних актів для виконання умов підвищення соціальності в діяльності туристичних підприємств; в сфері мотивації – розподіл ресурсного забезпечення на всіх рівнях системи ієрархії управління в туристичній сфері у відповідності до ефективності розвитку туристичного сегменту ринку послуг та результатів впровадження нових туристичних продуктів соціального спрямування (зокрема) для дітей, інвалідів, пенсіонерів, хворих і т.і.; в сфері контролю – створення прозорих механізмів підготовки та реалізації соціальних програм туристичними підприємствами шляхом зустрічей з громадськістю, вразливими категоріями населення, дітьми, формування звітів для міжнародних організацій, розподілення бюджетних та інших коштів на основі конкурсів; в сфері інформування, моніторингу, аналізу, діагностики – формування системи спеціальної звітності для туристичних підприємств, що проводять заходи соціального спрямування, визначення показників та створення рейтингових списків кращих туристичних компаній соціального спрямування в регіонах та в країні.

Слід визначити організаційні та адміністративні аспекти розвитку діяльності туристичних підприємств, що були визначені нашими експертами як головні на рівні підприємства: чітко визначення суті стратегічного бачення та напрямків

розвитку соціальної діяльності, визначення ключових ресурсів і джерел інвестування соціальної діяльності, вимір запланованих і незапланованих результатів процесу формування та впровадження стратегії соціальної діяльності. В поліпшенні суто соціальної діяльності туристичних підприємств експерти визначили наступні напрямки: соціальний розвиток трудового колективу, недостатній рівень якості обслуговування у підрозділах харчування лікувально-оздоровчих закладів та недостатня забезпеченість висококваліфікованими спеціалістами, підготовка та підвищення кваліфікації кадрів, упровадження заходів із забезпечення якості праці персоналу.

Серед економічних методів ми можемо визначити наступні: в сфері планування – визначення пріоритетів фінансування планових заходів із фінансово-ресурсним забезпеченням соціальної діяльності туристичних підприємств, формування та розвиток економічних механізмів залучення підприємств різних форм власності в практику соціальної діяльності в туристичній сфері; в сфері організації – визначення повноважень, розширення компетенцій та відповідно матеріального стимулювання та санкцій працівників управлінського апарату туристичних підприємств за запровадження нових форм та видів соціальної діяльності та заходів соціального розвитку трудового колективу туристичних підприємств; в сфері мотивації – розвиток державно-приватного партнерства, виділення бюджетних ресурсів для проведення регіональних програм з орієнтацією на розвиток соціальних програм туристичних підприємств, підготовка фахівців туристичних підприємств для участі у масштабних грантових програмах; в сфері контролю – визначення нових методів матеріального стимулювання для менеджерів туристичних підприємств, відповідальних за забезпечення реалізації

нових соціальних напрямів, а також працівників міністерств, установ, регіональних органів влади, що надають сервісні послуги для здійснення туристичної діяльності; в сфері інформування, моніторингу, аналізу, діагностики – трансформація систем управління туристичними підприємствами на основі їх інтеграції в програми сталого розвитку, «зеленого» туризму, ініціатив UNWTO.

Економічні чинники на рівні державного управління туристичними підприємствами наступні: тимчасове звільнення від податків для малого та середнього бізнесу з метою стимулювання соціальної діяльності, надання кредитів для стимулювання соціальної діяльності, створення додаткових робочих місць та підвищення гнучкості зайнятості, створення ефективного конкурентного середовища. Економічні чинники на основі вдосконалення системи приватно-державного партнерства в туристичній сфері наступні: організація і проведення конкурсів серед підприємств на отримання державної підтримки, сприяння організації і розвитку структур і філій туристичних підприємств в регіонах, оцінювання інвестиційної привабливості проєктів фахівцями туристичних підприємств та регіональних органів влади, управління розвитком державно-приватного партнерства в галузі туризму.

Як вже було зазначено, подана концептуальна модель побудована на основі загальновідомих функцій менеджменту. Функції менеджменту є універсальною частиною системи управління (менеджменту) будь-якого підприємства і не залежать від галузевої приналежності підприємства, однак в сучасних умовах є особливості застосування таких функцій. Наприклад, є велика різниця між реалізацією функцій менеджменту на підприємствах, що працюють на національному рівні і у великих транс-

національних, в тому числі туристичних корпораціях, міжнародних мережах готелів, міжнародних авіакомпаніях, страхових компаніях. Ця специфіка зумовлена масштабами діяльності компаній та різним законодавством, що існує в різних країнах.

Крім того, специфіка нашого дослідження зумовила наявність в поданій моделі окремої складової, що спрямована на висвітлення соціальних проектів туристичних підприємств, тому ми включили в концепцію, крім класифікації за функціями менеджменту, і частину, що розвиває напрями соціальної діяльності на основі підходів корпоративної соціальної відповідальності. В дослідженні неодноразово наголошували, що напрями соціальної діяльності туристичних підприємств можна поділити в основному на два основних види: розвиток туристичних програм, що мають соціальну спрямованість та заходи, спрямовані на соціальний розвиток трудового колективу. Одним з головних інструментів соціального розвитку трудового колективу є корпоративна соціальна відповідальність. Саме тому наші пропозиції мають назву: «Концептуальна модель розвитку соціальної діяльності туристичних підприємств відповідно до функцій управління та соціальної відповідальності».

Основною проблемою розвитку соціальної діяльності туристичних підприємств за підходами соціальної відповідальності є – розширення спектру туристичних послуг, які носять соціальний характер, в т.ч. освітній туризм, медичний (лікувальний) туризм, культурно-історичний туризм, туризм для дітей, підтримка і розвиток пріоритетних і затребуваних на ринку видів туризму, сприяння диверсифікації пакету туристських послуг, соціальний розвиток трудових колективів туристичних підприємств. До адміністративних заходів вирішення цих проблем необхідно віднести – проведення досліджень, анкету-

вання, вивчення думки громадянського суспільства щодо дієвості приватних форм надання туристичних послуг та ефективності функціонування туристичних підприємств, розвиток системи страхування, започаткування роботи із підприємствами різних сервісних сфер. Також важливим є розгортання заходів в трудовому колективі туристичного підприємства щодо визначення дієвих заходів соціального спрямування в процесі управління трудовим колективом підприємства. До економічних заходів вирішення цих проблем необхідно віднести – співпрацю приватних структур з місцевими громадами, розвиток страхової медицини, транспортного страхування, визначення основних напрямів соціальної доцільності та економічної ефективності співпраці державних установ та туристичних підприємств у сфері корпоративної соціальної відповідальності, поширення практики надання соціальних або компенсаційних пакетів працівникам, участь в соціальних заходах та програмах в регіоні.

Запропонована концептуальна модель розвитку соціальної діяльності туристичних підприємств відповідно до функцій управління та соціальної відповідальності охоплює основні напрямки соціальної діяльності туристичних підприємств відповідно до функцій управління та спирається на підходи, що визначаються сучасними тенденціями корпоративної соціальної відповідальності.

Діяльність туристичних підприємств на сучасному етапі ґрунтується, як ми вже довели, на активній співпраці зі всіма зацікавленими сторонами в сфері раціонального природокористування, розвитку соціальних туристичних програм та програм корпоративної соціальної відповідальності. Тому діяльність туристичних підприємств несе в собі ознаки корпоративного

підприємництва, екологічного, екосистемного підприємництва. Ми розглядали діяльність туристичних підприємств як частини системи корпоративного підприємництва, для якого характерні значні обсяги діяльності в послугах екосистемного та соціального спрямування. Після проведення опитувань, аналізу діяльності туристичних підприємств на основі їх програм та напрямів соціальної діяльності, необхідно визначити, що туристичні підприємства мають в собі ознаки структурних елементів не тільки корпоративного, але й екологічного, екосистемного, соціального підприємництва.

Ґрунтуючись на дослідженні підприємництва, яке провела Миськовець Н.П., ми поєднали основні характеристики традиційного, корпоративного підприємництва, що подані в першому розділі роботи із характеристиками, що пропонує авторка. В своїй дисертації та інших працях вчена виокремила теоретичні основи здійснення корпоративного підприємництва на основі використання екосистем, формування наукових підходів до розвитку екосистемного корпоративного підприємництва, міжнародний досвід та рекомендації ФАО щодо відповідального екосистемного корпоративного підприємництва, провела аналіз розвитку екосистемного підприємництва в Україні, запропонувала шляхи вдосконалення механізму регулювання корпоративного екосистемного підприємництва на основі вимог ФАО. В нашому дослідженні ми спираємось на рекомендації інших міжнародних організацій, але напрацювання вченої стали загальним підґрунтям для проведення подальших наукових розвідок в цьому напрямі [17, с. 144–148; 18, с. 147–152].

Діяльність туристичних підприємств як складової загальної системи соціального підприємництва досліджувалася нами на основі досліджень П.О. Сокурєнка, який підготував

дисертацію та інші наукові роботи на основі досліджень в сфері корпоративної соціальної відповідальності. Зокрема, вченим досліджувалися такі питання, як теоретичні основи формування соціальної відповідальності корпорацій, системний підхід до дослідження корпорацій як суб'єкта соціальної діяльності, учасники корпоративних відносин в реалізації соціальної функції корпорації, вдосконалення системи стимулювання членів трудових колективів в акціонерних товариствах, особливості відносин роботодавців з профспілками в сучасних умовах, формування моделі соціального партнерства в Україні [20].

Проведені дослідження дозволили сформувати систему сучасних ознак діяльності туристичних підприємств як підприємств, що працюють на національних та міжнародних ринках як суб'єкти корпоративного, екосистемного та соціального підприємництва, будують свою діяльність на основі програм ООН в сфері сталого розвитку, програм UNWTO в сфері збереження довкілля та підвищення якості туристичних послуг, Глобального договору ООН в сфері корпоративної соціальної відповідальності.

Необхідно визначити, що поняття «соціальне підприємництво» трактується з двох позицій: по-перше, це будь-який вид підприємництва, що має наслідком не тільки економічний ефект, але й соціальні здобутки, і по-друге – це особливий вид підприємництва, який цілеспрямовано створений та розвивається з метою надання соціальних послуг. Будь-яке соціальне підприємництво спрямоване на послаблення або ліквідацію соціальних проблем в суспільстві (на окремій території, в окремому соціумі), тому діяльність туристичних організацій в соціальній сфері є також складовою частиною соціального підприємництва. В таблиці 3.6 ми можемо побачити основні

характеристики видів підприємництва, в тому числі і соціального.

Підводячи підсумки дослідження напрямів соціальної діяльності туристичних підприємств та розробки концептуальної моделі розвитку соціальної діяльності туристичних підприємств відповідно до функцій управління та корпоративної соціальної відповідальності, слід визначити основні висновки: по-перше, розроблено концептуальну модель розвитку соціальної діяльності туристичних підприємств відповідно до функцій управління та корпоративної соціальної відповідальності, яку сформовано на основі функцій управління та складових корпоративної соціальної відповідальності, що враховує основні проблеми соціальної діяльності туристичних підприємств, які було виявлено в ході проведеного соціологічного дослідження, а також пропонує адміністративні та економічні шляхи вирішення цих проблем.

По-друге, проведені дослідження дозволили сформувати систему сучасних ознак діяльності туристичних підприємств як підприємств, що працюють на національних та міжнародних ринках як суб'єкти корпоративного, екосистемного та соціального підприємництва, будують свою діяльність на основі програм ООН в сфері сталого розвитку, програм UNWTO в сфері збереження довкілля та підвищення якості туристичних послуг, Глобального договору ООН в сфері корпоративної соціальної відповідальності.

Таблиця 3.6

Характеристика соціального підприємництва у порівнянні з іншими видами підприємництва

<i>Показник</i>	<i>Традиційне підприємництво</i>	<i>Корпоративне підприємництво</i>	<i>Високотехнологічне підприємництво</i>	<i>Екологічне підприємництво</i>	<i>Екосистемне підприємництво</i>	<i>Соціальне підприємництво</i>
Цілі функціонування з позиції споживача	Задоволення традиційних та суспільних потреб	Задоволення традиційних, корпоративних та суспільних потреб	Задоволення нових суспільних потреб	Задоволення екологічних потреб	Задоволення екологічних та соціальних потреб	Задоволення суспільних, екологічних та соціальних потреб
Цілі функціонування з позиції підприємців	Отримання прибутку від продажу традиційної корисності	Отримання прибутку від продажу традиційної корисності та соціальна відповідальність	Отримання прибутку від продажу високотехнологічних товарів та послуг	Одержання прибутку від продажу екологічної корисності	Сумарний дохід від продажу екологічно чистої продукції	Отримання соціального ефекту та дотримання принципів сталого розвитку

Продовження таблиці 3.6

Роль природних ресурсів в підприємницькій діяльності	Перш за все, розглядаються фактори виробництва	Діяльність на принципах КСВ	Діяльність на принципах КСВ	Перш за все, розглядаються фактори, які впливають на задоволення екологічних потреб	Основна роль – це задоволення екологічних, економічних та соціальних потреб	Діяльність на принципах цілей тисячоліття, програми сталого розвитку та пріоритетів КСВ
Основні переваги	Спрямоване на максимальну віддачу ресурсів при використанні традиційних прийомів господарювання для підвищення рентабельності діяльності організації та	Ефективне управління інтересами сторін, максимальна віддача ресурсів при використанні традиційних прийомів господарювання для підвищення	Міжнародна інтеграція, інвестиції в інтелект, стимулювання системи освіти, додаткова додана вартість, інтелектуальна рента,	Направлене на виробництво екологічної продукції, виконання робіт та надання послуг спеціального природоохоронного	Орієнтоване на бережне використання екосистем при виробництві органічної продукції та наданні екосистемних послуг.	Орієнтоване на бережне використання екосистем, відповідність вимогам суспільства, програм міжнародних організацій,

Продовження таблиці 3.6

	оновлення номенклатури послуг	рентабельності діяльності організації та оновлення номенклатури послуг	високий рівень оплати праці, незначна ресурсоемність	призначення. Характерне для промисловості та інших видів економічної діяльності, які використовують природні ресурси	Характерне переосмислення ведення підприємницької діяльності, орієнтованої на використання екосистемного підходу	реалізація очікувань людей
--	-------------------------------	--	--	--	--	----------------------------

По-третє, на основі здобутків вітчизняних наукових шкіл у сфері економіки підприємства нами систематизовано характеристики соціального підприємництва у порівнянні з іншими видами підприємництва. В дослідженні порівняно основні ознаки традиційного, корпоративного, високотехнологічного, екологічного, екосистемного, соціального підприємництва та виявлено їх цілі функціонування з позиції споживача, цілі функціонування з позиції підприємців, роль природних ресурсів у підприємницькій діяльності, основні переваги.

По-четверте, визначено, що туристичні підприємства є складовою частиною системи соціального підприємництва, тому що їх характерними ознаками є: задоволення суспільних, екологічних та соціальних потреб, отримання соціального ефекту та дотримання принципів сталого розвитку, діяльність на принципах цілей тисячоліття, програми сталого розвитку та пріоритетів КСВ, орієнтація на бережне використання екосистем, відповідність вимогам суспільства, програмам міжнародних організацій, реалізація очікувань людей.

Висновки до третього розділу

В сучасному світі туризм став одним з основних секторів економіки. Його вага у ВВП, а також його внесок у зайнятість роблять його фундаментальною опорою світової економіки. Він являє собою один з основних двигунів зростання світової економіки. В останні роки індустрія туризму набула великої ваги в світовій економіці. З розвитком глобалізації кількість туристів в останні роки різко зросла в порівнянні з минулими роками, що відбилося на явному поліпшенні становища в цьому секторі, а також якості обслуговування. Транзитний рух людей, а також

розвиток туристичних пропозицій і професіоналізація сектора перетворили його в одну з основ економіки. Туризм є важливим соціальним чинником розвитку країни. В світовому масштабі розраховано, що одне пряме робоче місце в секторі подорожей і туризму створює в цілому три робочих місця.

Останні статистичні матеріали Всесвітньої туристичної організації демонструють негативні тенденції у функціонуванні туристичної галузі, що пов'язано із пандемією COVID-19. Подолання наслідків пандемії для туристичної галузі можливе шляхом активізації запровадження інноваційних технологій в цій сфері.

Інноваційна діяльність у туристичній сфері орієнтована на запровадження нових чи вдосконалення старих туристичних продуктів, розвідку інших напрямів, введення різних новітніх технологій та новочасних форм діяльності, управління та організації. Серед нових рішень в цій сфері слід відмітити еко-інновації. Така концепція досить нова для наукового та технічного розвитку. Під такими інноваціями розуміють процеси та туристичні продукти, що допомагають безперервному розвитку підприємства. Також слід звернути увагу на те, що дієвість від впровадження еко-інновацій необхідно аналізувати протягом всього циклу існування продукту, а не обмежуватися лише процесами створення турпродукту.

Концептуальна модель розвитку соціальної діяльності туристичних розроблена відповідно до функцій управління та корпоративної соціальної відповідальності, сформовано на основі функцій управління та складових корпоративної соціальної відповідальності, що враховує основні проблеми соціальної діяльності туристичних підприємств.

Проведені дослідження дозволили сформуванати систему сучасних ознак діяльності туристичних підприємств як підприємств, що працюють на національних та міжнародних ринках як суб'єкти корпоративного, екосистемного та соціального підприємництва, будують свою діяльність на основі програм ООН в сфері сталого розвитку, програм UNWTO в сфері збереження довкілля та підвищення якості туристичних послуг, Глобального договору ООН в сфері корпоративної соціальної відповідальності.

На основі здобутків вітчизняних наукових шкіл систематизовано характеристики соціального підприємництва у порівнянні з іншими видами підприємництва. В дослідженні порівняно основні ознаки традиційного, корпоративного, високотехнологічного, екологічного, екосистемного, соціального підприємництва та виявлено їх цілі функціонування з позиції споживача, цілі функціонування з позиції підприємців, роль природних ресурсів у підприємницькій діяльності, основні переваги.

Туристичні підприємства є складовою частиною системи соціального підприємництва, тому що їх характерними ознаками є: задоволення суспільних, екологічних та соціальних потреб, отримання соціального ефекту та дотримання принципів сталого розвитку, діяльність на принципах цілей тисячоліття, програми сталого розвитку та пріоритетів КСВ, орієнтація на бережне використання екосистем, відповідність вимогам суспільства, програмам міжнародних організацій, реалізація очікувань людей.

Література до третього розділу

1. Електронний ресурс. URL: <https://www.vavt-imef.ru/development-of-foreign-trade-of-the-worlds-leading-countries/>.

(Дата звернення: 10.06 2021 р.).

2. Електронний ресурс. URL: <https://www.globaltourismforum.org/blog/2020/02/06/tourism-an-important-sector-for-the-world-economy/>.

(Дата звернення: 10.06 2021 р.).

3. Електронний ресурс. URL: Carl Bonham and James Mak The Growing Importance of Tourism in the Global Economy and International Affairs Georgetown Journal of International Affairs July 22, 2014. (Дата звернення: 10.06 2021 р.).

4. Електронний ресурс. URL: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>. (Дата звернення: 10.06 2021 р.)/

5. Електронний ресурс. URL: <https://www.travelpulse.com/news/impacting-travel/the-importance-of-travel-tourism-in-driving-global-economy.html>. (Дата звернення: 10.06 2021 р.)/

6. World Tourism Organization. Access mode: www.unwto.org. – Title from screen. UNWTO Tourism Highlights. URL: <http://mkt.unwto.org>. (Дата звернення: 10.06 2021 р.)/

7. Pavlov V. Nauchnyiy turizm: nakoplenniy opyt i perspektiviyi razvitiya. URL : <http://www.intacadem.ru/statji/nauchnyy-turizm-nakoplennyy-opyt-i-perspektivy-razvitiya.html>. (Дата звернення: 10.06 2021 р.)/

8. Sardak S., Dzhyndzhoian V., Samoilenko A. Global innovations in tourism. *Innovative Marketing*. 2016. № 3. P. 45–50.

9. Dzhyndzhoian V.V. Using Internet technology as a modern marketing tool in promoting tourism products. *Innovative technologies: international experience and its application*, 2016, pp. 5–10.

10. Baglieri D., Consoli R. Collaborative innovation in tourism: managing virtual communities. *The TQM Journal*, 2009, Vol. 21 Iss: 4 pp. 353–364.

11. Гончарова И.В., Розанова П.Т., Морозов М.А., Морозова Н.С. Маркетинг туризма: учебное пособие. М. Федеральное агенство по туризму, 2014. 224 с.

12. Інновації [Електронний ресурс] // Вікіпедія, URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/інновації>. (Дата звернення: 10.06 2021 р.)/

13. Торяник В.М. Інформаційна безпека як складова національної безпеки держави. Роль ЗМІ в забезпеченні інформаційного суверенітету України. *Право і суспільство*. 2016. № 2. С. 151–156.

14. Сазонець О.М., Ганкіна М.С. Виявлення соціально-комунікативних переваг розвитку напрямів освітнього туризму на підприємствах міжнародного туризму. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 12. С. 5–11.

15. Сазонець О.М., Ганкіна М.С. Шляхи реалізації соціально-комунікативної функції підприємств міжнародного туризму в практичній діяльності. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 11. С. 38–42.

16. Ганкіна М.С. Соціально-комунікативна функція туристичних підприємств на основі розвитку програм міжнародного освітнього туризму. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 10. С. 64–66.

17. Сазонець О.М., Миськовець Н.П. Теоретичні основи здійснення корпоративного підприємництва на основі використання екосистем. *Бізнес інформ*. 2016. №11. С. 144–148.

18. Сазонець О.М., Миськовець Н.П. Макроекономічний аналіз екосистемного підприємництва. *Бізнес інформ.* 2017. №1. С. 147–152.

19. Сокуренок П.І. Адаптування стратегічного розвитку підприємств в екосистемі світу згідно із сучасними тенденціями економічного розвитку. *Академічний огляд.* 2010. № 2 (33). С. 38–41.

20. Сокуренок П.І. Теоретико-методологічні засади прискорення процесів соціально-економічного розвитку регіону. Кременчук, 2013. 460 с.

21. Сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: <https://www.unwto.org/ru/cultural-tourism-covid-19> (дата звернення 22.04.2020 р.).

РОЗДІЛ 4.

ЗРОСТАННЯ ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

4.1. Вплив системи інформаційних послуг на управління діяльністю підприємств

Діяльність сучасних підприємств спирається на передові інформаційні технології, комунікації та обмін інформацією. Галузева приналежність підприємства практично не впливає на моделі його функціонування в ринковому середовищі, середовищі міжнародного глобального бізнесу та інформаційному середовищі. Функції підприємства, що пов'язані з організацією виробничого процесу, управлінням фінансами, збутом, маркетингом, рекламою повністю базуються на переробці інформації, контактах з партнерами та підготовкою високоякісних кадрів. Підготовка таких кадрів, які поєднують глибокі професійні, економічні, інженерні знання та досконале використання інформаційних технологій є також важливою задачею, яку підприємствам необхідно вирішувати тільки на основі нових інноваційних методів.

Сучасні наукові праці, що присвячені цій проблематиці, необхідно розділити на дві великі групи. Частина науковців розглядають вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємств. До таких науковців слід віднести Антонову С.Є. [3], Бормотенка А.В. [1], Гладченка А.Ю. [6], Сазонець О.М. [7, 8, 9], Полякова М.В. [4, 12], Ханіна І.Г. [11, 12, 13, 14] та ін. Ці науковці досліджували філософські, глобальні, міжнародні, управлінські, фінансові аспекти діяльності корпорацій, підприємств. Внутрішні проблеми функціонування сучасних підприємств та

певною мірою проблеми функціонування IT-підприємств досліджували такі вітчизняні науковці, як Джинджоян В.В. [2], Корбутяк В.І. [3], Лецер Ю.О. [12, 13], Радько А.О. [5], Сазонець І.Л. [3, 6]. Ці науковці сконцентрували свою увагу на проблемах підготовки кадрів для підприємств, прийнятті стратегічних рішень в умовах управлінських інформаційних систем, вдосконаленні документообігу в організаціях, економічних та маркетингових питаннях.

Важливим науковим завданням є поєднання цих двох напрямів досліджень шляхом виявлення інноваційних методів функціонування підприємств та вирішення багатьох проблем підприємств за рахунок їх співпраці з новими за формою інноваційними інформаційними структурами в умовах інформаційної економіки.

У науковій концепції прийняття рішень значна увага також приділяється економічному, організаційному, правовому та інформаційному факторам у рішенні проблем, які відображені в розвитку ряду методів, наприклад, економетричного моделювання, функціонально-вартісного аналізу і багатьох інших.

Сучасні підприємства усіх галузей народного господарства тісно співпрацюють на основі інформаційних технологій з державою, постачальниками, споживачами, конкурентами. Відповідно до зазначених аспектів у процесі розвитку концепції прийняття рішень на основі використання інформаційних технологій Джинджояном В.В. виділено окремі напрямки досліджень і систем наукових знань, які стосуються організаційних, інформаційних, технологічних, економічних та інших рішень [2].



Рис. 4.1. Умови існування та розвитку інформатизації підприємства

[на основі досліджень 2, 7, 8, 9]

На рисунку 4.1. ми можемо побачити, що сфера застосування інформаційних технологій для менеджменту підприємства дуже різноманітна. Серед нових інноваційних структур, що допомагають підприємствам працювати в нових умовах інформатизації, можна визначити ІТ-кластери, які створюються не тільки з метою посилення діяльності ІТ-підприємств, але й для адаптації інших підприємств до вимог інформаційного суспільства.

На теперішній час практично в усіх регіонах України створені нові інноваційні структури – ІТ-кластери. Інформаційні кластери мають у своїй основі стійку систему поширення нових технологій, знань, продукції (інформаційно-технологічну мережу), яка спирається на спільну наукову базу, освітні та інформаційні установи (їх розробки), що дає змогу надавати послуги за світовими стандартами, розширювати ринки збуту продукції. ІТ-підприємства, що є учасниками кластеру, мають додаткові конкурентні переваги за рахунок можливості здійснювати внутрішню спеціалізацію й розподіляти функції, залучати фінансові кошти у діяльність та мінімізувати витрати на впровадження інновацій шляхом об'єднання фінансових ресурсів підприємств, що входять у кластер. Ефективність фінансової діяльності в підприємствах кластеру підвищується за рахунок залучення інвестицій від спільної участі в інвестиційних програмах, шляхом участі в конкурсних проектах, що фінансуються у вигляді грантів, шляхом об'єднання фінансових можливостей для забезпечення гарантій при отриманні кредитних ресурсів.

При об'єднанні підприємств у кластери підвищується можливість доступу до інформаційних ресурсів і обміну інформацією щодо різних аспектів діяльності підприємств відпо-

відних галузей; доступу до освітніх, маркетингових, юридичних, консультативних послуг.

Важливою особливістю зазначеного типу кластерів є наявність у їхній структурі гнучких підприємницьких структур – малих підприємств, які дозволяють формувати інноваційні центри зростання регіональної економіки. Кластер є надзвичайно важливим для розвитку малого підприємництва: він сприяє створенню нових підприємств, забезпечує малим фірмам високий ступінь спеціалізації при обслуговуванні конкретної інформаційної ніші, так як при цьому активно відбувається обмін ідеями й передача знань від науковців до підприємців, що, своєю чергою, призводить до збільшення та посилення самого кластера, зростання його конкурентоспроможності на внутрішньому та світовому ринках.

Можливості підприємств кластеру зростають на основі збільшення ступеня використання наявних потужностей, посилення співпраці бізнес-структур з університетами, нарощування можливостей залучення інвестицій, особливо венчурних, збільшення темпів інноваційного розвитку, підвищення продуктивності підприємств за рахунок кращого доступу до висококваліфікованої робочої сили, спеціалізованої інформації, кращої мотивації керівників та працівників, розширення доступу до ринків збуту та виходу на зовнішні ринки, спеціалізованих постачальників, технологічних знань; тобто появи синергетичного ефекту зростання (в т.ч. і за рахунок ефекту масштабу).

Освітня діяльність ІТ-кластеру є однією з головних складових його функціонування. В нашій країні всі створені ІТ-кластери мають в своєму складі провідні університети, що готують фахівців ІТ-сфери. Потужний розвиток цієї сфери потребує значної кількості фахівців. Тому кластерні структури

активно займаються профорієнтаційною роботою з абітурієнтами, співпрацюють з університетами в процесі формування навчальних планів, програм дисциплін, долучаються до участі в практичній підготовці фахівців, розширяють форми комерціалізації освітньої діяльності, надають можливість стажування, посилення практичної підготовки викладачів.

До нових інноваційних структур доцільно віднести інжинірингові школи. Однією з великих ІТ-корпорацій України, що створила мережу інжинірингових шкіл, є асоціація Noosphere Ventures. Головна задача Noosphere Engineering School, яку визначено Ханінім І.Г. [11, 12, 13, 14] – це здійснення системної взаємодії практиків-виробничників зі студентами та викладачами. В межах спільної діяльності не тільки опановуються прийоми та способи вирішення завдань, але й створюються нові можливості для майбутніх підприємців, вчених, винахідників. Об'єднавши теорію та практику, школа створює платформу для розкриття творчого потенціалу студентів та молодих спеціалістів.

Цикл занять складається з тренінгів та групових практичних занять, які проводять фахівці Noosphere та практики-дослідники. Програма поділяється на три етапи – теоретичний, практичний та презентаційний. Noosphere Engineering School надає необхідне обладнання та матеріали в рамках підготовки циклів. У учасників програми є можливість виявляти навички генерації ідей, їх розробку та роботи в команді. По закінченню програми всі випускники отримують сертифікати Noosphere Engineering School. Найкращі студенти (за результатами оцінювання менторами та роботою в команді) отримують можливість стати співробітником компанії Noosphere та отримати можливість працевлаштування в провідних корпораціях та на підприємствах.

Однією з інноваційних форм освіти для студентів ІТ та інших спеціальностей Національного університету водного господарства та природокористування є створення інжинірингової школи. В університеті така школа функціонує на партнерських засадах з асоціацією Noosphere. Noosphere Engineering School – це спільний проект компанії Noosphere та провідних університетів України. В рамках проекту топ-менеджери Noosphere діляться зі студентами університетів знаннями і практичним досвідом, а з викладачами та професорським складом університетів – науковими, емпіричними, теоретичними рішеннями. Такий синтез теорії та практики дозволяє створювати та реалізовувати інноваційні ідеї. Noosphere Engineering School – центр досліджень і проектної діяльності, синергія зусиль експертів, студентів та ентузіастів, каталізатор проривних інновацій на стику науки і бізнесу.

Згідно розглянутим схемам можна запропонувати авторський підхід до розвитку системи управління підприємством на основі його інтеграції в нові інноваційні інформаційні структури (рис 4.2).

Запропонована система управління діяльністю підприємства включає всі етапи трансформації стратегічного управління виробничою системою, яка спирається на інформаційну природу сучасної економіки та практичні завдання, що стоять перед управлінськими структурами підприємств. Для розробки запропонованої системи було проаналізовано напрями діяльності вітчизняних науковців, що досліджували проблеми управління підприємствами в умовах інформаційної економіки, проаналізовано співпрацю підприємств з новими інноваційними структурами – ІТ-кластерами та виявлено, що ІТ-кластери надають значні переваги для управління сучасним підприємством в сфері

маркетингу, зовнішньоекономічної діяльності, фінансів, підготовки кадрів, підвищення оперативності прийняття рішень.



Рис. 4.2. Спрощена схема концептуальної системи управління підприємством на основі послуг інформатизації

[складено на основі 2]

Все більше значення для підготовки кадрів нової генерації для сфери управління підприємствами відіграють такі інноваційні структури, як інжинірингові школи. Наведено приклад

діяльності інжинірингової школи Noosphere Engineering School та предмет її співпраці з Національним університетом водного господарства та природокористування з метою підготовки кваліфікованих кадрів для систем управління підприємствами в умовах їх функціонування в інформаційній економіці.

4.2. Актуальні напрями інформатизації на підприємствах туризму

Цифрова трансформація або як її прийнято називати діджиталізація змінює наш світ в цілому. Виникає питання. Яким же чином це стосується індустрії туризму? Дане питання є актуальним в даний момент часу тому, що зараз людство переживає дуже непростий період. Той ефект несподіванки і абсолютної неготовності до викликів, пов'язаних з пандемією COVID-19, сьогодні практично зупинив весь нормальний уклад життя і, крім закритих кордонів, зупинених польотів, закритих аеропортів весь туризм був поставлений на паузу. Було абсолютно незрозуміло, як буде відбуватися загальне відновлення. Для цього необхідно визначитися, що можна і потрібно зробити для якнайшвидшого відновлення ситуації і які технологічні та інноваційні технології можуть допомогти в цьому.

Подорожі для всіх нас в першу чергу є враженнями. Ми вирушаємо в поїздки з різних причин. Це може бути відрядження, сімейний відпочинок, медовий місяць і т.і., але ми в будь-якому випадку шукаємо при цьому позитивних емоцій. І якщо ми плануємо нашу подорож правильним шляхом (за певним алгоритмом) і у нас все добре виходить, то природно, що

у нас складається позитивне враження на довгий час і ми чекаємо наступної подорожі [14]. Сучасні інформаційні підходи, що пов'язані з подорожами, реалізуються за допомогою методології цифрового циклу подорожі. Методологія цифрового циклу будь-якої подорожі прийнята у всьому світі. У загальному вигляді вона являє собою етапи, які символізують певні періоди туристичної подорожі і безпосередньо зав'язані на нашому сприйнятті світу через величезну кількість пристроїв, гаджетів, веб-сайтів, додатків, інформації, яку ми сприймаємо (рис 4.3).

Ідея. До початку будь-якої подорожі людина повинна отримати перше враження про те, куди вона хоче поїхати або полетіти і спланувати свою подорож. Інколи ми бачимо якусь рекламу або читаємо пост у соціальних мережах, або подивилися цікавий фільм, але насправді бажання кудись поїхати виникає після того, як ми стикнулися з якоюсь інформацією.

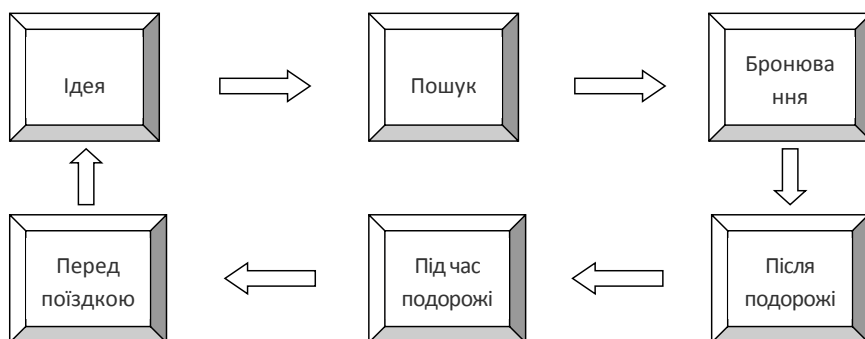


Рис. 4.3. Цифровий цикл подорожі

Пошук. Далі починається дуже довгий цикл пошуку: підбору напрямку, конкретного перельоту, конкретного готелю, туристичного пакету, додаткових послуг, якщо вони є. На цьому етапі людина максимально стикається з великою кількістю «цифрових інтеракцій» (цифрових провідників), коли їй доводиться або перемикати екрани, або переходити з одного сайту на інший, або робити будь-які позначки для себе. Зрештою, вона повертається, щоб вибрати те, що підійшло. Далі ми рухаємося до наступного циклу.

Бронювання. Сьогодні бронювання неможливе без використання всіляких систем бронювання, технологій веб-сайтів, що сьогодні є цілком доступними. Наприклад, система безконтактного заселення (Self check-in) дозволяє гостю надати дані дистанційно і до його заїзду все буде підготоване (при цьому заселення займає не більше однієї хвилини), пакетне проживання в номері, яке включає прекрасно накрытий стіл до святкової вечері, декорування номеру до свят і т.і.

Перед поїздкою. З моменту замовлення всієї подорожі починається досить нетривалий період перед нею, коли відомо, куди і з якою метою буде здійснюватися поїздка і до самого факту поїздки існує етап, через який необхідно пройти. Але і на цьому етапі ми, як і раніше, продовжуємо стикатися з технологіями. Існує можливість поліпшити рівень номеру в готелі, підвищити клас перельоту в авіакомпанії, замовити додаткові послуги тощо [15].

Під час подорожі. Все або майже все, з чим ми стикаємося на цьому етапі, відбувається з використанням сучасних технологій. Наприклад, Check-in в аеропорту, відправка багажу, проходження паспортного контролю, сам переліт (наявність WiFi, замовлення додаткових послуг в польоті), отримання спові-

щення (по прильоту) про знаходження багажу на конкретній каруселі і т.д.

Після подорожі. Публікація постів в соціальних мережах або відгуків на сайтах відповідних підприємств сфери туризму, з роботою яких здійснювався безпосередній контакт під час подорожі. При цьому турист сприяє наступним враженням майбутніх туристів. І у підсумку турист виступає не тільки споживачем послуг, але з часом стає постачальником послуг або постачальником інформації.

Модель цифрового циклу подорожі працює з величезною кількістю інструментів, якими споживач («цифровий турист») має можливість користуватися. Величезна кількість пошукових систем, соціальних мереж, сайтів авіакомпаній, мобільних додатків, контакт-центрів постачальників послуг, кіоски в аеропортах або на вокзалах, представники online туристичних агентств або бізнес турагентств, пошукові агрегатори або агрегатори по цифровій рекламі – все це оточує споживача. Він знаходиться в центрі екосистеми. Провідним постачальником послуг інформаційних технологій в світі для сфери туризму, гостинності та транспорту є компанія Amadeus [16].

Людство зараз вже вступило в еру четвертої індустріальної революції, яка отримала назву «цифрова трансформація» (цифровізація, діджіталізація). Про це можна легко дізнатися практично з усіх джерел інформації. Як не дивно, але саме пандемія прискорила процеси впровадження багатьох технологій, які застосовуються практично у всіх сферах нашого повсякденного життя. Ця епоха досить серйозно ототожнюється з великими масивами даних, з технологічними інноваційними трендами і збільшеним споживчим попитом.

Яким же чином відбувається сприйняття навколишнього світу туристом? За допомогою яких технологій та інновацій він споживає інформацію? Що може бути допомогою для туристів і постачальників туристичних послуг найближчим часом і що з інновацій вже допомагає? На сьогоднішній день спостерігається виділення наступних основних трендів [17]:

1. Мобільні пристрої. Більше 20 років тому в наше життя увійшли мобільні пристрої, які з кожним роком постійно розвиваються, надають все більш широкий спектр можливостей. І вже сьогодні більше 60% всіх пошукових запитів здійснюються за допомогою мобільних пристроїв. Зараз все повсякденне життя тим чи іншим чином пов'язане з використанням цих девайсів. Турист підійшов впритул до того, що почав активно купувати туристичні послуги за допомогою мобільних пристроїв. Причому відсоток придбаних туристичних послуг постійно зростає і він вже набагато перевищив використання сучасних ПК.

2. Швидкість реакції споживача. Відповідно до статистичних даних бізнес-аналітики, що отримані з різних платформ, прийняття рішення про ту чи іншу покупку або вибір тієї чи іншої пропозиції у споживача займає не більше восьми секунд. Причому чим молодший споживач, тим цей час менше.

3. Швидкість обробки запитів. Статистика пошукових запитів свідчить про велику популярність і попит на них. Наприклад, у популярних серед туристів пошукових системах частота запитів і обробка цих запитів за секунду для Google Chrome становить 51667 одиниць, для Amadeus – 20740, для Bing – 10115, для Yahoo – 6205. Ці показники постійно зростають природним шляхом. Сьогодні у світі стає набагато більше інформації і тому швидкість її обробки повинна збільшуватися.

4. Персоналізація турпродукту. Сьогодні явно виражений рух від туристичного продукту у бік підходу до споживача. Раніше продукт створювався орієнтовано на сам продукт (Product oriented). На певному етапі постачальники послуг почали орієнтуватися на якість сервісу (Service oriented). На сьогоднішній день вся орієнтація йде на споживача (Customer oriented). Тому усі послуги, всі продукти і всі пропозиції повинні бути дуже персоналізованими. І не далекий той день, коли комп'ютерні системи будуть розпізнавати наше обличчя, впізнавати нас за допомогою великих масивів даних штучного інтелекту розпізнавання відеоемоцій, будуть надавати пропозиції, які релевантні тільки для конкретної людини.

5. Проблеми старих гравців. Сьогодні відбуваються зміни світового порядку серед брендів постачальників послуг. Це відбувається через зміни світу технологій і еволюцію, через яку проходить людство. І якщо компанія не вміє перебудовуватися (у напрямку цифрової трансформації) або робить це дуже повільно, то її швидко забувають, вона втрачає свій ринок і зникає з поля зору покупців (аж до банкрутства), навіть не дивлячись на її минулу велику популярність і багаторічний стаж на світовому ринку. Наприклад, Walkman, Minolta, Kodak, Black Berry, які своєчасно не перебудувалися, не стали «цифровими» і потім їм довелося довго наздоганяти власне відставання в розвитку і навіть проходити через процедури банкрутства.

6. Поява нових гравців. Сьогодні на ринку присутні абсолютно нові бізнес-моделі. Ці бізнес-моделі вирости в цифрову епоху, хоча деякі з них на ринку вже більше 30–40 років (Google, Apple). Вони є прикладом для наслідування і копіювання в сфері цифровізації (Google, Apple, Facebook, Amazon) – компанії групи GAFA. Ці бренди є абсолютно глобальними і створили не просто

нові бізнес-моделі – вони створили екосистеми, навколо яких крутяться їх споживачі і всі сервіси цих екосистем розраховані на кінцевого споживача. Серед нових бізнес-моделей присутні і нові бренди, які виникли не більше 10–15 років тому, і про які раніше ніхто не чув (Uber, Airbnb, Alibaba, We Chat). Це представники нового покоління цифрової трансформації, коли постачальник послуг одночасно може бути споживачем. Наприклад, постачальник таксі, автомобілів для оренди або шерінга не має жодного авто у власності, найбільший постачальник по оренді житла або апартаментів абсолютно не займається нерухомістю і не володіє квартирами, а просто надає власну платформу. Найбільші екосистеми скуповують для свого оптимального стану величезну кількість брендів і сервісів, для того щоб оточити кінцевого споживача найбільш затребуваними послугами. Серед представників цього кластера на туристичному ринку найбільшою капіталізацією і, відповідно, попитом користуються платформи: Booking, Airbnb, Uber, Expedia, CTrip, Amadeus, Yandex.

Цифрова трансформація торкнулася і самих туристів. У побут міцно увійшло поняття «цифровий турист». Сьогодні цифровий турист стає абсолютно залежним від соціальних мереж, він мобільний в тому сенсі, що не уявляє своє життя, своє розміщення без мобільного пристрою (найчастіше смартфона), всі сервіси, які він споживає, персоналізовані, він дуже педантичний щодо надання та якості послуг, він вважає за краще використовувати цифрові сервіси (причому online сервіси, а не offline), він хоче мати повний контроль над тим, що він купує або споживає і не хоче залежати від якихось інших даних, його цікавить вся поїздка від початку і до кінця (турист не хоче, щоб у нього були якісь розриви у подорожі або виникали якісь стресові ситуації, не підконтрольні йому). Особливо це стосується

нинішньої ситуації з коронавірусом, коли необхідно «відновити» довіру споживача і забезпечити достатній рівень безпеки його здоров'я.

Безумовно, технології визначають враження споживача і він стає залежним від них. Але що вкладено в поняття технологія? Аналітики виділяють наступний щорічно оновлюваний список інноваційних технологічних трендів: Biometrics (біометрика), Blockchain (блоковий ланцюг), Robotics (робототехніка), AI (штучний інтелект), Big Data (великі дані), Cloud (хмара), VR & AR (віртуальна і доповнена реальність), Chatbots (чат боти), Voice (голос), Self-driving (самоуправління), IoT (Інтернет речей), Mobile (мобільний). Ці інновації вже давно знаходяться у використанні і чим далі, тим більше людина стикається з ними в реальному житті.

Конкретними прикладами застосування в туризмі інноваційних цифрових технологій є використання: багатофункціональних мобільних пристроїв, штучного інтелекту, роботів, чатів, чат ботів та ін. Раніше, вирушаючи в подорож, турист екіпувався великою кількістю різноманітних гаджетів: годинник, компас, путівник, мапа, фотоапарат, плеєр, відеокамера, радіоприймач, настільні ігри, преса, ручка або олівець, записна книжка, щоденник (для ділових людей), калькулятор. Сьогодні все це і багато іншого знаходиться в одному пристрої – смартфоні.

Використання роботів в туристичному бізнесі в самий найближчий час ми будемо зустрічати все частіше. До того ж, пандемія прискорює цей процес. Для дотримання соціальної дистанції застосування інформаційних роботів-кіосків і окремих пересувних роботів, наприклад, робот Пепер від компанії Amadeus, дозволяє безпечно отримати інформацію. Застосування штучного інтелекту в даний час всюди [16]. Туристи вже

звикли до різноманітних чат ботів, які приходять на зміну call-центрам.

Боти зі штучним інтелектом, сприймаючи нашу мову або текст, відповідають промовою або текстом на запити. Великого поширення незабаром серед туристів отримають голосові помічники, які інтегровані в різні гаджети, в готельні номери, в аеропортах та інших точках перетину з туристом. Сьогодні вони частіше використовуються в побуті і на роботі (інтерфейси Alita, Siri, Echo, Home, Home Pod, Alexa, Аліса, Олег). Чати і чат боти стають швидко зростаючими каналами комунікації. В авіації практично всі великі авіакомпанії застосовують чат боти і ба-чать в цьому дуже істотну підмогу і серйозний прорив (рис. 4.4).

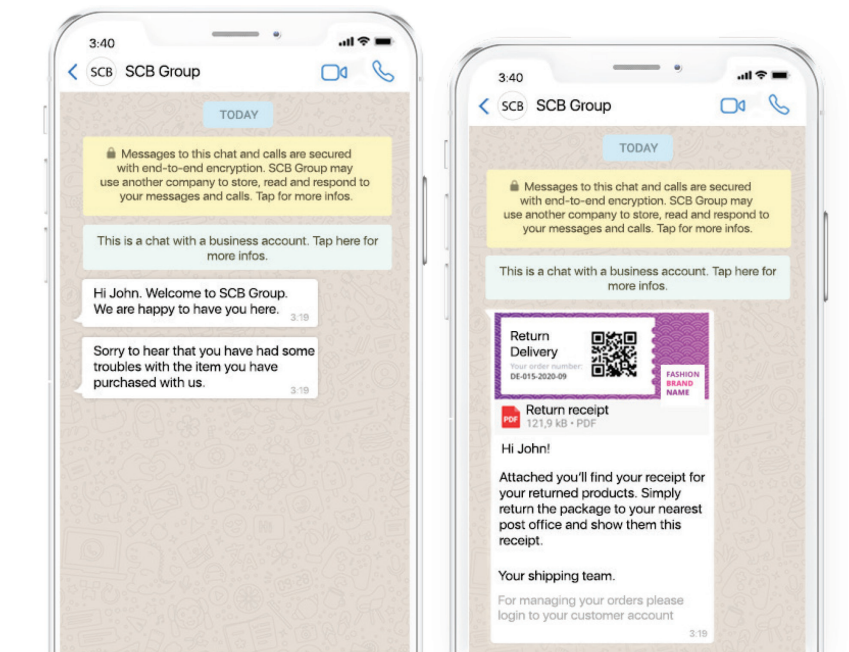


Рис. 4.4. Приклад інтерфейсу чат боту

Вони дозволяють написати якое звернення і тут же отримати відповідь в універсальному чаті або у чаті конкретного бренду транспорту або готелю. Впровадження технологій самообслуговування дозволяє підвищити ефективність сервісу в готелі і вносить значні зміни до порядку реєстрації та розміщення гостей в готелі [18]. Використання кіосків самопоселення дає можливість: отримати цілодобовий доступ до сервісу; розвантажити стійку прийому і розміщення і зменшити навантаження на персонал в години в'їзду великої кількості гостей; дає можливість управляючому готелем перерозподілити обов'язки підлеглих і скоротити витрати на утримання персоналу; сприяють збільшенню прибутку готелю; отримати інформацію про готелі у вигляді мультимедійної реклами; пройти весь цикл реєстрації, оплати і видачі електронного ключа без залучення персоналу на зручній гостю мові. Його програмне забезпечення дозволяє забезпечити контроль розміщення гостей за існуючою бронню в системі готелю, розпізнати відскановані дані документів, засвідчити особу, ідентифікувати гостей, оформити плакежі і видати електронні ключі [19].

Віртуальна реальність переживає своє переродження. Якщо раніше вона в основному використовувалася в ігровому світі, то зараз, надівши окуляри віртуальної реальності, можна опинитися на борту літака, в готельному номері, в музеї, в повноцінному круїзному рейсі і через інструменти сприйняття (3D, VR) відчути атмосферу будь-якого туристичного об'єкту і зануритися в його реальність. Доповнена реальність (AR) дозволяє туристам побачити на місці відвідування не тільки те, що представляється звичайному погляду, а й за допомогою девайсів (окулярів і смартфонів) побачити, як виглядав цей об'єкт екскурсії в давні часи.

Blockchain (блоковий ланцюг) вже зараз дозволяє: відстежувати багаж, брати участь у програмах лояльності, здійснювати миттєві платежі, проходити ідентифікацію особистості за допомогою децентралізованого поширення даних, що дуже безпечно. Наприклад, технології Blockchain дозволяють зв'язати разом авіакомпанію, аеропорт, хендлінгову компанію і туриста для того, щоб дуже чітко передавати дані від одного каналу іншому і безпомилково визначити, на якому етапі перебуває багаж. А в разі втрати, – яким чином можна його знайти.

Технологія Big Data (великі дані) дозволяє накопичувати дані (за прогнозами аналітиків, до 2025 року обсяг даних досягне 163 ZB, хоча ще в 2016 році він становив лише 16,1 ZB) і в тому числі в туризмі. Ця технологія дозволяє запропонувати туристу, виходячи з його вподобань (накопичених у даних), певні маршрути, готелі, відвідування конкретних міст, історичних місць, місць сили. На сьогоднішній день технології Big Data активно використовуються в сфері гостинності, зокрема, в готелях. Всі питання менеджменту, маркетингу, репутації, додаткових послуг в готелі доступні для об'єкта гостинності (туриста).

Віртуальний інтерлайнінг або мульти-модальний транспорт являє собою технологію, коли стикуються між собою види транспорту, які раніше не можна було стикувати. Вона дозволяє побудувати маршрут, що складається з перельотів повносервісного перевізника і бюджетного перевізника-лоукостера, залізниці і навіть автобуса. Раніше ці ресурси не можна було стикувати. Все це дозволяє будувати дуже складні маршрути, поєднувати тарифи і оформляти перевезення і саму подорож максимально зручним і раціональним чином.

IoT (Інтернет речей) сьогодні стає IoE (Інтернетом всього), коли гаджети звертаються один до одного. Наприклад,

спілкування і управління інструментарієм в готельному номері через Інтернет (або WiFi) смартфона. А чіп, розташований у валізі, підключений через WiFi до смартфона, сам себе зважує, повідомляє про своє місцезнаходження (з побудовою найкоротшого маршруту), інформує про рівень його заповнення. IoT сьогодні вже використовується в готельних номерах, коли процедура заселення і відкриття дверей у номер відбувається без ключа і навіть без check-in, за допомогою тільки мобільного пристрою. Даний сервіс (Online hotel check-in & Smart Key) отримає найбільшу затребуваність на етапі відновлення туризму після пандемії COVID-19.

За рахунок технології Biometrics (біометрика) повсюдно впроваджується біометрична посадка до літаків. Технологічність такого пристрою доповнюється перевагою безконтактної ідентифікації пасажира шляхом сканування його особи. Крім усього іншого, дані технології дозволяють проходити паспортний контроль без затримок з боку представників прикордонної служби (в аеропорту Дубай процедура прикордонного контролю займає 10 секунд).

Сучасні технології пророкують туристам використання таксі-дронів на території «розумних» міст. Використання дронів в якості таксі (в основному для туристичних цілей) вже можливе в Дубаї.

Кілька років тому ринок мобільних технологій поповнився смартфоном Handy, який призначений спеціально для мандрівників і туристів і має вбудовану систему пошуку найбільш придатних готелів і апартаментів. Ці смартфони включені до спектру надаваних в номерах послуг і надають безлімітний доступ до Інтернету, який користується у туристів підвищеним попитом. Крім цього, «розумний телефон» дає своєму

власникові різні поради щодо розміщення та формує для нього персональний маршрут згідно його уподобань. Більшість готелів мереж Ritz-Carlton, Intercontinental і Sheraton пропонують своїм гостям такі смартфони. Широкого поширення ця послуга поки не отримала через високу вартість апарату, а також випадки їх розкрадання.

Кожна людина сприймає світ дуже індивідуально, а у кожного туриста свої переваги (хтось любить гори, хтось любить пляжний відпочинок, хтось любить екскурсійну програму). Але, тим не менш, сьогодні це абсолютно зрозуміло, що подорож неможлива без використання сучасних технологій. Сучасний турист (мандрівник) віддає перевагу тим територіям і регіонам, де рівень технологічного розвитку відповідає його запитам і досить високий [20, с. 48–57]. На нашу думку, реалізація проектів підвищення рівня технологічного розвитку регіону можлива виключно шляхом поєднання зусиль різних секторів індустрії туризму. При цьому буде відбуватися гармонізація всього регіону, а сектора, що мають слабкий рівень цифровізації, будуть швидше підтягуватися, працюючи в тісному контакті з тими секторами, де рівень впровадження сучасних інноваційних технологій досить високий. Швидше за все, при цьому буде отримано якийсь синергетичний ефект. І, в результаті, регіон однозначно отримає приплив туристів і додаткові доходи. Такий експеримент уже проходить на території Естонії з населенням в 1,5 млн чоловік. У малих країнах процес проведення цифровізації здійснити набагато легше, швидше і дешевше.

В останні роки цифровізація безпосередньо торкнулася і туристичних фірм. В першу чергу це стосується переходу на електронний документообіг. Повністю безпаперовий документообіг між компаніями є об'єктивною необхідністю. Це поле

для величезного скорочення витрат, прискорення роботи компанії, зміни бізнес-процесів всередині організації та ін. Другим кроком в діяльності туристичних агентств стала зміна процесу обслуговування клієнта і заміна старої процедури придбання путівки (походу до турфірми, попередньої бесіди з менеджером, перегляду різних буклетів або каталогів, консультацій менеджера по питаннях, що цікавлять, оплата в касу платежу за путівку). В даний час (серйозний розвиток отримало в період карантинних обмежень через пандемію) нікуди ходити не потрібно. Достатньо зателефонувати до турагенції або зайти на її сайт і за допомогою лідформи зголоситись. Менеджер зв'язується з вами online за допомогою Zoom, Google Meet або інших сервісів відеоконференцій, обговорює з вами, щось показує, відправляє електронною поштою посилання на сайти, де представлені фотографії, відгуки, і після того, як ви прийняли рішення, приходить СМС з реквізитами для оплати, яка так само здійснюється дистанційно картою або за посиланням. За фактом оплати туристу приходить ваучер разом з квитками електронною поштою, з якими він може вільно їхати в аеропорт. Таким чином, відбувається певна трансформація в діяльності туристичних фірм від offline бізнесу до online бізнесу і турагенціям для виживання обов'язково потрібно працювати в online з максимально можливим використанням сучасних технологічних рішень і не тільки на даному часовому відрізку, а й в майбутньому. Для цього необхідно, щоб підготовка кадрів для індустрії туризму велася не постфактум, а на випередження. Прикладом несвоєчасного переходу до використання сучасних інформаційних технологій є найстаріша у світі туристична фірма Thomas Cook (майже 180 років на туристичному ринку), яка у вересні 2019 року оголосила про своє банкрутство і припинення роботи.

4.3. Напрями оптимізації управління інформаційною безпекою

Постіндустріальне суспільство і розвиток процесів інформатизації породили нові ризики в господарській діяльності – інформаційні. Політика інформаційної безпеки держави реалізується в процесі діяльності як органів державної влади, так і недержавних інституцій. Можна стверджувати, що політика інформаційної безпеки визначає зміст діяльності держави та її компетентних органів щодо регулювання інформаційних правовідносин і процесів.

Закон України «Про основи національної безпеки України» передбачає наявність системи суб'єктів захисту інформаційної безпеки. Одним із способів захисту інформаційної безпеки є створення відповідних державних інституцій або введення до компетенції вже існуючих завдань щодо її підтримання.

Зміст державної політики представляє собою волю держави, спрямовану на досягнення конкретної мети. Ця воля держави закріплюється у правових нормах, здійснюється за їх допомогою у процесі діяльності державних органів та інститутів.

Основою економічної системи України є суб'єкти господарювання, які функціонують сьогодні на ринкових засадах та дбають про свою економічну безпеку. Для кожного регіону України специфічними є свої суб'єкти господарювання. Наприклад, для Дніпропетровської та Запорізької областей – машинобудівні та металургійні підприємства, для Київської області та областей Сходу – машинобудівні та наукоємні підприємства, Західного та Південного регіонів – туристичні та сільськогосподарські підприємства. Питання економічної безпеки підприємств та її органічної складової – інформаційної безпеки

досліджували в своїх працях такі науковці, як: Джинджоян В.В. [2], Рось А.О. [23], Рубан В.Я. [22], Почепцов Г.Г. [24], Сазонець І.Л. [28], Сазонець О.М. [7, 8, 9, 10], Ханін І.Г. [11, 12, 13]. Наукові праці цих дослідників спрямовані на дослідження специфічного кола питань, які поєднують економічну та інформаційну складову наукового дослідження.

Важливим науковим завданням є виявлення національних та регіональних аспектів забезпечення інформаційної безпеки для суб'єктів господарювання. Особливо ця проблема є актуальною для великих підприємств, що працюють в умовах жорсткого конкурентного середовища на національних та міжнародних ринках.

Державно-правовий механізм інформаційної безпеки – це впорядкована сукупність інститутів держави, задіяних у процесі формування і впровадження політики інформаційної безпеки, внутрішні та зовнішні ролі і відносини якої регулюються системою правових норм та принципів.

Перелік інституцій, які можуть приймати участь у проведенні політики або виробленні конкретних політичних рішень, практично невичерпний, він не обмежується органами державної влади та місцевого самоврядування.

Одним із основних елементів реалізації державної політики в сфері інформаційної безпеки суб'єктів господарювання є захист інформаційної інфраструктури, яку слід вважати невід'ємною частиною стратегічних інформаційних ресурсів і такою, що має значення для обороноздатності держави, інформаційного простору та інформаційної безпеки підприємств.

Подана на рисунку 4.5 схема інформаційного функціонування системи управління підприємством доводить вплив інформаційної складової на всі сфери управління підприємством,

у відповідності до цього потенційні загрози для підприємств, що пов'язані з можливими витокami інформації (рис. 4.5).



Рис. 4.5. Схема інформаційного функціонування системи управління підприємством [розроблено на основі досліджень 2]

Національна інформаційна інфраструктура, на нашу думку, це – обчислювальна та комунікаційна техніка, телекомунікаційні мережі, бази і банки даних та знань, інформаційні технології, система інформаційно-аналітичних центрів різного рівня, виробництво технічних засобів інформатизації, система науково-дослідних установ та система підготовки висококваліфікованих фахівців [6].

Законом України «Про Концепцію національної програми інформатизації» [26, с.16] до інформаційної інфраструктури віднесено: міжнародні та міжміські телекомунікаційні та комп'ютерні мережі; системи інформаційно-аналітичних центрів; інформаційні ресурси; інформаційні технології; системи науково-дослідних установ з проблем інформатизації; виробництво та обслуговування технічних засобів інформації; система підготовки кваліфікованих фахівців у цій сфері.

Першою державною інституцією, на яку було покладено функцію контролю захисту інформаційних систем, став Ситуаційний центр при Президентові України, створений 20 березня 1992 року [27].

В цілому ж можна стверджувати, що в Україні за останні роки було сформовано систему органів, яка здатна вирішувати складні завдання в галузі забезпечення інформаційної безпеки як на національному та регіональному рівнях, так і на рівні підприємства. Але в сучасних умовах інформаційної війни ключовим стає державне завдання протидії пропаганді, інформаційним провокаціям та маніпуляціям, тому потреби підприємств в інформаційному захисті вирішуються за рахунок можливостей та потенціалу самих підприємств.

Зазначені завдання державного рівня реалізувались через майже повний спектр каналів комунікацій: традиційні ЗМІ, електронні ЗМІ (телебачення), Інтернет ЗМІ, соціальні мережі [22]. На рівні підприємств не було розроблено відповідної чіткої системи інформаційної безпеки.

Значним кроком вперед в системі інституційного інструментарію забезпечення інформаційної безпеки було створення Міністерства інформаційної політики України. Необхідність створення відповідного державного органу неодноразово

обговорювалась на наукових конференціях та була предметом дискусій круглих столів [23].

Створення даного міністерства є об'єктивною необхідністю в умовах інформаційної війни. За висловом науковця Г. Почепцова – він «має об'єднати голоси влади», та «потрібно зруйнувати інформаційний вакуум» [24]. Міністерство інформаційної політики України є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади у сфері забезпечення інформаційного суверенітету України, зокрема з питань поширення суспільно важливої інформації в Україні та за її межами, а також забезпечення функціонування державних інформаційних ресурсів [25].

В органах державної влади на центральному, регіональному та місцевому рівнях сформовано структурні підрозділи, які відповідають за реалізацію інформаційної політики. Вони становлять невід'ємну складову інституційного середовища формування й реалізації державної інформаційної політики України. Відповідні органи влади, на які покладено функції інформаційної безпеки підприємств, відсутні.

Регіональна політика має базуватися на оновленні чинних інструментів регулювання регіонального розвитку, удосконаленні механізмів їх використання та пошуку нових інструментів, а також зміцненні інституцій, які опікуються питаннями регіонального розвитку.

Проблеми регіонального розвитку за умови відсутності належного реагування переростають і будуть переростати в загрози регіональній стабільності [21].

Загальнонаціональний рівень важливості проблеми інформаційної безпеки країни, її комплексність вимагають розробки і реалізації відповідної національної довгострокової

програми, яка б передбачала комплекс державно-управлінських заходів. Аналогічні заходи необхідно розробити для інформаційної безпеки підприємств. На нашу думку, оптимізація сучасного стану інформаційної безпеки підприємства може виглядати наступним чином (рис. 4.6).

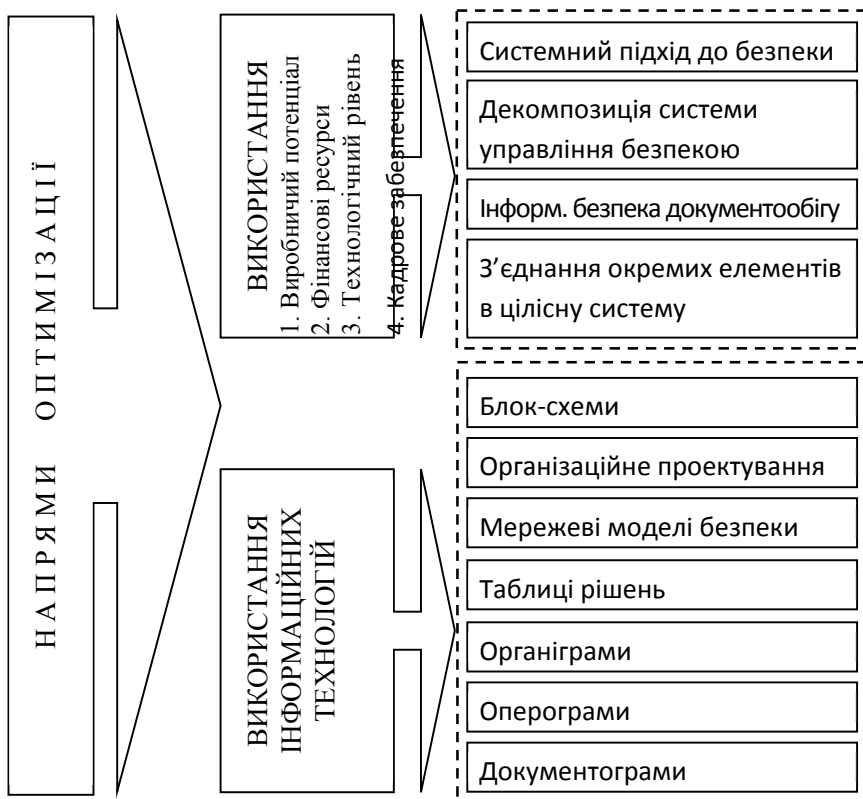


Рис. 4.6. Напрями оптимізації управління інформаційною безпекою підприємства [розроблено на основі досліджень 2]

Для успішного забезпечення інформаційної безпеки на всіх рівнях економічної системи країни потрібно:

- забезпечити ефективну взаємодію органів державної влади та інститутів громадянського суспільства при формуванні, реалізації державної політики в інформаційній сфері;

- створити єдину концепцію протистояння пропаганді та згрупувати роботу всіх моніторингових служб державних структур (зокрема, прес-служб й речників) на пошук та спростування таких відомостей, а також надання інформації про це максимальній кількості громадян;

- активізувати зусилля щодо послаблення асиметрії в обміні інформаційними потоками між Україною й іншими країнами, удосконалення механізму об'єктивного та привабливого представлення її у світі, залишити іномовні ЗМІ у підпорядкуванні держави;

- створити державні інституції, що несли б відповідальність за ефективну координацію систем корпоративної безпеки.

Комплексне розуміння природи безпеки сучасного суспільства та економіки передбачає впровадження інструментарію не лише технічного, але й ідеологічного спрямування, належної реалізації економічних та спеціальних (правоохоронних) функцій держави. Ключовим елементом політики інформаційної безпеки може стати культивування цінностей і пріоритетів громадянського суспільства, стратегій соціального партнерства бізнесу та влади, а також інформаційної взаємодії.

Висновки до четвертого розділу

Інформатизація сучасного життя та економіки як складовий елемент формування постіндустріальної моделі розвитку суспільства призводить до виявлення нових можливостей підприємств. В монографії запропоновано систему управління діяльністю підприємства, що включає всі етапи трансформації стратегічного управління виробничою системою, яка спирається на інформаційну природу сучасної економіки та практичні завдання, що стоять перед управлінськими структурами підприємств. Для розробки запропонованої системи в роботі було проаналізовано напрями діяльності вітчизняних науковців, що досліджували проблеми управління підприємствами в умовах інформаційної економіки, проаналізовано співпрацю підприємств з новими інноваційними структурами – ІТ-кластерами та виявлено, що ІТ-кластери надають значні переваги для управління сучасним підприємством в сфері маркетингу, зовнішнь-економічної діяльності, фінансів, підготовці кадрів, підвищенні оперативності прийняття рішень.

Все більше значення для підготовки кадрів нової генерації для сфери управління підприємствами відіграють такі інноваційні структури, як інжинірингові школи. Має велике значення аналіз діяльності інжинірингової школи Noosphere Engineering School та предмет її співпраці з Національним університетом водного господарства та природокористування з метою підготовки кваліфікованих кадрів для систем управління підприємствами в умовах їх функціонування в інформаційній економіці.

Значною мірою інформатизація є елементом вдосконалення туристичної діяльності та діяльності туристичних

підприємств. Конкретними прикладами застосування в туризмі інноваційних цифрових технологій є використання: багатфункціональних мобільних пристроїв, штучного інтелекту, роботів, чатів, чат ботів та ін. Раніше, вирушаючи в подорож, турист екіпірувався великою кількістю різноманітних гаджетів: годинник, компас, путівник, мапа, фотоапарат, плеєр, відеокамера, радіоприймач, настільні ігри, преса, ручка або олівець, записна книжка, щоденник (для ділових людей), калькулятор. Сьогодні все це і багато іншого знаходиться в одному пристрої – смартфоні.

В останні роки цифровізація безпосередньо торкнулася і туристичної фірми. В першу чергу це стосується переходу на електронний документообіг. Повністю безпаперовий документообіг між компаніями є об'єктивною необхідністю. Це поле для величезного скорочення витрат, прискорення роботи компанії, зміни бізнес-процесів всередині організації та ін. Другим кроком в діяльності туристичних агентств стала зміна процесу обслуговування клієнта і заміна старої процедури придбання путівки (походу до турфірми, попередньої бесіди з менеджером, перегляду різних буклетів або каталогів, консультацій менеджера по питаннях, що цікавлять, оплата в касу платежу за путівку). В даний час (серйозний розвиток отримало в період карантинних обмежень через пандемію) нікуди ходити не потрібно.

Процес інформатизації призвів до появи нових ризиків. Для успішного забезпечення інформаційної безпеки на всіх рівнях економічної системи країни потрібно:

– забезпечити ефективну взаємодію органів державної влади та інститутів громадянського суспільства при формуванні, реалізації державної політики в інформаційній сфері;

– створити єдину концепцію протистояння пропаганді та згрупувати роботу всіх моніторингових служб державних структур (зокрема, прес-служб й речників) на пошук та спростування таких відомостей, а також надання інформації про це максимальній кількості громадян;

– активізувати зусилля щодо послаблення асиметрії в обміні інформаційними потоками між Україною й іншими країнами, удосконалення механізму об'єктивного та привабливого представлення її у світі, залишити іномовні ЗМІ у підпорядкуванні держави;

– створити державні інституції, що несли б відповідальність за ефективну координацію систем корпоративної безпеки.

Комплексне розуміння природи безпеки сучасного суспільства та економіки передбачає впровадження інструментарію не лише технічного, але й ідеологічного спрямування, належної реалізації економічних та спеціальних (правоохоронних) функцій держави. Ключовим елементом політики інформаційної безпеки може стати культивування цінностей і пріоритетів громадянського суспільства, стратегій соціального партнерства бізнесу та влади, а також інформаційної взаємодії.

Література до четвертого розділу

1. Бормотенко М.В. Управління підприємством на основі розвитку комунікативних систем та послуг інформатизації : дис. ... кандидата екон. наук : 08.00.04 / Бормотенко Микола Васильович. – Рівне, – 2015. – 195 с.

2. Джинджоян В.В. Концептуалізація системи управління підприємством на основі послуг інформатизації : дис. кандидата екон. наук : 08.00.04 / Джинджоян Володимир Вергарович. – Рівне. 2016. – 185 с.

3. Наукові основи та імплементація світових практик місцевого самоврядування і об'єднання територіальних громад [Текст]: Колективна монографія [Сазонець І.Л., Алейнікова О.І. та ін.] : За наук. ред. д-ра екон. н., проф. Сазонця І.Л. – Рівне : Волин. обереги, 2017. – 216 с.

4. Поляков М.В. Основы концепции экономики знаний в работах лауреатов Нобелевской премии по экономике. *Бізнес-інформ.* 2016. №9. С. 8–14.

5. Радько А.О. Формування інформаційного маркетингового середовища діяльності підприємства : дис. ... кандидата екон. наук : 08.00.04 / Радько Анна Олександрівна. – Рівне, 2016. – 189 с.

6. Сазонець І.Л., Гладченко А.Ю. Дисипативна модель глобальної рівноваги та аменсалістичні властивості сучасної економіки. Рівне : Волин. обереги, 2017. 212 с.

7. Сазонець О.М. Інформаційні системи і технології в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю [текст] : навч. посіб. – К. : «Центр учбової літератури», 2014. 256 с.

8. Сазонець О.М., Малашенко Ю.А. Інституційне забезпечення послуг інформатизації: корпоративний та глобальний рівні. Рівне : Вол. обереги, 2016. 228 с.

9. Сазонець О.М., Пінчук О.Л., Куницький С.В. Глобальні інформаційні та наукометричні системи науково-технологічного розвитку України. Рівне : Вол. обереги, 2015. 184 с.

10. Сазонець О.М. Система інформаційного середовища маркетингової діяльності в контексті євроінтеграції. *Інституціоналізація процесів євроінтеграції: суспільство, економіка, адміністрування*: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. – Рівне : НУВГП, 2016. – С. 191–192.

11. Ханин И.Г. Теоретико-методологические основы информационной безопасности научно-технологического развития корпоративной экономики. *Інвестиції: практика та досвід.* 2015. №22. С. 42–45.

12. Ханін І.Г., Поляков М.В., Лецер Ю.О. Принципи побудови економіко-організаційної моделі ІТ-підприємства. *Мега-тренди світового розвитку та економічні перспективи України*: матеріали міжнар. конференції (30 червня 2016 р., м. Київ). – Київ, 2016. – С. 42–43.

13. Ханин И.Г. Парадигмальные инновации: монография. Д. : Новая идеология, 2016. 204 с.

14. Петрова К.В., Джинджоян В.В., Сардак С.Е. Особливості екскурсійного обслуговування іноземних туристів. *Економічний простір. Збірник наукових праць*. Дніпро: ПДАБА. 2017. №126. С. 71–81.

15. Електронний ресурс. URL: <https://selfservice4u.com/seo-elektronnyu-resepshn-terminaly-self-check-in>. (Дата звернення 11.05. 2021).

16. Електронний ресурс. URL: <https://amadeus.com>. (Дата звернення 11.05. 2021).

17. Sardak S., Dzhyndzhoian V., Samoilenko A. Global innovations in tourism. *Innovative Marketing*. 2016. № 3. P. 45–50.

18. Електронний ресурс. URL: <https://selfservice4u.com/seo-elektronnyu-resepshn-terminaly>. (Дата звернення 11.05. 2021).

19. Електронний ресурс. URL: <https://ccrs.ru/solutions/kiosk-samoposeleniya/>. (Дата звернення 11.05. 2021).

20. S. Sardak, M. Korneyev, V. Dzhyndzhoian, T. Fedotova, O. Tryfonova. Current trends in global demographic processes. *Problems and Perspectives in Management*. 16 (1). Pp. 48–57.

21. Доктрина інформаційної безпеки України [Електронний ресурс]: Указ Президента України від 25 лютого 2017 року № 47/2017. URL: <http://www.president.gov.ua/documents/472017-21374>. (Дата звернення 11.05. 2021).

22. Інформаційна безпека України: Сутність та проблеми [Електронний ресурс]: матер. кругл. стол. / Рубан В.Я. – URL: http://old.niss.gov.ua/book/panorama/kr_stil.htm. (Дата звернення 11.05. 2021).

23. Інформаційна безпека України: Сутність та проблеми [Електронний ресурс]: матер. кругл. стол. / Рось А.О. URL: http://old.niss.gov.ua/book/panorama/kr_stil.htm. (Дата звернення 11.05. 2021).

24. Інформаційна безпека України: Сутність та проблеми [Електронний ресурс]: матер. кругл. стол. / Почепцов Г.Г. URL: http://old.niss.gov.ua/book/panorama/kr_stil.htm. (Дата звернення 11.05. 2021).

25. Положення про Міністерство інформаційної політики України [Електронний ресурс]: затверджено постановою КМУ від 14 січня 2015 р. № 2. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>. (Дата звернення 11.05. 2021).

26. Про Національну програму інформатизації [Електронний ресурс] : Закон України від 02.12.2012 №47/98-ВР. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>. (Дата звернення 11.05. 2021).

27. Про Ситуаційний центр при Президентові України [Електронний ресурс] : Розпорядження Президента України № 46 (46/92-рп) від 20.03.1992 р. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua>. (Дата звернення 11.05. 2021).

28. Сазонець І.Л. Міжнародні стандарти безпеки підприємств : навч. посіб. Рівне : Волин. береги, 2015. 352 с.

ВИСНОВКИ

Постіндустріальне суспільство визначається в цілому як суспільство, що засноване на розвитку високих технологій, які зумовлюють значний економічний прогрес та дифузію інформаційних технологій в сферу послуг у всіх ланках економіки та життєдіяльності людини. Крім цього, в країнах з високими матеріальним статком громадян розвиваються інші напрями послуг, які пов'язані зі спортивними, культурними, рекреаційними, медичними потребами людини.

В монографії «Соціальні детермінанти розвитку сфери послуг в концепції формування постіндустріального суспільства» використовувалися два наукових підходи до визначення характеру праці в умовах постіндустріального суспільства. Науковці, що додержуються першого підходу, визначають зміни в характері праці як процеси, що впливають на зміну соціальної структури шляхом формування нового класу – класу «когнітаріїв». Інша група науковців більшою мірою концентрує увагу у дослідженнях на вдосконаленні та трансформації професійних якостей окремих працівників, підвищенні їх кваліфікації, інтелектуальних здібностей, компетенцій і креативності. Ці підходи є взаємопов'язаними.

Визначено, що особливістю сучасної епохи, яка об'єднує ці два підходи, є високі вимоги до рівня освіти, системи підготовки фахівців для сфери високотехнологічного розвитку та інформаційних технологій. Є доцільним створення єдиної концепції формування та розвитку постіндустріальної економіки, яка поєднає в собі врахування змін як у суспільстві в цілому, так

і професійних та людських якостях, можливостях окремого індивіда, працівника.

Проведене порівняння існуючих наукових методологій, що є інструментами дослідження соціальних процесів, доводить, що найбільш цікавою з теоретичної точки зору є відносно нова наукова концепція, яка ще тільки розвивається в системі соціальних вчень – концепція економічної антропології. Поки що не є достатньо визначеними межі цієї концепції, її взаємозв'язок з економічною теорією, чинники впливу на сучасну наукову думку. Одним із теоретичних постулатів цієї концепції є розділення соціальних цінностей, інтересів людини, працівника на суспільні і громадські. Це приводить вчених до думки, що економічна діяльність, в тому числі корпорацій, повинна бути спрямована як на вирішення соціальних питань суспільства в цілому (розвиток соціальної сфери держави), так і безпосередньо на врегулювання соціальних конфліктів та соціальний захист в корпораціях (корпоративна соціальна відповідальність, соціальне партнерство, сумлінна ділова практика).

В процесі дослідження Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року та проведених власних досліджень визначено, що пріоритетними завданнями в сфері розвитку корпоративної соціальної відповідальності туристичних підприємств України є наступні: державна підтримка, залучення представників туристичного бізнесу до законотворчого процесу в цій галузі, стимулювання заходів КСВ, соціального партнерства та антикорупційних програм, захист прав споживачів у туристичній сфері, дотримання Концепції Сталого розвитку в діяльності, підтримка інновацій.

Дослідження діяльності санаторно-курортних підприємств України довели, що санаторно-курортна справа традиційно є складовою частиною національної державної політики в сфері туризму і одним з найважливіших об'єктів державного регулювання в соціальній сфері. Крім виконання своєї основної соціальної функції – підтримки здоров'я, здравниці створюють соціальний стабілізуючий ефект за рахунок створення нових робочих місць в соціально-побутовій та виробничій інфраструктурі.

З метою упорядкування системи оцінки діяльності санаторно-курортних підприємств безпосередньо в медичній сфері запропоновано систему оцінки їх діяльності. На основі проведеного дослідження в санаторії «Червона калина» визначено, що в цьому санаторії є наявним великий лікувальний ефект і він є прикладом перспективного напрямку розвитку медичного та оздоровчого туризму.

Визначено, що в останні роки індустрія туризму набрал велику вагу в світовій економіці. З розвитком глобалізації кількість туристів в останні роки різко зросла в порівнянні з минулими роками, що відбилося на явне поліпшення становища в цьому секторі, а також якість обслуговування. Транзитний рух людей, а також зростання туристичних пропозицій і професіоналізація сектора перетворили його в одну з основ економіки. Туризм є важливим соціальним чинником розвитку країни. В світовому масштабі розраховано, що одне пряме робоче місце в секторі подорожей і туризму створює в цілому три робочих місця.

Доведено, що інноваційна діяльність у туристичній сфері орієнтована на запровадження нових чи вдосконалення старих туристичних продуктів, розвідку інших напрямів, введення

різних новітніх технологій та новочасних форм діяльності, управління та організації. Серед нових рішень в цій сфері слід відмітити еко-інновації. Така концепція досить нова для наукового та технічного розвитку. Під такими інноваціями розуміють процеси та туристичні продукти, що допомагають безперервному розвитку підприємства. Також слід звернути увагу на те, що дієвість від впровадження еко-інновацій необхідно аналізувати протягом всього циклу існування продукту, а не обмежуватися лише процесами створення турпродукту.

Проаналізовані останні статистичні матеріали Всесвітньої туристичної організації продемонстрували негативні тенденції у функціонуванні туристичної галузі, що пов'язано із пандемією COVID-19. Подолання наслідків пандемії для туристичної галузі можливе шляхом активізації запровадження інноваційних технологій в цій сфері.

В роботі надана Концептуальна модель розвитку соціальної діяльності туристичних підприємств. Вона розроблена відповідно до функцій управління та корпоративної соціальної відповідальності та сформована на основі функцій управління та складових корпоративної соціальної відповідальності, що враховує основні проблеми соціальної діяльності туристичних підприємств.

Проведені дослідження дозволили сформувати систему сучасних ознак діяльності туристичних підприємств як підприємств, що працюють на національних та міжнародних ринках як суб'єкти корпоративного, екосистемного та соціального підприємництва, будують свою діяльність на основі програм ООН в сфері сталого розвитку, програм UNWTO в сфері збереження довкілля та підвищення якості туристичних послуг,

Глобального договору ООН в сфері корпоративної соціальної відповідальності.

На основі здобутків вітчизняних наукових шкіл систематизовано характеристики соціального підприємництва у порівнянні з іншими видами підприємництва. В дослідженні порівняно основні ознаки традиційного, корпоративного, високотехнологічного, екологічного, екосистемного, соціального підприємництва та виявлено їх цілі функціонування з позиції споживача, цілі функціонування з позиції підприємців, роль природних ресурсів в підприємницькій діяльності, основні переваги.

В монографії запропоновано систему управління діяльністю підприємства, що включає всі етапи трансформації стратегічного управління виробничою системою, яка спирається на інформаційну природу сучасної економіки та практичні завдання, що стоять перед управлінськими структурами підприємств. Для розробки запропонованої системи в роботі було проаналізовано напрями діяльності вітчизняних науковців, що досліджували проблеми управління підприємствами в умовах інформаційної економіки, проаналізовано діяльність інжинірингової школи Noosphere Engineering School, проаналізовано співпрацю підприємств з новими інноваційними структурами – ІТ-кластерами та виявлено, що ІТ-кластери надають значні переваги для управління сучасним підприємством у сфері маркетингу, зовнішньоекономічної діяльності, фінансів, підготовки кадрів, підвищенні оперативності прийняття рішень.

Надано конкретні приклади застосування в туризмі інноваційних цифрових технологій, зокрема, використання багатфункціональних мобільних пристроїв, штучного інтелекту, роботів, чатів, чат ботів та ін. Раніше, вирушаючи в подорож, турист екіпувався великою кількістю різноманітних гаджетів:

годинник, компас, путівник, мапа, фотоапарат, плеєр, відеокамера, радіоприймач, настільні ігри, преса, ручка або олівець, записна книжка, щоденник (для ділових людей), калькулятор. Сьогодні все це і багато іншого знаходиться в одному пристрої – смартфоні. В останні роки цифровізація безпосередньо торкнулася і туристичної фірми. В першу чергу це стосується переходу на електронний документообіг.

Визначено, що процес інформатизації призвів до появи нових ризиків. Для успішного забезпечення інформаційної безпеки на всіх рівнях економічної системи країни потрібна співпраця бізнесу та органів державної влади, створення законодавчої основи цього процесу, посилення інформаційної взаємодії з іноземними партнерами, створення нових інституцій громадянського суспільства та держави в цій сфері.

Наукове видання

В.В. Джинджоян, А.С. Саленко, І.Л. Сазонець

**СОЦІАЛЬНІ ДЕТЕРМІНАНТИ
РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ
В КОНЦЕПЦІЇ ФОРМУВАННЯ
ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА**

Монографія

Технічний редактор
Віталій Власюк

Підписано до друку 06.07.2021 р. Формат 60x84 1/16.

Папір офсетний. Гарнітура «PT Serif». Друк офсет.

Ум. друк. арк. 12,09. Наклад 300 пр. Зам. 78.

Видавництво «Волинські обереги».

33028 м. Рівне, вул. 16 Липня, 38; тел./факс: (0362) 62-03-97;

e-mail: oberegi97@ukr.net

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єкта
видавничої справи

ДК № 270 від 07.12.2000 р.

Надруковано в друкарні видавництва «Волинські обереги».