

## СОЦІАЛЬНІ МЕХАНІЗМИ ПОБУДОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ГОСПОДАРЧОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

**Федір Шандор,**

кандидат соціологічних наук, доцент, завідувач кафедри туризму географічного факультету УжНУ

**Суспільна проблема.** Бурхливий розвиток туризму в Україні, набуття цією сферою комерційного характеру в процесі створення ринкової економіки призвело до деякої стихійності і хаотичності щодо створення туристичних господарчих організацій. В той же час ці організації, як і будь-які соціальні організації, визначаються високим рівнем як багатовимірності, так і невизначеності побудови і функціонування. Вони належать до *надскладних систем*, їхня складність може перевищувати можливості управління щодо контролю організаційних процесів.

**Об'єктом** дослідження є соціальні механізми побудови туристичної господарчої організації

**Мета:** розкрити механізми побудови туристичної господарчої організації.

**Авторська ідея:** застосування методу стандартизації організаційних зв'язків і норм.

Досягнення цієї мети вимагає вирішення таких завдань:

- описати основні характеристики туристичної господарчої організації;
- здійснити типологію туристичних господарчих організацій;
- розрізнити прояви лідерства та менеджменту в діяльності туристичної господарчої організації.

**Сутнісний зміст.** Господарчим туристичним організаціям притаманні також специфічні характеристики: тенденція до монополізму; прагнення до замкнутості; побудова позиційної ієрархії; підпорядкування індивідів колективним інтересам; перетворення винагород у привілеї; стратифікація індивідів і груп. Господарча туристична організація належить до надскладних соціальних систем, що вимагає зменшення складності в побудові організації. Механізмами такої побудови є: систематизація, декомпозиція, агрегування та соціальна формалізація.

**Методологічні засади та джерела дослідження.** Робота спирається на фундаментальні ідеї класиків світової соціологічної думки, на доробки вітчизняних та зарубіжних соціологів присвячених управління, зокрема сферою туризму, що визначається наступними особливостями: домінуванням управління через взаємодію людей і відповідно антропоцентристського підходу в його реалізації;

специфікою туристичної діяльності як об'єкта управління; недостатньо професійною підготовкою управлінців цієї сферою.

**Основні результати та наукова новизна дослідження.** В межах проведеного дослідження отримано такі результати, яким притаманна наукова новизна:

– уточнено, що господарча туристична організація належить до надскладних соціальних систем, що вимагає зменшення складності в побудові організації. Механізмами такої побудови є: систематизація, декомпозиція, агрегування та соціальна формалізація;

– визначено родові ознаки господарчого виду соціальної організації;

– пояснено розбіжності в економічному та соціологічному розумінні туристичної господарчої організації;

– описано основні характеристики туристичної господарчої організації.

**Теоретичне і практичне значення дослідження.** Господарча туристична організація як різновид соціальної перебирає на себе наступні родові ознаки останньої: це об'єднання людей з метою досягнення певних соціально-економічних результатів на засадах позаособистісних стосунків, відповідно система соціально-економічних відносин, що орієнтується на досягнення відповідних цілей, що має власні ресурси, внутрішню нормативну і статусну структури, в рамках якої члени організації за відповідну винагороду виконують відведені їм функції.

Прагнення відійти від складності в будові організацій породжує чимало методів, прийомів - *систематизацію, декомпозицію, агрегування*, що стосуються як самих систем, так і знань про них. Що ж до туристичних організацій, то частіше за всі інші об'єкти тут застосовується такий метод подолання їх складності, спрощення, як соціальна формалізація, тобто стандартизація організаційних зв'язків і норм. *Соціальна формалізація* як спосіб організованості систем - це цілеспрямоване формування стандартних, знеособлених зразків поведінки в правових, організаційних і соціокультурних формах. У соціальних організаціях формалізація охоплює контрольовані зв'язки, статуси і норми. Завдяки їй знижується абсолютна і відносна організаційна складність.

Найважливішою ознакою цього способу організованості туристичної діяльності є зафіксованість його елементів, тобто договірне, документальне закріплення їх з єдиній системі правових, технологічних, економічних та інших норм і залежностей. Результативний ефект формалізації проявляється, зокрема, в концентрації і каналізації організаційної діяльності в найбільш оптимальному напрямку, а саме в стійкості, стабільності функціонування організації, у можливості більш-менш тривалого прогнозування функціональних процесів, в економії організаційних зусиль за рахунок скорочення амплітуди пошуків у кожній конкретній ситуації. На цій основі створюється формальна організація підприємства, установи в туристичній сфері.

Зауважимо, що існують два шляхи формалізації соціальних систем. Перший шлях — через оформлення природно складеного стану — ґрунтується на осмисленні попереднього досвіду. При цьому аналіз усталеної практики функціональних відносин, зафіксованої в свідомості як дане, призводить до пошуку і вищлювання з неї найбільш повторюваних, сталих, неперехідних елементів. Формальна організованість тут немов виводиться чи випливає з досвіду. Такого роду формалізацію можна назвати "рефлексивною". Наприклад, стихійний розподіл функцій, що тривалий час складається в якомусь підрозділі туристичного підприємства, одного разу фіксується і закріплюється у вигляді спеціального адміністративного розпорядку (документа), який стає організаційною основою функціонування цього підрозділу і еталоном для створення нових. Такий шлях формалізації був поширений в перші роки виникнення нових туристичних фірм і агенцій при переході від державної системи організації туризму до ринкової.

Інший шлях формалізацій - це "конструювання" соціальної організації. У даному випадку створення програми передують актуальному існуванню організації. Наприклад, створення нового туристичного підприємства передбачає попередню розробку спеціального проекту, плану роботи тощо, згідно з якими організуються його технічна і соціальна структури. Минулий досвід тут також присутній, але тільки як прецедент, як урок. Такий шлях формалізації набуває поширення на сучасному стані розвитку туристичної галузі в Україні.

Поєднання обох шляхів формалізації уособлює бюрократизація - процес набуття організацією, за визначенням М. Вебера, "ідеальної форми організаційного устрою".

Основними рисами бюрократичної організації було визначено наступні:

- Бюрократична організація має чітко ієрархічну структуру, в якій чітко розділені сфери компетенції чиновників.

- Управління здійснюється шляхом письмових розпоряджень за загальними правилами, освоєння яких часто вимагає особливої підготовки. Кандидатів відбирають згідно з професійною кваліфікацією й освітніми дипломами, а потім призначають розпорядженням зверху.

- Грошова платня і пенсійні права фіксовані і знаходяться в строгій відповідності до місця чиновника в ієрархії. Його просування пов'язується з *виглядом років, але значно залежить від оцінок вищого керівництва*. Чиновники, розташовані на нижчій сходинці ієрархії, підкоряються тим, хто знаходиться на вищій сходинці тільки в рамках запропонованих їм обов'язків. Від них потрібна відданість скоріше службовому обов'язку, чим конкретній особі начальника.

- Місця в апараті розподіляються на вільній контрактній основі із заздалегідь обговореними умовами, при недотриманні яких від цієї роботи в принципі можна відмовитися. Існує і право виходу у відставку. Офіс і приватне господарство строго розділені. Чиновник не може привласнити як свою приватну власність ні займану посаду, ні пов'язані з нею джерела винагород. Чиновник підкоряється єдиній дисципліні і підданий уніфікованій системі контролю шляхом постійної звітності про зроблену роботу.

- Служба в апараті для чиновника є єдиним чи, щонайменше, основним місцем роботи.

- Зрозуміло, що риси бюрократичної організації найбільшою мірою притаманні системі державного управління туристичною галуззю. Хоча відомо, що бюрократичні порядки втілювалися в *менеджеріальній моделі* корпоративної організації, що постулювала відділення власності від управління. Ця модель панувала в розвинутих країнах майже половину двадцятого сторіччя, починаючи з 30-х років.

Разом з тим, сучасна соціологія зовсім не схильна перебільшувати можливості бюрократизації щодо господарчих організацій із двох як мінімум *причин*, які діють і в туристичних організаціях.

*По-перше*, бюрократизація, як і формалізація в цілому, не в змозі охопити всі організаційні відносини. Тому поряд з формальною частиною завжди існує і неформальна. Це інший тип організованості, що представлений соціально-психологічною організацією як спонтанно складеною системою міжособистісних стосунків, що неминуче виникають упродовж більш чи менш тривалого спілкування, яке ґрунтується на взаємодії працівників як особистостей. Така організація є результатом безпосередньої вибіркової стосунків у туристичній організації, спрямованих на досягнення мети, задоволення індивідами їхніх соціальних потреб (у спілкуванні, визнанні, належності).

Соціально-психологічна організація проявляється, головним чином, у групоутворенні. Соціально-психологічні групи включають невеликий контингент людей, зв'язки між якими утворилися стихійно, але які порівняно довго підтримують між собою ці безпосередні ("віч-на-віч") зв'язки. У таких групах люди об'єднані взаємним інтересом, хоча кожен із них усвідомлює або виокремлює себе як специфічну соціальність. Максимальна чисельність групи визначається можливостями підтримування безпосередніх, особистих контактів і, за даними більшості дослідників, зазвичай складається з 3-10 осіб. Слід додати, що таку групу характеризує і певна соціально-психологічна спільність: почуття солідарності, взаємної довіри, спільної долі тощо. Межі такої групи можуть збігатися з формальними або відрізнятися від них, включати членів декількох підрозділів туристичної організації, розбивати останні на неформальні підгрупи, які за межами організації не функціонують взагалі.

Бажаючи задовольнити свої соціальні потреби в рамках групи, працівник туристичної фірми потрапляє в залежність від неї, тобто група може контролювати його поведінку. В її розпорядженні існує багато засобів впливу: осуд, моральна ізоляція тощо. Група стихійно формує власні норми поведінки, дотримуватись яких повинен кожен її член. Таким чином виробляється соціально-психологічний механізм внутрішньогрупового контролю. У групі відбувається поділ її членів за шкалою престижу. Причому цей поділ часто не збігається з посадовою, ранговою структурою. У групі, крім того, виникають також відносини лідерства. Інакше кажучи, структура колективу роздвоюється на формальну і соціально-психологічну (підрозділ - група, керівник - лідер, посада - престиж). Подібне роздвоєння може призвести до явищ дезорганізації. Тому завдання соціолога - знайти способи поєднання формальної організації та організації соціально-психологічної (добір персоналу, виборність керівників).

Але роздвоєння туристичних організацій цим не вичерпується. Формальній структурі протистоїть не тільки соціально-психологічна, а й позаформальна організованість персоналу.

Часто службові відносини не вкладаються в суто формальні зв'язки і норми. Для вирішення багатьох проблем працівникам доводиться вступати між собою у стосунки, не передбачені жодними правилами, інструкціями, взагалі заздалегідь заданими приписами, що цілком природно, бо формальна структура не може передбачити все, та й не повинна намагатися це робити.

Таким чином, якщо соціально-психологічна організація туристичного підприємства, установи створює зв'язки і норми для задоволення потреб

працівників як особистостей - у спілкуванні, визнанні, належності, то позаформальна організація виникає внаслідок прагнення людей як працівників краще вирішувати свої службові справи, але якимось своїм способом. Це цілком службові, спрямовані на справу, на роботу, але не передбачені інструкціями і правилами, не підтвержені офіційно-ділові стосунки. Тому в будь-якій туристичній організації звичайно існує "паралельна" система зв'язків і норм. Вона може бути дуже корисною для організації або шкідливою. Але вона виникає природно, через неможливість охопити офіційними стандартами всі відносини, ситуації, особистісні особливості.

По-друге, для туристичної організації є важливим, що "всесильність" бюрократичної організації господарчої діяльності була поставлена під сумнів новими теоріями фінансового капіталу. Виникли концепції "переплетеного директорату" (interlocking directorships) і "ресурсної залежності" (resource dependency), що вказують на серйозну залежність корпоративних стратегій від відносин з банками й іншими фінансовими інститутами. Іншим джерелом господарчої влади стала визначена консолідація акціонерів, що частково підриває гегемонію керівників.

Досліджуючи еволюцію господарчих організацій, В.В. Радаєв зазначає, що формування моделей господарчої організації в останні десятиліття відбувається на тлі перетворення звичних для першої половини ХХ сторіччя схем вертикальної організації. Колишня ієрархічна структура підприємства сьогодні стає усе більш складнішою. Великі корпорації перейшли від домінуючої на початку століття централізованої функціонально орієнтованої структури (П-форма) до багатодивізійної структури (М-форма). Цей процес йде і далі - до утворення горизонтальних мереж як більш гнучкої системи організації порівняно з ринком чи адміністративною ієрархією. За таких умов господарча туристична організація набирає рис складнішого соціального утворення.

Нова хвиля сумнівів стосовно придатності теорії бюрократизації щодо сучасних господарських організацій виникла у процесі обговорення соціологічною спільнотою радикальної проблематики "постмодерністської організації". Поняття це є трохи парадоксальним, якщо врахувати, що постмодернізм проголошує загальну дезорганізацію і зняття чітких кордонів. Мова йде про нові типи організаційного устрою, про дедифференціацію у виробництві і споживанні чи про "дезорганізований капіталізм", якщо користуватися термінами К. Оффе, С. Лешаї Дж. Урри.

Поява нових теорій господарчої організації спричинилася на тлі нових тенденцій у господар-

чому житті, зокрема у сфері туризму. Спостерігаються децентралізація господарського управління і фрагментація великих туристичних організацій; поділ праці стає більш гнучким, а управлінські моделі більш еkleктичними, розвивається однозначність організаційних правил туристичної діяльності.

При цьому туристична господарча організація стає більш відкритою. Поряд з її "ядром" розширюється "периферійний пояс", де економічних агентів об'єднує не формальне членство, а складні сітки правових відносин і соціального обміну. Все складніше визначити межі туристичної фірми. І

справді, де закінчується її власність у системі перехресного володіння акціями або її виробництво за розвинутої субконтрактної системи та франчайзингу? Розпливаються чіткі межі між "туристичною фірмою" та "ринком туристичних послуг", поширюються зони гібридних взаємодій.

Отже, розуміння сучасної туристичної господарчої організації не може обмежуватись класичним її розумінням як бюрократичної структури. Основною науковою проблемою стає перехід до аналізу більш складних і гнучких форм, характерних для сучасних організацій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Абуков А.Х. Туризм на новом этапе: социальные аспекты развития туризма в СССР. — М.: Профиздат, 1983. — 294 с.
2. Абуков А.Х. Туризм сегодня и завтра. Туристско-экскурсионная работа профсоюзов. — М.: Профиздат, 1987. — 272 с.
3. Ананьев М.А. Международный туризм и его развитие после II мировой войны. — М.: Внешторгиздат, 1966. — 52 с.
4. Ананьев М.А. Экономика и география международного туризма. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1975. — 298 с.
5. Биржаков М.Б. Введение в туризм. — СПб.: Издат. Торговый Дом «Герда», 1999. — 192 с.
6. Квартальное В.А. Биосфера и туризм: Глобальное взаимодействие и экология, география научных исследований территорий туристского назначения, культура мира, системы туристских миграций, педагогика, социология и стратегия управления: [В 5 т.] / В.А.Квартальный. Т. 3: Социальное пространство спорта и туризма. — М.: Наука, 2002. — 434 с.
7. Квартальное В.А., Федорченко В.К. Туризм социальный: история и современность. — К.: Вища школа, 1989. — 342 с.
8. Лукашевич О.М. Психология туризма: концептуальное определение. Мосгеография. — К.: КУТЕП, 2004. — 228 с.
9. Філософія і культурологія туризму / Відп.ред. В.С.Пазенок. — К.: КІТЕП, 2001. — 138 с.