

- конкретність – вміння говорити про свої конкретні переживання, думки, дії, готовність відповідати однозначно на питання;
- ініціативність – здатність “йти вперед”, встановлювати контакт, готовність братися за ситуації, які вимагають активного втручання, а не дожидатися, коли інші почнуть щось робити;
- безпосередність – вміння говорити та діяти напругу;
- відкритість – готовність відкривати іншим свій внутрішній світ та тверда переконаність у тому, що це сприяє встановленню здорових відносин з оточуючими, щирість;
- самопізнання – дослідницьке відношення до власного життя і поведінці, готовність приймати від людей різноманітну інформацію про те, як вони сприймають тебе, при цьому бути автором самооцінки.

Кожній людині властивий свій індивідуальний стиль, або модель поведінки і спілкування, яка накладає характерний відбиток на його дії у різних ситуаціях. Відмінності розвитку кожної особистості, унікальності її внутрішнього світу і ділового оточення, дає можливість говорити про унікальність індивідуальної комунікативної культури. Важливо пам'ятати, що комунікативна культура піддається розвитку у процесі соціально-психологічної освіти.

Корпоративне спілкування – це процес взаємозв'язку і взаємодії в якому відбувається обмін діяльністю, інформацією та досвідом. Корпоративне спілкування відрізняється від спілкування у широкому сенсі тим, що в його процесі ставиться мета та кінцеві задачі, які вимагають свого рішення. У діловому корпоративному спілкуванні неможливо зупинити взаємовідносини з партнером.

Значну частину ділового спілкування займає службове спілкування, тобто взаємодія людей, яка здійснюється у робочий час у стінах організації.

Корпоративне спілкування можна умовно поділити на пряме (безпосередній контакт) і посереднє (між партнерами існує часова дистанція і простір). Пряме ділове спілкування має велику результативність, силу емоційного впливу та навіювання, чим посереднє.

Таким чином можна зробити наступні узагальнення:

- сучасна корпоративна культура формується на базі ефективно побудованого комунікаційного процесу;
- комунікативна культура нерозривно пов'язана з цінностями особистості: коректністю, тактовністю, скромністю, точністю, попереджувальністю;
- особливу роль у корпоративній культурі відіграє корпоративне спілкування, яке реалізується у наступних формах: ділова бесіда, ділові переговори, суперечки, дискусії, ділові наради, публічний виступ, телефонні розмови, і т.д.;
- сучасні економічні умови вимагають від співробітника підприємства готельно-ресторанного бізнесу вміння не тільки правильно виконувати свою роботу, але і досконало володіти елементами корпоративного спілкування, корпоративною культурою, що говорить про першорядність питань підготовки управлінських кадрів з урахуванням факторів формування корпоративної культури.

Н.О. П'ятницька, канд. екон. наук, проф. (КУТЕП, Київ)

Г.Т. П'ятницька, д-р екон. наук, доц. (КНТЕУ, Київ)

Д.В. П'ятницький (НаУКМА, Київ)

ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

У ринкових умовах господарювання економічне зростання країни дуже сильно залежить від розвитку підприємництва. Саме тому, намагаючись забезпечити ефективний розвиток підприємництва у різних сферах національної економіки України, необхідно чітко визначитися з тим, які чинники і як саме впливають на цей розвиток.

Спираючись на результати власних досліджень, що проводились нами протягом 2006–2011 рр., а також наукові праці з проблематики підприємництва Й. Шумпетера, Ж.-Б. Сея, Ф. Найта, Й. фон Тюнена та багатьох інших, констатуємо, що однією з основних умов поживлення підприємництва (у т.ч. і у сферах торгівлі та ресторанного господарства) є створення можливості для всіх учасників ринку без перешкод брати участь у конкурентному суперництві. Щоб не лише формально, а й практично створювати в Україні рівні умови для конкурентного суперництва та сприяти розвитку підприємницьких стосунків, необхідно забезпечити: 1) підвищення прозорості державної діяльності та інформаційного змісту ринкових сигналів шляхом сприяння конкуренції на різних ринках та викриття зловживань; 2) дотримання чіткої та ефективної роботи інституцій, які забезпечують функціонування ринків (зокрема, Антимонопольного комітету, Фонду державного майна тощо); 3) підтримку приватизаційних процесів, що у різних сферах економіки можуть мати свої особливості (наприклад, у ресторанному господарстві (РГ) приватизація спрямована на реалізацію двох взаємопов'язаних цілей: підвищення ефективності господарювання за рахунок стимулювання зацікавленості власників та зростання якісного рівня задоволення потреб споживачів у організованому харчуванні).

За результатами проведеного нами у 2009 р. опитування 15 експертів, які здійснюють підприємницьку діяльність у сфері РГ п'яти регіонів України (АР Крим, Харківській, Львівській, Донецькій областях та м. Києві) встановлено, що нині найбільш вагомими чинниками для забезпечення ефективного розвитку підприємництва у ресторанному господарстві України є: стабілізація економічної ситуації на ринку (вихід з кризи); забезпечення якісного і прозорого нормативно-законодавчого регулювання діяльності підприємств РГ; стимулювання розвитку підприємництва у сфері ресторанного господарства на державному та регіональному рівнях управління (табл.).

Таблиця – Ранжування чинників щодо значущості їх впливу на розвиток підприємництва у ресторанному господарстві України¹

Зовнішні чинники, що сприяють розвитку підприємництва у сфері РГ	Стандартизовані ранги
Стабілізація економічної ситуації на ринку (позитивні ознаки виходу з економічної кризи) / загальноекономічне зростання	1,0
Забезпечення якісного та прозорого нормативно-законодавчого регулювання діяльності підприємств (закладів) РГ	2,5
Стимулювання розвитку підприємництва у сфері ресторанного господарства на державному та регіональному рівнях управління	2,5
Стійка геополітична стабільність	9,0
Привабливий інвестиційний клімат	4,0
Збільшення чисельності населення	10,0
Забезпечення умов для розвитку добросовісної конкуренції у сфері РГ	7,5
Формування передумов для нецінової конкуренції на ринку РГ	7,5
Покращання трудової етики персоналу у сфері РГ	6,0
Належна професійна підготовка службовців та робітників для сфери РГ	5,0
<i>Примітка.</i> ¹ Розраховано за результатами опитування керівників малих підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності РГ.	

Про те, наскільки якісною є реалізація в країні заходів, що сприятимуть ефективному розвитку підприємництва незалежно від впливу різних ринкових чинників, можна судити за об'єктивними оцінками конкурентоспроможності національної економіки та окремих її складових (сфер економічної діяльності). Згідно з результатами наших досліджень, широкі можливості для системного аналізу проведених у країні та окремих сферах національної економіки реформ, з виявленням наявних недоліків і визначенням стратегічних пріоритетів розвитку (у т.ч. розвитку підприємництва) відкриває використання індексу глобальної конкурентоспроможності (ІГК), що побудований за методологією Всесвітнього Економічного Форуму.

У 2009 р. Україна, що займала 72 місце за конкурентоспроможністю в переліку зі 134 країн світу, відставала від деяких нових країн-членів ЄС та країн СНД. Із загальним балом ІГК 4,09 Україна залишається далеко позаду США, Китаю, Індії. При цьому на хвилі кризи Україна зіткнулася з девальвацією національної валюти та відтоком капіталу, а зволікання з реалізацією структурних реформ (такими як повномасштабна приватизація, зниження податкового тиску на бізнес, спрощення дозвоільних процедур відкриття бізнесу і його ліквідації) і розбалансована макроекономічна політика знижують імунітет національної економіки до зовнішніх і внутрішніх шоків.

В.М. Селютін, канд. екон. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

Б.О. Ноженко, асп. (ХДУХТ, Харків)

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ТУРИЗМУ

Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується високим динамізмом туристичної діяльності. У 2010 р. питома вага туризму у світовому ВВП становила 9,2%. Доходи від експорту туристичних послуг склали 6,1% від загального обсягу експортних операцій.

Незважаючи на відсутність ефективної державної підтримки, туризм в Україні є однією з галузей, яка найбільш динамічно розвивається. Відносні показники туристичної галузі України знаходяться на рівні середньосвітових, а частка доходів від експорту туристичних послуг майже вдвічі перевищує світове значення. За кількістю міжнародних туристичних прибуттів у 2007-2008 рр. Україна посідала 7-ме місце з усіх країн світу, поступаючись лише Франції, США, Іспанії, Китаю, Італії та Сполученому Королівству.

Сучасний туризм має інтегруючий характер, що визначає одне з перших місць, яке він займає у світовій економіці. В останні роки в усьому світі особливу популярність починає набувати гастрономічний туризм, який представляє подорож по країнах і континентах для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними