

УДК 338.487:659.1
Classification: L83; O57

JEL

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ: АНАЛИЗ, ТЕНДЕНЦИИ, МЕНЕДЖМЕНТ

Ястремская О. А.

Проанализированы результаты развития международного туризма в мире и в Украине, обоснованы рекомендации по совершенствованию управления туристическими предприятиями с учетом современных тенденций на рынке туристических услуг. Проанализированы результаты развития международного туризма в мире. Выявлены основные страны-лидеры по оказанию туристических услуг в сфере международного туризма, приведены основные показатели деятельности туристических предприятий в Украине, определены регионы-лидеры Украины по получению доходов от туристической деятельности. Выявлена основная тенденция в международном туризме – интернационализации и концентрации капитала, которая влияет на компетентности персонала туристических предприятий. Предложено использовать систему непрерывного обучения при подготовке менеджеров международного туризма, которые должны обладать как специальными, так и универсальными профессиональными компетентностями.

Ключевые слова: международный туризм, туристические услуги, интернационализация, менеджмент, профессиональные компетентности.

.....

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ: АНАЛІЗ, ТЕНДЕНЦІЇ, МЕНЕДЖМЕНТ

Ястремська О. О.

Проаналізовано результати розвитку міжнародного туризму у світі та в Україні, обґрунтовано рекомендації щодо вдосконалення управління туристичними підприємствами з урахуванням сучасних тенденцій на ринку туристичних послуг. Проаналізовано результати розвитку міжнародного туризму у світі. Виявлено основні країни-лідери з надання туристичних послуг у сфері міжнародного туризму, наведено основні показники діяльності туристичних підприємств в Україні, виявлено регіони-лідери з України з отримання доходів від туристичної діяльності. Визначено основну тенденцію міжнародного туризму – інтернаціоналізації і концентрації капіталу, яка впливає на компетентності персоналу туристичних підприємств. Запропоновано використовувати систему безперервного навчання в процесі підготовки менеджерів міжнародного туризму, які повинні володіти як спеціальними, так і універсальними професійними компетентностями.

Ключові слова: міжнародний туризм, туристичні послуги, інтернаціоналізація, менеджмент, професійні компетентності.

INTERNATIONAL TOURISM: ANALYSIS, TENDENCIES, MANAGEMENT

O. Iastremska

The results of international tourism development in the world and in Ukraine have been analyzed. Recommendations on the perfection of management by tourist enterprises have been justified taking into account modern tendencies in the market of tourist services. The results of international tourism development have been analysed. Basic leading countries providing international tourist services have been identified, basic performance indicators of Ukraine's tourist enterprises have been presented, Ukraine's regions getting the highest profits from the tourist activity have been identified. A basic tendency in international tourism has been revealed which is internationalization and concentration of capital, that influences personnel competences of tourist enterprises. A system of continuous training is offered for managers of international tourism, who must possess both special and universal professional competences.

Keywords: international tourism, tourist services, internationalization, management, professional competences.

Одной из развивающихся значительными темпами отраслей мировой экономики является туристическая. Появляются новые виды туризма, которые способствуют пополнению бюджетов на мезо- и макроэкономическом уровнях, созданию новых рабочих мест, повышению уровня образованности населения, удовлетворению его потребностей в саморазвитии. Одним из стремительно развивающихся видов туризма является международный. Он оказывает влияние на развитие социально-экономических и политических отношений между странами благодаря расширению туристических потоков, оказывает влияние на их экономическое развитие, способствует взаимному культурному обогащению. Поэтому возникает объективная необходимость в исследовании особенностей развития международного туризма как сложного явления современной мировой экономики.

Проблемы развития туристической сферы с позиции международного туризма исследовали такие ученые, как Н. Кабушкин, Г. Михайличенко, А. Зима, Т. Ткаченко, Л. Шульгина [1 – 5] и др., однако реализация евроинтеграционного курса экономики Украины требует проведения дальнейших исследований и разработки рекомендаций туристическим предприятиям Украины относительно менеджмента международного туризма.

Целью статьи является анализ результатов развития международного туризма в мире и в Украине, обоснование рекомендаций по совершенствованию управления туристическими предприятиями с учетом современных тенденций на рынке туристических услуг.

В настоящее время туризм стал одной из наиболее перспективных отраслей мировой экономики, развивающихся высокими темпами. Его вклад в мировой валовой внутренний продукт в 2003 году составил 1 750 млрд дол. США, в 2013 году – 2 100 млрд дол. США, а к 2023 году ожидается на уровне 3 400 млрд дол. США [6], что соответствует приросту стоимостного выражения туристических продуктов в мире на 94 %. Это свидетельствует о значительном потенциале туристической сферы как производителя экономических

благ, способного создавать новые рабочие места, быть донором доходных частей государственных бюджетов стран. В структуре туризма особо следует отметить развитие международного туризма. По итогам 2013 года количество международных туристических прибытий в мире увеличилось на 5 % [7], что составило 1 млрд 87 млн. Рассматривая основные направления международных туристических потоков в 2013 году, следует отметить их устойчивый прирост в глобальных турнаправлениях: Азиатско-Тихоокеанского региона (+ 6 %), где число международных туристов возросло на 14 млн и составило в совокупности 248 млн; Африки (+ 6 %), что соответствует 3 млн и в совокупности обеспечивает количество прибытий на Африканский континент в размере 56 млн; а также Европы (+ 5 %). Относительно локальных турнаправлений, особую популярность приобрели: Юго-Восточная Азия (+ 10 %), в то время как сравнительно умеренные темпы роста наблюдались в Южной Азии (+ 5 %), Океании (+ 4 %) и Северо-Восточной Азии (+ 4 %); Центральная и Восточная Европа (+ 7 %); Южная и Средиземноморская Европа (+ 6 %); Северная Африка (+ 6 %). Прирост международных туристических потоков в Американском регионе составил (+ 4 %), что соответствует 6 млн прибытий в 2013 году и составляет в целом 169 млн прибытий.

Лидерами по темпам роста в данном регионе стали турнаправления Северной (+ 4 %) и Центральной Америки (+ 4 %), в Южной Америке прирост международных туристических потоков стал менее значительным (+ 2 %), а на Карибские острова замедлился и не превысил 1 %. В целом, по прогнозам Всемирной туристической организации, на 2014 год ожидается увеличение числа международных прибытий на 4 % – 4,5 %, что превышает долгосрочный прогноз до 2020 года, который соответствует ежегодному увеличению международных туристических потоков на 3,8 %.

Относительно расходов на международный туризм в 2013 году, необходимо отметить их рост в Китае (+ 28 %), что составило в целом за год 130,56 млн, России (+ 26 %), Турции (+ 24 %), Катаре (+ 18%), Филиппинах (+ 18 %), Кувейте (+ 15 %), Индонезии (+ 15 %), Бразилии (+ 14 %).

Україна в 2013 році знаходиться в числі лідерів в відповідності з приростом витрат на міжнародний туризм за 2013 рік в розмірі 15 %. Відносно низкими темпами росли витрати в сфері міжнародного туризму в Франції (+ 6 %), Сполучених Штатах (+ 3 %), Великобританії (+ 3 %), Канаді (+ 3 %) і Австралії (+ 3 %). В Німеччині, Японії і Італії витрати на міжнародний виїзний туризм в 2013 році скоротилися з 1 до 2 %.

Аналізуючи країни по рівню розвитку міжнародного туризму, слід базуватися на їх рейтингу, який включає політичну, екологічну обстановку, рівень безпеки, здоров'я і гігієни, приріст туристичної сфери, транспортну інфраструктуру, інформаційно-комунікаційну інфраструктуру, доступність цін, зручність туристичної інфраструктури, наявність корисних копалин і культурної спадщини. В 2013 році країнами-лідерами по розвитку туризму стали Швейцарія, Німеччина, Австрія і Іспанія. Перші місця зайняли, відповідно до критеріїв, такі країни: по сприятливій політичній обстановці – Сингапур, по екологічній обстановці – Швеція, рівню безпеки – Фінляндія, рівню здоров'я і гігієни – Австрія, приросту туристичної сфери – Сейшельські острови, розвитку транспортної інфраструктури – Канада і Гонконг, інформаційно-комунікаційної інфраструктури – Корея, цінової політики – Іран,

розвитку людських ресурсів – Швеція, близькості туристичної інфраструктури – Ліван, наявності корисних копалин – Бразилія, культурній спадщині – Іспанія [6]. Україна не увійшла в перші 50 країн по рейтингу розвитку туризму, що свідчить про наявність комплексних існуючих проблем в сфері менеджменту міжнародного туризму, що вимагає рішення з урахування основних тенденцій розвитку міжнародного туризму. Хоча кількісні показники сфери розвитку туризму в Україні мають позитивну тенденцію.

Сеть суб'єктів туристичної діяльності України – юридичних осіб і фізичних осіб-підприємців – в 2013 році складала 5 692 одиниць, що на 6,5 % більше, ніж в 2012 році. Структура мережі по видах туристичної діяльності представлена найбільш численною категорією – турагентами (75 % від загальної кількості суб'єктів), найменша категорія – суб'єкти, які здійснюють екскурсійну діяльність (8,4 %). Суб'єкти, які здійснювали туристичну діяльність як туроператори, склали 33,1 % від загальної кількості юридичних осіб, що надають туристичні послуги. Однак дохід від надання туристичних послуг в 2013 році зменшився порівняно з 2012 роком на 2,4 % і склав 6 496,7 млн грн [8]. Загальна характеристика суб'єктів туристичної діяльності в Україні в 2013 році представлена в таблиці.

Таблиця

Загальна характеристика суб'єктів туристичної діяльності в Україні в 2013 році (загальною по даним [8])

Показники	Всього	В тому числі		
		туроператори	турагенти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність
Кількість суб'єктів туристичної діяльності – юридичних осіб, одиниць	2 859	945	1 799	115
Середнє число штатних працівників, осіб	12 517	6 668	5 337	512
Дохід від надання туристичних послуг (без НДС, акцизного податку і аналогічних обов'язкових платежів), тис. грн	6 199 809,2	5 815 990,8	344 080,5	39 737,9
в тому числі від екскурсійної діяльності	232 845,6	188 160,1	5 184,9	39 500,6
Сума комісійних, агентських і інших винагород, тис. грн	530 932,3	206 052,1	324 874,3	5,9
Кількість суб'єктів туристичної діяльності – фізичних осіб, одиниць	2 833	x	2 471	362
Середнє число штатних працівників, осіб	2 830	x	2 374	456
Дохід від надання туристичних послуг (без НДС, акцизного податку і аналогічних обов'язкових платежів), тис. грн	296 876,6	x	251 442,1	45 434,5

Представлені в таблиці дані підтверджують наявність значного потенціалу суб'єктів господарювання туристичної сфери по наданню туристичних послуг. Так, кількість туристів – громадян України, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності, збільшилася в 2013 році порівняно з 2012 роком на 18 %, іноземців – зменшилася на 14 %, що склало відповідно 3,2 млн осіб і 232 тис. осіб. В той же час співвідношення громадян України, виїжджаючих за кордон, і іноземних громадян, виїжджаючих в Україну, в 2013 році досягло 0,96, що більше, ніж в 2012 році, на 0,03.

Регіонами-лідерами по доходах від надання туристичних послуг в 2013 році стали Івано-Франківська (243 837,7 тис. грн), Львівська

(228 708,4 тис. грн) і Одеська (126 785,3 тис. грн) області.

Країнами, в які найбільш часто виїжджали громадяни України в 2013 році як в службові, так і в особисті поїздки, були Польща (6,99 млн осіб) і Російська Федерація (6,14 млн осіб). При цьому для більшості виїжджаючих туристів (86 %) основною метою подорожі була організація відпочинку і відпочинку.

Для того щоб активізувати розвиток міжнародного туризму в Україні з метою формування додаткових притоків в бюджет і отримання доходів туристичними підприємствами і особистими особами-підприємцями, необхідно застосовувати прогресивні методи менеджменту,

учитывая опыт стран-лидеров туристической сферы и мировые тенденции развития международного туризма.

Одной из наиболее существенных тенденций развития предприятий туристической сферы является их интернационализация и концентрация. На рынках предоставления туристических услуг наблюдается усиление концентрации капитала туристических предприятий на основе их слияния, поглощения более конкурентоспособными предприятиями мелких, что характерно как для внутривостранового туристического бизнеса, так и для международного. Так, 13-ти крупнейшим туристическим корпорациям Франции принадлежит около 50 %, а 3-м корпорациям Германии – до 70 % туристского рынка своих стран [9]. Это способствует формированию транснациональных туристических корпораций с вертикальной и горизонтальной интеграцией, что позволяет им, помимо оказания туристских услуг, оказывать комплементарные, сопутствующие услуги в сфере коммуникаций, транспорта, развлечений, финансовой сферы, а также располагать свои предприятия на территориях стран, пользующихся популярностью у туристов. Квартальнов В. А. [9] приводит такие количественные подтверждения существующих тенденций: туристический оператор Бельгии "Suner" имеет комплекс отелей на побережье Средиземного моря: в Испании, Греции, Тунисе, Италии, Марокко; туристический оператор Испании "Turespana" владеет представительствами в 28 странах мира; туристический оператор Франции "Club Med" ежегодно обслуживает 1,5 млн туристов через свои представительства в 36-ти странах. Во Франции наиболее известными в сфере туристического бизнеса являются такие крупные туристические операторы, как "Fram", "Jet Tours", "Frantour", в Германии – "TUI", "NUR", "LTU", "ITS", в Великобритании – "Thomson", "Air-tour". В Швейцарии туристический оператор и агент "Kuoni Travel Ltd." насчитывает 60 туристических агентств только в своей стране и 16 – в других странах мира, а туристический оператор и агент "Hotelpian" имеет 50 филиалов в Швейцарии и около 40 агентств в 7 европейских странах.

Управление такими предприятиями является чрезвычайно сложным, поскольку они должны оценивать глобальные стратегические альтернативы функционирования и развития, стремясь к планированию и контролю своей деятельности в мировом масштабе, адаптируя организационную структуру, процесс управления, политику работы с персоналом с учетом национальных особенностей. Таким образом, транснациональные туристические корпорации способствуют осуществлению обмена не только капиталом и технологиями, но и человеческими ресурсами, в частности, управленческим персоналом, который является их главным конкурентным преимуществом. Как отмечает Квартальнов В. А. [9], следствием воздействия перечисленных факторов стало формирование "международного служащего", то есть появилась профессия так называемого международного менеджера туризма. К таким менеджерам в современных условиях предъявляются требования относительно их компетентностей, которые должны обеспечивать:

знание и владение современными информационно-коммуникационными компьютерными технологиями для продвижения туристических продуктов и туристических дестинаций [10];

применение коммуникационных, межличностных технологий общения;

владение методами управления конфликтными ситуациями, особенно на почве ментальных различий;

освоение нескольких специализаций в сфере туристического бизнеса, например, экскурсионного дела, тревелинга, туроперейтинга.

Таким образом, интернационализация менеджмента международного туризма способствует универсализации компетентностей менеджеров, которые для обеспечения профессионального развития и поддержания конкурентоспособности туристических предприятий должны совершенствовать личностные и профессиональные компетентности в рамках долгосрочных программ и краткосрочных тренингов и семинаров, поскольку даже специального образования в сфере оказания туристических услуг в настоящее время недостаточно из-за изменчивости тенденций на туристических рынках, связанных с неустойчивостью спроса потребителей туристических услуг. Поэтому постоянное повышение квалификации менеджеров обеспечивает конкурентоспособность предприятий в длительной перспективе.

Мировая тенденция интернационализации и концентрации капитала в туристической сфере ставит перед туристическими предприятиями Украины сложную задачу адаптации к условиям развития рынка туристических услуг, на котором многие туристические предприятия уделяют внимание различным формам информационных обучающих коммуникаций для развития профессиональных компетентностей работников туристической индустрии, что обеспечивает обучение сотрудников в режиме "non-stop".

Туристические предприятия Украины, чтобы быть конкурентоспособными в сфере международного туризма, должны обеспечить реализацию такого режима в процессе управления персоналом, чтобы каждый принятый на работу сотрудник в течение первых дней профессиональной деятельности проходил специальную адаптацию, во время которой знакомился с общими принципами и особенностями своей профессиональной деятельности, а также спецификой работы предприятия, его организационной культурой. В ходе переподготовки сотрудники туристических предприятий должны совершенствовать узкопрофессиональные навыки на рабочем месте (*on job*), а также проходить профессиональные тренинги. А менеджеры туризма должны стать специалистами по комплексному управлению, то есть универсалами, знающими методы управления смежными сферами предоставления туристических услуг, с одной стороны, и надежными узкопрофильными специалистами, прошедшими специальную профессиональную подготовку в определенной сфере предоставления туристических услуг, с другой стороны.

Таким образом, туристические предприятия Украины характеризуются наличием потенциала развития в области международного туризма. При этом они должны учитывать тенденцию интернационализации и концентрации капитала на рынке туристических услуг, которая предъявляет новые требования к менеджменту в сфере международного туризма, содержанию компетентностей менеджеров, условиям, методам и содержанию их профессиональной подготовки. Актуальность данных выводов подтверждается тем, что комплексная подготовка менеджеров, основанная на глубоких специальных знаниях, способна усилить конкурентные преимущества современных туристских предприятий, что позволит им соответствовать требованиям развития сферы туризма на мировом рынке и наращивать свой потенциал, обеспечивая его конкурентоспособность. Направлением дальнейших исследований является

разработка профессиональных программ подготовки менеджеров международного туризма в соответствии с тенденцией его интернационализации.

доцент кафедры туризма Харьковского национального экономического университета имени Семена Кузнеця (61166, Украина, г. Харьков, пр. Ленина, 9-А, e-mail: yastr@inbox.ru).

Інформація про автора

Ястремська Олесь Олександрівна – канд. екон. наук, доцент кафедри туризму Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (61166, Україна, м. Харків, пр. Леніна, 9-А, e-mail: yastr@inbox.ru).

Information about the author

O. Iastremska – PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Tourism of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9-A Lenin Ave., 61166, Kharkiv, Ukraine, e-mail: yastr@inbox.ru).

*Стаття надійшла до ред.
26.11.2014 р.*

Литература: 1. Кабушкин Н. Менеджмент туризма / Н. Кабушкин. – М. : Новое знание, 2002. – 340 с. 2. Михайліченко Г. І. Інноваційний розвиток туризму : монографія / Г. І. Михайліченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 608 с. 3. Зима О. Г. Проекти державно-приватного партнерства як шлях розвитку туризму в Україні / О. Г. Зима, І. І. Лісіцина // Економіка розвитку. – 2014. – № 2. – С. 9–15. 4. Ткаченко Т. І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с. 5. Шульгіна Л. М. Маркетингове управління туристичними підприємствами : монографія / Л. М. Шульгіна, М. Л. Ткешелашвілі. – К., Тернопіль : ТОВ "Видавництво Астон", 2011. – 296 с. 6. Быркова Е. Рынок международного туризма: основные тенденции 2013 года [Электронный ресурс] / Е. Быркова. – Режим доступа : <http://xn--b1ae2adf4f.xn--p1ai/analytics/research/7035-turizm.html>. 7. Международный туризм превышает ожидания [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://media.unwto.org/ru/press-release/2014-01-20/mezhdunarodnyi-turizm-prevyshaet-ozhidaniya-chislo-pribytii-v-2013-godu-voz>. 8. Туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 9. Квартальнов В. А. Стратегический менеджмент в туризме [Электронный ресурс] / В. А. Квартальнов. – Режим доступа : http://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov4-1.htm. 10. Чорій М. Роль Інтернет-маркетингу при виборі туристської дестинації / М. Чорій, Т. Ільто // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 12 (150). – С. 300–308.

References: 1. Kabushkin N. Menedzhment turizma / N. Kabushkin. – M. : Novoe znanie, 2002. – 340 p. 2. Mykhailichenko H. I. *Innovatsiyni rozvytok turyzmu : monohrafiia* [Innovative Development of Tourism : monograph] / H. I. Mykhailichenko. – K. : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2012. – 608 p. 3. Zyma O. H. *Proekty derzhavno-pryvatnoho partnerstva yak shliakh rozvytku turyzmu v Uk-raini* [Public-private Partnership Projects as Ways to Develop Tourism in Ukraine] / O. H. Zyma, I. I. Lisitsina // *Ekonomika rozvytku*. – 2014. – No. 2. – P. 9–15. 4. Tkachenko T. I. *Stalyi rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu : monohrafiia* [Tourism Sustainable Development: Theory, Methodology, Business Reality : monograph]. – K. : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2009. – 463 p. 5. Shulhina L. M. *Marketynhove upravlinnia turystychnymy pidpriemstvamy : monohrafiia* [Tourism Companies Marketing Management : monograph] / L. M. Shulhina, M. L. Tkeshelashvili. – K., Ternopil : TOV "Vydavnytstvo Aston", 2011. – 296 p. 6. Byrkova E. *Rynok mezhdunarodnogo turizma: osnovnye tendentsii 2013 goda* [Electronic resource] / E. Byrkova. – Access mode : <http://xn--b1ae2adf4f.xn--p1ai/analytics/research/7035-turizm.html>. 7. *Mezhdunarodnyy turizm prevyshaet ozhidaniya* [Electronic resource]. – Access mode : <http://media.unwto.org/ru/press-release/2014-01-20/mezhdunarodnyi-turizm-prevyshaet-ozhidaniya-chislo-pribytii-v-2013-godu-voz>. 8. *Turizm* [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 9. *Kvartalnov V. A. Strategicheskyy menedzhment v turizme* [Electronic resource] / V. A. Kvartalnov. – Access mode : http://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov4-1.htm. 10. *Chorii M. Rol Internet-marketynhu pry vybori turystskoi destynatsii* [Internet Marketing Role in the Tourism Destination Choice] / M. Chorii, T. Ilto // *Aktualni problemy ekonomiky*. – 2013. – No. 12 (150). – P. 300–308.

Информация об авторе

Ястремская Олесь Александровна – канд. екон. наук,

Ìãðàí³çì ðããóëþãààíý âêîíî³êè

