

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В УМОВАХ ЗАГОСТРЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Стаття присвячена вивченню процесів впливу глобальної економічної кризи на туристичною діяльністю в Україні та визначити заходи щодо покращення процесів управління туристичними компаніями, зміцнення їхніх позицій на національному та міжнародному ринках.

Ключові слова: економічна криза, туристична діяльність, туристична компанія.

Статья посвящена изучению процессов влияния глобального экономического кризиса на туристическую деятельность в Украине и определяет мероприятия относительно улучшения процессов управления туристическими компаниями, укреплению их позиций на национальном и международном рынках.

Ключевые слова: экономический кризис, туристическая деятельность, туристическая компания.

The article is sanctified to the study of processes of influence of global economic crisis on by tourist activity in Ukraine and to define measures in relation to the improvement of processes of management, strengthening of their positions, tourist companies on national and international markets.

Key words: economic crisis, tourist activity, tourist company.

Постановка проблеми. Розгортання дискусій щодо «Великої трансформації» на політичній та економічній арені світу на тлі похмурих прогнозів щодо майбутнього економік найрозвиненіших країн світу визначає вектор аналізу ситуації в нашій країні, яка теж викликає занепокоєння, особливо в умовах різноманітних флуктуацій з приводу підготовки до Євро 2012, топ-менеджменту законодавчої та виконавчої влади, ринкових диспропорцій в економіці, а також невтішних прогнозів Міжнародного валютного фонду щодо розвитку світової економіки у 2012 році. На основних туристичних напрямках теж відбуваються певні економічні зміни стосовно макро- та мікроситуації. Так, якщо Туреччина веде пошук нових горизонтів і посилює свої позиції в туризмі, Єгипет втратив третину відпочиваючих, а Європа все ще перебуває в кризовому стані економіки. Для українського туристичного ринку всі вищеназвані чинники є факторами, що впливають на кризові процеси в країні, на ринок вітчизняного туризму і визначають подальший його розвиток. Серед багатьох чинників впливу на ступінь регулювання даної ситуації управлінський імператив є чи не найважливішим з позиції визначення пріоритетів, оцінки можливостей та ресурсного потенціалу.

Літературні джерела та публікації. Постійні зміни економічної, технологічної та інформаційної кон'юнктури позначаються на існуючих парадигмах еволюційного розвитку суспільства, що включає значну роль туризму як одного з ключових чинників глобалізаційних зрушень. Адже на туризм щорічно припадає близько 7-10% світового ВВП. В свою чергу, перехід до постіндустріального суспільства визначає тісний взаємозв'язок

галузі туризму та стану економічного розвитку, особливості продовження кризових процеси якого ведуть до дестабілізації відносин між замовником туристичної послуги та суб'єктом, що її надає.

Теоретико-методологічні, економічні та управлінські аспекти впливу на туризм стану економіки та менеджменту знаходяться в полі зору широкого кола дослідників – І. Смирнова, О. Любіцевої, Т. Бондаренко, І. Герчикової, В. Квартальнова, А. Чудновського, Т. Ткаченко, В. Пестушко, Т. Вахненко, О. Веклич, І. Ансоффа, П. Кругмана, К. Омає та інших [1-5,8]

Метою статті є розглянути процес розгортання економічної кризи в країні та її прояви, проаналізувати основні напрями та механізми управління туристичною діяльністю в умовах загострення світової економічної кризи.

Виклад основного матеріалу. Збільшення потоку туристів в Україну було зумовлено з 2004 р. переважно за рахунок перевищення рівня інфляції в Україні порівняно з країнами – партнерами. А значне збільшення обсягів туристичних послуг за останні 7 років тісно кореспондувалося зі збільшенням платоспроможності населення країни. Так, якщо на рахунках в банках у 2002 р. у юридичних осіб було – 25 млрд. грн., а фізичних – лише 1 млрд. грн., то у 2008 р. відповідно 200 і 300 млрд. грн.[4]

В цілому по Україні минулий туристичний сезон у 2011 р. має позитивну динаміку. Загальна кількість туристів, обслугованих туроператорами і турагентствами, збільшилася на 17%, обсяг послуг зріс на 10%, а платежі до бюджету – на 14%.

Але за даними рейтингу конкурентоспроможності у сфері туризму, Україна посідає 77 місце серед 130 країн між Оманом та Сербією, а за даними Звіту про глобальну конкурентоспроможність 2008–2009 Всесвітнього економічного форуму Україна серед 134 країн світу посіла 72 місце Серед основних критеріїв за якими проводилося оцінювання були вартість відпочинку, екологія, безпека. Що стосується рівня безпеки, то тут Україна посідає 93 місце – високий рівень ДТП та злочинності. На посилення цих тенденцій в туризмі опосередковано впливає те, що слабкими сторонами України порівняно з іншими країнами є інфляція (127 місце), ефективність податкової системи (127), витрати на персонал, окрім заробітної плати (125), захист прав власності (123), якість автомобільних доріг (120), етична поведінка фірм (118), стійкість банків (112), обмеження на рух капіталу (110), обтяжливість митних процедур (109).

Необхідно відмітити, що економічна ситуація в державі, в зв'язку з поглибленням кризових процесів, хоча і сприяє збільшенню потоків туристів, але на найближчу перспективу нам прогнозують значні фінансово-економічні негаразди. Так, наприклад, на сьогодні до Євро-2012 заброньовано до 20% місць розміщення, і доступними залишаються більше 80% місць [8]. То того ж витрати на проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу становлять 126,26 млрд.

грн. (близько \$16 млрд.) і загальні збитки, за підрахунками аналітичної групи Da Vinci AG можуть скласти близько \$ 6-8 млрд.[9-10]

Отже, ми опиняємося перед наступним вибором:

1) визначити пріоритети і реалізувати програмні заходи щодо стабілізації економічної ситуації, що для сфери туризму визначається перш за все підтримкою з боку держави розвитку туризму через впровадження цільових програм, що особливо відображається на стані туристичної інфраструктури;

2) дозволити безконтрольне нецільове використання коштів та реалізацію заходів, що ведуть до погіршення стану економіки і рано чи пізно приведуть галузі економіки до колапсу з подальшими не прогнозованими наслідками.

Розвиток туризму як важливої сфери надання послуг гостинності, дозвілля, подорожей, обумовлений багатьма чинниками, але серед них на сучасному етапі розвитку суспільства, на нашу думку, необхідно виділити такі: демографічний, техніко-технологічний, економічний та інформаційний. Дійсно, розвиток економіки в цілому стимулює демографічний сектор за підтримки техніко-технологічних процесів і інформаційної складової. Ці напрями є такими, на збереження яких під час кризового стану мають консолідуватися зусилля як з боку держави, так і з боку провідних, якщо не більшості, туроператорів країни. Менеджмент даних інституцій в умовах кризових процесів в економіці повинен приділити значну увагу збору і аналізу отриманої з різних джерел інформації про зміни в галузі, особливо в ключових та самих уразливих для неї місцях та оперативно реагувати на них задля захисту своїх позицій і споживачів в разі потреби. Тим більш це актуально з позиції значного збільшення технічного та інформаційного навантаження на виробничі та обслуговуючі комплекси. Аналіз такого рівня та особливості управління в кризовому становищі мають базуватися на взаємозв'язку між економікою країни в цілому, темпами розвитку туристичного підприємства і позицією на ринку конкретного товару. Спочатку оцінюють фактори, що впливають на них, далі формулюють основні поняття і визначення для конкретного кризового чинника з тим, щоб ідентифікувати його і встановити межі моніторингу або інструментарію врегулювання ситуації.

В умовах, коли платоспроможність населення постійно знижується, психологічний тиск невизначеності невпинно зростає, геополітична ситуація в країні та за кордоном залишається вкрай нестабільною, туристичні напрями під тиском внутрішніх конфліктів та різних форс-мажорних обставин змінюються на рівні мікро – та макросередовища діяльності туристичних підприємств. Одним з яскравих прикладів такого розгортання подій є Греція та Єгипет.

У загальному вигляді алгоритм кризової ситуації з позиції середовища управлінського впливу виглядає наступним чином: Економічна криза → макроекономічна нестабільність → ринкові флуктуації → ситуативна невизначеність → тактичний та операційний

деструктивізм. На кожному етапі даного ланцюга розгортання кризового механізму відбувається ураження чинників господарського процесу, від яких залежить дієздатність соціально-економічної системи господарювання в цілому, та туристської галузі зокрема. Так, якщо на макрорівні підвищуються темпи інфляції – це веде до зниження ступеня збалансованості туристського ринку, а на макрорівні - до зниження платоспроможного попиту, що негативно позначається на обсягах продажу туристичного продукту, втраті ринкових позицій, зниженні ефективності діяльності туристичного підприємства в цілому. Таке положення зумовило створення нових вимог до діяльності підприємств, визначивши ряд параметрів, яким мають відповідати умови та особливості роботи суб'єктів туристичної діяльності. До основних можна віднести:

- збереження пропорцій між поставленими завданнями та наявними ресурсами;
- наявність техніко-технологічних складових за допомогою яких мають виконуватись поставлені завдання;
- використання інформаційних програмних засобів на високому техніко-технологічному рівні;
- діяльність має задовольняти вимогам сьогодення і користуватися попитом на ринку послуг;
- впровадження в практику елементів ситуативного менеджменту, як одного з основних інструментів дієздатності підприємства;
- наявність висококваліфікованого персоналу, який володіє не тільки програмними продуктами підприємства, а й творчим потенціалом і відповідним аналітичним та творчим мисленням.

Виходячи з вищенаведеного, головними завдання менеджменту туристичного підприємства в умовах кризи є наступне:

1. Збереження системи керування.
2. Підвищення гнучкості і ефективності комунікацій.
3. Збереження працездатності кадрів.
4. Оптимізація системи маркетингу на підприємстві.
5. Встановлення пріоритетних напрямів рекламної діяльності.
6. Адаптивний контроль за використанням та розподілом фінансових ресурсів.
7. Постійний моніторинг ситуації як на ринку так і всередині організації.

Непевненість у техніко-технологічних тенденціях недалекого майбутнього підсилюється іншими не менш важливими викликами, до яких ми неготові (геополітичні та кліматичні зміни, геологічні, технологічні, демографічні, військові). Пошук новітніх інноваційних методів управління ситуаційними завданнями на макро- та макрорівнях може стати чинником, що дасть туристичному підприємству можливість випередити конкурентів, отримати і закріпити стійкі позиції на ринку, побудувати стабільний економіко-виробничий фундамент протидії

глобальним та локальним кризовим процесам. Від чого ж залежить ефективність управління туристичним підприємством в умовах кризи. Серед зовнішніх факторів слід особливо виділити наступні:

1. Високий ступінь вразливості економіки України внаслідок 1) відсутності структурних реформ; 2) залежності від світових цін на сировинні товари; 3) зростання дефіциту поточного рахунку та зовнішнього боргу; 4) високої інфляції та відповідно погіршення конкурентоспроможності країни;

2. Відсутність національної стратегії розвитку галузі туризму на перспективу до 2020 р.

3. Знецінення національної валюти. На нашу думку цей процес прискориться в період з 2012 до 2014 рр.

4. Купівельна спроможність українців. Адже всі розробки в туризмі пов'язані з кінцевим споживачем. На наступні 2-4 роки існує тенденція її суттєвого зниження [7].

5. В моральному плані – це криза цінностей та цілей, коли основний сенс буття мало кореспондується з туристичною галуззю.

До внутрішніх слід віднести такі:

1. Безсистемні методи управління в туризмі.

2. Застаріла парадигма мислення.

3. Слабка інформаційна база.

4. Відсутність досвідченого кадрового потенціалу.

Основні заходи по стабілізації туристичного ринку на найближчу перспективу такі:

- створення потужного внутрішнього ринку туристичних послуг з мінімізацією залежності від зовнішніх факторів;

- визначення пріоритетних напрямків витрат виробничого та фінансового потенціалу туристичними компаніями з метою мінімізації впливу кризи на діяльність останньої;

- підтримка державою реального сектору економіки – виробити чіткий антикризовий план дій, що має включати захист внутрішнього ринку, модернізація тарифної політики, зниження податкового тиску, дотації суб'єктам туристичних послуг;

- розробка компаніями-лідерами українського туристичного простору стратегічних засад розвитку туризму на 10 років;

- активація людського фактору – адаптивний гомеостаз (потрібні люди з системними знаннями щоб правильно адаптуватися до нових умов життя).

Алгоритм використання кризового менеджменту туристичної компанії можна представити таким чином: підвищення рівня використання фінансово-виробничого потенціалу – модернізація організаційних форм управління компанією – нові вимоги до процесу надання туристичних послуг – нові запити споживачів.

Висновки. Оптимізація управління кризовими явищами в туристичній галузі в контексті глобальних зрушень при активній участі

різноманітних туристичних інституцій веде до залучення більшої кількості туристів та географічного охоплення ширших DESTИНАЦІЙ при чіткому спрямуванні намірів в конструктивну еволюційну сторону. Єдиний центр управління процесом адаптації до глобальних економічних перетворень в туризмі знайде відображення в ефективній координації та взаємодії основних агентів туристичного бізнесу на міжнародному та регіональному рівнях.

1. Данилишин. Б., Веклич О. Україна в міжнародних рейтингах сталого розвитку // *Економіка України*, 2008. - №7. – С.13-23
2. Вахненко Т. Державний борг України: поточний стан і ризики // *Економіка України*, 2008. - №7. – С.37-45
3. Федулова Л.І. Концептуальні засади економіки знань // *Економічна теорія*, 2008. - №2. – С. 37-59
4. Бондаренко Т.М. Точки зростання виробництва: поняття, критерії та методика визначення // *Економіка і прогнозування*, 2008. - №1. – С. 136 - 144
5. Клок К., Голдсмит Дж. *Кінець менеджмента*. – СПб.: Питер, 2004. – 368 с.
6. Аналітичний звіт. Дії Національного банку а період загострення світової фінансової кризи. – Київ, 2009. – 58 с.
7. *Экономические ожидания от Евро 2012* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://russian.cri.cn/1341/2012/01/19/1s412161.htm>
8. Пестушко В.Ю. Європейський туристичний ринок в умовах глобальної економічної кризи // *Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Серія: Економіка, право, політологія, туризм : збірник наукових статей*. – К. : Вид-во НАУ «НАУ-друк», 2010. – Випуск 1. – С.193-197.
9. *Укртуризм. Український туристичний портал* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrtourism.com/ukraine_euro_2012.html
10. «Биржевой лидер» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.profi-forex.org/news/entry1008103161.html>