

ИНТЕГРАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УКРАИНЕ: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

У статті розглянуті актуальні проблеми інтеграції туристичних підприємств в Україні в умовах економічної кризи. Також вивчені та виявлені тенденції розвитку туристичної галузі в Україні.

Ключові слова: глобалізація, туристична послуга, туристичний продукт, інтеграція, тенденція, світова економічна криза.

В статье рассматриваются актуальные проблемы интеграции туристических предприятий в Украине в условиях экономического кризиса. Также изучены основные проблемы и выявлены тенденции развития туристической отрасли в Украине.

Ключевые слова: глобализация, туристическая услуга, туристический продукт, интеграция, тенденция, мировой экономический кризис.

Some problems of tourism companies integration in Ukraine in the condition of economic crisis are considered in the article. Also, main problems and the tendencies of tourists industry development in Ukraine have been studied.

Key words: globalization, tourists service, tourists product, integration, tendency, world economic crisis.

Постановка проблеми. Туризм среди других отраслей непродуцированной сферы национальной экономики в большей степени подвержен воздействию внешних факторов. Следовательно, влияние глобального финансового кризиса на национальную туристическую индустрию не является исключением. Кризис затронул туристическую индустрию не только в национальном, но и мировом масштабе. По данным Всемирной туристической организации, большинство регионов мира во второй половине 2008 г. демонстрировали падение темпов роста международного туризма. Туристический рынок вошел в кризис раньше других отраслей. Уже с июня 2008 г. началась стагнация, а на некоторых направлениях наблюдалось снижение турпотока.

Именно высокий уровень глобализации экономики, явившейся следствием скачкообразного повышения конкуренции на рынках туристических услуг, дефицита финансовых, сырьевых и других

ресурсов, а также мировой экономической кризис обуславливает **актуальность** участия современных туристических фирм в интеграционных процессах, которые представляют собой слияние капитала в целях наиболее эффективного использования имеющихся ресурсов, своевременного их пополнения и увеличения прибыли, а также достижение долгосрочных стратегических целей.

Анализ последних научных публикаций

В научных трудах отечественных и зарубежных ученых рассматривается несколько концептуальных подходов при исследовании процесса интеграции туристических предприятий.

В.А. Квартальнов в своей работе «Туризм» считает, что основным катализатором процесса интеграции туристических предприятий могут стать крупные капиталовложения в новые технологии и рынок телекоммуникаций. По мнению В.А. Квартального, новые информационные технологии и эффективные коммуникации обеспечат

стремительное развитие рынка международного туризма и приведут к вертикальной, горизонтальной и диагональной интеграции [1, с. 138].

В.Е. Шимакова в научной статье «Роль кластеризации в развитии туристического бизнеса в регионах» определяет, что в рыночных условиях хозяйствования эффективность туристической деятельности предпринимательских структур обеспечивается интеграционными связями, которые формируются на основании инновационных механизмов аккумуляции ресурсов, информационно-коммуникационных технологий управления туристической сферой [12, с. 62].

В своей монографии Ткаченко Т.И. более концептуально рассматривает процесс интеграции туристических предприятий. Она считает, что процесс интеграции в международные институты, и прежде всего, Международной туристической организации (МТО), разработки и внедрения законодательных и нормативных актов, программ развития туризма, создания органов отраслевого регулирования на общегосударственном и региональном уровнях, заключения межправительственных и межведомственных соглашений о сотрудничестве в отрасли туризма, активизации маркетинговой коммуникационной политики на международном туристическом рынке с использованием современных информационных технологий. Интеграционные процессы обуславливают активизацию предпринимательской деятельности в определенных зонах приоритетного развития туризма в Украине [9, с. 278].

Мельниченко С.В. рассматривает процесс интеграции туристических предприятий как активное внедрение современных информационных технологий, что является необходимым условием их успешной работы, поскольку точность, надежность, оперативность и высокая скорость обработки и передачи информации определяет эффективность управленческих решений в этой сфере. Крупные капиталовложения в информационные технологии приведут к вертикальной, горизонтальной и диагональной интеграции туристических фирм [7, с. 214].

В целом, эти и многие другие научные исследования по данной проблеме указывают на то, что отечественные туристические предприятия, сталкиваясь с мировым финансовым кризисом, требуют активизации интеграционных процессов в данной отрасли.

Содержание термина «интеграция» как объединение и взаимопроникновение (его буквальный смысл) выходит далеко за это привычное понимание и не в полной мере раскрывает сущность рассматриваемого явления.

По мнению авторов, интеграция в туризме обладает более емким содержанием и отражает объединение туристических субъектов, углубление их взаимодействия, развитие связей между ними, в том числе и на международном уровне.

В связи с вышеизложенным **целью статьи** является исследование влияния мирового финансового кризиса на отечественную туристическую отрасль и изучение эффективности интеграции туристических предприятий Украины.

Исходя из цели, были поставлены следующие **задачи**:

- 1) выявление проблем, с которыми сталкиваются туристические компании Украины из-за финансового кризиса;
- 2) рассмотрение перспектив и эффективности интеграции туристических компаний Крыма.

Изложение основного материала

Процесс интеграции в туристических предприятий наиболее актуален в современных условиях. Это объясняется тем, что туризм сегодня – одна из самых динамичных отраслей экономики в мире, которая включает в себя самые разнообразные сферы услуг. В сложившихся рыночных условиях, а также в условиях мирового экономического кризиса предприятию (в том числе и туристическому) тяжело выжить поодиночке. В связи с этим, объясняется необходимость и актуальность процесса интеграции туристических предприятий в современных условиях.

Складывающиеся рыночные отношения в отечественном экономическом пространстве стимулируют возможности отхода от традиционного управления предприятием, обуславливают неизбежность и экономическую целесообразность перехода от управления как такового к менеджменту и маркетингу, требуют создания системы эффективных алгоритмов принятия управленческих решений с учетом изменения рыночной конъюнктуры, а также с помощью интеграции туристических предприятий [5, с. 12].

Современная экономическая ситуация лишь заставила пересмотреть прогнозы на развитие мирового туризма. При всей коррекции цифр они все равно остаются со знаком «плюс». Вместо 10-процентного роста ожидается лишь 5-7-процентное увеличение. И если в 2007 г. было зафиксировано около 900 млн международных туристических прибытий, то к 2010 г. прогнозируется рост до 1,1 млрд, а к 2020 г. – до 1,6 млрд. Прогнозная динамика международных прибытий показана на рис. 1 [10, с. 93].

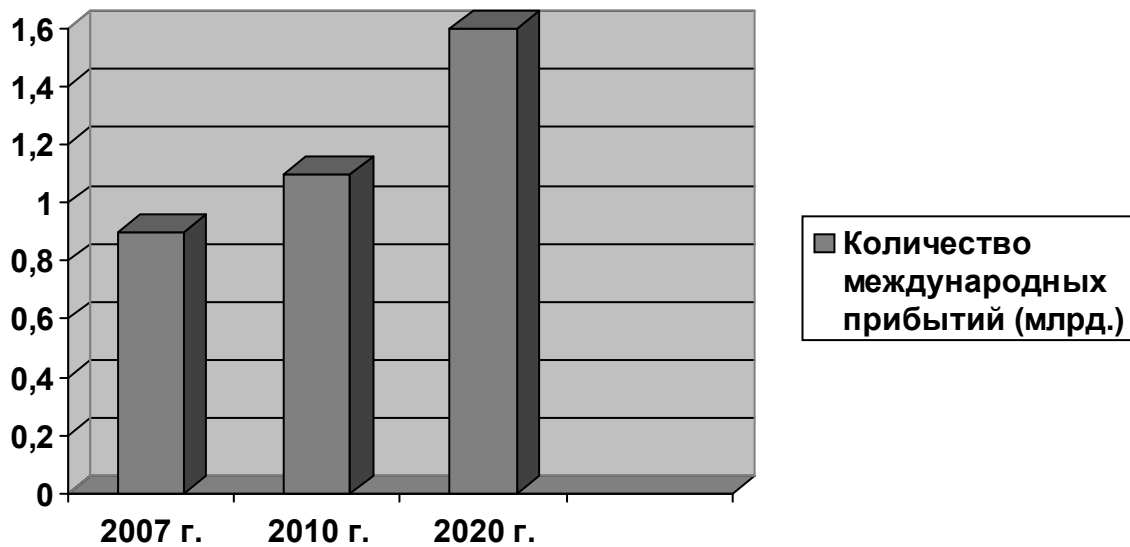


Рис. 1. Прогнозная динамика международных прибытий

Рассматривая состояние туристической отрасли в Украине, прежде всего, необходимо отметить ее благоприятные условия и богатые, рекреационные и бальнеологические ресурсы для лечения и отдыха населения, развития туризма и спорта. Уникальные пейзажи, чудесные ландшафты, национальные парки, заповедники и заказники, минеральные и термальные воды, грязевые источники создают все предпосылки для формирования в Украине высокоразвитого, конкурентоспособного рекреационно-туристического комплекса [11, с. 27].

Однако имеющийся ресурсный потенциал практически не используется, а состояние и результативность развития туризма не только отстает от передовых стран мира, но и не

соответствует требованиям современного общества, являющегося потенциальным равноправным членом европейского и мирового сообществ.

Сложившаяся ситуация объясняется неконкурентоспособностью большинства украинских предприятий и организаций туристической сферы, которая все в большей степени проявляется на фоне процессов глобализации и связанной с ней либерализации отношений между странами, а также мировым финансовым кризисом [3, с. 21].

Исследование по вкладу туристической отрасли во внутренний валовой продукт (ВВП) Украины, России, ЕС и регионов мира представлен на рис. 2.

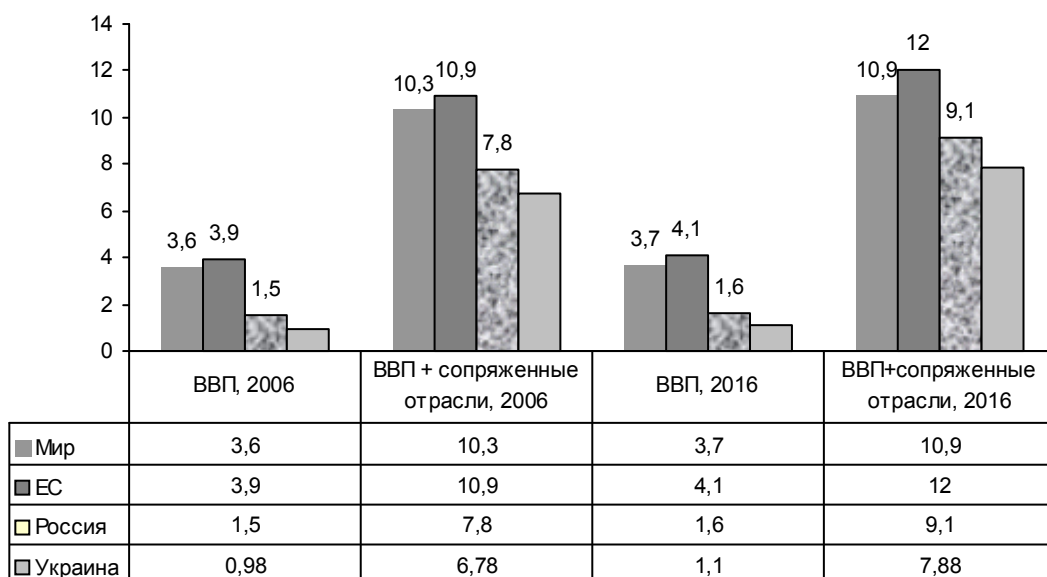


Рис. 2. Вклад в ВВП туристической отрасли в 2006 и 2016 гг., % (составлено автором по данным WTTC) [5, с. 18].

Таким образом, мы видим, что прогноз роста ВВП не утешительный и падение ВВП в 2016 году в сравнении с 2006 годом может составить 2,5 раза.

Из-за мирового финансового кризиса сокращается объем инвестиций в развитие туристской инфраструктуры. Специалисты Всемирной туристической организации считают, что последствия финансового кризиса в туристическом бизнесе наиболее ярко проявятся в мае-июле 2009 г. В Украине в 2010 г. прогнозируется сокращение числа туроператоров в 5 раз, что связано с уменьшением платежеспособного сегмента потребителей [4, с. 30].

Конкурентоспособность и эффективность работы украинской сферы туристических услуг не может быть обеспечена без учета сложившихся в мире тенденций глобализации и международной интеграции предприятий туристической индустрии. Стратегия ее развития должна ориентироваться как на максимальное использование имеющегося туристско-рекреационного потенциала, так и на дополнительные возможности роста эффективности, открывающиеся в условиях глобализации и международной интеграции.

Отечественные туристические предприятия, сталкиваясь с проблемами обеспечения конкурентоспособности туристических услуг, а также с мировым финансовым кризисом, не используют выработанный зарубежными туристическими фирмами опыт в области интеграционных процессов [7, с. 314].

Анализ показал, что на сегодняшний день существует первая и единственная Ассоциация лидеров турбизнеса Украины (АЛТУ), которая является неприбыльным добровольным негосударственным объединением предприятий и организаций, которые осуществляют деятельность в туристической сфере, созданную с целью содействия развития всех видов туризма в Украине, гармонизации отношений между государственными органами и субъектами туристической деятельности, обеспечение защиты прав и представительства общих интересов субъектов туристической деятельности в государственных органах, органах местного самоуправления.

Сегодня Ассоциация лидеров турбизнеса Украины (АЛТУ) объединяет восемь отечественных туроператоров – «Агентство «Пан-Україн», «Вояж-Киев», «Кандагар», «САМ», «ТЕЗ Тур», «Туртесс Тревел», «Проланд», общая доля которых на туристическом рынке оценивается около 70 % в выездном и свыше 30 % во внутреннем туризме [12, с. 62].

Данные предприятия объединились с целью создания действенной организации, способной наладить эффективное сотрудничество с органами государственной власти и местного самоуправления, международными организациями, и сформировать благоприятные условия для деятельности туристических компаний, усовершенствования

законодательной базы отечественной туристической сферы и обеспечить, на этой основе, создание широких возможностей для удовлетворения потребностей отечественных и иностранных туристов.

Достижение этой цели является возможным лишь при условии осознания всеми участниками туристической деятельности, и в первую очередь, органами государственной власти и местного самоуправления, роли и места туризма в обеспечении качества жизни населения, постоянному социально-экономическому развитию страны. Именно поэтому одним из основных направлений деятельности Ассоциации является широкая информационная и просветительская деятельность. В частности, АЛТУ планирует создание пресс-центра и Интернет-портала, издание и распространение специализированного дайджеста по актуальным проблемам развития туристического рынка и деятельности туристических компаний, регулярное проведение пресс-конференций, общественных обсуждений, круглых столов и т. п.

Формирование отраслевых интеграционных и партнерских объединений, в том числе и АЛТУ, служит необходимым, но недостаточным условием для обеспечения эффективного функционирования туристической отрасли в условиях мирового финансового кризиса [6].

В современных условиях субъектам туристической деятельности нужно осознать необходимость и эффективность подобных объединений для решения общих проблем, возникающих в период неблагоприятных этапов развития экономики.

Выводы. Туристическая отрасль в Украине развивается под воздействием ряда политических и экономических факторов, обусловленных протекающими в стране трансформационными процессами. С одной стороны, они способствовали активному развитию украинского туристического рынка и быстрому росту доли выездного туризма, с другой – экономический кризис неблагоприятно повлиял на формирование туристической отрасли и ее инфраструктуры, отсутствует уверенность в полноценной реализации стратегических планов в туристической отрасли. Слабое осознание необходимости интеграционных процессов и их организации не способствует увеличению туристического потока. Преодолеть указанные негативные тенденции и обеспечить Украине достойное место на мировом рынке туристических услуг позволят объективизация оценки значимости отрасли в национальной экономике, а также разработка и реализация стратегии, учитывающей мировой опыт развития туристической сферы деятельности, сложившихся в ней тенденций глобализации и международной интеграции.

ЛІТЕРАТУРА

1. Квартальнов В.А. Туризм / Квартальнов В.А.: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 320 с.: ил.
2. Клейменов А.М., Сергеев Б.И. Инновационные процессы в развитии туризма // Клейменов А.М., Сергеев Б.И.: Культура народов Причерноморья. Научный журнал, 2004. – № 52, Т. 2. – С. 62-66.
3. Козлова Т.Н. Влияние экономического кризиса на деятельность туристических фирм // Козлова Т.Н.: Экономика Украины, №2, политико-экономический журнал. – К.: Изд-во «Пресса України», 2008. – С. 21.
4. Лендел О.Д. Основні напрямки розвитку туристичної інфраструктури регіону // Актуальные проблемы экономики. – 2007. – № 4(22). – С. 30-33.
5. Литовченко А.Ю. Влияние процессов глобализации международной интеграции на развитие сферы туристических услуг в России: автореф. дис. на соискание ученой степени кандидата экон. наук: спец. 08.00.14 «Мировая экономика» / А.Ю. Литовченко – Краснодар, 2008. – 23 с.
6. Материалы сайтов: <http://dlab.com.ua>, <http://www.yellowpages.kiev.ua>, <http://bigcat.com.ua>, <http://turbiz.turistua.com>.
7. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: Монографія. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 493 с.
8. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: Экономика туризма / Папирян Г.А. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 208 с.: ил.
9. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу / Ткаченко Т.І. : Монографія. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 537 с.
10. Туризм в Україні: Стат. зб. – К.: Кондор, 2008. – 184 с.
11. Хамидова О.М. Маркетинговые исследования рынка туристических услуг (на примере предприятий рекреационно-туристического комплекса АР Крым): дис. кандидата экон. наук: 08.06.01 / Хамидова Ольга Михайловна. – Симферополь, 2004. – 199 с.
12. Шимакова В.Е. Роль кластеризації в розвитку туристичного бізнесу в регіонах // Шимакова В.Е.: Культура народов Причерноморья. Научный журнал. – 2008. – № 137. – С. 62-66.

Рецензенти: Семенов В.Ф., д.е.н., професор,
Верланов Ю.Ю., к.е.н., професор

© Захарова К.В., Глухенко Н.В., 2009

Надійшла до редколегії 29.05.2009 р.