

Кожухівська Р.Б.

к.е.н., доцент

*кафедра технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Упровадження глобалізаційних процесів у систему туристичного менеджменту

Сучасний розвиток туризму в Україні характеризується наявністю глибоких протиріч в організаційній структурі, спрямованості розвитку, стані якісних і кількісних характеристик тощо. З одного боку, сучасний стан туризму в Україні розцінюється як кризовий, пов'язане з різким падінням досягнутих раніше обсягів надання туристських послуг, скороченням матеріальної бази туристської галузі і значною невідповідністю потребам населення в туристичних послугах. З іншого боку, відзначаються високі темпи будівництва туристських об'єктів, що відповідають найвищим світовим стандартам, значне збільшення виїздів українців у закордонні поїздки, зростання числа туристичних організацій по всій території України. За оцінкою експертів WTO, Україна займає 14-у позицію у світовій класифікації за відвідуваністю іноземцями, що становить 2,5% світового ринку виїзного туризму. За прогнозом WTO до 2020 р. Україна може увійти в першу десятку країн – найпопулярніших напрямків туризму [2].

У туристичній індустрії з'явилася тенденція до глобалізації трансформаційних процесів менеджменту в індустрії туризму, що відображає співробітництво держав і соціальних організацій у політичній, економічній, культурній та інших областях. Сьогодні туристські послуги пропонують близько 150 країн світу, кожна з яких має свій характерний образ і може позитивно впливати на всезростаючий різноманітний попит і мотивацію поїздок туристів. Формування різноманітних сегментів і ніш міжнародного ринку сприяє ефективному розвитку туризму і перетворенню його в лідируючу

галузь світової економіки.

Характерною особливістю процесу глобалізації в туристичній галузі є застосування новітніх інформаційних і телекомунікаційних технологій, які сприяють підвищенню ефективності та удосконаленні роботи компаній, поліпшенню обслуговування клієнтів, прискоренню усіх оперативних процедур, створенню нових маркетингових методик і розподільних каналів. У туристичному бізнесі активно використовуються можливості Інтернет, розвивається торгівля послугами в он-лайнному режимі.

Однак у процесі глобалізації туристської діяльності з'являються і серйозні проблеми. Надмірна стандартизація характеристик споживання і моделей пропозиції послуг в багатьох країнах чинить негативний вплив на місцеву культуру. Глобалізація змінює уявлення людей про культуру, як про щось успадковане від минулих часів, попередніх поколінь. Тому, тенденціям до інтернаціоналізації та уніфікації, протистоять тенденції збереження унікальності та національної самобутності. У багатьох країнах ведеться розробка і реалізація цільової стратегії маркетингу щодо освоєння та збереження екологічної системи і специфічних особливостей навколишнього середовища, пам'яток культури тощо.

Процеси глобалізації чинять вплив на розвиток туристичного ринку України, вони супроводжуються різким загостренням конкурентної боротьби, зростанням числа злиттів і поглинань туристичних компаній. У сферу туризму впроваджуються промислові компанії, банки, асоціації та об'єднання. На ринку відбуваються злиття та поглинання, створення ділових альянсів, впровадження новітніх технологій та телекомунікацій, активізується участь інших секторів економіки, зростає присутність представників туристичного бізнесу інших країн.

Наприклад, німецький конгломерат «Preussag» в даний час здійснює три види діяльності: логістику у сфері морські перевезення; промисловість і туризм. «Preussag» об'єднує більше 500 компаній, включаючи «TUI Group», «Thomson Travel Group» і «Nouvelles Frontieres».

«TUI Group» скупила у Туреччині значну кількість готелів, придбала 75% компанії «Gulet Tourism». У середині 1990-х рр. «TUI Group» стала виходити на ринки країн Східної Європи, в тому числі країн СНД. У серпні 2007 р. «TUI Group» прийшла і на український туристичний ринок, купивши 44% акцій у фірми «Maytravel» з перспективою в 2012 р. мати 54%. У 2008 р. «TUI Group» (найбільший туроператор Європи «TUI Travel PLC») та інвестиційна компанія «S-Group Capital Management Limited» прийшли до угоди про придбання активів «Вояж-Київ». Новостворене спільне підприємство уклало також угоду з «Maytravel» про придбання 75% акцій даного українського туроператора, що спеціалізується на напрямках Туреччина і Єгипет.

«TUI Travel PLC» – провідний європейський туристичний холдинг, здійснює свою діяльність в 180 країнах світу і обслуговує більше 30 млн клієнтів. Ринкова частка капіталу складає 2,5 млрд фунтів стерлінгів.

У новому інвестиційному холдингу 51% акцій належить «S-Group» і 49% – «TUI Travel». Угода з «Вояж-Київ» і «Maytravel» забезпечує новий масштаб роботи, який дозволить отримати значний вплив на ринку України. «TUI Travel» на даний час є одним з великих міжнародних туристичних операторів, за такими показниками – ліквідність, технології, іноземний капітал. Досягнуті домовленості заклали основу консолідації туристичного ринку і дадуть можливість використовувати передовий досвід роботи в галузі туризму з тим, щоб надавати клієнтам в Україні послуги, що відповідають найвищим міжнародним стандартам.

Таким чином, в даний час глобальні об'єднання оперують на світовому ринку, прагнуть до планування і контролю своєї діяльності у світовому масштабі, розробляють ефективні стратегії розвитку своїх компаній, упроваджують новітні технології та системи управління, приймають рішення про інвестиції коштів, удосконалюють роботу персоналу, використовують рекреаційні, інвестиційні ресурси в тих місцях і напрямках, які обіцяють перспективу довгострокового зростання та можливості отримання прибутку від туристичної діяльності.

У процесі планування своєї діяльності підприємства туристичної інфраструктури повинні здійснювати переорієнтацію на глобалізацію процесу менеджменту, велика увага має приділятися вивченню конкурентів та динамічності зовнішнього середовища, що потребує пріоритетного його вивчення. Нестабільність і ризик змушують керівників розробляти новітні стратегії розвитку підприємства, одночасно диктується потреба трансформації організаційної структури підприємства залежно від змін зовнішнього оточення.

Реалізація процесів глобалізації менеджменту в індустрії туризму вимагає постійного контролю ще від його початку. Інфраструктура туристичної індустрії за своєю специфікою є сферою діяльності, в якій такі процеси життєво необхідні та обов'язкові.

У світлі сучасних тенденцій до глобалізації економіки та переходу на концепції стратегічного управління, дослідження впливу глобалізації на трансформацію процесу менеджменту в індустрії туризму, як визначального напрямку розвитку туристичної індустрії є важливим та економічно ефективним для всіх суб'єктів інфраструктури, зокрема в Україні. Використання його як базового неодмінно приведе до пожвавлення економічної активності у сфері туризму та виведе Україну на чільне місце у структурі туризму світового співтовариства.

Список використаних джерел:

1. Менеджмент в туризме. [Текст]: учеб. пособие. /О.Ю. Тарасова, А.Ю. Сытова, А.Ю. Любомудрова [и др.]; гл.ред. О.Ю. Тарасова, отв. ред. С.Н. Морева ; М-во обр. и науки РФ, ГОУВПО «Тамбовский гос. ун-т им. Г.Р. Державина». –Тамбов : Изд. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2014. – 210 с.

2. UNWTO Tourism Highlights-2013 Edition. [Text]: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.stat.wto.org>. /Statistical Program – E/CN/17/2015/PC21. – 5 с.: CD "ІУТ", 2015. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM) : кольор.; 12 см. – Систем. вимоги: Pentium-266; 32 Mb RAM; CD-ROM Windows 98/2015/NT/XP. – Назва з титул. екрану.