

УДК 338.48

М. Бондаренко, аспірантка
Інституту світової економіки і
міжнародних відносин НАН України

СТАБІЛІЗАЦІЯ ТА ПІДТРИМКА РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ТУРБУЛЕНТНОСТІ

У статті досліджено проблему стабілізації та підтримки індустрії туризму в умовах економічної кризи, проаналізовано основні фактори техніки ефективного управління туристичним сектором під час кризи та заходи щодо її подолання. Розглянуто інноваційний підхід до вирішення проблемних питань як такий, що дає можливість гідно витримати удар кризи. Обґрунтовано сталий розвиток туризму як спосіб впровадження інноваційних ідей та створення конкурентних переваг у новій моделі діяльності та управління.

Ключові слова: глобалізація, глобальна економіка, глобальна економічна криза, туризм, туристична індустрія, економічна активність, економічна рецесія, конкурентність, еколого-економічна безпека, інновації, інноваційне партнерство, сталий розвиток туризму.

Бондаренко М. Стабилизация и поддержка развития индустрии туризма в условиях экономической турбулентности.

В статье исследовано проблему стабилизации и поддержки индустрии туризма в условиях экономического кризиса, проанализированы основные факторы техники эффективного управления туристическим сектором во время кризиса и мероприятия по ее преодолению. Рассмотрен инновационный подход к решению проблемных вопросов как таковой, что дает возможность достойно выдержать удар кризиса. Обосновано устойчивое развитие туризма как способ внедрения инновационных идей и создания конкурентных преимуществ в новой модели деятельности и управления.

Ключевые слова: глобализация, глобальная экономика, глобальный экономический кризис, туризм, туристическая индустрия, экономическая активность, экономическая рецессия, конкурентность, эколого-экономическая безопасность, инновации, инновационное партнерство, устойчивое развитие туризма.

Bondarenko M. Stabilization and support of tourism industry development in the conditions of economic turbulence.

In the article the problem of stabilization and support of tourism industry in the conditions of economic crisis are investigated, the basic factors of technique of effective management of tourism sector during

the crisis and measures of its overcoming are analyzed. The innovative approach to the solving of problem questions as such is considered, that gives the opportunity to overcome the stroke of crisis. Sustainable tourism development as method of introduction of innovation ideas and creation of competitive edges in the new model of activity and management is grounded.

Key words: *globalization, global economy, global economic crisis, tourism, tourism industry, economic activity, economic recession, competition, ecology-economic safety, innovations, innovative partnership, sustainable development of tourism.*

Туризм – одна з найбільших індустрій у глобальній економіці, що має стимулюючий вплив у довгостроковій перспективі. До того ж він також має значний соціальний та культурний ефект забезпечення інформативної складової. Ці чинники роблять туризм одним із значущих компонентів глобалізації [1].

Туризм тісно співпрацює з іншими галузями економіки та створює додаткові вигоди для численних суміжних секторів. Прикладами секторів, що отримують економічні вигоди від туристичної діяльності, виступає роздрібна торгівля, виробництво, охорона здоров'я та ін. Роздрібна торгівля, що опосередковано відноситься до туристичної індустрії, розвиває цільові стратегії для туристичних зон з метою максимізувати продаж товарів та послуг для туристів. Наприклад, у Великобританії, незважаючи на те, що тільки 1% іноземних туристів приїжджають до Лондона для здійснення покупок, близько чверті всіх магазинів знаходяться в центральній частині Лондона, а їх виторг сягає 1–1,7 млрд фунтів щорічно.

Туристична діяльність також розвиває соціоекономічну складову економіки країни через залучення на ринок праці робітників без спеціальної освіти, а також тих, хто може працювати тільки частково чи працює не за спеціальністю. Вийшовши на ринок праці туризму одного разу, такі працівники можуть отримати професійні навички та мають можливість розвиватися далі в цьому напрямку. Таким чином, туристична галузь являється важливим рушійним важелем економічного росту та добробуту, а також відіграє головну роль у місії по боротьбі з бідністю в країнах, що розвиваються. Зростаючий національний туристичний сектор дозволяє створювати робочі місця, підвищувати національні доходи та покращувати платіжний баланс країни.

Туризм дуже чутливий до зовнішніх проявів та негативних тенденцій. Природні катастрофи, повені, урагани, цунамі, пожежі чи виверження вулканів інколи мають більш згубний вплив на імідж країни, ніж на саму інфраструктуру. Громадські заворушення, аварії, кримінальна ситуація та хвороби можуть вразити імідж найпривабливішої та найсильнішої в туристичному плані країни. Навіть такий економічний фактор, як коливання ринку цінних паперів може визвати глибоку рецесію в туристичному секторі. Інакше кажучи, кризу може викликати будь-яка неочікувана подія, що впливає на туристичну безпеку та перешкоджає нормальному здійсненню подорожі [2].

Останні декілька років були насичені різними подіями, які негативно вплинули на розвиток туристичної індустрії. Це стосується терористичних актів, підвищення цін на паливо-мастильні матеріали та зменшення витрат на туризм у зв'язку з поточним економічним становищем. Незважаючи на це, туристичний сектор спромігся уникнути критичної точки світової економічної кризи та залишається одним із секторів, що забезпечують значний потенціал економічного росту та міжнародного розвитку. 2009 рік знаменувався входом світової економіки в фазу нестабільності та глобальної кризи. Зменшення об'ємів інвестицій та споживчих витрат у поєднанні з підвищенням акцентом на фіскальній політиці перетворили туризм на важливий, а в деяких випадках – чи не на єдиний засіб підтримки економіки та максимізації прибутків країни.

Прояви економічної активності дуже тісно пов'язані з туристичною діяльністю. В періоди економічного зростання та підвищення доходів населення збільшуються витрати на туризм, що, в свою чергу, впливає на підвищення надходжень від туристичної діяльності, і навпаки, – в період глобальної кризи туристичної діяльності коливання валютного курсу, непередбачуваність цін на паливо-мастильні матеріали та загальний економічний спад призвели не тільки до зменшення витрат на туризм зі сторони індивідуальних туристів, а й на скорочення бюджетів витрат на розвиток туристичного бізнесу.

Фінансова криза, економічна рецесія, жорстка кредитна політика, наростання боргових зобов'язань та підвищення безробіття змінили туристичний попит, особливо це стосується ділового

туризму [3]. З огляду на цей фактор, велику увагу необхідно приділити стабілізації та розвитку індустрії туризму. Для запобігання та пом'якшення негативних неочікуваних проявів природних явищ чи економічних тенденцій необхідно мати стратегію управління туристичним сектором у часи кризи для мінімізації негативного впливу кризи та підтримки туристичної безпеки. Не має значення, яким чинником викликана криза, методики її ефективного запобігання та подолання мають загальний характер та є досить простими.

Дуже важливо зрозуміти економічний вплив туризму на розвиток країни та її конкурентність на світових теренах для створення стратегічних концепцій реалізації економічних ефектів, які є наслідком туристичної індустрії. Для цього потрібно провести аналіз ролі держави в розвитку туристичної галузі, оцінити економічний внесок туризму в національну економіку.

Туризм має розглядатись з позиції його внеску в розвиток економіки та включати основні компоненти: макрофактори, міжнародну конкурентність, виражену стратегічну політику, аналіз недоліків та існуючих бар'єрів. Взаємозв'язок між цими чинниками складний та має враховувати як матеріальну, так і нематеріальну сторони туризму.

Економічний вплив туризму на національну економіку залежить від кількості туристів та витрат, які вони здійснюють. На показники туристичних надходжень впливає вартість туру та ціновий рівень у країні. Велику вагу у визначенні та перерозподілі міжнародного та внутрішнього туристичного потоків відіграє стан економіки, виражений через ВВП, поточний курс валют, рівень інвестицій у туристичну інфраструктуру та в інфраструктури суміжних галузей, наприклад, транспортну. На об'єм туристичного потоку, в свою чергу, впливають: нематеріальна сфера, культурна пропозиція, туристична активність, доступність відвідування та загальна якість середовища, імідж та привабливість країни.

Дуже важливо розрізнати типово короткострокові, середньострокові та довгострокові важелі. В короткостроковому та середньостроковому періодах саме ці компоненти впливають на туристичний попит, а в довгостроковій перспективі розвиток туристичної індустрії значною мірою залежить від факторів

пропозиції, що впливають на загальну економічну активність та ВВП. Досягнення довгострокових цілей здійснюється через політику підтримки та постійного розвитку.

У період кризи значну увагу потрібно приділити внутрішнім ринкам та активно стимулювати їх за допомогою державних програм. Аналогічно до попередньої кризи 2001 р., більш сильний удар прийшовся на туристичні надходження, ніж на об'єм туристичного потоку. Це зумовлено тим, що знизилися витрати на туризм, зменшилася тривалість поїздок та змінилися туристичні вподобання споживачів туристичних послуг: пріоритетними є короткі подорожі на невеликі відстані.

Можна з впевненістю сказати, що в туристичному секторі прояви економічної кризи та його негативні наслідки відчутно позначились на авіатранспортних перевезеннях та готельному сегменті класу люкс [4].

За висловом провідного спеціаліста компанії Amadeus, об'єми бронювання авіаквитків у жовтні 2008 р. впали на 10% порівняно з аналогічним періодом 2007 р. Спад у загальній системі дистрибуції сегмента сягнув 30% за дев'ять місяців. Починаючи з 2008 р. більш ніж 25 авіаліній зупинили чи призупинили свою діяльність. Показовими стали банкрутства російських AirUnion, KD-Avia та британської XL's Airways UK. Багато авіакомпаній призупинили внутрішні перевезення через брак попиту. Наприклад, наприкінці 2008 р. компанії China Southern Airlines і China Eastern Airlines призупинили програму польотів на внутрішньому ринку з посиланням на те, що внутрішній ринок Китаю ще не швидко відновиться [5]. В жовтні 2008 р. аналогічних заходів вжили Сінгапурські Авіалінії через брак пасажиропотоку [6]. З метою адаптації, фінансової стабілізації та збереження ринкових позицій відбулася активізація процесів злиття і поглинання та підвищення співпраці на всіх рівнях [7]. На ринку мали місце такі поглинання компаній: Delta та Northwest; British Airways, Iberia, American Airlines; India Jet та Kingfisher.

Що стосується готельного бізнесу, то основний спад прийшовся на категорію преміум класу. Переважно це було спричинено спадом світової економіки, ревальвацією долара стосовно інших валют, що спровокувало зниження бізнес-активності та

значне скорочення бюджетів на бізнес-поїздки та відпочинок. Прибутковість готельного бізнесу в 2008 р. упала приблизно на 8% порівняно з 2007 р. [8]. Ціни на готельні послуги впали на 25% внаслідок накопичення загальної заборгованості в економіці та повільного відновлення росту індустрії. Готельний бізнес тісно пов'язаний з тенденціями зміни ВВП, виробничою здатністю авіаліній, вартістю паливо-мастильних матеріалів, підвищенням пропозиції на ринку. Зниження пасажирських авіаперевезень призводить до зниження попиту на готельні послуги в розмірі 1–1,5% [9]. Раціоналізаторська стратегія ведення готельного бізнесу в умовах консолідації дає можливість знизити загальні витрати, собівартість та пом'якшує вплив економічного спаду.

Але не все так погано, як може здаватися на перший погляд. Зіткнення інтересів попиту та пропозиції, а також наслідки злиттів та поглинань відчутно позначились на загальному зниженні цін [10]. Один із позитивних наслідків впливу фінансової кризи – це зменшення обмежень на шляху до створення єдиного глобального ринку авіаперевезень. Консолідація авіапрому буде мати довгострокові позитивні впливи на економіки багатьох країн та дозволить підвищити ефект синергії, в тому числі розширення спектра послуг, численні дисконтні програми, відносна паливна стабільність, об'єднання авіаційних парків [11].

Глобальна економічна криза в поєднанні з коливаннями цін на паливо-мастильні матеріали, глобальним потеплінням, кризою управлінських рішень, браком споживчої впевненості виступає каталізатором структурних змін у туристичному секторі. Щоб вижити в такий період невпевненості та змін, вирішення проблем туристичної індустрії має відбуватися на системній основі: розумінні чинників змін, аналізі тенденцій структурних змін, ідентифікації засобів подолання виникаючих бар'єрів. Такий підхід дозволить згенерувати інноваційні ідеї, відкрити нові напрямки діяльності, створити нові альянси та отримати прибутки.

Техніка ефективного управління туристичним сектором під час кризи та заходи щодо її подолання мають базуватися на використанні основних складових: на перманентній інформаційній комунікації, урядовій підтримці, еколого-економічній безпеці, адекватних маркетингових технологіях та інноваційних підходах.

Комунікативний фактор має забезпечувати достовірність та прозорість інформації. Він має реалізовуватись через активне залучення засобів масової інформації до процесу висвітлення проблем та вжитих заходів, відсутність спекуляцій на тему кризи, розгляд кризи в контексті регіону, висвітлення позитивних моментів та результатів подолання кризи, активне використання мережі Інтернет для відображення подій тощо.

Урядова підтримка має бути направлена на конструктивний діалог із суб'єктами туристичного ринку, створення туристичних бюджетів з метою відновлення туристичного потоку, сприяти організації туристичних заходів, створювати сприятливі умови для просування нових туристичних продуктів та підтримувати розвиток внутрішнього туризму. Увага до проблем навколишнього середовища може призвести до підвищення конкурентності туризму за рахунок заходів із встановлення жорстких екологічних стандартів та підвищення екологічної свідомості населення. Уряд має сприяти створенню різних організацій із захисту навколишнього середовища для забезпечення виконання екологічних норм, моніторингу рівня забруднення та розглянути можливість укладання добровільних угод екологічного спрямування в державно-приватному секторі без втрати рентабельності в останньому.

Основи еколого-економічної безпеки повинні стати фундаментом для розбудови моделі розвитку, яка б задовольняла всі потреби суспільства та гарантувала збереження навколишнього природного середовища для існування людства в майбутньому. Необхідний чіткий механізм регулювання еколого-економічної безпеки на національному та міжнародному рівнях, який повинен базуватися на міцній економічній і правовій базі, яка включає:

- фінансування науково-дослідної роботи в природоохоронній сфері;
- розвиток екологічної інфраструктури;
- часткову компенсацію витрат підприємців на природоохоронні заходи;
- вільний доступ до технологічної інформації;
- надання субсидій та позик підприємствам, що застосовують ресурсозберігаючі та природоохоронні технології;
- надання кредитів за низькими відсотками на придбання природоохоронного устаткування;

– прийняття національних правових актів щодо забезпечення еколого-економічної безпеки;

– розробку та уніфікацію природоохоронного законодавства та контроль за його виконанням.

У більшості розвинених країн турбота про навколишнє середовище має більш примусовий характер, але значна частина витрат на природоохоронні заходи лягає на державу. Так, понад 80% забруднень водного басейну Нідерландів офіційно визнаються наслідком діяльності приватного сектору, однак питома вага його капіталовкладень на очищення води становить лише 10,9%. У США за останні роки субсидії держави на природоохоронні заходи становили понад 63% загальнонаціональних природоохоронних витрат, у Німеччині та Франції – близько 70, в Японії – близько 80% [12].

Під час кризи особливо гостро та актуально стоїть *питання безпеки* туристів. З метою забезпечення цього компоненту необхідно підвищити координацію та якість послуг з охорони та безпеки.

Маркетингові дослідження в умовах економічного спаду вимагають перегляду пріоритетів уподобань туристичного потоку, застосування нових концепцій та стратегій у позиціонуванні продукту чи послуги, активне відслідковування повідомлень у засобах масової інформації, вивчення нових ринків та ринків, що розвиваються, та їхній можливий вплив на перерозподіл наявного туристичного потоку [13].

Відповідно до нової концепції соціально орієнтованого маркетингу, компанії, окрім задоволення потреб та інтересів цільового ринку, повинні сприяти підвищенню добробуту споживачів та суспільства в цілому, в тому числі й екологічної складової.

Значного поширення сьогодні набуває третя хвиля в розвитку маркетингової діяльності – інвайронменталізм, відповідно до якого компанії зобов'язуються не шкодити навколишньому середовищу завдяки застосуванню профілактичних заходів та норм відповідальності. Все більше компаній імплементують засади сталого розвитку: розробляють стратегії, безпечні для навколишнього середовища, що приносять прибутки [14]. Гнучкість у маркетингових дослідженнях та пропозиції – ключовий елемент у системі виживання під час кризи.

Поточні події переформовують фінансовий та індустріальний світ, роль інституцій та урядів. Туристична індустрія має шанс використати часи економічної невизначеності для підвищення співпраці між всіма гравцями ринку, а також ініціювати *інноваційне партнерство* між різними галузями та створити нові бізнесові напрямки.

Інноваційний підхід до вирішення проблемних питань дає можливість гідно витримати удар кризи та вистояти в цьому двобойі. Нові та прибуткові партнерства можуть підтримувати туризм через створення нових цікавих та привабливих товарів та послуг. Це може бути посилення партнерства між аеропортами, готелями, транспортною системою та підприємствами з утилізації сміття. В транспортній інфраструктурі можливо налагодити виробництво біопалива з водоростей та ріпаку, створити масову трансферну модель від аеропорту до центра міста. Так, наприклад, авіатранспортна індустрія може розширити свою діяльність, здійснюючи переміщення людей та товарів без акцентування на виді транспорту. Такий підхід вимагає інноваційних альянсів з іншими транспортними компаніями для забезпечення послуг від "дверей до дверей". Така співпраця вже формується між галузями в туристичному секторі (наприклад, співпраця між Air France та Veolia). Готельний сектор може активно використовувати технології відновлюваних джерел енергії та покращання енергетичної збереженості будівель. В Індії за спільною ініціативою Конфедерації індустрій Індії та Інституту світових ресурсів було створено нове венчурне підприємство для інвестицій в екотуристичний бізнес, екологічні будівельні матеріали, переробку сміття та відновлення енергії. Існує багато можливостей для співпраці на інноваційній основі для подолання існуючих проблем.

Підвищена увага споживачів та урядів до проблем навколишнього середовища та кліматичних змін може надати туристичному сектору можливість переглянути свою діяльність з погляду ефективності впливу на навколишнє середовище та рівнів забруднення.

Гарною тенденцією є практика створення зелених фондів інвестування в туризм. Споживачі туристичних послуг мають змогу безпосередньо залучатись до фінансових ініціатив сталого

туристичного розвитку. Це дозволяє підвищити прозорість діяльності – споживачі можуть спостерігати як кошти витрачаються на проект озеленення регіону, залучитись до інвестування спеціальних програм, наприклад, запобігання підтопленню Мальдив.

Сталий розвиток туризму може стати способом, за допомогою якого можна впроваджувати інноваційні ідеї та створювати конкурентні переваги та трансформації старих концепцій у нові моделі діяльності та управління. Взаємодія на всіх рівнях може перетворити зелений туризм з окремого напрямку на масовий феномен та забезпечити високі економічні результати, таким чином створюючи конкурентну перевагу для тих країн, чії стратегії заохочують таку співпрацю. Для цього потрібно врахувати три основні чинники, що мають велике значення в формуванні стратегій сталого розвитку туризму. *Перший чинник* вимагає культивування соціостандартів сталого туристичного розвитку:

- впровадження принципів сталого розвитку в споживачьких стандартах чи створення програм пріоритетності (наприклад, низькі ціни);
- забезпечення великого вибору туристичних програм, що включають підтримку сталого розвитку;
- створення фінансово привабливих програм із сталого розвитку туризму;
- підвищення зручності бронювання туристичних продуктів сталого розвитку.

Другий чинник передбачає створення нової споживачької потреби в сталому розвитку, а саме:

- індикацію більш суттєвого впливу туризму на навколишнє середовище через висвітлення його впливу на окремі регіони (наприклад, зникнення коралів в результаті глобального потепління, що призвело до підвищення температури води в океані);
- зміну типу мислення та культури туризму: стимуляцію бажання використовувати природозберігаючі товари та послуги (наприклад, можна зробити пропозицію оренди автомобілів з гібридним двигуном найбільш привабливою серед інших пропозицій).

Третій чинник відноситься до конструктивного діалогу приватного та державного секторів: створення державно-приватного партнерства в розрізі розвитку зелених стандартів та маркувань у туризмі [15].

Криза дозволила переглянути основні постулати туризму, підкреслити його економічну важливість та взаємозв'язок з іншими секторами економіки. Незважаючи на досить хитке економічне становище, потрібно зосередитись на основних питаннях та вирішенні поточних проблем. Стимулювання програм швидкого відновлення галузі й впровадження короткострокових макроекономічних стимулів дозволить зменшити втрати та мінімізувати вплив кризи. Стабілізація та підтримка розвитку туризму спроможні дати короткостроковий економічний ефект через створення та підтримку робочих місць поряд із трансформацією туристичної індустрії в Зелену Економіку. Туризм – один із найбільших секторів зайнятості в багатьох країнах та важіль прямого залучення робочої сили та непрямого – через мультиплікаційний ефект – суміжних напрямків, таких, як ремонтні послуги, комерційна діяльність та аграрний сектор [16].

Незважаючи на втішні прогнози ЮНВТО та показники поступово росту туристичної активності, ще рано втрачати пильність. Сьогодення повне невизначеності: природні катаклізми, катастрофи та кризи можуть виникнути в будь-якій точці нашої планети. Безліч чинників можуть викликати кризу в туризмі, тому знання та професійні навички в подоланні кризи мають стати основними компонентами управління. В міжнародному масштабі необхідно працювати над формуванням екологічної інфраструктури.

Сучасна економічна криза висвітлила термінові потреби індустрії туризму, урядів, суспільства та вимагає переформатування стратегій відповідно до умов сьогодення, переосмислення та оцінки цінностей, звернення до інноваційних напрямків співпраці. Тільки об'єднанні зусилля гарантують ефективне та стале використання цінних ресурсів нашої планети. Успіх таких дій полягає не тільки в тому, що країна матиме змогу отримати прибутки від туризму в довгостроковій перспективі, а і в тому, що в короткостроковій перспективі це допоможе краще підготувати країну для подолання сучасного економічного спаду.

Список використаної літератури

1. Opening up trade in services: key for tourism growth // OECD Policy Brief, Paris. – 2008. – February.
2. Dr. Davis de Villiers Strategies for overcoming the crisis: building confidence through security, communication and promotion // WTO Tourism recovery committee. – London, 2001. – November 11.
3. Shifflet D. Economic headwinds will slow 2008 U.S. domestic travel to 1.99 billion person-trips / D. Shifflet. – Global Insight. – 2008. – October 21.
4. Theobald W. Global tourism/W.Theobald. – USA: Elsevier, 2005. – 561p.
5. Cante K. China Southern, China Eastern Ground Aircraft, Cut Flights / K.Cante. – ATW Daily News. – 2008. – November 14.
6. Sreenivasan V. SIA Cuts Capacity to Asian Cities from Falling Demand 2008 / V. Sreenivasan. – The Business Times. – 2008. – October 30.
7. González F. Tourism: Responding to a Turbulent Economy and a Changing Climate // UNWTO Presentation at the Middle East and Mediterranean Climate Conference / F.González. – Egypt, 2008. – November 23–24.
8. Sharkey J. Luxury Hotels Grapple with Falling Demand / J. Sharkey. – International Herald Tribune. – 2008. – October 27.
9. PKF Study Finds U.S. Hotels Extremely Vulnerable to Sharp Declines in Airline Capacity // Available at: <http://www.eturbonews.com/3611/pkf-study-finds-us-hotelsextremely-vulnerable-sharp-declines-air>.
10. Bet S. Egencia Releases 2009 Forecast and First Negotiability Index for Business Travel / S. Bet. – PRNewswire. – 2008. – November 10.
11. Spencer C. Restructuring Challenges in the Global Airlines Sector / C.Spencer Available at: <http://www.financierworldwide.com/result.php?type=all&keyword=airlines&page>
12. Дубель В. Міжнародне регулювання еколого-економічної безпеки / В. Дубель. – Тернопіль: Наука молода, 2008. – №9. – С.63–69.
13. Crisis Guidelines for the tourism industry // Available at: www.world-tourism.org/mkt/recovery/html.
14. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф.Котлер, В.Вонг, Дж.Сондерс, Г.Армстронг / Пер. с англ. – М.: ООО "И.Д. Вильямс", 2009. – 1200с.
15. Second meeting of tourism recovery committee of UNWTO. – ITB Berlin. – 15 march 2002.
16. 4th meeting of WTO Recovery Committee ITB. – Berlin, 7 march 2003.

Стаття надійшла до редакції 23.12.2010 р.