

УДК 338.48

В. В. Джинджоян,
д. е. н., професор, професор кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу,
ВНПЗ "Дніпровський гуманітарний університет"
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0296-4092>
О. Г. Боровська,
здобувач вищої освіти, ВНПЗ "Дніпровський гуманітарний університет"
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4617-2962>

DOI: 10.32702/2306-6814.2023.2.33

КЛЮЧОВІ ЗАКОНОМІРНОСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРОЦЕСІВ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ

V. Dzhyndzhoian,
Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Tourism
and Hotel and Restaurant Business, Dnipro Humanitarian University
O. Borovska,
Student of higher education, Dnipro Humanitarian University

KEY PATTERNS OF PROCESS TRANSFORMATION IN THE TOURISM INDUSTRY

У статті розглянуто трансформацію процесів, яка відбувається в туристичній індустрії України з точки зору проходження шляху європейських країн та виявлення окремих закономірностей, що мали місце на західному ринку туристичних послуг. Визначено закономірності трансформації процесів в туристичній індустрії, серед яких ключовими виступають: глобалізація, яка робить відстані відносно незначним фактором, оскільки вона встановлює міжміські економічні, комерційні, політичні та соціокультурні відносини; освіта і підготовка в галузі туризму, що розглядається як розвиток навичок для задоволення потреб різних зацікавлених сторін у сфері туризму, як партнерство між галуззю та постачальниками освіти, де кожен з них відіграє додаткову роль; культурне, національне та етнічне різноманіття, що все більше стає основною ознакою робочої сили у світовій туристичній індустрії; вплив інформаційно-комунікаційних технологій, які змінили способи організації та управління туристичною індустрією.

The article examines the transformation of processes taking place in the tourism industry of Ukraine from the point of view of following the path of European countries and identifying certain patterns that have taken place in the Western market of tourist services. The patterns of process transformation in the tourism industry have been determined. It is proved that globalization plays the main role among the key regularities. It makes distance a relatively minor factor as it establishes inter-city economic, commercial, political and socio-cultural relations. Another important manifestation of globalization is highlighted — the growth of the power of global business corporations in the field of tourism, which adhere to the strategy of global expansion. Globalization of business firms in the field of tourism has a number of consequences for human resource management. Knowledge and skilled workers will become increasingly mobile, so recruitment will be from a global

pool rather than a national or local one. Employers who are unable to provide competitive packages will face a growing shortage of these types of workers. Jobseekers in the field of tourism, persons who do not have professional training, are often excluded from employment opportunities. It found that tourism education and training is seen as developing skills to meet the needs of various tourism stakeholders, as a partnership between the industry and education providers, where each plays a complementary role. The degree of their participation depends on the goals and level of training, as well as on the system in which such training is located. It demonstrates how cultural, national and ethnic diversity is increasingly becoming a key feature of the workforce in the global tourism industry. The main challenge is the need to manage a culturally heterogeneous workforce. The impact of information and communication technologies, which have changed the ways of organizing and managing the tourism industry, is revealed. The use of information and communication technologies can help tourism destinations strengthen their ability to compete with other destinations and respond to market forces. As for human resource management, information and communication technologies can help managers implement new processes and organizational structures.

Ключові слова: глобалізація, закономірності, розвиток, трансформація процесів, туристична індустрія, інформаційно-комунікаційні технології.

Key words: globalization, regularities, development, transformation of processes, tourist industry, information and communication technologies.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Індустрія масового туризму є відносно молодим явищем і, незважаючи на виняткові темпи зростання, все ще характеризується як незрілою індустрією, особливо як область академічних досліджень. Виникли проблеми з визначенням закономірностей трансформації процесів в туристичній індустрії. Безумовно, західний досвід перестав бути панацеєю для успішного розвитку туристичного підприємництва в Україні. З іншого боку, необхідно враховувати той факт, що певні процеси та етапи розвитку, що пішли для Європи в минуле, а Україні ще доведеться пройти. Незважаючи на певну специфіку, в еволюції попиту та пропозиції на вітчизняному ринку туризму неминуче повторюватимуться окремі закономірності, що мали місце на західному ринку. Різні автори використовують власні підходи, пропонуючи концепції. Але одна річ, з якою більшість, схоже, погоджується, це труднощі, які вони додають до визначення туризму. Універсального визначення індустрії туризму не існує. Дійсно, немає згоди, що туризм можна охарактеризувати як галузь. Значна кількість новітніх науковців, стверджують, що важко описати туризм як галузь, враховуючи, що існує велика взаємодоповнюваність, а також конкуренція між туристичними підприємствами. Часто новітні науковці поміщають визначення туризму в контекст, висвітлюючи зв'язок між подорожами, туризмом, та відпочинком. Однак далі вони описують це посилення як "нечіткі" та роблять відмінність, що весь туризм включає подорожі, але всі подорожі не є туризмом.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженням проблем регулювання туристичної індустрії приділено багато уваги з боку таких науковців як: О. Алейнікова, В. Андрійчук, Л. Березіна, В. Бодров, В. Бондаренко, Н. Бондарчук, Н. Васильєва, М. Газуда, М. Гладій, О. Головачова, Л. Дейнеко, Ж. Дерій, М. Дем'яненко, О. Єрмоленко, У. Іванюк, А. Ключник, М. Крапивко, А. Лисецький, М. Лендел, І. Сазонець, С. Сардак. Однак вплив закономірностей на розвиток туристичної індустрії в Україні досліджено не в повній мірі. За таких умов, для подальшого вивчення туристичної індустрії з'являється необхідність визначення основних закономірностей трансформації процесів, які відбуваються в туристичному бізнесі.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є визначення закономірностей трансформації процесів в туристичній індустрії.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБГРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Для досягнення поставленої мети ми спробували торкнутися ключових проблем, які впливають на туристичні операції стратегічного рівня, а для цього визначили, систематизували та представили, наступні практичні узагальнення, що на нашу думку сприяють досягненню мети (рис. 1).

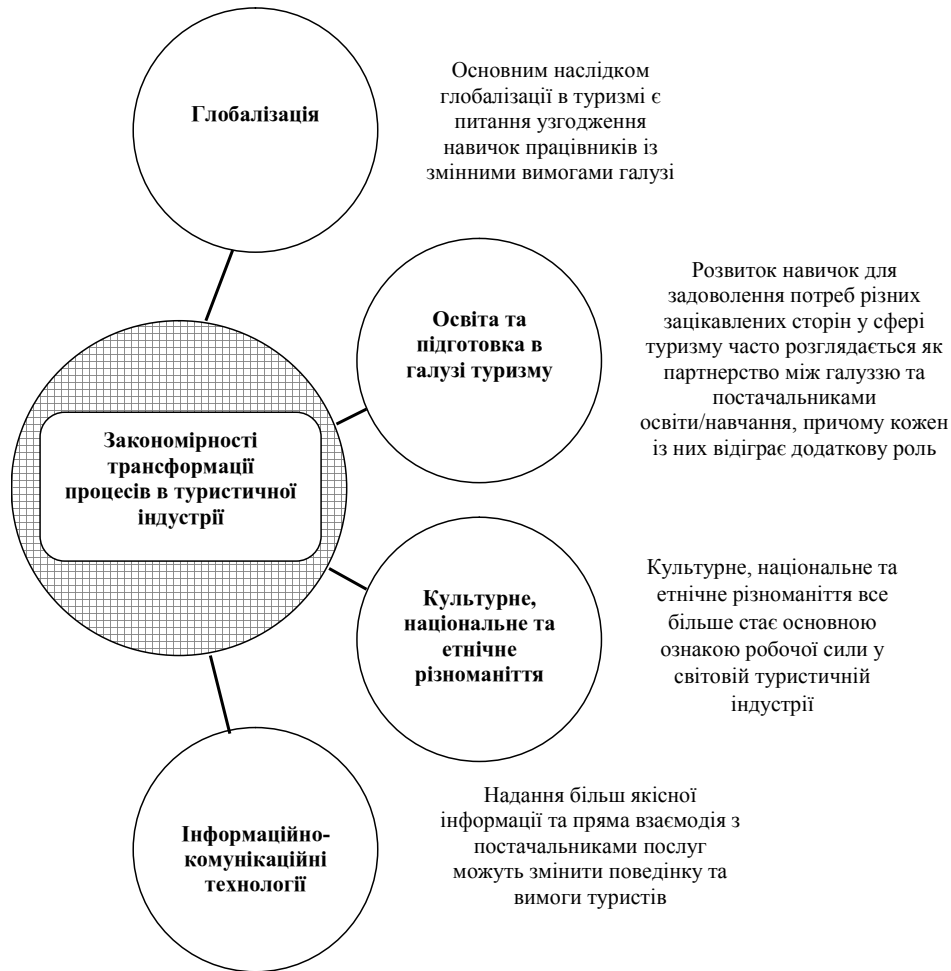


Рис. 1. Сутність та законімірності трансформації процесів в туристичній індустрії

Джерело: [3; 6].

Першою та на наш погляд ключовою законімірністю трансформації процесів в туристичній індустрії є глобалізація. Існує три види глобалізації: технологічна глобалізація, політична глобалізація та економічна глобалізація. Глобалізація робить дистанцію відносно незначним фактором, оскільки вона встановлює міжміські економічні, комерційні, політичні та соціокультурні відносини. Це більше, ніж просто спосіб ведення бізнесу або управління фінансовими ринками — це постійний процес. Сучасні комунікаційні системи полегшують процес. Наприклад, британський та американський сектори туристичного обслуговування все частіше спілкуються зі своїми клієнтами через call-центри в Індії. Іншим важливим проявом глобалізації є зростання потужності глобальних бізнес-корпорацій сфері туризму, які дотримуються стратегії глобальної експансії.

Глобалізація має певний вплив на управління людськими ресурсами. Змінні ринки праці зменшують кількість низькооплачуваних робочих місць для малоосвічених, водночас збільшуючи кількість низькооплачуваних робіт для краще освічених. Ці тенденції створюють невідповідність між наявною робочою силою та робочою силою, на яку існує попит. Шукачі роботу в сфері туризму, особи які не мають професійної підготовки, частіше виключаються з можливостей працевлаштування. У той же час через глобалізацію пропозиція робочої сили з менш розвинених країн впливає на світовий ри-

нок праці, особливо на тих, хто має відносно обмежені навички, оскільки вони, ймовірно, будуть маргіналізовані більш кваліфікованими та дешевшими мігрантами, які шукають роботу. Це призводить до ситуації, коли лише найбільш конкурентоспроможні можуть зберегти свої позиції на ринку праці. Глобалізація ділових фірм в сфері туризму має ряд наслідків для управління людськими ресурсами. Знання та кваліфіковані працівники будуть ставати все більш мобільними, тому набір буде здійснюватися із глобального пулу, а не з національного чи місцевого. Роботодавці, які не в змозі надати конкурентоспроможні пакети, стикатимуться зі зростанням дефіциту цих типів працівників. Щоб залучити нових працівників із глобального пулу, роботодавцям доведеться використовувати глобальні ЗМІ, а не місцеві чи національні [4; 5].

Основним наслідком глобалізації в туризмі є питання узгодження навичок працівників із змінними вимогами галузі. Традиційній практиці співробітників, які освоюють більшість навичок на робочому місці та поступово переходять на керівні посади, загрожують швидкі технологічні зміни та необхідність реагувати на мінливі вимоги до служби. Працівники на операційному та управлінському рівнях тепер повинні бути більш гнучкими. Таким чином, глобалізація має серйозні наслідки для управління людськими ресурсами в туризмі. До них належать: потреба в різних навичках і компетенціях, щоб

співробітники могли мати справу з широким використанням технологій, особливо Інтернету; боротьба з наслідками злиття та стратегічних альянсів, пов'язаними з працевлаштуванням; питання переміщення працівників та розуміння соціальної та культурної чутливості тих, хто працює поза домом [6].

Другою ключовою закономірністю трансформації процесів в туристичній індустрії є освіта та підготовка в галузі. Історично, освіта та підготовка в галузі туризму розвивалися протягом понад 100 років, при цьому тягар інвестицій у більшості країн розподіляється між державним сектором (школи, коледжі, університети, навчальні ради) та приватними підприємствами. Традиційно зосереджено на розвитку технічних навичок у основних туристичних сферах, і це залишається обґрунтуванням і пріоритетом програм у багатьох країнах. Визнання необхідності доповнювати технічні навички загального характеру з'явилося протягом останніх двох десятиліть і добре представлено в предметних контрольних показниках для сектора у Великобританії. Інвестиції в розвиток кваліфікації в туризмі часто виправдовуються на основі структури малого бізнесу галузі та її географічної фрагментації [2]. Проте природа інвестицій була такою, що основними бенефіціарами публічної освіти в галузі туризму та навчання через навчальні ради були і залишаються основними компаніями, організаціями, які, можливо, можуть обслуговувати власні вимоги до навичок. Тим не менш, продовжують намагатися інвестувати в розвиток навичок для туризму. Розвиток навичок для задоволення потреб різних зацікавлених сторін у сфері туризму часто розглядається як партнерство між галуззю та постачальниками освіти/навчання, причому кожен із них відіграє додаткову роль. Ступінь їхньої участі залежить від цілей та рівня підготовки, а також від системи, в якій таке навчання розташоване [7].

Третьою ключовою закономірністю трансформації процесів в туристичній індустрії є культурний контекст. Культурне, національне та етнічне різноманіття все більше стає основною ознакою робочої сили у світовій туристичній індустрії. Мобільність робочої сили в рамках регіональних асоціацій, таких як Європейський Союз, має серйозні наслідки для туристичної галузі. Глобалізація та посилення інтеграції світової економіки, як правило, позитивно впливають на мобільність робочої сили. Демографічні зміни, особливо збільшення середнього віку громадян та низький приріст населення в розвинених країнах, роблять неминучим переміщення робочої сили з країн, що розвиваються, до розвинених. У наступні кілька десятиліть такі демографічні зміни, ймовірно, стануть основною проблемою для підтримки стабільного рівня продуктивності в розвинених країнах. Для того, щоб підтримувати нинішній рівень життя і, відповідно, нинішню чисельність робочої сили, їм знадобиться щорічний приплив мільйонів трудових мігрантів [9]. Такі країни, як Великобританія, вже почали змінювати імміграційні правила, щоб залучити кваліфіковану робочу силу з інших країн у ряді секторів (наприклад, освіта, інформаційні технології та медичні послуги). Сектор гостинності в багатьох країнах Європи та Америки традиційно був першою зупинкою для іммігрантів, які шукають роботу. Індустрія туризму в багатьох європейських туристичних напрямках

(наприклад, Санторіні в Греції) сильно залежить від трудових мігрантів зі Східної Європи та Північної Африки [8]. Головною проблемою, що випливає з цих змін, є потреба в управлінні неоднорідною в культурному відношенні робочою силою. Менеджери з персоналу в індустрії туризму мають боротися з мультикультуралізмом, багатонаціоналізмом та багатонаціональністю на робочому місці. Вони повинні співчувати та чутливо ставитися до походження окремих осіб чи груп. При цьому, основні проблеми можуть проявляти себе коли:

— бізнес у туристичній індустрії приймає гостей із країн, культур та етнічного походження, які відрізняються від домінуючої культури, в якій розташований бізнес (наприклад, японців, які зупиняються в готелі в Парижі);

— гості мають іншу культуру, національність або етнічне походження, ніж робоча сила (наприклад, у китайському ресторані, у якому працюють китайські іммігранти, який обслуговує місцеві потреби, скажімо, у Бухаресті, Осло чи Римі);

— різна частка робочої сили на підприємстві чи відділі має культурне, національне чи етнічне походження, відмінне від домінуючої місцевої культури;

— керівництво туристичним/гостинним бізнесом належить до іншої культури або етнічного походження, ніж більшість робочої сили. де корпоративна культура туристичного бізнесу суттєво відрізняється від тієї, яка зазвичай панує в країні чи громаді, де він базується, що означало б, що хоча відстань між керівництвом та оперативним персоналом невелика або взагалі не існує.

Четвертою ключовою закономірністю трансформації процесів в туристичній індустрії є вплив інформаційно-комунікаційних технологій. Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) змінили способи організації та управління туристичною індустрією. Індустрія туризму стикається зі змінами в її системах розподілу, маркетингу та роботи. Взаємодія між клієнтами та постачальниками послуг на основі ІКТ зменшує транзакційні витрати, створюючи процес розмежування. Інтернет-посередники сприяють прямій взаємодії між туристами, менеджерами туристичних місць і постачальниками послуг. Надання більш якісної інформації та пряма взаємодія з постачальниками послуг можуть змінити поведінку та вимоги туристів. ІКТ можуть змінити відносини туристичного бізнесу зі своїми клієнтами, розширюючи можливості надання індивідуальних продуктів і послуг. Використання ІКТ може, у свою чергу, допомогти туристичним напрямкам посилити свою спроможність конкурувати з іншими напрямками та реагувати на ринкові сили. Що стосується управління людськими ресурсами, то ІКТ можуть допомогти менеджерам запровадити нові процеси та організаційні структури. ІКТ також сприяють скороченню ієрархічних структур у бізнес-організаціях, дозволяючи надавати працівникам повноваження та більший розвиток можливостей окремих працівників. Конкретні проблеми управління людськими ресурсами, що виникають у результаті застосування ІКТ, включають розвиток навичок та ефективності робочої сили, збільшення витрат на навчання та розвиток, а також підвищення якості та участі в системах навчання. За даними Всесвітньої ради з подорожей і туризму, роль менеджерів з персоналу, ймовірно, буде вплинути на ІКТ різними способами [3]. Менеджери з персоналу, ймовірно

но, будуть центральним джерелом глибокого досвіду, до якого лінійні керівники можуть отримати доступ в електронному вигляді звідки б вони не працювали цього дня, що стало можливим завдяки вдосконаленню комп'ютерних систем.

Завдяки покращеним системам підтримки прийняття рішень у менеджерів з персоналу буде більше часу та ресурсів для вирішення стратегічних проблем з персоналом. ІКТ також можуть допомогти розробити ефективні електронні системи набору, які здійснюють попередній відбір кандидатів [1].

Поширення ІКТ у туристичній індустрії та ймовірне зникнення багатьох постачальників послуг мають серйозні наслідки для управління людськими ресурсами у вигляді обробки потенційно великомасштабних скорочень. Хоча це є серйозною втратою порівняльних переваг у країнах, що розвиваються, скорочення робочої сили створює нові функціональні проблеми для управління людськими ресурсами. Функції організації із забезпечення добробуту працівників, ймовірно, знову набудуть значення, коли вони зіткнуться зі скороченням працівників. Розробка інноваційних пакетів вихідної допомоги та консультативних послуг, ймовірно, набуде більшого значення як практика управління людськими ресурсами. Це також вплине на імідж туризму як роботодавця, що ускладнить залучення якісних працівників.

ВИСНОВКИ

Отже, в процесі узагальнення сутності та закономірностей трансформації процесів в туристичній індустрії ми спробували торкнутися ключових проблем, які впливають на туристичні операції на стратегічному рівні. Неминуче, роблячи це, ми змушені були судити про проблеми, які вирішуються, і, отже, пропустили значні аспекти. Однак в основному закономірності трансформації процесів в туристичній індустрії можна звести до наступного. Глобалізація. Основним наслідком глобалізації в туризмі є питання узгодження навичок працівників із змінними вимогами галузі. Освіта та підготовка в галузі туризму. Розвиток навичок для задоволення потреб різних зацікавлених сторін у сфері туризму часто розглядається як партнерство між галуззю та постачальниками освіти/навчання, причому кожен із них відіграє додаткову роль. Культурне, національне та етнічне різноманіття. Культурне, національне та етнічне різноманіття все більше стає основною ознакою робочої сили у світовій туристичній індустрії. Інформаційно-комунікаційні технології. Надання більш якісної інформації та пряма взаємодія з постачальниками послуг можуть змінити поведінку та вимоги туристів.

Література:

1. Джинджоян В. В. Концептуалізація системи управління підприємством на основі послуг інформатизації: автореф. дис... канд. ек. наук: 08.00.04. Рівне, 2015, 20 с.
2. Джинджоян В. В. Реалізація туристичних програм в сфері освіти, медицини, природоохорони. Економіка та держава. 2020. № 1. С. 50—53.
3. Джинджоян В. В., Саленко А. С., Сазонець І. Л. Соціальні детермінанти розвитку сфери послуг в концепції формування постіндустріального суспільства: монографія. Рівне: Волин. обереги, 2021. 208 с.

4. Козловський Є. В. Співробітництво України та Всесвітньої туристичної організації як один з інструментів реалізації державної туристичної політики. Публічне урядування. 2020. № 3. С. 72—80.

5. Ляпін Д. В. Бізнес-асоціації в Україні: оцінка спроможності і перспективи розвитку. К: Інститут конкурентного суспільства, Український незалежний центр політичних досліджень, 2019. 48 с.

6. Матвієнко А. Т. Інформатизація туризму та соціокультурний аспект електронного туристичного ресурсу в Україні. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2019. № 4. С. 54—58.

7. Мельник А. О., Чапліч І. А. Перспективи розвитку вітчизняного туризму в умовах євроатлантичної інтеграції. Вісник Хмельницького національного університету. Хмельницький, 2020. № 1. С. 76—80.

8. Пуригіна О. Г., Сардак С. Е., Джинджоян В. В. Маркетинг: навч. посіб. Д.: Інновація, 2010. 241 с.

9. Сазонець І. Л., Джинджоян В. В. Економічна антропологія в системі методологій дослідження соціальних процесів. Вісник НУВГП. Економічні науки. Рівне, 2019. № 3 (87). С. 83—102.

References:

1. Dzhyndzhoian, V. V. (2015), "Conceptualization of the enterprise management system based on informatization services", Ph.D. Thesis, National University of Water and Environmental Engineering, Rivne, Ukraine.
 2. Dzhyndzhoian, V. V. (2020), "Implementation of tourist programs in the field of education, medicine, nature protection", *Ekonomika ta derzhava*, vol. 1, pp. 50—53.
 3. Dzhyndzhoian, V. V. Salenko, A. S. and Sazonets, I. L. (2019), *Sotsial'ni determinanty rozvytku sfery posluh v kontseptsii formuvannia postindustrial'noho suspil'stva* [Social determinants of the development of the service sector in the concept of the formation of a post-industrial society], Volyn. oberehy, Rivne, Ukraine.
 4. Kozlovsky, E. V. (2020), "Cooperation between Ukraine and the World Tourism Organization as one of the tools for implementing state tourism policy", *Publichne uriaduvannia*, vol. 3, pp. 72—80.
 5. Liapin, D. V. (2019), *Biznes-asotsiatsii v Ukraini: otsinka sprovmozhnosti i perspektyvy rozvytku* [Business associations in Ukraine: assessment of the possibility and prospects of development], Instytut konkurentnoho suspil'stva, Ukrain's'kyj nezaleznyj tsestr politychnykh doslidzhen', Kyiv, Ukraine.
 6. Matvienko, A. T. (2019), "Informatization of tourism and the socio-cultural aspect of the electronic tourist resource in Ukraine", *Bibliotekoznavstvo. Dokumentoznavstvo. Informolohiia*, vol. 4, pp. 54—58.
 7. Melnyk, A. O. and Chaplich, I. A. (2020), "Prospects for the development of domestic tourism in the conditions of Euro-Atlantic integration", *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu*, vol. 1, pp. 76—80.
 8. Puryhina, O. H. Sardak, S. E. and Dzhyndzhoian, V. V. (2010), *Marketynh* [Marketing], Dnipropetrovs'k, Ukraine.
 9. Sazonets, I. L. and Dzhyndzhoian, V. V. (2019), "Economic anthropology in the system of methodologies for the study of social processes", *Visnyk National University of Water and Environmental Engineering, Ekonomichni nauky*, vol. 3 (87), pp. 83—102.
- Стаття надійшла до редакції 09.01.2023 р.*