

DOI 10.26886/2520-7474.1(27)2018.2

UDC: 351:338

GLOBAL ENTERPRISES IN THE TOURIST INDUSTRY

Z. Shatskaya, PhD in Economical Sciences

Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine, Kiev

The features of functioning of the tourist market of Ukraine under the influence of globalization processes are investigated in the article. It is determined that today tour operators, travel agencies, travel bureau, tour agencies, bureau of realization of tourist-excursion vouchers, as commercial enterprises that work successfully on the tourist market. It is proved that the development of the modern tourism industry is under the influence of globalization processes, which determines the improvement of tourism infrastructure. These processes are accompanied by the creation of new types of tourist enterprises, such as Global Travel Services Booking Systems (GDS) and tourist clusters. Global tourist service booking systems are new type global enterprises, whose structure is based on maximizing using of the Internet, penetrating all business processes of the company. Creating GDS-booking systems has improved and accelerated the system of interaction between the supplier and consumer of travel services.

Key words: tourist industry, tourist infrastructure, global enterprise, global tourist services booking system (GDS), tour operators.

кандидат экономических наук, Шацкая З. Я. Глобальные предприятия в туристической индустрии/ Киевский национальный университет технологий и дизайна, Украина, Киев.

В статье исследованы особенности функционирования туристического рынка Украины в условиях влияния глобализационных процессов. Определено, что на сегодняшний день на туристическом рынке успешно работают туроператоры,

турагентства, туристические бюро, экскурсионные бюро, бюро реализации туристско-экскурсионных путевок, как коммерческие предприятия. Доказано, что развитие современной индустрии туризма находится под влиянием глобализационных процессов, что приводит к необходимости совершенствования туристической инфраструктуры. Эти процессы сопровождаются созданием туристических предприятий нового типа, таких как: глобальные системы бронирования туристических услуг (GDS) и туристические кластеры. Глобальные системы бронирования туристических услуг – это глобальные предприятия нового типа, структура которых построена на максимальном использовании сети Интернет, что пронизывает все бизнес-процессы компании. Создание GDS-систем бронирования усовершенствовало и ускорило систему взаимодействия между поставщиком и потребителем туристических услуг.

Ключевые слова: туристическая индустрия, туристическая инфраструктура, глобальное предприятие, глобальные системы бронирования туристических услуг (GDS), туроператоры.

Постановка проблемы. В условиях интернационализации и глобализации мирового сообщества, с одной стороны, и активного влияния дестабилизирующих внешних факторов (мировой терроризм, экологические проблемы, экономические кризисы и другое), с другой стороны, изменения мировой рыночной инфраструктуры туризма становятся все более очевидны. При этом роль туристического бизнеса в развитии экономики отдельной страны ежегодно усиливается. Современная туристическая инфраструктура должна измениться и в Украине. В последние годы в стране наблюдается ускоренное развитие субъектов туристической инфраструктуры.

В научных исследованиях вопросами эффективного функционирования и развития туристической инфраструктуры посвящены исследования специалистов в области экономических, географических и архитектурных дисциплин. Экономический аспект инфраструктуры туризма рассмотрен в публикациях таких авторов, как Антонюк Н. В., Войтушенко О. П., Ганич Н. М., Гуменюк Н. В., Лутай А. П., Мальская М. П., Мельниченко С. В., Паламарчук А. О., Пуцентейло П. Р., Шаховалов Н. Н. и других. Их исследования затрагивают вопросы функционирования туристической фирмы, как отдельного объекта туристической инфраструктуры. Целесообразным является исследование современных изменений как мировой инфраструктуры туризма, так и формирования ее новых субъектов.

Формулировка цели статьи и задач. Целью статьи является исследование особенностей функционирования субъектов туристического рынка Украины в условиях влияния глобализационных процессов.

Изложение основного материала статьи. На сегодняшний день на туристическом рынке Украины работает большое количество туристических предприятий и организаций, осуществляющих как коммерческую, так и некоммерческую деятельность (рис. 1).

К предприятиям, осуществляющим коммерческую деятельность относятся: туроператоры, турагентства, туристические бюро, экскурсионные бюро, бюро реализации туристско-экскурсионных путевок. Туроператор – это туристическое предприятие, которое организует внутренние и международные путешествия с широким ассортиментом услуг [8]. Такое предприятие объединяет

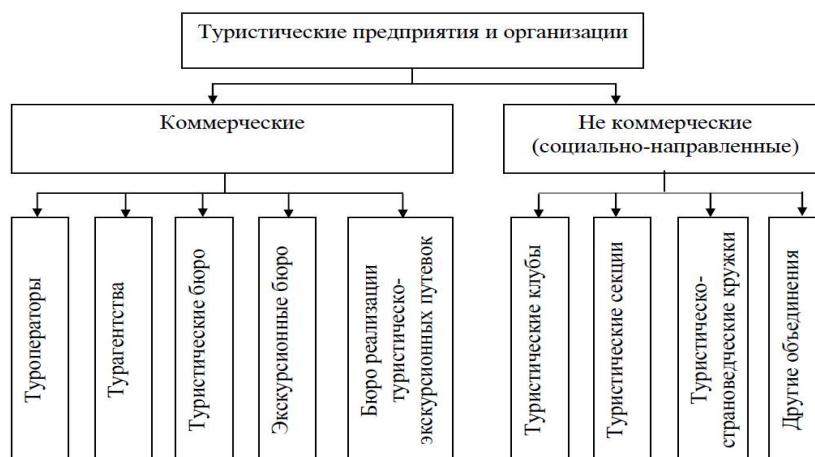


Рис. 1 Классификация туристических предприятий

собственные и сторонние услуги в новый самостоятельный туристический продукт (тур). Туроператор реализует клиенту туристический продукт от собственного имени, на свой риск и за собственный счет. Туроператор действует как оптовое предприятие, туристические продукты которого реализуются через сеть розничных турагентств.

Туристическое агентство – это розничное предприятие, которое занимается реализацией туров, организованных туроператорами и предоставлением отдельных туристических услуг (экскурсионных, транспортных и др.). Оно является соединительным звеном между туроператором и конечным потребителем туристического продукта.

Предоставлением туристических услуг занимаются также и другие коммерческие предприятия. Экскурсионное бюро – предприятие, которое организует и проводит разнообразные экскурсии. Туристическое бюро занимается организацией путешествий, туров и транстуров. Бюро реализации туристическо-экскурсионных услуг осуществляет реализацию туристических и экскурсионных путевок.

Развитие современной индустрии туризма находится под влиянием процесса глобализации, который предопределяет усовершенствование туристической инфраструктуры (табл. 1).

Таблица 1

Классификация туристических предприятий в условиях глобализации

Глобальные (международные) предприятия		Региональные предприятия		Местные предприятия	
Общего характера	Коммерческие	Общего характера	Коммерческие	Коммерческие	Не коммерческие
Международные туристические организации	Глобальные системы бронирования туристических услуг	Региональные туристические организации	Туроператоры	Турагентства	Туристический клуб
	Туристические кластеры		Туристические кластеры		Туристическая секция
	Туристические альянсы				Туристическо-страноведческие кружки
					Другие объединения

На региональном уровне создаются региональные туристические организации, которые оказывают содействие налаживанию совместной деятельности туристических предприятий отдельного региона, отстаивают их интересы в других международных туристических организациях или на международных туристических форумах. К наиболее авторитетным региональным туристическим организациями относятся, например, Американское общество туристических агентств (ASTA), Европейская туристическая комиссия (ETC), Ассоциация туристических агентств стран Тихоокеанского региона (PATA), Конфедерация туристических организаций стран Латинской Америки (COTAL) [1].

К региональным туристическим организациям общего характера относятся:

в Европе: Европейская комиссия по туризму (КЕТ); Европейская туристическая группа (ЕТАГ); Бюро организаций – членов ЛЕТ в Европейском союзе (АИТ-ЕС); Ассоциация по развитию и координации европейских туристических обменов (АДСЕТЕ);

в странах Азии и Африки: Туристическая ассоциация стран Азии и Тихого океана (ПАТА); Туристическая ассоциация стран Восточной Азии (БАТА); Федерация туристических ассоциаций стран-членов АСЕАН (ФАТА); Арабский туристический союз (ЮАТ); Панафриканская туристическая организация (ПАТО); Африканская ассоциация путешествий (АТА);

в Америке: Ассоциация туристической индустрии Америки (ТИАА); Конфедерация туристических организаций Латинской Америки (КОТАЛ); Карибская туристическая организация (КТО) [7].

На международном уровне функционируют международные туристические организации, туристические альянсы, туристические кластеры и глобальные системы бронирования туристических услуг. Ассоциация является самой распространенной формой международного туристического предприятия, как объединение на добровольной основе национальных организаций и предприятий туристической индустрии, а также физических лиц с целью решения конкретных задач в сфере туризма [7]. Международные туристические предприятия имеют и другие формы: «агентство», «ассамблея», «бюро», «институт», «конфедерация», «комиссия», «комитет», «организация», «объединение», «совет», «союз», «федерация», «фонд», «центр». К международным туристическим предприятиям общего характера относятся такие: Всемирная туристическая организация (ЮНВТО); Международная ассоциация мирового туризма

(MT); Всемирный совет по путешествиям и туризму (ВТТС); Международный туристический союз (ТУИ); Международный туристический альянс (АИТ); Всемирная ассоциация по вопросам досуга и отдыха (ВАРА) и др. Целью деятельности таких предприятий является: формирование основных направлений развития мирового туризма; определение политики в сфере туризма; представительство и защита интересов предприятий туристической индустрии; обеспечение взаимовыгодного сотрудничества между странами-членами международных туристических организаций, содействие им в решении проблем развития туристической индустрии.

Также на международном рынке функционируют международные туристические альянсы (АИТ). Международный туристический альянс – международная туристическая организация, членами которой являются национальные автомобильные ассоциации и туристические клубы, которые объединяют индивидуальных членов и ассоциации туристов. Целью их деятельности является развитие всех видов международного туризма и автотуризма [5].

Современные процессы глобализации, интернационализации и информатизации, которые происходят на международном уровне, сопровождаются созданием туристических предприятий нового типа, таких как: глобальные системы бронирования туристических услуг и туристические кластеры.

Общемировой тенденцией развития туристической индустрии является формирование глобальных систем бронирования туристических услуг (Global Distribution System – GDS). На сегодняшний день на мировом рынке функционирует четыре ведущие системы: Amadeus, Galileo, Sabre и Worldspan, которых называют «золотой четверкой» (табл. 2). Вместе эти системы включают около 500 000 терминалов, установленных в отелях по всему миру, что

составляет около 90% рынка. 10% занимают региональные системы резервирования и системы, которые находятся в стадии слияния с одной из выше указанных [4].

Таблица 2

**Глобальные системы бронирования туристических услуг
[составлено на основании 2,3,4,6]**

Название системы	AMADEUS	GALILEO	WORLDSPAN	SABRE
Дата создания	1987	1987	1990	1964
Штаб-квартира компании	Мадрид (Испания)	Денвер (США)	Атланта (США)	Оклахома (США)
Географическое распространение	139 стран мира (в основном Европа)	116 стран мира (в основном Европа)	60 стран мира (в основном США)	108 стран мира (в основном США)
Количество привлеченных участников:				
туроператоров	свыше 60 тысяч	свыше 45 тысяч	18,5 тысяч	40 тысяч
авиакомпаний	513	527	492	420
отелей	52731 отелей	202 гостиничные компании	191 гостиничная компания (45000 отелей)	40000 отелей
прокат автомобилей	46 фирм	14500 городов	45 фирм (15854 городах)	50 фирм
Дополнительные услуги	работает с продуктами туроператоров, железными дорогами, круизными и страховыми компаниями	бронирование круизов, туров, билетов в театры и просмотр сведений о тарифах, погоде, визах, прививках, кредитных картах	бронирование мест в учреждениях культуры, организация экскурсий, дополнительная информация, связанная с туризмом	организация экскурсий, прогноз погоды, курсы валют, обеспечивает демонстрацию географических карт, видео- и фото мест отдыха

Структура глобальных системы бронирования туристических услуг построена на использовании сети Интернет. Интернет-технологии принимают участие почти во всех основных бизнес-процессах внутри такой туристической компании, начиная от поиска и привлечения клиентов и к формированию туристического продукта [9].

Технология on-line бронирования основывается на моментальном отображении реальной информации о наличии мест по текущим тарифам с возможностью их резервирования [6]. Наибольшей популярностью бронирования услуг через GDS-системы пользуются: туры, авиабилеты, отели, автомобили.

Создание GDS-систем бронирования усовершенствовало и ускорило систему взаимодействия между поставщиком и потребителем туристических услуг. Если раньше клиент, который хотел осуществить туристическое путешествие, обращался в турагентство, которое предлагало ему ограниченное количество туристических продуктов (туров) в ограниченные сроки. Турагентство в свою очередь сотрудничало с туроператором, который имеет большое количество туристических продуктов (туров). Клиент мог не получить в турагентстве желаемый ему тур через не удовлетворение его требований по стоимости тура, срокам путешествия, уровню сервиса и другое. Использование глобальной системы бронирования туристических услуг дало возможность клиенту:

- получить возможность собственного выбора широкого круга разнообразных услуг через одно глобальное предприятие;
- осуществить моментальный заказ желаемых услуг или тура и получить моментальное подтверждение его бронирования;
- ускорить время и процедуру расчетов и получение путевки;
- получить полную информацию о состоянии своего заказа в любой момент времени on-line или по телефону;
- возможность получать сообщения об изменении состояния своего заказа on-line или через sms-сообщение, Viber.

Сотрудничество с глобальной системой бронирования туристических услуг дало возможность туроператору:

- расширить ассортимент туристических услуг и туристических направлений;
- повысить качество обслуживания клиента, ускорив время и процедуру подачи заявки, расчетов и получение путевки;
- получить дополнительные сервисы для клиентов;
- уменьшить текучесть недовольных клиентов, максимально удовлетворяя любые их запросы и выполнять заказ выбранного тура;
- за счет автоматизации бизнес-процессов сократить расходы на содержание большого штата менеджеров по работе с клиентами, уменьшить количество бумажного документооборота, ускорить обмен информацией между подразделениями.

Выводы. Таким образом, глобализация в сфере туризма вызвала формирование крупных международных компаний, одними из которых являются международные системы бронирования туристических услуг. Эти глобальные предприятия, максимально используя новые информационные технологии, методы маркетинга и сбыта продукции, получили экономию расходов в глобальном масштабе и увеличение объемов реализации туристических услуг. На сегодняшний день в Украине не создано туристических предприятий такого типа. Однако, дальнейшие изменения в организации производства и потребления традиционного туристического продукта, распространение on-line-туризма и туризм с использованием 3-D технологий, потребуют формирования туристических предприятий абсолютно нового типа.

Литература:

1. Войтушенко О. П. Новітні підходи до сучасних туристичних авіаційних перевезень / О. П. Войтушенко // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: Філософські науки. – 2011. – Вип. 11. – С. 275-283.

2. Глобальні системи бронювання [Електронний ресурс]. – <https://studfiles.net/preview/5283054/page:2/>
3. Гуменюк Н. В., Паламарчук А. О. Глобальні комп'ютерні системи резервування: практика використання в туристичній галузі України// Н. В. Гуменюк, А. О. Паламарчук. – Автомобільно-дорожній інститут ДВНЗ «Донецький Національний Технічний Університет». – Режим доступу:
http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2010_4_4/061-064.pdf
4. Лутай А. П. Інформаційні технології у туристичній галузі // А. П. Лутай. – Збірник матеріалів наук.-практ. конф. ДонНУЕТ. – Донецьк, 2012. – С.241-247. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/lutaj.htm
5. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм та сфера послуг: підручник // М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://pidruchniki.com/15130616/turizm/profesiyni_turistichni_obyednannya
6. Мельниченко С. В. Автоматизовані системи бронювання в туризмі // С. В. Мельниченко. – Культура народів Причорномор'я. – 2008. – №140. – С.96-100. – Режим доступу:
http://tourlib.net/statti_ukr/melnychenko7.htm
7. Пуцентайло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. – [Електронний ресурс]. – http://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo82.htm
8. Туристичне підприємство як суб'єкт конкуренції на ринку туристичних товарів та послуг в Україні. – [Електронний ресурс]. – http://tourlib.net/statti_ukr/gavryljuk.htm
9. Шаховалов Н. Н. Интернет-технологии в туризме: учеб. пособ. / Николай Николаевич Шаховалов. – Барнаул: Изд-во АлтГАКИ, 2007. – 251 с., с. 31

References:

1. Vojtushenko O. P. *Novitni pidkhody do suchasnykh turystychnykh aviacijnykh perevezenj / O. P. Vojtushenko // Naukovi zapysky Kyjivsjkogho universytetu turyzmu, ekonomiky i prava. Serija: Filosofsjski nauky. – 2011. – Vyp. 11. – S. 275-283.*
2. *Ghlobaljni systemy bronjuvannja [Elektronnyj resurs]. – <https://studfiles.net/preview/5283054/page:2/>*
3. Ghumenjuk N. V., Palamarchuk A. O. *Ghlobaljni komp'juterni systemy rezervuvannja: praktyka vykorystannja v turystychnij ghaluzi Ukrainy // N. V. Ghumenjuk, A. O. Palamarchuk. – Avtomobiljno-dorozhnij instytut DVNZ «Doneckyj Nacionalnyj Tekhnichnyj Universytet». – Rezhym dostupu: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2010_4_4/061-064.pdf*
4. Lutaj A. P. *Informacijni tekhnologhiji u turystychnij ghaluzi // A. P. Lughaj. – Zbirnyk materialiv nauk.-prakt. konf. DonNUET. – Doneckj, 2012. – S.241-247. – Rezhym dostupu: http://tourlib.net/statti_ukr/lutaj.htm*
5. Maljsjka M. P., Antonjuk N. V., Ghanych N. M. *Mizhnarodnyj turyzm ta sfera poslugh: pidruchnyk // M. P. Maljsjka, N. V. Antonjuk, N. M. Ghanych. – [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: http://pidruchniki.com/15130616/turizm/profesiyni_turistichni_obyednanny*
6. Meljnuchenko S. V. *Avtomatyzovani systemy bronjuvannja v turyzmi // S. V. Meljnuchenko. – Kuljtura narodov Prychernomorjja. – 2008. – 140. – S.96-100. – Rezhym dostupu: http://tourlib.net/statti_ukr/melnuchenko7.htm*
7. Pucentejlo P. R. *Ekonomika i orghanizacija turystychno-ghoteljnogho pidpryjemnyctva. – [Elektronnyj resurs]. – http://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo82.htm*
8. *Turystyчне pidpryjemstvo jak sub'jekt konkurenciji na rynku turystychnykh tovariv ta poslugh v Ukraini. – [Elektronnyj resurs]. – http://tourlib.net/statti_ukr/gavryljuk.htm*

9. *Shakhovalov N. N. Ynternet-tekhnologhyy v turyzme: ucheb. posob. / Nikolaj Nykolaevych Shakhovalov. – Barnaul: Yzd-vo AltGhAKY, 2007. – 251 s., s. 31*