

УДК 338.484: 331.526

Е.А. СУЩЕНКО, д-р экон. наук, профессор
профессор кафедры туризма¹
E-mail: helen.sushchenko@gmail.com



В.Е. ЕРМАЧЕНКО, канд. экон. наук, профессор
профессор кафедры туризма¹
E-mail: yvy@hneu.edu.ua



А.Г. ЗИМА, канд. экон. наук, доцент
профессор кафедры туризма¹
E-mail: zima@hneu.edu.ua



Н.А. ДЕХТЯРЬ, канд. экон. наук, доцент
доцент кафедры туризма¹
E-mail: nadiya.dekhtyar@hneu.net

¹Харьковский национальный экономический университет
имени Семёна Кузнеца, г. Харьков, Украина



Статья поступила 15 октября 2020 г.

ВЛИЯНИЕ РЕГУЛЯТОРОВ РЫНКА ТРУДА НА ИЗМЕНЕНИЕ СТРУКТУРЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

В статье рассмотрены основные тенденции в сфере регулирования рынка труда на примере разных стран согласно отчетам Doing Business группы Мирового банка, в частности, законодательное закрепление продолжительности рабочего времени; выделены факторы, влияющие на активизацию или снижение спроса на туристические услуги в зависимости от традиций профессии-

ональной деятельности, принятых в разных обществах, среди которых ключевое значение приобретает количество свободного времени, которое потенциальный путешественник готов посвятить отдыху и рекреации. На примере Украины показано, как увеличение периода формального образования и повышение пенсионного возраста влияют на структуризацию предложения рабочей силы, производительность и инновационность и, как следствие, – появление новых комбинированных видов туризма, возникающих по причине невозможности потребления традиционного продукта. На основе выборки стран ЕС и их главных торговых партнеров обоснована зависимость между структурой категории национального туризма (в совокупности представляющего внутренний и въездной туристический потоки) для краткосрочных и среднесрочных туров и лояльностью трудового законодательства. Выявленные зависимости предлагается использовать в процессе планирования стратегий организаторами путешествий и органов государственной власти, отвечающих за реализацию социальных программ.

Ключевые слова: рынок труда, трудовое законодательство, занятость, спрос на туристические услуги, национальный туризм, свободное время.

SUSHCHENKO Olena, Doctor of Sc. in Econ., Professor
Professor of the Tourism Department¹
E-mail: helen.sushchenko@gmail.com

YERMACHENKO Volodymyr, PhD in Econ. Sc., Professor
Professor of the Tourism Department¹
E-mail: yvy@hneu.edu.ua

ZYMA Oleksandr, PhD in Econ. Sc, Associate Professor
Professor of the Tourism Department¹
E-mail: zima@hneu.edu.ua

DEKHTYAR Nadiya, PhD in Econ. Sc, Associate Professor
Associate Professor of the Tourism department¹
E-mail: nadiya.dekhtyar@hneu.net

¹Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics,
Kharkiv, Ukraine

THE INFLUENCE OF THE LABOUR MARKET REGULATORS ON THE DEMAND STRUCTURE OF TOURISM SERVICES

The article aims to identify the relationship between the degree of the labour legislation loyalty and the demand for travel services, which can be used by travel organizers as the basis for the development of strategies and national social programs. The following tasks were set:

to highlight the signs that distinguish tourism services from other goods and services in the context of the formation of demand and the provision of consumption in case of existent purchasing power;

to describe the current trends in the tourism market, in particular, the interdependence between innovation and market volatility;

to analyse the factors influencing the stimulation or decrease in demand for tourism services, depending on the traditions of professional activity adopted in different societies, among which the amount of free time that a potential traveller is ready to spend on rest and recreation is of key importance;

to substantiate the effectiveness or unacceptability of the most popular labour market regulators in the field of employment and legal support, which have the greatest impact on the volume and structure of tourist flows.

The correlation between the state of the labour market and tourist demand was assessed on the basis of individual groups of components which influenced on the formation of market demand for tourist services within the global economy and the national economy systems. For the analysis, statistical data from European countries at the macroeconomic level and analytical reports from the World Bank Group («Doing

Business») were used. By comparing the measured indicators of employment and household income and the prevailing patterns of consumer behaviour, relationships were found between certain aspects of state social policy and the decline in demand for tourism services, as well as factors that determine the structure of the national tourism category. Four directions were considered: 1) peculiarities of tourist services consumption and their influence on the formation of supply and demand in the market; 2) current trends in the international labour market and their resulting contribution to the system of national regulators; 3) the range of aspects of state policy in the field of employment and education, which determine the aggregate demand for tourism services; 4) assessment of the structure of tourist flows based on the social component.

Based on the analysis of the components that influence the formation of demand for tourist services, the factors of influence were ranked: the established way of life is in the priority, as it determines the balance between professional and personal realization, and labour legislation in different countries consolidates the established business practice. The second important factor is the real distribution of free time, which is associated with both the local labour market policy and social security, and especially the national education system – despite various innovations unfavourable for the stability of the traditional economic environment, it remains the main source of intellectual capital generation. Thirdly, the key features of the consumption process (and, to a lesser extent, production) of tourist goods and services require revision and addition of the classical terminology, since a significant number of new types of tourism and recreational methods have appeared. The fourth is the current structure of the national tourism category, reflecting the preferences of travellers within the country and abroad. This structure should be taken into account by travel organizers.

It has been proven that certain labour market regulators have a direct impact on the formation of demand for tourism services in the category of national tourism; more loyal labour legislation with some elements of risk favours an increase in the tourism services consumption, and excessively artificial retention of the given structure of the labour market leads not only to negative social trends, but also significantly reduces the potential of domestic tourism. Accordingly, temporary and formal restrictions as employment regulators lead to a drop in productivity, deterioration of innovativeness and, as a consequence, lost of incomes of the population, – all these slow down the development of recreational infrastructure. Prospects for further research are to test the hypothesis of a proportional correlation between labour market deregulation and an increase in demand for tourism services, considering the stratification of the studied objects (countries, regions, population groups) on the basis of several independent attributes reflecting general trends of similar national markets.

Keywords: *labour market, labour legislation, employment, demand for tourism services, national tourism, free time.*

Введение. Параметры спроса на туристические услуги, помимо уникальных характеристик каждого национального рынка, формируются на основе общемировых тенденций, которые в разные периоды охватывали уровень дохода населения, преобладание аграрного или, наоборот, индустриального производства для специальных видов туризма, деловую репутацию и привлекательность для иностранных инвесторов. Сегодня одной из главных характеристик возможностей потенциального потребителя туристических услуг является, при прочих равных условиях, наличие свободного времени, что в свою очередь определяется практикой регулирования рынка труда и особенностей трудоустройства в отрасли либо сфере профессиональной реализации.

Теоретические и практические аспекты влияния занятости, в более широком понимании – политике на рынке труда, ближе всего к тематике данной статьи можно выделить в следующих работах. С. А. Боголюбова обосновывает значимость потребительского спроса на формирование рынка внутреннего туризма и отмечает, что «объективным фактором увеличения потребительского спроса... является увеличение свободного времени» [1, с. 41]. Также утверждается, что снижается эластичность спроса по цене на туристические услуги, но отметим, что это справедливо не для всех туристических услуг, хотя автор исследования права в том, что по степени приносимой полезности становится сложнее подобрать замену туризму.

Е.В. Лукин и др. [2] разработали модель,

позволяющую рассчитать совокупный эффект влияния на национальную экономику, который возникает благодаря стимулированию потребления туристических услуг на внутреннем рынке. Проблемы трудовой занятости студентов рассматривала А.В. Варламова [3], в частности, отмечая возрастающую тенденцию к совмещению обучения и занятости и необходимости приведения в соответствие трудового законодательства сложившимся социальным тенденциям. На рынке труда сформировался спрос на сотрудников с так называемым «промежуточным уровнем квалификации», который уменьшает предложение рабочих мест. В странах с более приспособленным под потребности учащихся трудовым законодательством это явление носит в основном сезонный характер, в ином случае это явление постоянно и также может приводить к социальной напряженности.

А. Альварез-Суса [4] предлагает классификацию отрицательных факторов, которые влияют на падение туристического спроса в европейских странах. Ученый выделяет три группы таких предпосылок: финансовые ограничения; ограничения, связанные с нехваткой свободного времени из-за профессиональной деятельности; отсутствие свободного времени в связи с семейными обстоятельствами. П. Ли-Цин [5] приводит базовые характеристики виртуального туризма и объясняет популярность данного вида на замену традиционному туризму как результат нехватки свободного времени. Менее раскрытой в исследованиях ученых из разных стран является тема причинно-следственных связей между образом жизни и трудовой деятельностью, оказывающих влияние на туристический спрос (хотя различные социальные аспекты данной взаимосвязи исследованы наиболее полно), чему и будет посвящена данная работа.

Целью статьи является выявление взаимосвязи между степенью лояльности трудового законодательства и спросом на туристические услуги, что может быть использовано в качестве основы стратегий развития организаторов путешествий и национальных социальных программ. Необходимо решить следующие задачи:

выделить признаки, отличающие туристическую услугу от остальных товаров и услуг, в контексте формирования спроса и обеспе-

чения возможностей потребления при наличии покупательной способности;

охарактеризовать современные тенденции на рынке туристических услуг, в частности, взаимосвязь между инновационной составляющей и неустойчивостью рынка;

обосновать действенность либо неприемлемость наиболее популярных регуляторов рынка труда в сфере занятости и правового обеспечения, имеющих наибольшее влияние на объем и структуру туристических потоков.

Основная часть. Оценивать взаимосвязь между ситуацией на рынке труда и туристическим спросом будет корректно с учетом выделения отдельных групп составляющих процесса формирования туристического спроса в пределах глобальной экономики и системы национального хозяйства. Одни тенденции являются общими для всех стран, участвующих в международном разделении труда, другие присущи региональным или локальным экономическим системам. Мы предлагаем рассмотреть четыре группы факторов.

1. Особенности потребления туристических услуг и их влияние на формирования спроса и предложения на рынке. Одной из ключевых особенностей туристической услуги является ее неотделимость от места предоставления, собственно потребителя и момента (времени) оказания – это наиболее универсальные отличительные черты. Традиционные туристические услуги (об определенных инновациях, частично опровергающих данные характеристики, будет сказано позже) невозможно складировать в качестве запасов, а если изменить время и/или место посещения, то это будет уже другое восприятие и другие впечатления.

Поэтому помимо определенного уровня дохода и заинтересованности (что актуально для приобретения всех коммерческих товаров и услуг), покупателю необходимо иметь в наличии необходимый промежуток времени, в течение которого, собственно, и происходит потребление. Причем к этому отрезку времени предъявляются собственные требования: целостность (то есть пакетный тур длиной в восемь, например, дней нельзя разбить на подпериоды меньшей длительности и посещать другую страну или регион с перерывами, и крайне нежелательно для здоровья прерывать программу санаторно-курортного

лечения), эмоциональная и ментальная вовлечённость не ниже определенного уровня (турист не получит удовольствия от отдыха, если будет пытаться решать рабочие вопросы и быть постоянно на связи, отвлекаясь на внешние раздражители, как бы «взятые» с собой проблемы. В таком режиме переключения человек психологически устает даже больше, чем в обычный рабочий день. Нередки отзывы путешественников, которые утверждают, что долгожданный отдых утомил их намного больше, как если бы они не покидали привычное окружение. Речь идёт не о физической, а именно психоэмоциональной перегрузке, которая тесно связана с острой нехваткой личного времени и синдромом профессионального выгорания, чрезвычайно распространённого в последние два-три десятилетия среди работников умственного труда и руководящего состава предприятий, безразлично к какой отрасли они принадлежат.

Относительно недавно схожие тенденции стали формироваться и в среде самозанятых. Туристические компании, работающие как на внутреннем, так и международном рынке, однажды отреагировали на это сокращением средней продолжительности тура – от максимума в 3-4 недели до 1-2 недель и введением в обиход понятия тура выходного дня. Данные нововведения оказались полезными для транспортных компаний, так как количество рейсов по всем направлениям увеличилось в несколько раз, а также поставщиков основных и сопутствующих переменных услуг (т.е. прямо зависящих от количества обслуживаемых покупателей) – посредников в разрешении бюрократических процедур (оформлении виз и т.п.), производителей сувениров, компаний, предоставляющих в аренду специальное оборудование для разных видов туризма, и некоторых других.

Для представителей принимающей стороны, наоборот, возросла рекреационная нагрузка на природную среду и объекты инфраструктуры, стали быстрее вырабатываться ресурсы, подверженные более сильному износу из-за частой смены посетителей. Классический пример – обслуживание гостиничных номеров: чем большее количество гостей поселяется в номере в течение некоторого периода времени, тем затратнее его уборка и подготовка к следующему визиту при неизменном доходе за сутки проживания. Сейчас

практически все гостиницы и аналогичные учреждения, оказывающие услуги по временному размещению, устанавливают каскадную систему скидок в зависимости от длительности проживания. Очень явно этот процесс виден на Airbnb – международной платформе, объединяющей собственников недвижимости – непрофессиональных отельеров. Но, кроме дополнительных расходов и сложностей в обслуживании постоянно сменяющихся друг друга потоков туристов, которые несут организаторы путешествий и представители принимающей стороны, для самих отдыхающих подобный ритм также неблагоприятен.

С другой стороны, короткие недельные промежутки в разные сезоны, на которые сейчас принято разбивать ежегодный отпуск, дают хоть какую-то возможность приобрести тур людям, которые не могут приостановить свою профессиональную деятельность на целый месяц, и частично снижают пиковую загрузку в традиционное отпускное время.

Однако туризм в целом перестал выполнять одну из своих основных функций – оздоровления и восстановления работоспособности, что в свою очередь привело к постепенному, в течение нескольких десятилетий, латентному снижению производительности труда и эффективности принятия решений. Казалось бы, это утверждение парадоксально – с внедрением инновационных технологий, почти полной автоматизацией и механизацией трудозатратного производства (по крайней мере, в развитых странах) должно обязательно было высвободиться время на отдых и личностное развитие населения, с одновременным ростом доходов это теоретически привело бы к значительному увеличению спроса на туристические услуги и другие товары и услуги, интерес к которым проявляется только после достижения определенного социального положения и расширения личного пространства. Однако если измерять не фактический, а потенциальный спрос, то обязательно будет упомянут фактор отсутствия свободного времени как сдерживающий или частично ограничивающий показатель, причем обычно рост доходов обратно пропорционален количеству часов в сутках/неделе и дней в месяце/году, которые человек может потратить исключительно по собственному сценарию, не выпав при этом из информационного потока и не ухуdivши

трудоустройства. Поэтому в обществах с высоким уровнем дохода наблюдается безработная тенденция увеличения продолжительности рабочей недели и неоплачиваемого количества рабочего времени.

2. Современные тенденции международного рынка труда и их результирующий вклад в систему национальных регуляторов. Степень влияния общемировых процессов на параметры регулирования той или иной отрасли зависят от степени вовлеченности страны в структуру международной экономики. Но более мобильные факторы производства, к которым относится рабочая сила и интеллектуальный капитал, имеют низкий порог устойчивости и быстрее воспринимают изменения. В серии отчетов Doing Business отдельно рассчитывался индекс качества рабочей силы и приводились сравнительные таблицы по всем исследуемым странам, где анализировались аспекты трудового законодательства, деловой практики в сфере трудоустройства и политики поддержки работодателей и наемных сотрудников. Последний развернутый отчет датируется 2018 годом, т.е. приведенные в нем примеры охватывают 2016-2017 гг. Но за исключением некоторых стран, о чем обычно упоминается в их персонализированных характеристиках, ключевые положения остались прежними и до сегодняшнего дня – 40-часовая рабочая неделя, один или два выходных в неделю и т.д.

Официально наиболее распространенной является 6-дневная рабочая неделя – в 79,25% стран, принимавших участие в исследовании; максимально 5,5 дней (т.е. часть предприятий устанавливают 5-дневную, часть – 6-дневную неделю) – в 11,7% стран; лишь 5 рабочих дней в неделю разрешает 5,85% стран; и 3,2% стран официально не запрещают 7-дневную рабочую неделю, т.е. фактически работу без выходных, на усмотрение работодателя [6].

В отчетах 2019-2020 гг. подробные сравнительные таблицы уже не публикуются, хотя по-прежнему существует раздел, посвященный оценке рынка труда и общемировым тенденциям в сфере занятости. Среди последних особенностей регулирования сферы занятости эксперты Doing Business выделяют следующие [7]:

– слишком жесткая формализация трудового законодательства становится обременительной для частного сектора и приводит к

повышению уровня безработицы, наиболее ярко выраженной среди молодежи и работающих женщин. Уменьшение возможностей для формального трудоустройства приводит к перетеканию рабочей силы в неформальный сектор. Напротив, легальные варианты комбинирования полного и частичного трудоустройства увеличивают совокупную занятость; задачей для правительства является нахождение наилучшего равновесия между защитой работников от несанкционированных действий работодателей и нечестных практик в сфере занятости и обеспечением должной гибкости рынка труда;

– в большинстве случаев, чем выше уровень дохода государства, тем ниже степень регулирования рынка труда и отягощенность формальными процедурами, в частности, подписания трудового договора и процедуры увольнения, но называются и исключения – например, Испания, Люксембург и Словения с усложненной процедурой найма;

– акцентируется внимание на срочном трудовом договоре, который, с одной стороны, является существенным подспорьем для молодых специалистов, гарантируя первичное трудоустройство и получение минимально необходимого опыта, и защищает работодателя от неквалифицированных сотрудников; с другой – также может стать инструментом манипулирования рабочей силой и несправедливой экономии на заработной плате. Здесь ключевым критерием оценки является запрет либо разрешение срочного контракта и установленная на законодательном уровне его минимальная длительность;

– в развивающихся странах предприятия частного сектора предпочитают устанавливать заработную плату лишь на уровне или немного выше определенного законом минимума, иначе сокращается количество рабочих мест из-за нехватки общих фондов (отметим, что такая практика повсеместно используется туристическими предприятиями малого и среднего бизнеса в Украине). В Индонезии в одном из регионов рост минимальной ставки заработной платы на 10% спровоцировал падение занятости на 0,8%, а в Турции субсидирование малоимущих работников не только не привело к росту занятости или стимулированию производственной деятельности, а еще и спровоцировало бюджетный дефицит. Выводом из этих примеров является следующее: разные способы дотаций и варианты

социальных выплат не решают проблему низкой деловой активности в долгосрочном периоде. Естественно, они могут и должны быть использованы для решения неотложных социальных проблем, но без поддержки реального сектора скорее приведут к инфляции и другим неблагоприятным последствиям искусственного увеличения денежной массы без подтверждения ее реальной стоимости товарами и услугами;

– у сотрудников с большей свободой в выборе графика рабочего времени выше производительность труда. Вместе с тем, общее количество отработанных часов в определенный период (сутки, неделю и т.п.) непосредственно на рабочем месте или вне его не должны превышать физиологически обусловленные нормы, после которых наступает усталость и профессиональное выгорание. В странах, где практика гибкого графика только начинает внедряться, многие работодатели поддаются соблазну наращивать объемы заданий и повышать требования к качеству работы, так как формально сотрудник не может обосновать и предоставить хронометраж выполнения ввиду физического отсутствия на предприятии. С массовым переходом на дистанционную систему в 2020 г. эта ситуация еще более обострилась, особенно для профессий с нефиксированной оплатой. Ставки могут существенно различаться в зависимости от местного уровня жизни даже в пределах одной страны, не говоря о переводе целых подразделений в бедные страны, трудоспособное население которых имеет минимально необходимый уровень квалификации. С проблемой качества обслуживания столкнулись, например, европейские и североамериканские авиакомпании, которые перенесли свои call-центры в развивающиеся страны Азии и Африки. Отсутствие языкового барьера и крайне низкая себестоимость услуг выглядели довольно привлекательно до того момента, когда обращения клиентов требовали от персонала разумной инициативы и логических действий, а не простого следования инструкции. Каждый определенный уровень дохода населения и доступность качественного образования формирует определенный тип мышления и отношения к профессиональным обязанностям, которого невозможно достигнуть без благоприятной социальной среды. К сожалению, это понимают далеко не все руководители транснациональных

компаний, отчего единственным критерием эффективности до сих пор служит минимизация затрат;

– 90% национальных экономик, принимающих участие в исследованиях, имеют установленную продолжительность рабочей недели в 5-5,5 дней и, несмотря на последние исследования специалистов в сфере производительности труда, некоторые страны продолжают повышать допустимые нормы. В 2018-2019 гг. Австрия увеличила максимальную продолжительность рабочего дня (с учетом сверхурочной работы) до 12 часов, рабочей недели – до 60 часов, а Венгрия – максимальное количество рабочих часов в году до 400, т.е. примерно до 53-54 часов в неделю. Разумеется, это повлияло на количество свободного времени трудоспособного, соответственно образующего доходы домохозяйств, населения;

– продолжительность ежегодного оплачиваемого отпуска в среднем в мире составляет 18,8 рабочих дней, причем самая высокая средняя длительность была отмечена в регионах Ближнего Востока и Северной Африки (23,4 рабочих дня), странах Африки южнее Сахары (21,7 рабочих дня). В Гвинее, Ливии и Того ежегодный отпуск гарантируется в течение 30 рабочих дней. Хотя эти данные условны, так как в последнем регионе около 90% населения заняты в неформальном секторе. Наименьшая продолжительность в странах Азии и Тихоокеанского бассейна – около 11 рабочих дней. Соответственно, не только организаторы туров должны принимать это во внимание при составлении пакетов, но и предприятия принимающей стороны, автоматически ориентируясь на темп жизни и способы отдыха в своем окружении, могут ошибаться при установлении порогов насыщенности и интенсивности туристического предложения для жителей стран с кардинально иным рабочим графиком. Необходимо понимать, почему среднестатистический турист из стран Азии будет стремиться к максимально насыщенной программе пребывания за рубежом, активным видам рекреационной деятельности и высокому качеству обслуживания, а жители Европы отдыхают более размеренно и предпочитают индивидуальные поездки, а не пребывание в составе многочисленных туристических групп. Хотя, естественно, приведенные характеристики условны и не отражают все разнообразие

спроса, но они могут стать основой временного планирования и составления графиков пиковых нагрузок;

– препятствия или строгий запрет на увольнение наемных работников (за исключением случаев грубого нарушения трудовой дисциплины) долгое время считался гарантией социальной стабильности и обеспечения занятости. Действительно, если в определенные исторические периоды в ряде стран наблюдались нарушения трудового законодательства или вообще полное отсутствие минимально необходимых норм обеспечения безопасности труда и гарантирования занятости, отсутствие поддержки профсоюзов, установление подобных запретов на уровне государства было подчас единственным способом защитить права наемных сотрудников. Сейчас, отмечают эксперты, это становится препятствием для развития компаний и занятости молодежи. Как и в приведенных выше ситуациях, мериллом разумности и обоснованности тех или иных решений является их объективная оценка в соответствии с текущей социально-экономической ситуацией и деловыми обычаями в отрасли и национальной экономике в целом. Злоупотребления могут расти как со стороны работодателей, так и наемных работников. Но в целом для иностранных инвесторов предпочтительнее рынки с меньшей степенью зарегулированности, так как бюрократические процедуры неминуемо останавливают инновации. Согласно отчету, более 70% стран с низкими доходами поддерживают усложненную процедуру увольнения. Чем выше уровень дохода, тем лояльнее трудовое законодательство. Возможно, причина кроется еще и в том, что в развитых странах население могут поддерживать государственные и негосударственные социальные фонды, и временная безработица не приводит к катастрофическим последствиям. Но если рассматривать данную ситуацию с точки зрения психологической устойчивости потенциальных потребителей, то тратить доходы семьи на путешествия (ведь туристические услуги не являются продуктом первой необходимости) будут охотнее в странах с гарантированной занятостью, выплатами пособий по безработице, пенсионным обеспечением, доступом к качественному образованию и медицине и т.д. Чем больше уверенность в собственном будущем, тем выше средняя цена покупки и вероятность отло-

женного спроса;

– в странах с более гибким трудовым законодательством меньше доля неформального сектора. Во-первых, официальное утверждение разнообразных форм занятости статистически уменьшает количество фиктивно безработных; во-вторых, предприятия, если они действительно не злоупотребляют увольнениями и занижением фонда заработной платы, стимулируют сотрудников быть производительными и профессионально развиваться в условиях высококонкурентного рынка труда, таким образом расширяя свою деятельность и выпуская инновационную продукцию, что в свою очередь приводит к созданию новых рабочих мест, претендовать на которые могут, ввиду увеличивающегося предложения, и менее опытные специалисты.

В целом, суть рекомендаций сводится к следующему: если национальная экономика более-менее устойчива и нет серьезных социальных проблем с занятостью, страхованием от непредвиденных обстоятельств, социальным обеспечением (совсем не обязательно наличие государственного пенсионного фонда или полностью бесплатного медицинского обслуживания, есть вполне надежные альтернативы) и поддерживается политика вовлечения молодежи в эффективную трудовую деятельность, лучше работают менее регулируемые системы. Бесспорно, существуют исключения, но если учесть, что рейтинг *Doing Business* составляется прежде всего для инвесторов, то обоснование отказа от множества длительных и трудоемких формальных процедур вполне обоснованно.

Для туристической отрасли, точнее, наличия устойчивого платежеспособного спроса на рекреационные услуги, большая часть критериев совпадает. Как и предполагалось, чем меньше потенциальный покупатель привязан к рабочему графику в течение длительного периода и конкретным географическим локациям, тем активнее и чаще он будет путешествовать. Чем больше предлагается официально разрешенных форм занятости, частичной в том числе, тем выше доход домохозяйств и больше средств на путешествия. Чем больше поощряется инициатива и креативность на рабочем месте (это неминуемо становится частью образа жизни и культурой общества, или наоборот, выходит из них), тем шире ассортимент инновационных туристических услуг, который способен при-

нять рынок. А такие продукты, как виртуальные путешествия (онлайн-посещения известных объектов или фестивалей, 3D-визуализация, новые формы досуга в привычном окружении, т.е. фактически без классической составляющей определения туриста согласно ЮНВТО – потребления услуги в месте, отличном от места постоянного проживания), как раз способны поддержать отрасль в условиях запрета на перемещения на дальние расстояния. Также виртуальные услуги не привязаны к официальному свободному времени – выходным и отпускам. Посетить сайты мировых музеев можно в любое время не выходя из дома, а сувениры приобретать в интернет-магазинах. Пока не все «инновационные туристы» понимают необходимость оплаты виртуальных ресурсов и процесс формирования их себестоимости, что уже привело к росту так называемого пиратства – нелегального распространения контента и нарушения авторских прав, но, как и с любой инновацией, упрочнение правового фундамента – это вопрос времени. В условиях локдауна 2020 года этот вопрос просто опередил другие, стимулировав разрешение ранее второстепенных проблем. Подчеркнем, что полная свобода действий со стороны рыночных структур и почти полное отсутствие регуляторов снижает долгосрочный спрос на товары и услуги не первой необходимости, поэтому и для производителей, и для потребителей туристических услуг важно ощущение защищенности и минимальные правовые гарантии, ставящие в равные условия всех участников рынка.

3. Аспекты государственной политики в сфере занятости и образования, определяющие совокупный спрос на туристические услуги. Бесспорно, что стагнация национальной экономики приводит к безработице. Тем не менее, если падение производства или поступлений в государственный бюджет от финансовых операций является более-менее ожидаемым и прогнозируемым, а не является следствием обстоятельств непреодолимой силы (как, например, пандемии, масштабные природные катаклизмы или техногенные аварии), разумно заранее выработать стратегию сохранения рабочих мест, в крайнем случае – создать резерв для будущих программ социальной поддержки временно безработного населения.

Отрицательным примером долгосрочной

стратегии является увеличение на год-два продолжительности среднего и высшего образования и повышения пенсионного возраста, что было применено и в Украине. Одна из целей, которая формально была достигнута – это препятствие выхода на рынок труда части потенциальных занятых с одновременным снижением нагрузки на пенсионный фонд – но общее предложение рабочей силы суммарно почти не изменилось, так как выпускников вузов заменили несостоявшиеся пенсионеры. Помимо показательной реформы сферы образования и кратковременного снижения объема пенсионных выплат, данная инициатива спровоцировала рост социальной напряженности среди старшего поколения и лишения части молодежи мотивации получать завершать полный цикл образования, особенно для учащихся из малоимущих семей – для них главным критерием стала возможность получить минимальные профессиональные навыки и начинать зарабатывать.

В целом для национальной экономики в среднесрочном периоде проявился отрицательный эффект: самая воодушевленная и трудоспособная часть занятых (выпускники высших учебных заведений) не вышли вовремя на рынок труда, вместо них остались работать сотрудники старшего возраста, которые как раз планировали завершать трудовой стаж и психологически не были ориентированы на продление профессиональной деятельности. По этой же причине они не повышали квалификацию в последние несколько лет и, наиболее вероятно, уступали в теоретических знаниях бывшим студентам. Сохранив штатные единицы, предприятия недополучили свежие идеи, которые потенциально могли привести к инновациям.

Но если причины пенсионной реформы вполне логичны и объяснимы необходимостью заменить выплаты на поступления, то увеличение суммарного срока обучения – в разные годы среднюю школу заканчивали за 11 или за 12 лет, срок обучения в магистратуре для большинства специальностей был увеличен с 1 года до 1,5 – 2 лет – не был обязательным условием для перехода на европейскую кредитно-трансфертную систему. В странах ЕС, на опыт которых ориентировалась Украина, есть примеры и годичной, и двухгодичной магистратуры без потери качества учебных программ (исключение составляют особые отрасли знаний, например, ме-

дицина, суммарная длительность теоретического обучения и ординатуры в Украине до сих пор меньше, чем в США и большинстве европейских стран). 12-летнее школьное обучение в тех государствах, где оно было принято десятилетия назад и устоялось с учетом лучшего опыта, предполагает, что дети поступают в школу в 5 лет (т.е. фактически начальная школа – это симбиоз детского сада и подготовительных групп), следовательно, подростки заканчивают среднюю школу в среднем в 17-18 лет (кто-то уходит раньше в колледж и получает среднее специальное образование), затем обучаются на программах бакалавриата (3-4 года) и выходят на рынок труда в 20-21 год. Диплом бакалавра признается работодателями, и поэтому магистратура воспринимается как инструмент повышения квалификации после получения практического опыта, а не как обязательная завершающая составляющая.

В Украине до сих пор, несмотря на последние изменения в законодательстве, выпускники и работодатели, особенно среднего и старшего возраста, не воспринимают диплом бакалавра как подтверждение законченного высшего образования, и поэтому выпускники школ либо проходят полный цикл (12 лет в школе + 5,5-6 лет в университете), либо сразу уходят в училища/техникумы. С учетом того, что на 12-летний цикл в основном детей принимают в школы с 6 лет – это связано с чередой социальных вопросов и неподготовленной инфраструктурой, – общее количество лет обучения для выпускника вуза с 01.09.2020 г. опять будет составлять 17,5-18 лет, т.е. на рынок труда специалисты с академической подготовкой теоретически выйдут только в 23-24 года. Естественно, такие цифры многих не устраивали, и прежде всего самих молодых людей (в разные годы возвращались к 11-летнему школьному образованию). Кроме неопределенного социального статуса, «переобучение» существенно ограничивает покупательную способность, в том числе туристических услуг. Средний возраст 18-25 лет как раз очень привлекателен для организаторов путешествий – такие туристы хотя и предпочитают самые дешевые туры, но еще не предъявляют высоких требований к обслуживанию, высококомобильны, так как в основном еще не заводят семью, настроены позитивно и в будущем могут стать постоянными лояльными клиентами. Следует учиты-

вать, что, как правило, молодые люди начинают тратить существенную часть личного дохода на путешествия не сразу, а проработав минимум 2-3 года.

Также, учитывая возрастающую приверженность и необходимость дуального или вечернего образования, ежегодного прохождения курсов повышения квалификации (ярким примером здесь служит отрасль информационно-коммуникационных технологий), искусственное увеличение сроков классического, в том числе академического, образования воспринимается большинством молодых людей как забирающая наиболее плодотворное и творческое время навязанная государством услуга, за которую их родители или опекуны не обязаны платить. Если посмотреть на статистику поступлений на бакалавриат и в магистратуру, то с каждым годом уменьшается количество заявлений на соискание степени магистра. Многие студенты предпочитают заочную форму обучения, чтобы как можно раньше начать трудовую деятельность, некоторые устраиваются на работу на 3-4 курсах бакалавриата. Академическое образование в таких условиях действительно выглядит устаревшим.

Программа средней школы, в свою очередь, содержит много лишних элементов, которые не помогают структурировать знания по различным направлениям науки, а наоборот, пытается дублировать программы первых курсов вуза. И главное – опыт, который оказался очень удачным в одной группе стран, может быть совершенно неприемлем в другой – по причине разных ментальностей, семейного уклада, способа жизни, традиций и даже климатических условий.

Стратегию формирования входящих и выходящих потоков на рынке труда следует принимать на основе множества параметров, и ни в коем случае не игнорировать отрицательную обратную связь. Искусственно продлив цикл обучения, украинские власти получили дополнительные статьи государственных расходов – на оплату бюджетных мест в вузах, содержание увеличившегося штата научно-педагогических работников, который неминуемо сокращается из-за падения спроса на их услуги, и, повторим еще раз, потерю двух-трех наиболее продуктивных лет молодых специалистов, которые уходят из традиционной системы образования и получают концентрированные знания

непосредственно на предприятиях или связанных с ними частных программах.

Описанная тенденция привела к расширению некоторых нишевых сегментов туристического рынка – корпоративных и инсентив-туров, образовательного и делового туризма. Необходимо рассматривать эти виды не в их классическом толковании, а скорее всего всевозможные комбинации и слияние некоторых признаков отдельных видов. Например, популярные недавно корпоративные туры, призванные вознаградить и/или стимулировать сотрудников работать еще лучше, перестали носить обычный развлекательный характер, вместо этого основной целью таких поездок постепенно становилось приобретение новых навыков, повышение квалификации, обмен опытом или в самом упрощенном варианте – тимбилдинг, т.е. налицо объединение элементов образовательного и в какой-то степени делового туризма, если предполагается не исключительно внутрифирменные коммуникации, а общение с представителями бизнеса другой страны или региона.

Классический образовательный туризм, рассчитанный на длительное пребывание и официальное зачисление в лицензированные учебные заведения, заменяется участием в краткосрочных тематических мероприятиях – тренингах, семинарах, рабочих группах и т.д., которые проводят в основном практики. Если основной целью ставится расширение круга общения и поиск новых контактов, этот сегмент ближе к деловому туризму, если повышение квалификации и обучение чему-либо новому в отрасли – к инсентиву. Возможно, не стоит ставить задачу правильной классификации как первоочередную, поскольку на каждом рынке характеристики разных видов не совпадут, а максимально подробно выделить и описать самые перспективные тенденции. Однако наблюдается снижение длительности поездки с переходом на дистанционное общение, если это позволяет решить поставленные задачи без потери качества.

4. Оценка структуры туристических потоков на основе социальной составляющей. Анализ средней продолжительности организованных туров или самостоятельных путешествий можно проводить на основе различных критериев классификации и стратификации исследуемых объектов. Но следует помнить, что не все данные доступны в офи-

циальных статистических источниках – это зависит от наполнения отчетных форм и методов исследования. Если в странах ЕС проводятся подсчеты количества поездок (туров) в зависимости от длительности пребывания («the number of nights spent», т.е. акцент делается на хотя бы одной ночевке – однодневные экскурсанты не учитываются), то временной диапазон с течением времени сократился и теперь отдельно выделяются поездки длительностью от 4-х ночей, а более длительные (10-14 дней и более) – уже нет. В рамках возрастных групп постоянные исследования не проводятся, считается, что с возрастом длительность тура увеличивается и эта тенденция пока неизменна, а различия внутри группы стран ЕС и их основных торговых партнеров отслеживаются на постоянной основе. В таблице представлена структура поездок в зависимости от длительности пребывания (в ячейках указана доля каждого вида, которые в сумме дают 100% – объем национального турпотока), и следует отметить, что она может существенно отличаться в странах со схожим уровнем развития и доходами.

Первая колонка – поездки длительностью от 1 ночевки – это общее количество организованных или индивидуальных туров, из него выделены поездки длительностью от 1 до 3 дней и поездки от 4 дней и выше. Для примера были взяты данные по всем турам – с личными и деловыми целями. В выборке стран сразу можно выделить Люксембург, где внутренний рынок территориально ограничен, и 97-99% всех поездок осуществляются за рубежом и Грецию, где 88-89% всех путешествий граждан страны составляет внутренний туризм.

В 11 странах из 29 большая часть поездок приходится на выездной туризм (его доля превышает 60%) – это Германия, Австрия, Нидерланды, Литва, Ирландия, Словения, Кипр, Швейцария, Мальта, Бельгия и Люксембург, причем на Мальте и в Словении доли путешествий внутри страны и за рубежом в краткосрочных поездках на 1-3 дня практически равны, а наибольшее превышение краткосрочного внутреннего туризма (с долей более 70%) – в Германии, Нидерландах и Литве. Что касается поездок, которые длятся более 4-х дней, доля внутреннего потока не превышает 30% (максимальный показатель у Германии), от 20 до 30% составляет внутренний туризм в Австрии, Нидерландах и Литве.

Таблица – Структура туристических поездок в категории национального туризма, 2018 г.

Страны	Длительность тура (поездки)						Дней отпуска в году*
	1 и более суток		1-3 суток		4 и более суток		
	Внутренний	Выездной	Внутренний	Выездной	Внутренний	Выездной	
Австрия	35,5	64,5	62,6	37,4	27,5	72,5	25,0
Бельгия	12,4	87,6	34,5	65,5	9,5	90,5	20,0
Болгария	72,0	28,0	87,7	12,3	66,5	33,5	20,0
Венгрия	52,9	47,1	71,9	28,1	42,5	57,5	21,3
Германия	39,2	60,8	78,4	21,6	30,8	69,2	24,0
Греция	88,8	11,2	88,2	11,8	88,8	11,2	22,3
Дания	45,7	54,3	79,6	20,4	36,4	63,6	25,0
Ирландия	29,9	70,1	67,4	32,6	16,7	83,3	20,0
Испания	80,4	19,6	93,9	6,1	74,2	25,8	22,0
Италия	69,9	30,1	84,2	15,8	66,8	33,2	26,0
Кипр	23,6	76,4	68,7	31,3	12,5	87,5	20,0
Латвия	43,0	57,0	75,6	24,4	23,4	76,6	20,0
Литва	33,3	66,7	71,9	28,1	20,6	79,4	20,7
Люксембург	0,9	99,1	2,3	97,7	0,7	99,3	25,0
Мальта	14,4	85,6	46,0	54,0	6,5	93,5	24,0
Нидерланды	33,8	66,2	71,0	29,0	27,9	72,1	20,0
Норвегия	52,1	47,9	79,9	20,1	40,2	59,8	21,0
Польша	65,0	35,0	91,0	9,0	59,1	40,9	22,0
Португалия	77,8	22,2	92,9	7,1	71,6	28,4	22,0
Румыния	87,4	12,6	98,0	2,0	82,0	18,0	20,0
Словакия	48,9	51,1	73,7	26,3	38,9	61,1	25,0
Словения	23,8	76,2	49,6	50,4	13,6	86,4	22,0
Финляндия	58,5	41,5	82,4	17,6	44,1	55,9	30,0
Франция	69,6	30,4	81,2	18,8	67,8	32,2	30,3
Хорватия	60,2	39,8	59,7	40,3	60,3	39,7	20,0
Чехия	66,6	33,4	88,3	11,7	57,4	42,6	20,0
Швейцария	17,9	82,1	37,9	62,1	14,9	85,1	20,0
Швеция	45,3	54,7	78,1	21,9	35,5	64,5	25,0
Эстония	40,2	59,8	76,8	23,2	14,6	85,4	24,0

Примечание – Источник: составлено авторами на основе данных [8], * – указано количество рабочих дней [6]

Из оставшихся 18 стран путешествия внутри страны длительностью от 4-х дней более всего популярны в Греции, Румынии, Испании, Португалии, Франции, Италии и Болгарии (доля турпотока превышает 65% от общего количества). Интересно, что в 5 из 7 данных государств длительность ежегодного оплачиваемого отпуска выше моды по выборке (20,0 рабочих дней).

Таким образом, с уверенностью утверждать, что путешествия в пределах своей страны (внутренний туризм) всегда более или менее длительны, чем выездные туры, основываясь исключительно на производствен-

ном потенциале национальных экономик, нельзя, хотя представленная выборка охватывала страны одного географического макрорегиона и тесно связанные между собой политически и экономически. Включение в анализ социальной составляющей, а именно степень лояльности трудового законодательства к наемным работникам, позволяет очертить определенные тенденции.

Рассматривая степень влияния факторов из каждой группы, можно предположить, что первым по значимости есть сложившийся жизненный уклад, определяющий баланс между профессиональной и личной реализа-

цией. Трудовое законодательство в разных странах не столько навязывает привнесенные извне нормы, неприемлемые для локальной культуры, как закрепляет сложившуюся деловую практику. Ее потенциал и изъяны лучше видны именно во время международного сотрудничества, поэтому стоит обращать внимание на положительный зарубежный опыт.

Второй важный фактор – реальное распределение свободного времени, которое связано как с политикой местного рынка труда, так и социальным обеспечением, и особенно национальной системой образования, несмотря на различные неблагоприятные для устойчивости традиционной экономической среды инновации, она остается главным источником генерирования интеллектуального капитала.

В-третьих, ключевые особенности процесса потребления (и в меньшей степени – производства) туристических товаров и услуг. Классические определения требуют пересмотра и дополнения, так как примерно за два последних десятилетия появилось значительное количество новых видов туризма и способов рекреации, которые необходимо систематически исследовать.

Наконец, четвертой в ранге является сложившаяся структура категории национального туризма, отражающая предпочтения путешествующих внутри страны и за рубежом. Ее обязательно необходимо учитывать организаторам путешествий, но она не настолько инерционна и неизменна, как считают многие эксперты, и способна видоизменяться под влиянием трех упомянутых выше факторов.

Выводы. В результате исследования было доказано, что определённые регуляторы рынка труда имеют прямое влияние на формирование спроса на туристические услуги в категории национального туризма; более лояльное трудовое законодательство с некоторыми элементами риска благоприятствует возрастанию потребления туристических услуг, а чрезмерно искусственное удержание заданной структуры рынка труда приводит не только к отрицательным социальным тенденциям, но и значительно уменьшает потенциал внутреннего туризма. Соответственно временные и формальные ограничения в качестве регуляторов занятости приводят к падению производительности, инновационности и, как следствие, доходов населения, что

замедляет развитие рекреационной инфраструктуры. Перспективами дальнейших исследований является проверка гипотезы о пропорциональной взаимосвязи дерегуляции рынка труда и повышению спроса на туристические услуги с учетом стратификации исследуемых объектов (стран, регионов, групп населения) на основе нескольких не коррелирующих между собой признаков, отражающих общие тенденции схожих национальных рынков.

Список литературы

1. Боголюбова, С. А. Потребительский спрос как ключевой фактор развития внутреннего рынка туристических услуг / А. С. Боголюбова // Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов: новые вызовы для менеджмента компаний: материалы 3-й Всерос. конф., Иркутск, 18 мая 2017 г. / под науч. ред. С. В. Чупрова, Н. Н. Даниленко. – Иркутск : Изд-во БГУ, 2017. – 330 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lib-catalog.isea.ru>. – С. 40-44.
2. Лукин, Е. В. Стимулирование внутреннего спроса как фактора экономического роста (на примере сферы внутреннего туризма) / Е. В. Лукин, Е. Г. Леонидова, М. А. Сидоров // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2018. – № 11. – Том 4. – С. 125-143. DOI: 10.15838/esc.2018.4.58.8
3. Варламова, А. В. Трудовая занятость студентов как социальная проблема / А. В. Варламова // Сервис в России и за рубежом. – 2016. – № 6 (67), С. 63-75. DOI: 10.12737/21209
4. Alvarez-Sousa, A. The welfare state and tourism for all. reasons why people do not travel / A. Alvarez-Sousa // Cuadernos de Turismo. – 2018. – № 41. – С. 639-642.
5. Li-Xin, P. A. N. The application of virtual reality technology to digital tourism systems / P. A. N. Li-Xin // International Journal of Simulation – Systems, Science & Technology. – 2016. – №. 18. – Т. 17. – С. 21-25. DOI: 10.5013/IJSSST.a.17.18.02
6. Doing Business 2018: Reforming to Create Jobs [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.doingbusiness.org>
7. Doing Business 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.doingbusiness.org>

8. Официальный сайт EUROSTAT (статистического бюро ЕС). [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>

References

1. Bogolyubova S.A. Potrebitelskii spros kak kliuchevoi faktor razvitiia vnutrennego rynka turistskikh uslug [Consumer demand as a key factor in the development of the domestic market for tourism services]. *Aktivizatsiia intelektual'nogo i resursnogo potentsiala regionov: novye vyzovy dlia menedzhmenta kompanii* [Consumer demand as a key factor of development: Materialy 3-i Vseros. konf.], Irkutsk, 18 May 2017 Editors: S.V. Chuprova, N.N. Danilenko. Irkutsk : Izd-vo BГУ. Available at: <http://lib-catalog.isea.ru>. Pp. 40-44. (In Russian)
2. Lukin E.V., Leonidova E.G., Sidorov M.A. Stimulirovanie vnutrennego sprosa kak faktora ekonomicheskogo rosta na primere sfery vnutrennego turizma [Stimulating domestic demand as a factor of economic growth (on the example of domestic tourism)]. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast* [Boosting domestic demand as a driving force of economic growth (on the example of domestic tourism sphere)]. 2018, vol. 11, no. 4, pp. 125–143.

DOI: 10.15838/esc.2018.4.58.8. (In Russian)

3. Varlamova A. Trudovaia zaniatost studentov kak sotsialnaia problema [Employment of students as a social problem]. *Services in Russia and abroad* [Labor activity of students as a social problem], 2016, no. 6 (67), pp. 63-75. DOI: 10.12737/21209. (In Russian)
4. Alvarez-Sousa A. The welfare state and tourism for all. reasons why people do not travel. *Cuadernos de Turismo*, 2018, no. 41, pp. 639-642.
5. Li-Xin P. A. N. The application of virtual reality technology to digital tourism systems. *International Journal of Simulation – Systems, Science & Technology*, 2016, no. 18, vol. 17, Pp. 21-25. DOI: 10.5013/IJSSST.a.17.18.02
6. Doing Business 2018: Reforming to Create Jobs. Available at : <https://www.doingbusiness.org> (accessed: 22.10.2020)
7. Doing Business 2020. Available at : <https://www.doingbusiness.org> (accessed: 22.10.2020)
8. Official site of EUROSTAT (statistical office of the European Union). Available at : <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database> (accessed: 26.10.2020).

Received 15 October 2020