

УДК 339.9:338.486

Ціхановська В.М.*доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
готельно-ресторанної справи та туризму
Вінницького національного аграрного університету***Ковальчук С.Я.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
готельно-ресторанної справи та туризму
Вінницького національного аграрного університету*

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

TENDENCY OF THE WORLD MARKET TOURIST SERVICES DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION PROCESSES STRENGTHENING

АНОТАЦІЯ

У статті проаналізовано глобалізаційні процеси світової економіки, які прискорюють темпи розвитку міжнародного туризму; визначено специфіку туристичного продукту; узагальнено регулятивну роль національних інституціональних структур у розвитку міжнародного туризму та глобальних союзів; показано роль транснаціональних корпорацій у формуванні та розвитку світового туристичного ринку.

Ключові слова: міжнародний туризм, туристичні послуги, світові ринки туристичних послуг, глобалізація, регіоналізація, туристичний сектор економіки.

АННОТАЦИЯ

В статье проанализированы процессы глобализации мировой экономики, которые ускоряют темпы развития международного туризма, определена специфика туристического продукта, обобщена регуляторная роль национальных институциональных структур в развитии международного туризма и глобальных союзов; показана роль транснациональных корпораций в формировании и развитии мирового туристического рынка.

Ключевые слова: международный туризм, туристические услуги, мировые рынки туристических услуг, глобализация, регионализация, туристический сектор экономики.

ANNOTATION

In the floor analyzed the globalization processes of world economy which priskoruyut rates of development of international tourism, certainly specific of tourist product, generalized regulating role of national institutional structures at development of international tourism, and global unions; the role of multinational corporations is rotined in forming and world tourist market development.

Keywords: international tourism, tourist services, world markets of tourist services, globalization, revivifying, tourist sector of economy.

Постановка проблеми. Міжнародний туризм як важлива складова частина зовнішньоекономічної діяльності кожної з держав світового співтовариства є однією із найбільших і високоприбуткових галузей світових економік, адже він входить до числа трьох найбільших експортних галузей, поступаючись лише нафтодобувній промисловості і автомобілебудуванню.

На сьогодні глобалізаційні процеси створили усі необхідні передумови для розвитку міжнародного туризму. Ринок туристичних послуг характеризується високими темпами зростання, розробляються нові туристичні

маршрути, виникають нові види туризму, створюються нові робочі місця, розбудовується інфраструктура, впроваджуються нові технології у сферу туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню особливостей та закономірностей розвитку міжнародного ринку туристичних послуг значну увагу приділяють провідні вітчизняні науковці та зарубіжні економісти В. Азар, В. Безносюк, В. Герасименко, П. Гудзя, М. Жукова, Е. Кадта, В. Кифяк, К. Купер, В. Козик, Л. Левковська, Ю. Макогон, Р. Мілля, А. Моррісон, В. Новицький, Т. Ткаченко, О. Чудновський та інші.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Сучасний етап розвитку світового господарства характеризується домінуванням сфери послуг як у структурі національного виробництва більшості країн світу, так і в системі міжнародних економічних відносин. Це свідчить, з одного боку, про формування економіки нового типу, а з іншого, глобальних перетворень – перехід до наступного ступеня розвитку світового співтовариства. Сьогоднішня відзначається провідними позиціями сфери послуг у системі створення валового національного продукту, зовнішньої торгівлі окремої країни та відповідно міжнародної торгівлі в цілому. Відтак, недостатньо дослідженими залишаються питання оцінки новітніх процесів, що відбуваються на світовому ринку туристичних послуг у сучасних умовах регіоналізації та глобалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Серед сучасних тенденцій розвитку світового господарства особливої уваги заслуговують процеси: глобалізації та регіоналізації. Глобалізація є новим етапом розвитку світової економіки, який характеризується різким прискоренням темпів інтернаціоналізації усіх сфер суспільного життя. Глобалізаційні процеси мають вагомий підстави для створення нової суспільно-

політичної формації – глобалізму. Глобалізація вже призвела до формування специфічних виробничих відносин, нових технологічних систем і способу виробництва загалом [2]. Початок ХХІ ст. вирізняється прискореним розвитком туризму, що перетворило його на глобальне за масовістю, формами і технологіями організації відпочинку явище.

Незважаючи на всесвітній розмах, туризм залишився регіональним і національним за змістовим наповненням. Туристична індустрія світу, пропонуючи уніфіковані системи відпочинку й обслуговування, експлуатує регіональні природні відмінності і національну та культурну самобутність етнічних груп і місцевих громад, що в багатьох випадках стає головним мотивом подорожі. У світовій господарській практиці важко знайти ще один вид продуктивної діяльності, який одночасно сприяє глобалізації господарства і розвитку регіонів [1; 10].

Глобалізація і регіоналізація – складові єдиного процесу розвитку міжнародного туризму, що робить його унікальним економічним інструментом, здатним формувати виробничі системи інтернаціонального характеру і зберігати локальну значущість [1; 2].

Розширення масштабів туристичного обміну та перехід до організованих форм масового туризму зумовило необхідність узгодження національних інтересів на ринку туристичних послуг і розробки загальносвітових стратегій розвитку міжнародного туризму, що знайшло своє відображення у створенні різноманітних інституцій та спеціалізованих міжнародних організацій, виробленні механізму глобального регулювання розвитку туризму.

Головна регулятивна роль у розвитку міжнародного туризму належить національним інституціональним структурам, що розробляють відповідні стратегії та тактику участі країн та їх підприємств у міжнародних ринках туристичних послуг. На національному рівні регулювання туристичної галузі забезпечується державними органами, відповідальними за розвиток та регулювання туризму. Від того, наскільки ефективно здійснюється державне регулювання розвитку туризму, залежить і результативність інвестицій у туристичну інфраструктуру, створення та просування національних турпродуктів як всередині країни, так і за кордоном, створення та підтримання

позитивного іміджу країни, доходи країни від надання туристичних послуг та підвищення зайнятості в країні за рахунок розвитку галузі.

Системи органів державного регулювання міжнародної туристичної діяльності істотно різняться між країнами залежно від ролі туристичної галузі в економіці держави, потенціалу національного туристичного ринку, місця країни на міжнародних ринках туристичних послуг, масштабів будівництва об'єктів туристичної інфраструктури, залучення інвестицій у розвиток міжнародного туризму [2; 9].

У міжнародному туризмі процес глобалізації найкраще простежуються на прикладі сектора розміщення туристів, в якому ТНК набувають форми готельних мереж, аболанцюгів. Транснаціоналізація міжнародного туризму є звичною практикою, яка зумовлена специфікою туристичного продукту. Ініціатива інтернаціоналізації виробництва в туризмі належить країнам, які генерують потужні туристичні потоки, оскільки саме їм вона дає найбільший зиск. У Північній Америці це – США та Канада, в Європі – Німеччина, Великобританія і Франція, в Азії – Японія та Китай. Саме тому більшість ТНК, діяльність яких охоплює туристичний бізнес, базуються у США, Західній Європі, Японії і з недавнього часу – в Гонконгу та Сінгапурі.

ТНК орієнтована на безперерйне керівництво материнською компанією своїми закордонними філіями, і в той же час повинна надавати можливість менеджерам зарубіжних філій самостійно приймати рішення, щодо задоволення попиту споживачів з урахуванням специфіки місцевого ринку та відповідно до законодавства приймаючої країни [8; 7]. Відкриваючи філії за кордоном, вони впроваджуються в економіку приймаючих країн, а самі країни вписуються в інтернаціонально організовані цими корпораціями виробництва туристичних продуктів. Діяльність ТНК підсилює взаємозв'язок і взаємозалежність внутрішніх і зовнішніх туристичних ринків окремих країн.

Більшість ТНК у туризмі базуються в країнах так званої «Триади»: США – Західна Європа – Японія та з недавнього часу і в Гонконгу. Географія штаб-квартир ТНК підтверджує той факт, що транснаціоналізація туристичного бізнесу бере початок у країнах – донорах туристичних потоків, які здійснюють зарубіжне інвестування.

Таблиця 1

Міжнародні туристичні прибуття за 2000–2014 рр., млн осіб

Назва	Міжнародні туристичні прибуття,					Зміни, %	
	2000 р.	2005 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2013/2012 рр.	2014/2013 рр.
Усього в світі	675	798	952	996	1,035	4,7	3,8
Європа	385,6	439	487,6	517,5	534,8	6,1	3,3
Азія і Тихоокеанський регіон	110,1	154	205,1	218,1	232,9	6,4	6,8
Американський регіон	128,2	133,3	150,3	156,3	162,1	4,0	3,7
Африка	26,5	35,4	49,8	49,2	52,3	-1,1	6,3
Близький Схід	24,1	36,3	59,2	55,3	52,6	-6,7	-4,9

У міжнародному туризмі процеси транснаціоналізації традиційно розглядаються на прикладі сектору розміщення. Особливості ТНК найчіткіше простежуються в готельній індустрії. Прообразом ТНК у туристичній індустрії є готельні мережі [1; 5].

Згідно з останніми даними Барометра міжнародного туризму ЮНВТО, у 2014 р. кількість міжнародних туристських прибуттів зростає більш ніж на 4% і склала 1035 млрд. Економіки, що зростають, повернули собі лідируючі позиції (+4,1%), обійшовши розвинені країни (+3,6%), причому найбільш успішних результатів домоглися Азіатсько-Тихоокеанські ринки [5].

Серед регіонів лідируючі позиції займає Азіатсько-Тихоокеанський регіон (+7%), а серед субрегіонів список кращих очолюють Південно-Східна Азія, Північна Африка (+9% кожен) і Центральна та Східна Європа (+8%) (табл. 1).

Проте, незважаючи на різну динаміку туристичних прибуттів по регіонах, досі зберігається сформована раніше структура міжнародного туристичного ринку із домінуванням Європейського (рис. 1) У 2014 р. країни з ринковою економікою росли більш швидкими темпами (+4,1%) порівняно з розвиненими країнами (+3,6%). Ця тенденція спостерігається в секторі протягом вже багатьох років.

Число міжнародних туристських прибуттів в Європу (самий відвідуваний регіон світу) збільшилася на 3%. Це є досить позитивним результатом на тлі нинішньої економічної ситуації після високого результату 2014 року (+6%). Загальна кількість прибуттів досягла 535 млн, що на 17 млн більше, ніж у 2014 році. Серед субрегіонів кращими туристичними напрямками стали країни Центральної та Східної Європи (+8%), за якими слідує Західна Європа (+3%). Туристичні напрями північно-середземноморської Європи (+2%) зміцнили свої відмінні результати 2014 року та повернулися до своїх звичайних темпів зростання [5].

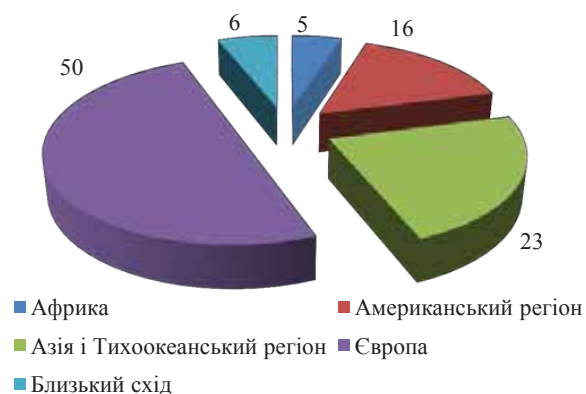


Рис. 1. Регіональна структура міжнародного туристичного ринку у 2014 р., %

Варто зазначити, що в цілому структура доходів від міжнародного туризму цілком корелює зі структурою міжнародних туристичних

потоків (рис. 2). Провідними міжнародними туристичними ринками (за обсягами доходів) на сьогодні залишаються розвинені країни Європи, Американського та Азіатсько-Тихоокеанського регіонів [3; 4; 5].

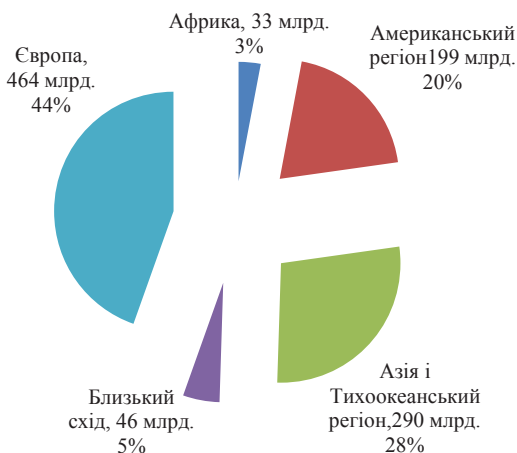


Рис. 2. Надходження від міжнародного туризму у 2014 р., млрд дол. США

Проте такі регіони (рис. 3), як Центрально-Східна Європа, Південна Європа, Південна Азія та Південна Америка за період 2013–2014 рр. почали значно втрачати свою популярність на туристичному ринку. Південно-Східна Азія, Карибські острови та Центральна Америка, навпаки, продовжують приймати усе більшу кількість туристів. Північна Африка показує найбільший приріст – за дані два періоди він досяг найвищого рівня [3; 4].

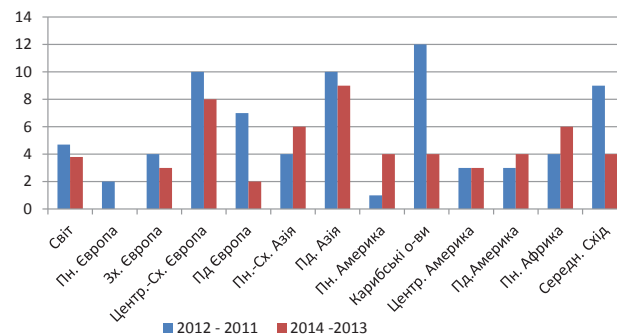


Рис. 3. Динаміка туристичних відвідувань у регіонах світу (% приросту до аналогічного періоду попереднього року)

Згідно з даними Світової організації туризму, азіатські та тихоокеанські країни впевнено йдуть до лідерства на світовому ринку туристичних послуг [4; 5]. Прогнозований приріст обсягу міжнародного туризму у 2015 р. у цих країнах складає 5-6%, що майже у 2 рази більше, ніж у теперішнього лідера – Європи (табл. 2).

Зазвичай підприємства туристичної індустрії, розширюючи сферу своєї діяльності, не ставлять перед собою прямої мети збільшення власної частки на ринку туризму. Зусилля компаній

націлені на стимулювання подальшого розвитку туризму в цілому в розрахунку, що він приведе до появи додаткових можливостей для основних сфер діяльності підприємства. На практиці це передбачає пайові внески в акції зарубіжних фірм, підписання не інвестиційних договорів на управління, що є особливо популярно у туристичній індустрії в останні роки [2].

Таблиця 2
Приріст обсягів міжнародного туризму
у 2014–2015 рр., %

Регіон	2014 р.	Прогноз на 2015 р.
Увесь світ	+ 3,8	+3,5
Європа	+ 3,4	+3
Азія	+ 6,8	+5,8
Америка	+ 3,7	+3,4
Африка	+ 6,0	+6
Середній Схід	- 4,9	+5

Укладання глобальних союзів – поширена в різних секторах індустрії туризму практика. Яскравим прикладом діяльності подібних союзів є глобальні комп'ютерні системи бронювання широкого спектра туристичних товарів і послуг – від авіаційних перельотів, переїздів залізницею і придбання пакет-турів, до оренди автомобілів, попереднього замовлення місця в готелі чи квитків на футбольний матч або концерт.

Глобалізація туризму має і негативні наслідки, які прямо чи опосередковано впливають на розвиток індустрії туризму. Йдеться про екологічні проблеми, спалахи захворювань і епідемії у різних куточках світу та загрозу терористичних актів.

Більшість із перелічених проблем має регіональний характер, але глобалізація «примушує» реагувати на них всю світову індустрію туризму. Взаємопов'язаність екології та туризму є одним із визначальних моментів глобального розвитку туристичної індустрії і, власне, глобалізації. З одного боку, ТНК освоюють країни із сприятливою екологічною ситуацією та унікальними природними ресурсами, залучаючи їх до туристичного використання. Це часто призводить до деградації вразливих екосистем і необхідності впроваджувати заходи з їх охорони, розвивати альтернативні види туризму: екологічний, науковий, сільський, пригодницький тощо.

З іншого боку, численні техногенні аварії і катастрофи в районах традиційного відпочинку, інтегрованих у світову індустрію туризму, виводять їх з рангу популярних і створюють низку проблем для розвитку.

Висновки. Вплив глобалізаційних процесів на міжнародний туризм у світі зростає, що пов'язано із розширенням внесків міжнародного туризму в платіжний баланс країн, забезпечення зайнятості населення, сприяння диверсифікації економіки, а також раціональному

використанню рекреаційних ресурсів. Незважаючи на слабке економічне зростання у багатьох країнах, макроекономічну напруженість і високий рівень безробіття, протягом останніх років, ринку міжнародного туризму вдалося зберегти свою відносну стабільність розвитку. Показово, що в умовах нестабільності світової економіки туристичні галузі усіх регіонів світу мали позитивні показники розвитку, загальна ж картина виглядає неоднозначно. Навіть в умовах економічної кризи у світовій індустрії туризму зберігалися позитивні тенденції. Міжнародне регулювання туристичної галузі в інституціональному відношенні являє собою багаторівневу та багатоаспектну систему взаємодіючих міжнародних організацій, ядром якої виступає Всесвітня Туристична Організація.

Сучасними тенденціями розвитку міжнародної туристичної діяльності є формування глобального ринку туристичних послуг, заострення конкуренції та інтенсифікація процесів транснаціоналізації, створення стратегічних альянсів і глобальних союзів; лібералізація національних туристичних ринків, розширення доступу країн, що розвиваються, до міжнародних туристичних відносин.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие / В.Г. Гуляев. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 304 с.
2. Згуровський О. Вієни глобалізації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dt.ua/1000/1600/54652/>.
3. Мельник П.В. Напрями удосконалення оподаткування туристично-рекреаційної діяльності [Електронний ресурс] / П.В. Мельник, Г.Г. Старостенко // Ірпінь: Академія ДПС України. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/melnyk2.htm.
4. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/>.
5. Платіжний баланс і зовнішній борг України [Електронний ресурс]: 2014. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=58128.
6. Статистичний звіт ЮНВТО за 2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://media.unwto.org/ru/node/40148>.
7. Данильчук В.Ф. Мировой рынок услуг турбизнеса / В.Ф. Данильчук. – Донець: ДИТБ, 2012. – 146 с.
8. Темник І.О. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму [Електронний ресурс] / І.О. Темник // Електронне наукове фахове видання Інституту світової економіки та міжнародних відносин НАН України «Ефективна економіка». – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=499>.
9. Толочко А.О. Динаміка та тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг / А.О. Толочко. – К.: КНЕУ, 2012. – 11 с.
10. Топсахалова Ф.М. Международный опыт функционирования и тенденции развития рынка туристско-рекреационных услуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rae.ru/monographs/150-4826#footnote-929-29>.