

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

MODERN TENDENCIES OF THE GLOBAL TOURISM MARKET DEVELOPMENT

Скарга О.О.

асистент кафедри менеджменту,
Маріупольський державний університет

У статті виявлено тенденції сучасного стану світового ринку туристичних послуг. Виділено глобальні та регіональні аспекти розвитку міжнародного туризму. Виявлено закономірності його розвитку. Досліджено регіональні зрушення, що відбуваються на світовому ринку туристичних послуг. Виявлено фактори, що впливають на розвиток туристичної індустрії за регіонами світу.

Ключові слова: регіоналізація, глобалізація, міжнародний туризм, світовий ринок туристичних послуг, туристичний ринок, туристичні ТНК, міжнародні туристичні прибуття.

В статье выявлены тенденции современного состояния мирового рынка туристических услуг. Выделены глобальные и региональные аспекты развития международного туризма. Выявлены закономерности его развития. Исследованы региональные сдвиги, происходящие на мировом рынке туристических услуг. Выявлены факторы, влияющие на развитие туристической индустрии по регионам мира.

Ключевые слова: регионализация, глобализация, международный туризм, мировой рынок туристических услуг, туристический рынок, туристические ТНК, международные туристические прибытия.

The present article describes the tendencies in current state of the global travel services market as well as reveals regional aspects of tourism development in the world. The author also analyzes the features of regionalization of the global travel services market. The paper sets forth the factors that influence the tourism industry development in different regions.

Keywords: regionalization, globalization, tourism, global travel services market, tourism market, tourist TNCs, international tourist arrival.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сьогодні міжнародний туризм розвивається під впливом глобалізації та регіоналізації світового господарства. Туристична індустрія є однією з найбільших і високоприбуткових галузей світових економік, вона входить до числа трьох найбільших експортних галузей, поступаючи лише нафтодобувній промисловості і автомобілебудуванню, це один із вагомих чинників, від яких залежить зростання економіки, підвищення конкурентоспроможності країни на світових ринках, покращення добробуту населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання цієї проблеми і на які спирається автор. Виділенню основних тенденцій розвитку регіоналізації та інтернаціоналізації в туризмі присвячені праці таких вчених М. Босовська, О. Булатова, Д. Кестер, С. Мілн, Несбитт Дж., О. Плотніков, М. Ризи, В. Рокоча, В. Квартальнов, Г. Харрис та ін. Питанням розвитку міжнародного туристичного ринку присвячені праці вітчизняних та закордонних економістів А. Александрової, М. Ананьєва,

А. Гайдук, В. Герасименка, М. Жукова, В. Зайцевої, В. Кифяка, О. Корнієнко, К. Купера, Р. Мілля, А. Моррісона, І. Сороки, Т. Ткаченко, О. Чудновського та ін. Але недостатньо висвітленими залишаються питання визначення основних аспектів регіональної трансформації світового туристичного ринку та дослідження механізмів його подальшого розвитку.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою дослідження є аналіз світового ринку туристичних послуг в умовах регіоналізації.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- визначити тенденції сучасного стану світового ринку туристичних послуг;
- проаналізувати глобальні та регіональні аспекти розвитку міжнародного туризму, на основі виявлення закономірностей його розвитку;
- дослідити регіональні зрушення, що відбуваються на світовому ринку туристичних послуг;
- виявити фактори, що впливають на розвиток туристичної індустрії за регіонами світу;
- визначити перспективні напрямки розвитку туристичної індустрії, з урахуванням сучас-

них тенденцій регіоналізації світового туристичного ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. 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. Глобалізація в туристичній галузі проявляється в двох основних формах – зростанні кількості туристичних напрямів та збільшенні дальності туристських поїздок. 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 й розвитку регіонів [6].

В умовах глобалізації та регіоналізації світової економіки можна виділити такі особливості розвитку ринку туристичних послуг:

- міжнародний поділ праці. Структура, практика та логіка сучасної глобальної економіки привела до появи нової концепції міжнародного поділу праці, яка сприяє не лише змінам балансу економічної сили між окремими країнами і регіонами внаслідок використання часткових переваг (географічне положення, дешевизна енергії, сировини чи робочих рук, доступ до ринків збуту, кваліфіковані кадри тощо), а й створює передумови для формування економічної, а пізніше і політичної багатополарності світу;

- інтернаціоналізація фінансів. Яскравими прикладами цього явища є введення єдиної європейської валюти й уніфікація світового валютного ринку, функціонування міжнародної банківської мережі, залежність фінансових систем багатьох країн від коливань на світовому фондовому ринку;

- нові інформаційні і технологічні системи. Нова глобальна інформаційно-спрямована економіка віддає перевагу здійсненню технологічних проривів у розвитку внаслідок впровадження ноу-хау-технологій, при цьому єдиний інформаційний простір робить кордони держав «прозорими», а процеси демократизації та глобалізації – незворотними;

- посилення конкурентної боротьби між новими індустріальними країнами і провідними промислово розвинутими державами;

- гомогенізація міжнародного споживчого ринку. Однією з причин є поширення масової культури, яка приносить моду на використання однакової продукції (автомобілі, побутова техніка, мобільні телефони, джинси, спортивне взуття, напої, засоби гігієни, іграшки тощо), споживання однакових видів послуг (ресто-

рани швидкого харчування, кінофільми, музика і література, розваги у нічних та комп'ютерних клубах, дискотеках, барах, туризм, який асоціюється з відпочинком на березі теплого моря), їх стандартизацію та проникнення в усі сфери життя і регіони світу [4].

- транснаціоналізація світового туристичного ринку. Діяльність ТНК підсилює взаємозв'язок і взаємозалежність внутрішніх і зовнішніх туристичних ринків окремих країн. У міжнародному туризмі процес глобалізації найкраще простежуються на прикладі сектора розміщення туристів, в якому ТНК набувають форми готельних мереж, або ланцюгів [7].

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 [2].

Важливими умовами розвитку світового ринку туристичних послуг є фактори позитивного та негативного впливу. Серед позитивних можна виділити такі:

- стабільність і відкритість політики та економіки;
- зростання суспільного багатства і доходів населення;
- скорочення робочого і збільшення вільного часу;
- розвиток транспорту, засобів комунікацій та інформаційних технологій;
- посилення урбанізації;
- побудова інтелектуального суспільства;
- заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму;
- спрощення та гармонізація податкового, валютного, митного, прикордонного та інших форм регулювання;
- стимулювання туризму для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів і малозабезпечених сімей шляхом надання пільг;
- сприяння розвитку індустрії пріоритетної туристичної діяльності.

До негативних факторів розвитку ринку туристичних послуг відносять:

- напруженість у міжнародних відносинах;
- нестабільність політики та закритість економіки;
- стагнація економіки та падіння добробуту населення;
- невпорядкованість туристичних ресурсів;
- нерозвинутість індустрії туризму;
- нераціональне використання культурно – історичної і культової спадщини й довкілля;
- низькій рівень доходів населення та нестача вільного часу;
- забруднення навколишнього середовища і екологічна небезпека;

– недооцінка ролі туризму в інтелектуалізації суспільства;

– відсутність ефективних стимулів інвестування розвитку індустрії туризму на рівні світових стандартів;

– недооцінка ролі туристичного бізнесу в наповненні бюджету. Таким чином, можна зробити висновок, що всі наведені фактори, мають важливе значення для формування та функціонування пріоритетних напрямів розвитку світового ринку туристичних послуг [3].

Згідно з даними, поданими в останньому випуску Барометра міжнародного туризму ЮНВТО, у 2015 році кількість міжнародних туристичних прибуттів збільшилася на 4,4% і становила в цілому 1 184 млн. Це означає, що порівняно з 2014 роком в минулому році приблизно на 50 млн більше туристів здійснили подорожі за міжнародними туристичними напрямками у всьому світі. У 2015 році, вже шостий рік поспіль, починаючи з посткри-

зового 2010-го темпи зростання міжнародних прибуттів перевищували середній рівень, і щороку цей показник зростав на 4 і більше відсотків (рис. 1).

У цілому попит на ринку був високим, хоча результати туристичних напрямів виглядають неоднозначно внаслідок надзвичайно різких коливань валютних курсів, падіння цін на нафту та інші сировинні товари, в зв'язку з чим зросли наявні доходи в країнах-імпортерах, але скоротився попит в країнах-експортерах, а також внаслідок зростання стурбованості з приводу безпеки і захисту людей. Проте, незважаючи на різну динаміку туристичних прибуттів по регіонах, досі зберігається сформована раніше структура міжнародного туристичного ринку. Найбільшим учасником міжнародного туристського обміну є Європейський регіон. За ним слідує регіон Південно-Східної Азії і Тихого океану і Америки (Північна, Центральна і Південна) (рис. 2) [3].

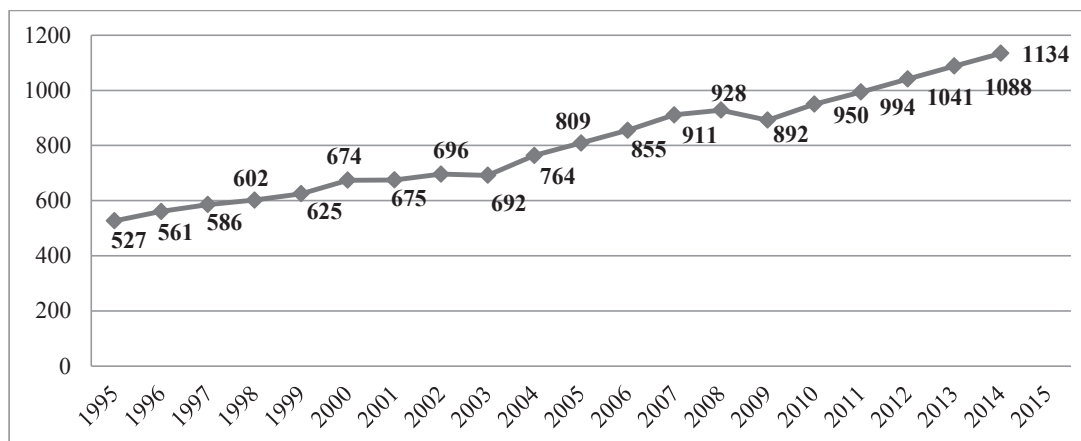


Рис. 1. Динаміка міжнародних туристичних прибуттів за 1995–2015 роки, млн осіб [9]

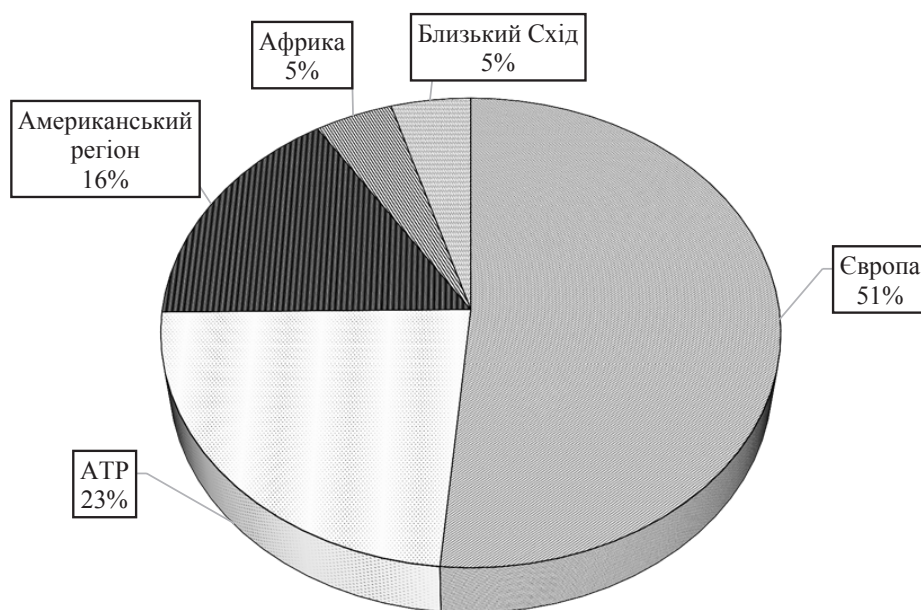


Рис. 2. Структура міжнародних туристичних прибуттів за регіонами [8]

У розбивці за регіонами у 2015 році темпи зростання в Європі, Американському та Азіатсько-Тихоокеанському регіонах становили близько 5%. Кількість прибуттів на Близький Схід зросло на 3%, тоді як в Африці, згідно з обмеженим наявними даними, цей показник, за оцінками, скоротився на 3% головним чином внаслідок слабких результатів Північної Африки, на яку припадає більше однієї третини прибуттів у регіоні (табл. 1).

Європа (+5%) була лідером за темпам зростання в абсолютному і відносному вираженні, чому сприяло ослаблення позицій євро до долара США і інших основних валют. Кількість прибуттів до Європи досягло 609 млн, що на 29 млн більше, ніж у 2014 році. Центральна і Східна Європа (+6%), після скорочення числа прибуттів в минулому році, відновила свої позиції. У Північній Європі (+6%), Середземноморській Європі (+5%) і Західній Європі (+4%) також були зареєстровані хороші результати, особливо з огляду на те, що вони є давно сформованими турнапрямами.

Відносна втрата домінуючого положення Європи в туризмі зумовлена:

– старінням туристичного продукту південноєвропейських країн (Греція і Італія);

– високими цінами на туристичні продукти в північноєвропейських країнах (Великобританія, Швеція);

– соціально-економічними та етнічними проблемами в східноєвропейських країнах;

– ростом популярності туристичних маршрутів країн Південно-Східної Азії. [5]

Характерною рисою туристичного ринку є значний вплив на нього психологічних та соціокультурних чинників, результатом чого є зміни у структурі попиту на туристичні послуги, що приводить до значних зрушень у регіональній структурі світового ринку туристичних послуг. Структурні зрушення, що відбуваються на світовому ринку туристичних послуг, характеризуються збільшенням частки країн Східної Азії та Тихоокеанського регіону у світових туристських прибуттях, яке відбувається внаслідок значного зменшення відповідного показника у країнах американського регіону, а також в Європі [1]. Так, в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (+5%) в минулому році число міжнародних туристських прибуттів зросло на 13 млн і досягло 277 млн, Хоча результати турнапрямів були нерівнозначними. Лідерство за темпами росту належить Океанії (+7%) і Південно-східній Азії (+5%), водночас в Південній Азії і Північно-Східній Азії приріст становив 4%.

Таблиця 1

Міжнародні туристичні прибуття за 2000–2015 роки [9]

	Міжнародні туристичні прибуття, млн осіб						Частка ринку (%) (%), 2015	Зміни	
	2000	2005	2010	2013	2014	2015		14/13	15/14
Усього в світі	674	809	950	1 088	1 134	1 184	100	4,2	4,4
Європа	386,4	453,2	489,4	566,8	580,3	609,1	51,4	2,4	5,0
Північна Європа	44,8	59,9	62,8	67,2	70,8	75,3	6,4	5,3	6,3
Західна Європа	139,7	141,7	154,4	170,8	174,5	180,9	15,3	2,2	3,7
Центральна/Східна Європа	69,6	95,3	98,9	127,8	120,1	127,8	10,8	-6,0	6,4
Південна/Середземноморська Європа	132,6	156,4	173,3	201,0	214,9	225,1	19,0	6,9	4,8
АТР	110,3	154,0	205,4	249,9	264,4	277,0	23,4	5,8	4,8
Північно-Східна Азія	58,3	85,9	111,5	127,0	136,3	142,3	12,0	7,3	4,4
Південно-Східна Азія	36,3	49,0	70,5	94,3	97,3	102,2	8,6	3,0	5,1
Океанія	9,6	10,9	11,4	12,5	13,2	14,2	1,2	6,0	7,3
Південна Азія	6,1	8,2	12,1	16,0	17,6	18,3	1,5	10,1	4,2
Американський регіон	128,2	133,3	150,2	167,6	181,7	190,7	16,1	8,4	4,9
Північна Америка	91,5	89,9	99,5	110,2	120,9	126,2	10,7	9,7	4,4
Країни Карибського басейну	17,1	18,8	19,5	21,1	22,2	23,8	2,0	5,0	7,4
Центральна Америка	4,3	6,3	7,9	9,1	9,6	10,3	0,9	5,6	7,1
Південна Америка	15,3	18,3	23,2	27,2	29,1	30,3	2,6	7,1	1,3
Африка	26,2	34,8	50,4	54,7	54,9	53,1	4,5	0,3	-3,3
Північна Африка	10,2	13,9	19,7	20,7	20,4	18,8	1,6	-1,4	-7,8
Регіон пустелі Сахара	16,0	20,9	30,8	34,0	34,4	34,2	2,9	1,4	-0,6
Близький Схід	22,4	33,7	54,7	49,1	52,4	54,1	4,6	6,7	3,1

Кількість міжнародних прибуттів в Американський регіон (+5%) збільшилася на 9 млн і становила 190,7 млн осіб, що сприяло закріпленню високих результатів 2014 року. Підвищення курсу долара США стимулювало виїзний туризм зі Сполучених Штатів Америки та сприяло країнам Карибського басейну і Центральної Америки (7% приріст в кожному з цих регіонів). Результати Південної Америки та Північної Америки (по +4%) були близькі до середніх показників.

Деяко нижча частка туристських прибуттів у ньому пояснюється не зниженням туристичної привабливості Америки, а швидшим темпом розвитку туристичної індустрії в інших макрорегіонах. Цей регіон характеризується наявністю більшості видів рекреаційних ресурсів, розвинутою інфраструктурою. Проте Південна Америка також має нестабільну політичну ситуацію в країнах, а природні катаклізми у США (урагани, повені) сприяють зниженню частки туристських прибуттів [5].

Кількість міжнародних туристських прибуттів на Близький Схід зросла на 3% і становила в цілому 53 млн, що сприяло процесу відновлення туризму, яке розпочалося в 2014 році.

Обмежені наявні дані по Африці (52 млн прибуттів) вказують на скорочення числа міжнародних прибуттів на 3%. У Північній Африці кількість прибуттів знизилася на 8%, а в країнах Африки на південь від Сахари – на 1%, хоча в другій половині року в країнах Африки на південь від Сахари відновилася тенденція позитивного зростання. При цьому частка країн Африки й Близького Сходу залишається незначною, що пояснюється нерозвиненістю туристичної інфра- та супраструктури і неможливістю забезпечення достатнього рівня безпеки туристам. Саме цим чинником пояснюється і переважання у структурі туристських прибуттів та валютних надходжень промислово розвинених і нових індустріальних країн над країнами, що розвиваються, та країнами з перехідними економіками [1].

За прогнозами ЮНВТО, до 2020 року очікується туристичний бум: кількість міжнародних туристських прибуттів досягне 1,6 млрд осіб, із них 1,2 млрд припадатимуть на внутрішньорегіональний туризм, а 0,4 млрд складуть поїздки на дальні відстані.

Згідно з прогнозами, темпи зростання Азійсько-Тихоокеанського, Близькосхідного і Африканського регіонів перевищать 5% за рік у середньорічних темпах зростання у світі 4,1%. Припускається, що темпи зростання на найбільш розвинутих напрямках Європейського і Американського регіонів будуть нижчі середніх світових. Європа збереже позиції лідера за міжнародними прибуттями, незважаючи на те, що її частка в 2020 році знизиться.

Аналіз сукупних показників туристичних прибуттів по регіонах показує, що до 2020 року трьома провідними регіонами, що приймати-

муть, будуть Європейський (717 млн осіб), Азійсько-Тихоокеанський (397 млн осіб) та Американський (282 млн осіб).

Таким чином, беручи до уваги прогнози ЮНВТО та проаналізувавши міжнародний ринок туристичних послуг, можна визначити такі тенденції розвитку туризму до 2020 року:

- у Європі потрібно буде витримувати жорстку конкуренцію за прибутки від туризму, що, у свою чергу, буде вимагати від європейської індустрії туризму підвищення якості наданих послуг;

- кількість поїздок буде збільшуватися через міжконтинентальні подорожі з Європи в Америку, Азію й Океанію;

- використання повітряного транспорту буде розширюватися швидше завдяки збільшенню кількості зручних прямих рейсів;

- у міру все більш активного впровадження комп'ютерних систем бронювання будуть зменшуватися строки бронювання;

- найбільш активними туристами будуть дві вікові групи: люди літнього віку та молодь;

- продовжуватиме зростати попит на туризм, пов'язаний із відвідуванням визначних пам'яток культури, а також з активним відпочинком;

- стан навколишнього середовища стане одним із головних чинників у притягненні туристів, особливо в сільських і приморських районах;

- географія ж міжнародного туризму буде визначатися пріоритетним для туристів факторами привабливості тих чи інших регіонів, країн. Надалі основним джерелом задоволення туристичних потреб буде природний потенціал;

- відбуватиметься тягіння до незайманої природи, що асоціюється з поняттям краси, і у зв'язку із цим розвиватиметься насамперед екологічний туризм;

- розвиток нетрадиційних (екстремальних) видів туризму, поширення індивідуальних туристських подорожей, розвитком елітарного (мисливського, наукового, конгресного), космічного туризму [8].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Отже, ми встановили, що сучасними тенденціями розвитку міжнародної туристичної діяльності є:

- формування глобального ринку туристичних послуг;

- транснаціоналізація туристичного ринку;

- розширення доступу країн, що розвиваються, до міжнародних туристичних відносин;

- високий динамізм;

- подальша монополізація ринку;

- інформатизація світового ринку туристичних послуг;

- підвищення вимог до якості як наслідки зростаючої конкуренції на світовому ринку;

- посилення взаємозв'язків світового ринку туристичних послуг з іншими ринками (нерухомості, капіталу, робочої сили, інновацій).

Аналіз розвитку світового туристичного ринку дає змогу зробити висновок, що міжнародний туризм розвивається разом з іншими сторонами міжнародного життя, реагуючи на суспільно-політичну та соціально-економічну ситуацію. Цим зумовлена нерівномірність розвитку туристичної індустрії та суттєві регіональні особливості розвитку. У 2015 році в умовах нестійкої світової економічної кон'юнктури всі регіони і субрегіони досягли позитивних результатів. Найбільша кількість прибуттів простежується в Європейському регіоні

(більше половини), за ним слідують регіони Південно-Східної Азії і Тихого океану і Америки. При цьому очікуються трансформація регіональної структури світового туристичного ринку, що обумовлено збільшенням частки Азійсько-Тихоокеанського регіону (прогнозується, що темп приросту перевищить 5%, що буде більше середньорічних показників у світі). Хоча Європа і збереже позицію лідера, проте її частка зменшиться до 45%. У цілому прогнозується поживлення міжнародної туристичної активності у всьому світі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дубенюк Я. Міжнародний туризм і світовий ринок туристичних послуг: сутність, суб'єкти, основні різновиди / Я. Дубенюк // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект: сборник научных трудов. – Донецк: ДонНУ, 2006. – С. 17–24.
2. Зайцева В. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі / В. Зайцева, О. Корнієнко // Вісник Запорізького національного університету. – 2012. – № 2 (8). – С. 55–65. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://web.znu.edu.ua/herald/issues/2012/FViS-2012-2/055-65.pdf>.
3. Мацука В. Закономірності та тенденції розвитку регіональних ринків туристичних послуг / В. Мацука, К. Осипенко // Вісник Маріупольського державного університету. Серія «Економіка»: збірник наукових праць. – Маріуполь: Новий світ, 2012. – Вип. 3. – С. 158–166.
4. Смаль В. Глобалізація: головні фактори та наслідки розвитку / В. Смаль, І. Смаль // Географія та основи економіки в школі. – 2005. – № 2. – С. 37–43.
5. Сорока І. Сучасні тенденції міжнародного ринку туристичних послуг / І. Сорока // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2012. – Вип. 111. – С. 266–273.
6. Ціхановська В. Тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах посилення глобалізаційних процесів / В. Ціхановська, С. Ковальчук // Глобальні та національні проблеми економіки – 2015. – № 7. – С. 86–89. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/issue-7-2015/15-vipusk-7-veresen-2015-r/1189-tsikhanovska-v-m-kovalchuk-s-ya-tendentsiji-rozvitku-svitovogo-rinku-turistichnikh-poslug-v-umovakh-posilennya-globalizatsijnikh-protsesiv>.
7. Юхименко П. Міжнародний менеджмент: [навч. посібник] / П. Юхименко, Л. Гацька, М. Півторак. – К.: Центр навчальної літератури, 2011. – 488 с.
8. Tourism Vision 2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unwto.org/facts/eng/vision.html>.
9. UNWTO World Tourism Barometer [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mkt.unwto.org/barometer>.