ТЕМА 2. СЕРЕДОВИЩЕ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЙОГО РОЗВИТКУ

2.1. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму

2.2. Процеси транснаціоналізації та глобалізації в міжнародному туризмі

2.3. Діяльність ТНК на світовому туристичному ринку

2.4. Прогноз розвитку міжнародного туризму.

2.1. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму

Імідж країни у світі та її роль у міжнародній торгівлі багато в чому визначаються

станом і рівнем конкурентоспроможності сфери міжнародного туризму. Останнім часом

міжнародний туризм став тією галуззю, роль якої у міжнародній економіці суттєво зросла

завдяки стрімкому розвитку. Поряд з розвитком сфери туристичних послуг істотне

піднесення також спостерігається й у тих секторах економіки, які відіграють важливу роль

у створенні інфраструктури міжнародного туризму, передусім це транспорт, готельноресторанне господарство, торгівля, зв’язок, інформаційно-комунікаційна сфера,

будівництво, сільське господарство, харчова промисловість, виробництво широкого

спектру непродовольчих товарів та ін. А це, у свою чергу, вплинуло на структурні зміни в

економіці. В окремих країнах туризм став основною галуззю економіки, що визначило

залежність її економічного становища від міжнародного туризму.

Масовий туризм став феноменом ХХ сторіччя завдяки його стрімкому розвитку, про

що свідчать дані зростання обсягів туристичних послуг і туристичних потоків.

Прискорений розвиток міжнародного туризму відбувся переважно у країнах, де були

створені належні економічні та організаційні умови.

Організаційний механізм міжнародного туризму слід розглядати як сукупність умов,

необхідних для забезпечення розвитку міжнародного туризму, та чинників, що на нього

впливають (рис. 2.1). Для розвитку міжнародного туризму необхідні певні умови та

розвинута матеріально-технічна база. Оцінюючи конкурентоспроможність країн на ринку

міжнародного туризму, досліджують та враховують:

- стан політико-правової бази регулювання сфери міжнародного туризму в країні;

- тенденції бізнес-середовища та розвиток туристичної інфраструктури;

- ресурсний потенціал.

Важливою умовою розвитку індустрії міжнародного туризму є політико-правове

середовище, що передбачає наявність певної правової основи, гарантування екологічної

стійкості та охорони навколишнього середовища, забезпечення належного рівня безпеки

та охорони, розвиток системи охорони здоров’я та гігієни, визнані на державному рівні

пріоритети розвитку сфери туризму. З точки зору міжнародного права відносини у сфері

міжнародного туризму за своєю природою є відносинами, ускладненими іноземним

елементом, унаслідок чого регулювання суто національних відносин у сфері туризму стає

неприйнятним і вимагає врахування міжнародної практики. З огляду на це, політикоправове середовище країни має забезпечувати належні умови для ведення бізнесу,

відповідати системі регулювання міжнародного та внутрішнього туризму з

урахуванням наявних міжнародних норм, сприяти спрощенню візових, митних,

прикордонних формальностей; забезпечувати належні конкурентні умови.

Останнім часом привабливість країни для туристів багато в чому визначається

природним середовищем. Це зумовлює необхідність підвищення уваги з боку держави до

контролю за використанням природних ресурсів, безпеки промисловості для

навколишнього середовища, інспектування екологічного стану.

Рисунок 2.1. Організаційний механізм функціонування міжнародного туризму

У світлі підвищення терористичних загроз, дестабілізації політичної обстановки у

світі, виникнення військових конфліктів забезпечення безпеки та охорони туристів

вимагає посилення ролі держави й удосконалення системи забезпечення безпеки туристів,

що також перебуває в полі правового забезпечення сфери міжнародного туризму.

Наявність належної системи охорони здоров’я, високий рівень комфорту та гігієни у

закладах туристичної індустрії – вагомий чинник конкурентоспроможності країни на

ринку міжнародного туризму.

 Необхідною умовою розвитку міжнародного туризму в країні є державне

регулювання та наявність програм, які б визначали пріоритети розвитку галузі. Від їх

забезпеченості належними ресурсами, зокрема людськими, фінансовими, матеріальними,

залежить ефективність функціонування сфери туризму.

Туризм – це індустрія, яка характеризується багатогранністю та комплексністю і

включає різні взаємопов’язані між собою види діяльності, тому про стан міжнародного

туризму свідчить розвиток туристичної інфраструктури, найбільш важливими складовими

якої є транспортна інфраструктура, туристична індустрія та індустрія гостинності, сфера

послуг.

Доступність до територій та швидкість пересування туристів багато в чому

визначаються розвитком повітряного, наземного, водного транспорту. Стрімкому

розвитку міжнародного туризму наприкінці ХХ сторіччя сприяв інтенсивний розвиток

повітряного транспорту, в результаті чого зросли як кількість, так й дальність мандрівок.

Авіаційні компанії, аеропорти, стан повітряного транспорту визначають потенціал

повітряних перевезень, який виражається в кількості та дальності польотів, чисельності

перевезених пасажирів. Саме розвинута інфраструктура авіаційного транспорту зумовлює

розвиток міжнародного туризму в регіоні. Важливе значення також має інфраструктура

наземного транспорту, що обумовлює масштабність та якість пересування як по країні,

так і за її межами. Інфраструктура наземного транспорту характеризується транспортною

доступністю до туристичних, культурних і бізнес-центрів; якістю доріг, розміщенням

залізниць і портів, вокзалів, розвитком придорожніх служб.

Розвиток туристичної сфери в країні визначається туристичною інфраструктурою,

яка включає передусім організаторів туризму (туроператорів і турагенції), а також готелі

та інші підприємства системи розміщення, підприємства ресторанного господарства,

заклади атракції і розваг. Існування туристичної сфери неможливе без організаторів

туризму. Саме вони є учасниками туристичного ринку, які формують туристичний

продукт і забезпечують його продаж, надають інші туристичні послуги. Комфортність

умов перебування зумовлюється розвитком індустрії засобів розміщення, основу яких

складає готельне господарство. Рівень матеріально-технічної бази об’єктів готельної

індустрії, розгалуженість та різноманітність мережі, якість обслуговування, забезпеченість

туристів сучасним житлом і побутовими послугами – вагома передумова розвитку

міжнародного туризму. Важливими складовими сучасної інфраструктури туризму є

фінансові установи, зокрема банки; автотранспортні підприємства та ін.

Своєрідним прискорювачем розвитку міжнародного туризму стали процеси

інформатизації суспільства та розвиток інформаційно-комунікаційних технологій.

Особливого значення для конкурентоспроможності країни на ринку міжнародного

туризму набувають інфраструктура інформаційно-комунікаційних технологій, розвиток

мережі Інтернет і доступність до неї, розробка та запровадження програмного

забезпечення, розвиток електронної комерції.

Для більшості мандрівників вирішальним став чинник цінової доступності. Вартість

туристичних путівок у цілому, а також ціни на проживання, проїзд, користування

окремими видами послуг зокрема визначають цінову конкурентоспроможність країни на

ринку міжнародного туризму. Важливим завданням стає пошук можливостей зниження

ціни (наприклад, завдяки оптимізації податкової політики тощо) і забезпечення належного

рівня співвідношення ціна/якість туристичних послуг.

Розвиток і привабливість туристичної сфери країни залежать від її ресурсного

потенціалу. Враховуючи специфіку туристичної послуги, яка виявляється у значній ролі

людини в процесі її надання, одним з визначальних чинників є людські ресурси.

Демографічна ситуація, середня тривалість життя, а також спроможність соціальної сфери

країни забезпечити належний рівень охорони здоров’я, освіти – все це характеризує

людський потенціал країни. Наявність висококваліфікованих кадрів у галузі міжнародного

туризму, доступність фахової освіти багато в чому сприяють її розвитку, запровадженню

нових знань і технологій, що виводить країну на якісно новий рівень у цій сфері.

Ще однією важливою складовою ресурсного потенціалу країни є природні ресурси.

Наявність природних об’єктів всесвітньої спадщини, розмаїття флори та фауни,

сприятливі кліматичні умови підвищують зацікавленість туристів до країни, а отже,

сприяють розвиткові міжнародного туризму в ній.

Поряд з природними ресурсами, уявлення про країну, її національні особливості

формують культурні ресурси. Багата культурна спадщина, фольклор, наявність історичних

пам’яток значною мірою стимулюють туристів до подорожей у ці країни.

Окремим чинником розвитку міжнародного туризму є відкритість кордонів.

Доступність до ринків, належна ефективність митного адміністрування та імпортноекспортних процедур, адміністративна прозорість кордонів, розвинута інфраструктура

цивільної авіації та наземного транспорту, доступність і якість транспортних послуг,

інформаційно-комунікаційна інфраструктура, політико-правове забезпечення

пересування, рівень охорони і безпеки характеризують високий рівень відкритості країни

для міжнародної торгівлі та розвитку міжнародного туризму.

Удосконалення туристичної інфраструктури, запровадження інновацій у сферу

міжнародного туризму потребують значних капіталовкладень. Тому на особливу увагу

заслуговує інвестиційне забезпечення міжнародного туризму в країні. Інвестиції у сферу

міжнародного туризму сприяють збільшенню ємності ринку, зростанню кількості

туристів і відвідувачів, покращують імідж країни та її конкурентоспроможність на

світовому ринку туристичних послуг.

У сукупності наявність і забезпечення окреслених умов є необхідними для розвитку

та функціонування міжнародного туризму в країні й сприяють реалізації його основних

функцій, серед яких виділяють економічну, соціальну, гуманітарну, оздоровчу,

пізнавальну, просвітню, комунікативну, розподільчу, творчу, екологічну тощо.

Проаналізувавши основні з них, перш за все – економічну, соціальну, пізнавальну,

комунікативну та екологічну, можна дійти висновку, що міжнародний туризм – складне,

багатоаспектне та комплексне явище, яке має велике значення для світу, країн і людини.

Туризм по праву вважається економічною категорією, оскільки сприяє виробництву

й реалізації широкого спектру послуг, створенню робочих місць, отриманню доходів,

розвитку інфраструктури та диверсифікації економіки країни. Виконуючи економічну

функцію, він забезпечує близько 3,8% світового ВВП безпосередньо і близько 11% – з

урахуванням непрямого впливу. Частка туризму у ВВП більшості країн коливається від

1% у високорозвинутих і диверсифікованих економіках до 10% у країнах з відносно

великим туристським сектором. Суттєвим є внесок міжнародного туризму і в платіжний

баланс країн. Використовуючи потенціал міжнародного туризму й здійснюючи його

ефективне державне регулювання, можна добитися оптимізації політики управління й

стабілізації платіжного балансу в країні. Розвиток міжнародного туризму суттєво впливає

на зайнятість населення, його мобільність. За даними СОТ, обслуговування одного

іноземного туриста в країні його перебування генерує в сукупності близько дев'яти

робочих місць. Кількість робочих місць у туризмі зростає в 1,5 раза швидше, ніж у будьякому іншому секторі економіки, до того ж кожні 2,5 секунди у сфері туризму

створюється нове робоче місце.

 Важливою є роль міжнародного туризму щодо виконання соціальної функції, яка

має два аспекти. З одного боку, розвиток міжнародного туризму вирішує проблеми

безробіття, підвищує рівень життя працівників цієї сфери, а з іншого – сприяє

задоволенню індивідуальних і колективних потреб, зокрема потреб у нових враженнях,

зміні місця перебування, а також наданню економічних благ і послуг відповідно до вимог

і бажань клієнтів. Великим є значення туризму й у відтворенні потенціалу людських

ресурсів. Надання можливостей для відпочинку, організації дозвілля, формування нових

зв’язків між окремими членами суспільства та цілими народами, отримання позитивних

вражень – усе це сприяє розвитку людини, покращенню її настрою, набуттю нею нових

сил і бажання для підвищення працездатності, поліпшення результатів своєї роботи.

Зміцнення міжнаціональних відносин допомагає у згладжуванні розбіжностей у способах

запобігання конфліктам у суспільстві. У цілому соціальний ефект від міжнародного

туризму виражається в раціоналізації вільного часу населення, розширенні світогляду,

розвитку духовних і фізичних здібностей, підвищенні культурного рівня. У взаємозв’язку

з соціальною функцією виявляється й гуманітарна функція міжнародного туризму, яку

можна розглядати як стимулятор розширення світогляду та інтелекту шляхом

забезпечення доступності до освіти й культурних надбань та цінностей у світовому

масштабі.

Оскільки пізнанням називається процес відображення, аналізу і відтворення

дійсності в мисленні; осмислення закономірностей об'єктивного світу, законів природи і

суспільства; сукупність набутих знань і досвіду, то саме туризм сприяє підвищенню

зацікавленості та прагнення людини до збагачення, пізнання в галузі історії, економіки,

природи, науки і культури, бажання ознайомитися з історичними, етнографічними,

природними та революційними пам'ятками, бойовими і трудовими традиціями різних

країн. Тим самим туризм виконує пізнавальну функцію.

Комунікативна функція туризму визначається як можливість учасників подорожі

спілкуватися один з одним у неформальній обстановці без виробничої субординації, без

огляду на соціальний стан, вік, національність, громадянство та інші ознаки, що

розділяють людей.

З погляду туристського сприйняття знайомство з районом подорожі – це не стільки

огляд певної території, природних та історико-культурних пам'яток, скільки знайомство з

новими людьми. І враження від конкретної подорожі –найчастіше це враження від

спілкування з ними.

Не можна залишити поза увагою й екологічну роль туризму. У процесі туристської

діяльності неминуче відбувається зміна навколишнього середовища. Проблеми його

охорони і поліпшення займають важливе місце в багатьох дослідженнях, хоча до

недавнього часу аналізу впливу туризму на навколишнє середовище приділялося мало

уваги, та й то лише в певних точках земної кулі або тільки окремим його видам. Вплив

туризму на навколишнє середовище може бути прямим, непрямим, спонукальним, а також

позитивним чи негативним. Позитивний вплив включає: охорону і реставрацію

історичних пам'яток, створення національних парків і заповідників, захист берегів і рифів,

збереження лісів і тощо [13]. При цьому частина доходів від міжнародного туризму може

спрямовуватися на захист навколишнього середовища, розвиток національних парків і

заповідників.

Реалізація функцій міжнародного туризму і забезпечення належних умов його

функціонування та розвитку відбуваються під впливом низки чинників: економічних,

соціальних, демографічних, науково-технічних, міжнародних, суспільної думки, які

потребують окремої уваги та дослідження.

У цілому має місце нерівномірний розвиток міжнародного туризму в країнах світу.

Як уже зазначалося, частка туризму у ВВП коливається від 1% у країнах з

високорозвинутою і диверсифікованою економікою до 10% у країнах з відносно великим

туристським сектором (Німеччина – 0,9%, США – 1%, Велика Британія – 1,9%, Іспанія –

4,2%, Австрія – 8,5%). Проте у багатьох малих країнах і країнах, що розвиваються, цей

показник перевищує середні значення (у деяких острівних державах туризм забезпечує

понад 50% ВВП: Антигуа – 58%, Багамські острови – 52%, Бермудські острови – 35%.)

Така занадто висока частка надходжень від туризму у ВВП говорить про уразливість

місцевих економік у разі зміни світової кон'юнктури [13]. Водночас є країни, перш за все

на пострадянському просторі, які мають потужний туристичний потенціал, але він майже

не використовується, внаслідок чого їх економічний та соціальний розвиток не набуває

необхідною сили. Основними причинами цього є нерозвинута інфраструктура туристичної

сфери та супутніх сфер послуг, складнощі митного контролю й несприятливий візовий

режим для іноземних туристів, низька інвестиційна активність у сфері туризму, проблеми

тіньової економіки, низький професіоналізм працівників у сфері туристичних послуг,

недостатній рівень якості туристичних послуг, економічна та політична дестабілізація,

недосконала правова забезпеченість галузі. За умов вирішення цих проблем інтерес

міжнародних туристів збільшуватиметься саме до цих країн, у тому числі з огляду на

цінову доступність туристичних послуг у них.

2.2. Процеси транснаціоналізації та глобалізації в міжнародному туризмі

Міжнародний туризм під впливом процесів глобалізації та інтеграції набуває

найдинамічнішого розвитку та стає одним із впливових чинників, від яких залежить

зростання економіки, підвищення конкурентоспроможності країни на світових ринках,

покращення добробуту населення. Під глобалізацією розуміється процес всесвітнього

економічного, політичного і культурного взаємного зближення і утворення

взаємозв’язків. Процеси глобалізації на туристичному ринку характеризуються зміною

технологій, інтернаціоналізацією ділової активності, модернізацією транспортної

інфраструктури, створенням механізму регулювання.

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, більш глобального – про перехід до наступного

ступеня розвитку світового співтовариства – постіндустріального типу суспільства, що

відзначається провідними позиціями сфери послуг та інформаційних технологій у

системі створення валового національного продукту, зовнішньої торгівлі окремої країни

та відповідно міжнародної торгівлі в цілому.

Розвиток ринку міжнародних послуг є одним із проявів глобалізації. Він охоплює

значний сектор світової економіки. Під впливом розгортання процесів інтеграції та

глобалізації, що відбуваються в сучасному світовому господарстві, ця тенденція стала

характерною для більшості країн світу. Як показує практика, сфера послуг є однією з

найважливіших і швидкозростаючих складових світової економіки. Так, у розвинених

країнах світу частка сфери послуг у структурі ВВП перевищує 70%, у ній зайнято понад

60% робочої сили.

Протягом останніх трьох десятиліть ХХ ст. обсяг світового експорту послуг

збільшився у двадцять два рази і продовжує зростати. За статистикою ЮНКТАД, частка

комерційних послуг у світовій торгівлі в 1980 р. становила 16,2%, у 2005 р. – 19,4%, а до

2015 р., за оцінками фахівців, здатна досягти 25 – 30%.

Світовий ринок як економічна категорія являє собою систему взаємовідносин між

країнами світу в різних сферах суспільного життя, які ґрунтуються на матеріальному

інтересі. Головною зовнішньою ознакою існування світового ринку є міжнародна

торгівля, тобто система відносин з приводу обміну товарами, технологіями, послугами

між країнами.

Захист сфери послуг не можна забезпечити заходами на кордонах через

нематеріальний характер послуг, а також тому, що небагато операцій з послугами

пов’язано з перетинанням кордонів.

Міжнародна торгівля послугами протягом тривалого часу залишалася поза увагою

представників економічної науки у світі. Обіг у цій сфері був незначним, і проблеми,

пов’язані з його регулюванням, не були чимось серйозним. У структурі міжнародної

торгівлі послугами переважали такі види діяльності, як транспортні послуги, банківські і

страхові операції, поштовий і телеграфний зв’язок, туризм. Кожна держава визначала

порядок функціонування сфери послуг у межах своїх кордонів, а зовнішньоекономічні

зв’язки достатньо успішно регламентувалися спеціальними міжнародними правилами і конвенціями.

Сьогодні міжнародна торгівля послугами набуває все більшого значення і стає

предметом уваги з боку провідних спеціалістів світу. Зазвичай, міжнародну торгівлю

послугами розглядають невідривно від міжнародної торгівлі товарами, а під

міжнародною торгівлею розуміють торгівлю як товарами, так і послугами. Проте поняття

послуги є більш багатогранним, ніж поняття товару.

Головними характеристиками послуг є те, що їх не можна, на відміну від товарів,

побачити і відчути на дотик; вони не піддаються збереженню; торгівля послугами

пов’язана з їх виробництвом; експорт послуг означає надання послуги іноземцю, тобто

не резиденту, навіть якщо він знаходиться на митній території країни.

Глобалізація є новим етапом розвитку світу, який характеризується різким

прискоренням темпів інтернаціоналізації усіх сфер суспільного життя. Глобалізаційні

процеси мають вагомі підстави, аби привести до утворення нової суспільно-політичної

формації – глобалізму. Підставою для такого висновку є те, що глобалізація вже призвела

до формування специфічних виробничих відносин, нових технологічних систем і

способу виробництва загалом.

Світове господарство на початку ХХІ ст. постає як неподільне глобальне ціле, в

якому постійно відбуваються різнопланові й різноякісні процеси. Глобалізацію світового

господарства зумовили такі взаємопов’язані фактори:

– міжнародний поділ праці: структура, практика та логіка сучасної глобальної

економіки привели до появи нової концепції міжнародного поділу праці, яка не лише

сприяє змінам балансу економічної сили між окремими країнами і регіонами за рахунок

використання часткових переваг (географічне положення, дешевизна енергії, сировини

чи робочих рук, доступ до ринків збуту, кваліфіковані кадри тощо), а створює

передумови для формування економічної, а пізніше – і політичної багатополярності

світу;

– інтернаціоналізація фінансів: яскравими прикладами цього явища є

запровадження 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 інформаційноорієнтована економіка надає перевагу здійсненню технологічних проривів у розвитку за

рахунок упровадження ноу-хау-технологій, при цьому єдиний інформаційний простір

робить кордони держав «прозорими», а процес глобалізації – незворотним;

– посилення конкурентної боротьби між новими індустріальними країнами і

провідними промислово розвиненими 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 (ресторани швидкого харчування,

кінофільми, музика і література, розваги у нічних і 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.

2.3. Діяльність ТНК на світовому туристичному ринку

Остання чверть ХХ і початок ХХІ ст. пройшли під знаком прискореного розвитку

туризму, що перетворило його на глобальне за масовістю, формами і технологіями

організації відпочинку явище. Незважаючи на планетарний 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.

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.

У туризмі вихід компанії за межі державних кордонів 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.

У міжнародному туризмі процес глобалізації найкраще простежуються на прикладі

сектора розміщення туристів, в якому ТНК набувають форми готельних мереж, або

ланцюгів.

ТНК перейшли від конкурентної боротьби до політики співпраці та реалізації

спільних проектів. Ця тенденція знаходить вияв у створенні глобальних союзів

корпорацій.

Головна мета таких коаліцій полягає в об’єднанні фінансових, науково-технічних і

людських ресурсів різних фірм для досягнення переваг у конкурентній боротьбі чи для

реалізації спільних програм і проектів шляхом співпраці. Буде помилкою твердити про

повне припинення конкурентної боротьби між виробниками чи продавцями

туристичного продукту. Глобальні союзи укладаються між американськими,

європейськими, американсько-європейськими, японськими ТНК для зміцнення власної

фінансової незалежності та конкурентоспроможності. Дії таких союзів спрямовані проти

небезпечних суперників із високорозвинених та нових індустріальних країн.

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.

Найбільш відомими серед таких систем є «Амадеус» та «Галілео», які присутні і на

українському ринку транспортних і туристичних послуг.

Одним із важливих завдань української індустрії туризму має стати як створення

власної подібної комп’ютерної системи, так і активізація інтеграції до існуючих світових

мереж бронювання.

Окрім глобальних союзів, яким притаманна зміна відносин власності, виникають

стратегічні альянси, що формуються лише на домовленостях сторін і не зачіпають

майнових питань. Формування стратегічних альянсів в індустрії туризму має на меті

створення єдиної системи збуту туристичного продукту шляхом просування на ринку

товарного знака (марки) і розподілу фінансового ризику. За оцінками фахівців, альянси

стануть основою стратегії розвитку готельних компаній у ХХІ ст.

Найбільшою мірою глобалізація торкнулася цивільної авіації. Провідні авіакомпанії

світу надають перевагу створенню стратегічних альянсів із конкурентами свого рівня,

аби обмежити ринкові можливості дрібніших перевізників.

Для індустрії туризму головною площиною взаємодії є угоди між

авіаперевізниками, які стосуються заохочувальних програм для постійних клієнтів. Вони

спрямовані на закріплення пасажирів за певним перевізником шляхом надання їм

суттєвих знижок. Це перешкоджає переходу пасажирів до інших авіакомпаній.

Наприкінці 90-х років налічувалося більше 350 альянсів авіакомпаній і

спостерігалася чітка тенденція до їх збільшення. При цьому одна і та ж компанія може

бути членом кількох альянсів. Найбільшими взаємовигідними об’єднаннями

авіаперевізників є «Стар Альянс» та «Уануорлд». Кожне із цих об’єднань обслуговує до

180 млн. пасажирів за рік.

Проявом глобалізаційних процесів у туризмі є здійснення спільних проектів, які

передбачають залучення природних, культурно-історичних і матеріально-технічних

ресурсів кількох країн. Наприклад, реалізація екотуристичного проекту «Світ Майя»

передбачає участь у ньому майже всіх країн Центральної Америки.

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, й

розвивати альтернативні види туризму: екологічний, науковий, сільський,

пригодницький тощо. З іншого – 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.

Пандемії інфекційних захворювань разом із несприятливими природними умовами

та соціально-економічною відсталістю унеможливлює інтенсифікацію розвитку

міжнародного туризму у багатьох країнах Африканського континенту. Поширення

атипової пневмонії протягом 2002 – 2004 років завдало мільярдних збитків індустрії

туризму Канади, Китаю, Тайваню, Сінгапуру і всьому південно-східному регіону Азії.

Нових форм і можливостей, пов’язаних з процесами глобалізації, розвитком

світових інформаційних, економічних і фінансових зв’язків, набуває міжнародний

тероризм.

Експерти вважають, що в ХХІ ст. головна мета терористів – заподіяти якомога

більшу шкоду здоров’ю і життю людей. Туреччина, Єгипет, Ізраїль, Індонезія, Філіппіни,

США, Іспанія, Росія, Франція, Великобританія – далеко не повний перелік країн, які

відчули на собі наслідки терористичних актів, а нині вони належать до терористичнопотенційних, що утримує певну частину латентних туристів від подорожей як з них, так і

до них.

Міжнародний тероризм ставить під загрозу розвиток туризму, що змушує

урядовців, менеджерів і маркетологів шукати вихід із загрозливої ситуації. Посилення

заходів безпеки – логічний і традиційний крок. Поширеним явищем є рекламні акції, в

яких проглядається спроба завуалювати потенційні проблеми чи намагання

переорієнтуватися на новий споживчий ринок.

2.4. Прогноз розвитку міжнародного туризму.

У регіональному розрізі туризм еволюціонує в кількох площинах: просторовій або

територіальній, соціально-економічній, психологічній.

Просторовий розвиток унаочнює цикли еволюції туристичних територій – розвиток

туристичних територій у просторі і часі: початкова стадія включає пробну експлуатацію і

поступове залучення ресурсного потенціалу; стадія розвитку розпочинається з моменту

відкриття даної території для масового туристичного використання; стадія консолідації,

або зміцнення, настає з часу активного розвитку масового туризму й інтенсивного

використання ресурсного потенціалу; стадія стагнації розпочинається із досягненням

максимально можливого рівня ємності як природних комплексів, так і інфраструктурних

об’єктів і втратою новизни на ринку массового туризму. Розвиток може продовжуватися

двома шляхами: спад, який супроводжується поступовим згасанням інтенсивності

рекреаційно-туристичних процесів, або відродження – у разі появи нового туристичного

продукту і переоцінки місця та ролі території на регіональному чи глобальному

туристичному ринку.

Психологічні особливості контактів між представниками місцевих громад і

туристами, в основу яких покладено уявлення про неминучість спілкування місцевого

населення з приїжджими і необхідність контролю над цим спілкуванням, як і в

попередніх випадках, дають підстави стверджувати про еволюційний характер даного

процесу і виокремити кілька стадій реакції місцевих мешканців як на туристів, так і на

розвиток туристичної індустрії у межах конкретного регіону:

– початкова стадія, на якій формуються хороші стосунки між місцевим населенням

і туристами, а туризм сприймається як економічне благо;

– повна формалізація контактів із туристами, де місцеві мешканці стереотипно

розглядають туристів лише як джерело прибутків, а туризм перетворюється в один із

видів господарської діяльності;

– місцеве населення починає сумніватися в користі туризму: виникають поодинокі

конфлікти з туристами;

– усі соціальні і особисті проблеми місцеві мешканці пов’язують із туризмом;

– конфлікти між місцевим населенням і туристами набувають системного

характеру.

Швидкість переходу від однієї стадії до іншої залежить від інтенсивності розвитку

туризму в країні чи регіоні, загального культурного рівня туристів та особливостей

місцевого культурного середовища.

На основі докладу Всесвітньої туристичної організації «Туризм: панорама 2020»

розглянемо та проведемо оцінку довгострокового прогнозу розвитку світового туризму

на перші 20 років нового тисячоліття.

Основне завдання доповіді «Туризм: панорама 2020» полягає у створенні

кількісних прогнозів (охоплює 25-річний період, починаючи з основного 1995 р.) на 2010

і 2020 роки.

Фахівці Всесвітньої туристичної організації визначили п’ять найперспективніших

видів туризму у ХХІ ст.:

1) круїзи – один із найперспективніших та бурхливо зростаючих видів туризму.

Якщо на початку 1980 р. кількість «круїзних» туристів складала 1,5 млн. осіб, то нині –

10 млн., і їх кількість постійно зростає;\_\_

2) пригодницький туризм – для любителів гострих відчуттів. Постійно зростає

попит на сходження на найвищі вершини світу та екскурсії по морських глибинах;

3) культурно-пізнавальний туризм – активно розвиватиметься в Європі, Азії,

Близькому Сході, відповідно, зросте значення охорони пам’яток культури;

4) діловий туризм – набув активного розвитку нині і розвиватиметься і в

майбутньому, що пов’язано зі швидкими темпами розвитку світової економіки,

поглибленням політичних та економічних зв’язків між різними державами світу;

5) космічний туризм – за даними американських фахівців, забезпечить щорічний

дохід у розмірі 10 млрд. дол. США.

За прогнозами ЮНВТО, до 2020 р. 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 (рис. 2.2).

Згідно з прогнозами, темпи росту Азійсько-Тихоокеанського, Близькосхідного і

Африканського регіонів перевищать 5% за рік при середньорічних темпах росту в світі

4,1%. Припускається, що темпи зростання на найбільш розвинутих напрямках

Європейського і Американського регіонів будуть нижчі середніх світових. Європа

збереже позиції лідеру за міжнародними прибуттями, незважаючи на те, що її доля в

2020 р. знизиться з 60% до 46%.

Аналіз сукупних показників туристичних прибуттів по регіонах показує, що до

2020 р. трьома ведучими приймаючими регіонами будуть Європейський (717 млн. осіб),

Азійсько-Тихоокеанський (397 млн. осіб) і Американський (282 млн. осіб).

Розвиток туризму на далекі відстані буде розвиватися швидше, ніж

внутрішньорегіональний, і в період 1995 – 2020 років темпи його росту складе 5,4%, в

той час як темпи росту внутрішньорегіонального – 3,8%.

Рис.2.2. Міжнародні туристські прибуття за туристичними регіонами світу, 1950-

2020 років

Відповідно, співвідношення між внутрішньорегіональним туризмом і туризмом на

далекі відстані зміняться, і якщо в 1995 р. воно складало приблизно 82:18, то в 2020 р.

воно приблизиться до 76:24.

Здійснюють подорожі по світу з туристичними цілями перш за все мешканці

індустріально розвинутих країн. Так, основні споживачі закордонних готельнотуристичних послуг у Європі – громадяни Німеччини, Великобританії, Італії, Франції,

Нідерландів і Фінляндії; в Америці – США, Канади і Мексики; в Азії – Японії, Південної

Кореї і Сінгапуру.

За прогнозами ЮНВТО, очікується бурхливий розвиток виїзного туризму.

Найбільшими країнами-постачальниками туристичних потоків стануть Німеччина,

Японія, США, Китай, Великобританія Франція, Нідерланди, Канада, Росія, Італія.

Передбачається, що країною-лідером до 2020 р. по кількісті туристичних прибуттів

буде Китай і досягне 137,1 млн. осіб. Другим за популярністю туристичним напрямком

стануть США (102,4 млн. осіб), далі – Франція (93,3 млн. осіб), Іспанія (71,0 млн. осіб).

Щоденні витрати туристів, за винятком коштів на авіаперевезення, збільшаться до 5

млрд. дол. США на день.

До 2015 р. показник зайнятих у суміжних галузях з туризмом працівників виросте

майже до 270 млн. робочих місць (8,9%). Першою країною за кількістю зайнятого

населення залишатиметься Китай (78 594 тис. осіб), за ним йтиме Індія (26 078 тис.

осіб) та США (19 261 тис. осіб).

Таким чином, беручи до уваги прогнози ЮНВТО та проаналізувавши міжнародний

ринок туристичних послуг, можна визначити такі тенденції розвитку туризму до 2020 р.:

– у Європі потрібно буде витримувати жорстку конкуренцію за прибутки від

туризму,

що, в свою чергу, буде вимагати від європейської індустрії туризму підвищення

якості

наданих послуг;

– витрати на усі види подорожей і, у першу чергу, витрати на транспорт, будуть

збільшуватися швидше, аніж інші статті сімейного бюджету. Подорожі стануть більш

частими, але менш тривалими, тому що витрати на одну поїздку знизяться. У цілому ж

витрати на подорожі зростуть за рахунок споживання більш якісного відпочинку;

– число поїздок буде збільшуватися за рахунок міжконтинентальних подорожей з

Європи в Америку, Азію й Океанію;

– використання повітряного транспорту буде розширюватися швидше завдяки

збільшенню числа зручних прямих рейсів;

– в міру все більш активного впровадження комп’ютерних систем бронювання

будуть зменшуватися строки бронювання;

– найбільш активними туристами будуть дві вікові групи: люди літнього віку і

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 домінуючих 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 залишатиметься природний потенціал;

– відбуватиметься тяжіння до незайманої природи, що асоціюється з поняттям

краси, і

у зв’язку з цим розвиватиметься, насамперед, екологічний туризм;

– розвиток нетрадиційних (екстремальних) видів туризму, поширення

індивідуальних туристських подорожей, розвитком елітарного (мисливського, наукового,

конгресного), космічного туризму.