

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА І ЗМІНИ ГЕОЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ

УДК 339.9:338.48

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

10.30838/ P.ES.2224.271018.5.269

Дугінець Г.В., к.е.н.

Київський національний торговельно-економічний університет

В статті наведено результати дослідження особливостей розвитку міжнародного ринку туристичних послуг в умовах глобалізації. Визначено, що в умовах глобалізації цей ринок є одним з швидко зростаючих секторів світової економіки. В процесі дослідження визначено, що в сучасних умовах розвитку світової економіки відбувається переорієнтація туризму на зовнішній ринок, та відповідне поширення туристичних потоків не лише на території однієї країни, а й по всьому світу. Отримано висновок, що в XXI столітті спостерігається тенденція загального зростання питомої ваги в міжнародному туризмі країн з ринком, що формується, при тому що частка країн ЄС поступово знижується. Однією з основних особливостей розвитку міжнародного ринку туристичних послуг є: транснаціоналізація ринку, яка охопила всі сектори туристичної індустрії та інтенсивне використання інформаційно-комп'ютерних технологій та нових засобів персонального спілкування між користувачами мережі Інтернет. Доведено, що існуючі особливості розвитку міжнародного ринку туристичних послуг, спричиняють появу ряду питань, що потребують вирішення, таких як зростання конкуренції на ринку та екологічні проблеми. Отримано висновок, що включення країни у міжнародний ринок туристичних послуг надає стимулюючу дію на основні сектори економіки, та є одним з найбільш перспективних напрямів її структурної перебудови. Це актуалізує проведення подальших досліджень у цій сфері з метою формування українського сегменту на міжнародному ринку туристичних послуг.

Ключові слова: міжнародний ринок; туристичні послуги; глобалізація; транснаціоналізація; дестинація

UDC 339.9:338.48

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF THE INTERNATIONAL MARKET OF TOURIST SERVICES IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION

10.30838/ P.ES.2224.271018.5.269

Duginets G., PhD in Economics

Kyiv National University of Trade and Economics

The article presents the results of studying the characteristics of development of the international tourist services market in the conditions of globalization. It is determined that under these conditions, this market is one of the fast-growing sectors of the world economy. In the course of the research, it has been determined that in today's conditions of development of the world economy, tourism is re-orienting to the external market, with the corresponding expansion of tourist flows from within the territory of one country to worldwide destinations. It is concluded that in the 21st century, there is a tendency for a general increase in the share of international tourism in emerging market countries, while the share of the EU countries is gradually decreasing. One of the main features of the development of the international tourist services market is the transnationalization of the market, which embraced all sectors of the tourism industry and the intensive use of information and computer technologies and new means of personal communication. It is proved that the existing features of the development of international tourist services market lead to the emergence of a number of issues that need to be addressed, such as increased competition in the market and environmental problems. It is concluded that a country's inclusion in the international tourist services market has a stimulating effect on the main sectors of the economy, and is one of the most promising directions for the economy's structural adjustment. This makes further studies in this area relevant, with the end goal of forming Ukraine's segment in the international tourist services market.

Keywords: international market; tourist services; globalization; transnationalization; destination

Актуальність проблеми. Міжнародний ринок туристичних послуг в умовах глобалізації є одним з швидко зростаючих секторів світової економіки. Міжнародна торгівля туристськими послугами забезпечує державі прямі доходи у вигляді валютних надходжень та непрямі доходи за рахунок мультиплікативного ефекту туризму, стимулює диверсифікацію економіки, сприяє розвитку суміжних галузей. Країни, які залучають найбільшу кількість іноземних туристів та відповідно отримують значні доходи, як правило, мають високий рівень міжнародної конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг. Враховуючі це урядам країн важливо розуміти особливості розвитку міжнародного ринку туристичних послуг, ідентифікувати слабкі та сильні сторони національної туристичної галузі в порівнянні з конкурентами з метою ефективного визначення пріоритетних напрямків розвитку в цій сфері та покращення позицій туристські дестинації.

Аналіз останніх наукових досліджень. Результати дослідження особливостей та закономірностей розвитку міжнародного ринку туристичних послуг презентовано у публікаціях О. Булатової та Я. Дубенюк [1], А. Мазаракі та С. Мельниченко [10], О. Колесник [3],

О. Лютак [4] та інших. Втім високо оцінюючи вклад вищеназваних вчених і отримані ними результати дослідження, слід констатувати, що поглиблення глобалізації світового господарства на початку ХХІ століття питання ідентифікації особливостей розвитку міжнародного ринку туристичних послуг потребують подальшої деталізації.

Таким чином, **метою** дослідження є аналіз розвитку міжнародного ринку туристичних послуг з метою виокремлення його особливостей для подальшого обґрунтування напрямів для формування українського сегменту на цьому ринку.

Виклад основного матеріалу. Світова економіка вважається однією з основ функціонування сучасного суспільства, однією з умов, що дозволяють на матеріальній базі гуртувати різні нації і народи. Вона являє собою систему різних господарських, науково - технічних, виробничих, валютно - фінансових взаємозв'язків економік різних держав, засновану на інтернаціональному поділі праці. Сьогодні роль світової економіки неухильно зростає: і споживачі, і виробники кожної країни все ясніше відчують власну причетність до світового господарства, про що переконливо свідчать статистичні дані останніх років [11].

У сучасній економічній літературі тенденції розвитку світової економіки все частіше співвідносяться з таким поняттям, як «глобалізація». Саме завдяки глобалізації світової економіки відбувається переорієнтація туризму на зовнішній ринок, тим самим відбувається поширення туристичних потоків не тільки на території однієї країни, а й по всьому світу. У світовому сукупному експорті частка туристичних послуг становить 6%. До того ж Всесвітня туристична організація прогнозує стійке зростання галузі. Якщо в 2003 році було скоєно 700 млн турпоїздок за кордон, то в 2020 році цей показник може скласти 1,6 млрд [8]. Найбільше зростання відзначається в Східній Азії, але Європа й Америка також продовжують залишатися серед найпопулярніших країн, відвідуваних туристами. На туризм припадає приблизно 1/4 світового ринку послуг - 24% світового імпорту і 25% світового експорту [7]. За обсягом це можна порівняти лише з транспортними послугами, нерозривно пов'язаними з міжнародним туризмом. Третина світового ринку послуг розділена величезною кількістю інших видів послуг. Крім того, міжнародний туризм забезпечує близько 9% світового ВВП і 1/11 робочих місць у всьому світі [8], що підтверджує його значимість в соціально-економічному розвитку країн-учасниць світового туристичного ринку і окремих їх регіонів. В

Австралії, наприклад, економічний внесок туризму в значній мірі сприяє зростанню сукупного ВВП на 4% і зростання зайнятості на 6% кожен год [9].

Методологічною основою для класифікації форм міжнародної торгівлі послугами, однією з яких виступає міжнародний туризм, є Керівництво МВФ з платіжного балансу та міжнародної інвестиційної позиції [5, с.234-237]. В даний час діє 6-е видання цього посібника. Для позначення міжнародної туристської діяльності як форми міжнародної торгівлі послугами вказане Керівництво застосовує поняття «поїздки» (англ. - travel). Його допустимим перекладом на українську мову може бути подорожі або туризм, однак, щоб уникнути помилок необхідно уточнити, який зміст вкладається експертами міжнародних організацій поняття міжнародні туристичні послуги. В оплату цих послуг включають всі витрати, які несе фізична особа - резидент однієї країни, перебуваючи в поїздки за кордоном. Причому цілями даної поїздки може бути не тільки відпочинок, екскурсії, знайомство із зарубіжними пам'ятками, участь в розважальних і культурних заходах, тобто не тільки цілі, традиційні для туризму в побутовому розумінні цього слова. До міжнародного туризму відноситься також діловий туризм (відрядження), медичний туризм (поїздки з метою проходження лікування за кордоном), освітній туризм (поїздки з метою навчання), поїздки з метою відвідування родичів і знайомих за кордоном.

Особливістю міжнародної статистики, є те, що за статтею поїздки відображаються всі витрати фізичних осіб - резидентів країни в іншій країні, тобто як витрати на споживання власне послуг, так і на придбання товарів для особистого користування або для безоплатної передачі іншим особам (не для перепродажу).

Розглянемо, як міжнародний туризм представлений в структурі міжнародної торгівлі послугами і змінювався його питома вага в рамках зазначеної торгівлі, використовуючи для цього статистику СОТ. Відомо, що світовий обсяг експорту туристичних послуг в 2016 році досяг 1,205 трлн. дол. [11, с. 38]. У табл. 1 представлено співвідношення між окремими формами міжнародної торгівлі послугами, при цьому з розгляду виключений відносно невеликий обсяг торгівлі послугами, що надаються нерезидентам установами держсектору (наприклад, видача віз).

При цьому до інших комерційних послуг відносяться фінансові, телекомунікаційні, будівельні, комп'ютерні та інформаційні послуги,

торгівля ліцензіями на об'єкти інтелектуальної власності, послуги в сфері культури і відпочинку, інші бізнес-послуги (торгівля, аудит, консалтинг, юридичні, управлінські послуги, реклама, науково-дослідні, орендні, технічні послуги, послуги в сфері видобутку сировини тощо). Тож не дивно, що цей сектор послуг збільшував свою частку в міжнародній торгівлі протягом останніх півтора десятиліть. У той же час звертає на себе увагу деяке зниження питомої ваги туризму (поїздок) - з 32% в 2000 році до трохи більше 25% в 2016 році. Звичайно, таке скорочення спостерігається на тлі загального збільшення обсягів міжнародної торгівлі послугами в грошовому вираженні. Однак не можна також заперечувати і наявність негативного впливу на міжнародну туристичну діяльність певних подій в сфері міжнародної політики, що вплинули на безпеку багатьох дестинацій для міжнародних туристів.

Таблиця 1. – Структура міжнародної торгівлі комерційними послугами (експорт, % від загального обсягу)

№	Види послуг	2000	2005	2010	2014	2015	2016
1	Транспортні послуги	23,2	22,4	21,5	19,5	18,6	17,7
2	Туризм (поїздки)	32,0	26,6	24,8	24,4	24,7	25,1
3	Інші комерційні послуги		47,5	50,1	52,7	53,3	53,7
4	Послуги, пов'язані з рухом товарів	44,8	3,6	3,6	3,3	3,4	3,5

Джерело: складено автором за [11, с.123]

Розглянемо, які країни і регіони світу виступають основними експортерами та імпортерами туристських послуг, а також як змінилося їхнє положення за останні півтора десятиліття (рис. 1).

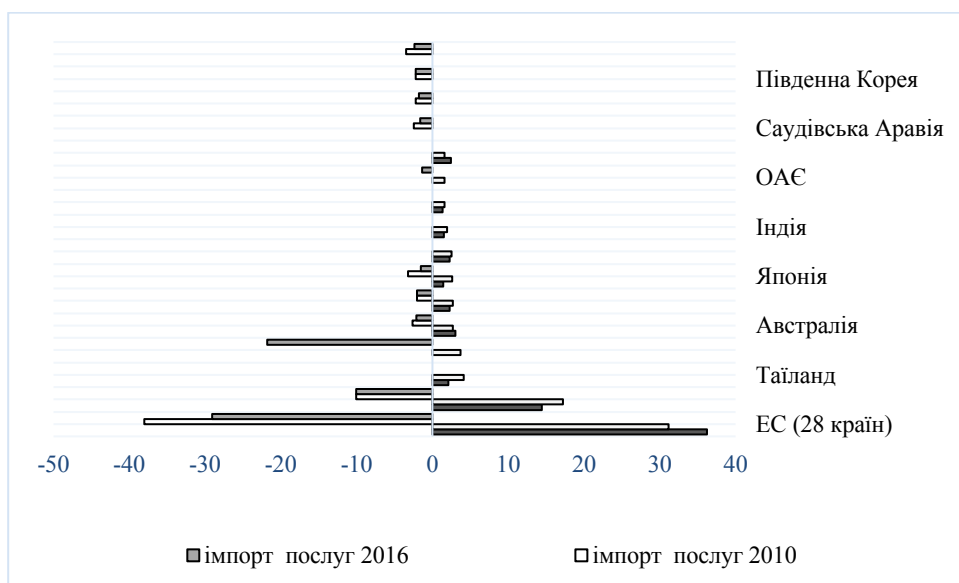


Рис 1. Провідні імпортери та експортери туристичних послуг (% від загального обсягу)

Джерело: складено автором за [11]

Звертає на себе увагу тенденція загального зростання питомої ваги в міжнародному туризмі країн з ринком, що формується. Наприклад частка Китаю в імпорті в 2000 році взагалі не враховувалася в міжнародній статистиці, а в 2016 році склала більше п'ятої частини від загальносвітового показника. Цікаво, що частка країн ЄС поступово знижується, що особливо помітно при аналізі динаміки імпорту туристичних послуг.

Фактори, що впливають на розвиток туризму, дуже багатогранні. Наявність позитивних факторів (економічна і політична стабільність в країні, розвинена туристична сфера тощо), призводить до переважання окремих регіонів і країни в цілому в світовому туризмі. Так, згідно з рейтингом Корпорації Mastercard "Global Destination Cities Index", в 2016 році найбільш відвідуваним містом світу став Бангкок, а в п'ятірку найпопулярніших країн увійшли Великобританія, Франція, ОАЕ, США і Сінгапур [11]. Відповідно, наявність негативних чинників, навпаки, знижує туристичні потоки.

На сьогоднішній день міжнародний туризм характеризується світовими масштабами, перетворившись в один з провідних соціально - економічних чинників світового розвитку. З іншого боку міжнародний ринок туристичних послуг постійно трансформується. Збільшується диверсифікація туристської діяльності, з'являються нові види туризму та нові ринки, які в найближчому майбутньому значно змінять географію інтернаціональних туристських потоків [11], закінчується період першості глобальних пакетних турів; розвивається ринок низькобюджетних перевезень, електронних систем бронювання; стрімко розвиваються інформаційні технології в туризмі. У контексті вирішення мети дослідження виділимо основні тренди становлення міжнародного ринку туристичних послуг.

В першу чергу, це поступальне зростання туристських прибуттів в світі. За даними ЮНВТО, в 2016 році було зафіксовано 1,23 млрд. міжнародних поїздок, що на 3,9% більше, ніж у 2015 році, тоді як в 1990 році ця цифра становила лише 438 млн. осіб [11]. Разом з тим, неможливо не відзначити негативний вплив на розвиток індустрії туризму таких факторів, як природні катастрофи, кризові явища в світовій економіці та політиці, загрози безпеки, пов'язані зі зростанням тероризму та екстремізму в світі. Подібні події відображаються тимчасовими спадами в динаміці туризму, проте в цілому вона продовжує залишатися

позитивною (більш детально див. [11]).

Наступною тенденцією є транснаціоналізація міжнародного ринку туристичних послуг, яка охопила всі сектори туристичної індустрії (більш детально див. [2]). У сфері розміщення та громадського харчування склалися готельні та ресторанні ТНК; виділився певний сектор туроператорів, які встановили тотальний контроль над головними ринками збуту турпродукту, а авіап перевезення виявилися розділені між провідними авіакомпаніями світу. Процеси транснаціоналізації знаходять вираз в інтернаціональному переплетенні приватних капіталів, посиленні взаємозв'язків між монополіями різних держав і в широкому розвитку ТНК в сфері туристичного бізнесу. Даний процес, в свою чергу, сприяє формуванню та поширенню міжнародних стандартів туристичного сервісу.

Також слід зазначити, що поширенню продажів туристичних послуг на міжнародному ринку сприяє інтенсивне використання інформаційно-комп'ютерних технологій, зростання використання нових засобів персонального спілкування між користувачами мережі Інтернет. Наприклад, у Франції, більше половини французького населення (51%) для бронювання готелів спочатку звертається безпосередньо до вебсайтів готелів, 41% роблять бронь через онлайніві агентства. Традиційні продажі через агентства складають всього 10%. При бажанні забронювати номер в готелі 51% французів спочатку відвідують вебсайт готелю, в якому вони хочуть зупинитися. Ті, хто користуються онлайнівими платформами для бронювання, складають 41%. Найвідоміші сайтом вважається Voyages-sncf.com (71%), самим менш відомим - Booking.com (44%). За проведеними опитуваннями 71% французів і 88% власників готелів розуміють важливу роль сайтів бронювання у подальшому розвитку туристичної індустрії Франції [6].

Зазначені особливості розвитку міжнародного ринку туристичних послуг, в свою чергу, спричиняють появу ряду питань, що потребують вирішення. Це, перш за все, зростання конкуренції на ринку, а також підвищена увага до проблем екології, що є наслідком та вимушеною відповіддю на транснаціоналізацію міжнародного ринку туристичних послуг.

Висновки та пропозиції. Підводячи підсумок проведеному дослідженню слід зазначити, що в епоху глобалізації змінюється структура і зміст туризму, формуються нові тенденції розвитку

міжнародного ринку туристичних послуг. Завдяки глобалізації світової економіки відбувається переорієнтація туризму на зовнішній ринок, тим самим туристичні потоки поширюються не лише на території однієї країни, а й по всьому світу. Включення країни у міжнародний ринок туристичних послуг надає стимулюючу дію на такі сектори економіки, як транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та є одним з найбільш перспективних напрямів структурної перебудови економіки. Тому подальші дослідження автора будуть спрямовані на обґрунтування напрямів для формування українського сегменту на цьому ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Булатова О.В., Дубенюк Я.А. Особливості транснаціоналізації світового туристичного ринку. Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. 2009. №13. С. 163-170.
2. Дугінець Г.В. Транснаціоналізація світового ринку туристичних послуг. Інфраструктура ринку. Електронний науково-практичний журнал. 2017. №. 9 С.123-127. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/9_2017_ukr/23.pdf
3. Колесник О.О. Оцінка інвестиційного забезпечення розвитку туризму в Україні. Економіка. Управління. Інновації. 2011. №2.
4. Лютак О.М. Тенденції сучасної транснаціоналізації туристичної індустрії в умовах глобалізації. Актуальні проблеми економіки. 2016. №. 10. С. 8-16.
5. Balance of payments and international investment position manual. Washington, D.C.: International Monetary Fund, 2009. [Електроний ресурс] URL: <http://www.imf.org/external/russian/pubs/ft/bop/2007/bopman6r.pdf>
6. Barboux A. Avec Voyages-sncf.com, la France n'a-t-elle pas déjà son géant du net? [Електроний ресурс] URL: <http://www.usine-digitale.fr/article/avec-voyages-sncf-com-la-france-n-a-t-elle-pas-deja-son-geant-du-net.N196043>
7. Data center. United Conference on Trade and Development. [Електроний ресурс]. URL: <http://unctadstat.unctad.org>.
8. Tourism – an economic and social phenomenon // World Tourism Organization. [Електроний ресурс]. URL: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>
9. Societies benefit from international tourism and business. To what extent do you agree or disagree? [Електроний ресурс] URL: <http://lang-8.com/435534/journals/1571252>
10. Ukrainian economy growth imperatives. Monograph: A. Mazaraki, S. Melnichenko G. Duginets et al.; edied by Anatolii A. Mazaraki. Prague: Coretex CZ SE, 2018. 310 p.
11. World Trade Statistical Review 2017. Geneva: World Trade Organization, 2017.

[Електроний ресурс] URL: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2017_e/wts2017_e.pdf

REFERENCES:

1. Bulatova, O.V. & Dubenyuk, Ya.A (2009). Osoblyvosti transnatsionalizatsii svitovoho turystychnoho rynku [Features of the transnationalization of the world tourist market] *Visnyk DITB – Herald DIBT (13-C)*, 163-170.
2. Duginets G.V. (2017) Transnatsionalizatsiia svitovoho rynku turystychnykh posluh. [Transnationalization of the world market of tourism services] *Infrastruktura rynku. – Market infrastructure. №. 9, 123-127*. Retrieved from: http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/9_2017_ukr/23.pdf
3. Kolesnik, O. O. (2011). Otsinka investytsiinoho zabezpechennia rozvytku turyzmu v Ukraini. [Assessment of investment support for tourism development in Ukraine] *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii – Economy. Management. Innovations*, (2).
4. Lutac, O. M. (2016). Tendentsii suchasnoi transnatsionalizatsii turystychnoi industrii v umovakh hlobalizatsii [Trends in modern transnationalization of the tourism industry in the context of globalization]. *Aktualni problemy ekonomiky – Actual problems of the economy*, (10), 8-16.
5. IMF (2009) Balance of payments and international investment position manual. Washington, D.C.: International Monetary Fund, Retrieved from: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/bop/2007/pdf/bpm6.pdf>
6. Barbaux A. (2013). Avec Voyages-sncf.com, la France n'a-t-elle pas déjà son géant du net? Retrieved from: <http://www.usine-digitale.fr/article/avec-voyages-sncf-com-la-france-n-a-t-elle-pas-deja-son-geant-du-net.N196043>
7. UNCTAD (2017) Data center. United Conference on Trade and Development. Retrieved from: <http://unctadstat.unctad.org>.
8. WTO (2017) Tourism – an economic and social phenomenon. World Tourism Organization. Retrieved from: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>
9. Societies benefit from international tourism and business. To what extent do you agree or disagree? Retrieved from: <http://lang-8.com/435534/journals/1571252>
10. Mazaraki, A., Melnichenko, S., Duginets G. et al. (2018) Ukrainian economy growth imperatives. Monograph. Edited by Anatolii A. Mazaraki. Prague: Coretex CZ SE.
11. WTO (2017) World Trade Statistical Review 2017. Geneva: World Trade Organization. Retrieved from: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2017_e/wts2017_e.pdf