

Ціхановська В.М.,*д.е.н., доцент,**професор кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
готельно-ресторанної справи та туризму,
Вінницький національний аграрний університет***Ковальчук С.Я.,***к.е.н., доцент,**доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
готельно-ресторанної справи та туризму,
Вінницький національний аграрний університет*

СВІТОВИЙ РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ: ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Анотація. У статті аналізуються фактори впливу на конкурентоспроможність туристичних послуг світового ринку; досліджуються темпи розвитку туристичної галузі та сукупність чинників, які впливають на розвиток міжнародного туризму. Показано роль транснаціональних корпорацій у формуванні та розвитку світового туристичного ринку.

Ключові слова: міжнародний ринок туристичних послуг, конкурентоспроможність туристичних послуг, глобалізаційні процеси, міжнародні туристичні прибуття, індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму, транснаціоналізація.

Постановка проблеми. Міжнародний туризм як найважливіша складова частина зовнішньоекономічної діяльності кожної з держав світового співтовариства є однією з найбільших і високоприбуткових галузей світових економік, адже він входить в число трьох найбільших експортних галузей. Ринок туристичних послуг – це система світових господарських зв'язків, де здійснюється процес перетворення туристично-екскурсійних послуг на грошові кошти і зворотнє перетворення грошових коштів на туристично-екскурсійні послуги.

Туристична галузь є важливим чинником стабільного й динамічного збільшення надходжень до бюджету, істотного позитивного впливу на стан сумісних галузей економіки, таких як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство тощо. Міжнародний туризм вносить вагомий, з кожним роком зростаючий внесок у розвиток міжнародної економіки.

Вплив глобалізаційних процесів на міжнародний туризм у світі зростає, що пов'язано з розширенням внесків міжнародного туризму в платіжний баланс країни, забезпеченням зайнятості населення, сприянням диверсифікації економіки, а також з раціональним використанням рекреаційних ресурсів.

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

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. На сьогодні існують передумови для розвитку туристичної галузі. Однак для збільшення залучення іноземних

туристів необхідно вжити заходів, таких як: усунення перешкод, пов'язаних з різними формами власності туристичних підприємств; незадовільним управлінням, спричиненим відсутністю підготовлених кваліфікованих кадрів; будівництво нових туристичних об'єктів з високим рівнем комфорту; розширення спортивно-рекреаційних послуг; підвищення якості лікувальних послуг; розширення спектру пропонованих побутових послуг. Відтак, недостатньо дослідженими залишаються питання конкурентоспроможності туристичних послуг на світовому ринку.

Мета статті полягає у дослідженні ринку туристичних послуг та визначенні факторів забезпечення конкурентоспроможності туристичного бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. 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 – глобальний перетворень, перехід до наступного ступеня розвитку світового співтовариства. Сьогодні відзначається провідними позиціями сфери послуг у системі створення валового національного продукту, зовнішньої торгівлі окремої країни та, відповідно, міжнародної торгівлі в цілому. За останні роки міжнародний туризм почав розвиватися стрімкими темпами. Туристична сфера є доволі прибутковою як для держави, так і для економічних суб'єктів на мікрорівні [1].

Туристичний бізнес є досить вигідним напрямом вкладання капіталу, що дає високий і швидкий економічний ефект (окупність витрат у середньому складає два-чотири роки, а витрати на створення одного робочого місця у 20 разів менші, ніж у промисловості). При цьому важливо враховувати, що туристичні послуги не вичерпуються, відтворюються безперервно, існує можливість їх постійного удосконалення, вони реалізуються за готівку у твердій валюті, а не надаються в кредит.

Незважаючи на значний інтерес до дослідження міжнародного туризму, багато аспектів його функціонування потребують додаткової уваги. Зокрема, організаційний механізм та конкурентоспроможність країн на ринку туристичних послуг. Суть конкуренції у будь-якій галузі економіки розкривається з декількох позицій, в туристичній галузі до них відносять наступні: суперництво між існуючими конкурентами; туристичні послуги аналогічного або вишого рівня; постійна зміна уподобань споживачів щодо характеру послуги; зміна загальної

ситуації в країні, яка може завадити розвитку туристичного бізнесу (рис. 1).

Потенційний турист під час вибору тієї чи іншої країни для подорожі бере до уваги такі фактори, як політична та економічна стабільність, наявність туристично-рекреаційного потенціалу, пропозиції туристичних компаній, ціни, характер транспортних зв'язків, реклама, відгуки від споживачів туристичного продукту, географічні, природні, кліматичні, культурні та релігійні характеристики країни.

Одним з основних показників, що характеризують привабливість країни з погляду міжнародного туризму, є індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму, впроваджений для оцінки впливу різноманітних факторів та політичних подій на зміни галузі туризму в певній країні.

Так, статистичні дані ВТО, скажімо, за 2014 р. свідчать про те, що Європа, як і раніше, залишається лідером світового туризму (п'ять перших місць зайняли саме європейські країни) [6; 8].

Країною з найвищими темпами зростання туристичної діяльності є Швейцарія, яка має кращі готелі світу, висококваліфікований персонал та привертає увагу своїх туристів гарними пейзажами, кращою екологією, високим рівнем безпеки. Крім того, в країні постійно проводять численні ярмарки та виставки, тому саме в Швейцарію здебільшого і планують ділові поїздки. Однак, на думку туристів, ціни в даній країні занадто високі, що і стало підґрунтям надати країні 139-те місце за цим показником.

На другому місці в Європі після Швейцарії знаходиться Німеччина. До того ж країна займає шосте місце за рівнем розвитку туристичної інфраструктури, п'яте – за кількістю об'єктів культурної спадщини й друге місце – за обсягом дієвого туризму, проведенням міжнародних ярмарків і виставок [4]. Високі оцінки рівня розвитку інфраструктури, безпеки туристів та екології отримали Австрія й Італія. У десятку кращих країн з розвитку міжнародного туризму увійшла Іспанія (саме вона утримувала пальму першості багато років). Вона – на першому місці за кількістю об'єктів культурної спадщини й на третьому – за проведенням ярмарків і виставок. Крім того, Іспанія вважається однією з країн з досить спокійним політичним становищем, що вивело її за цим показником на восьме місце.

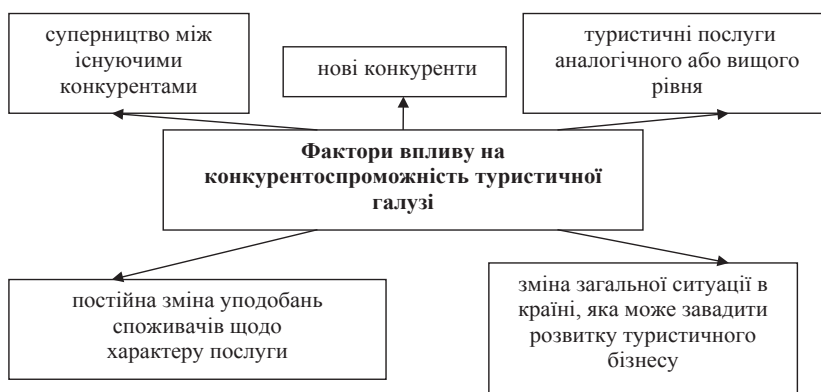


Рис. 1. Фактори впливу на конкурентоспроможність туристичної галузі

Відповідно до статистичних даних, втратили свої позиції деякі країни Північної Європи, натомість за індексом конкурентоспроможності подорожей вони переважають країни Азії, що розвиваються. Конкурентоспроможність туристичної індустрії означає здатність таким чином використати наявні ресурси, щоб задовольнити попит найбільшої кількості споживачів – потенційних туристів [7; 8].

Не дивлячись на короткотривалі коливання в окремі періоди, розвиток міжнародного туризму в світі характеризується високими темпами зростання. По підсумках 2014 р. зафіксовано нові рекорди розвитку туризму у світі. Число міжнародних туристичних прибуттів зросло на 71 млн. осіб порівняно з 2013 р. (рис. 2).

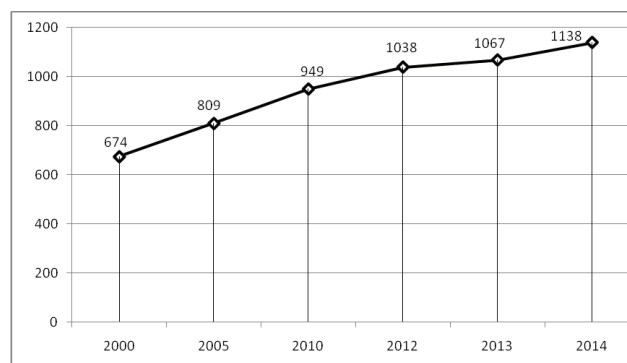


Рис. 2. Динаміка міжнародних туристичних прибуттів у 2000–2014 рр. (млн. дол.)

У деяких зарубіжних країнах туризм є однією з пріоритетних галузей, його внесок у валовий національний дохід складає 15–35%. До них відносяться Угорщина, Чехія, Австрія, Швейцарія, Італія, Франція, Іспанія, Португалія та ін. Розвиток туризму, ріст об'єму туристичних послуг збільшує кількість робочих місць. За оцінками фахівців, на цю галузь у даний час приходить кожне 12-те робоче місце в світі, а також близько 30% експорту послуг [2].

Міжнародний туризм є важливим джерелом надходжень іноземної валюти. Протягом 2013–2014 рр. серед 10 країн, які отримують найвищі доходи від міжнародного туризму, найістотніший приріст надходжень від туризму був відзначений у Гонконгу (Китай) (+17%), США (+8%), Німеччині (+7%), Франції (+5%) і Великобританії (+4%). Аналіз низки інших великих туристичних напрямків також свідчить про зростання цього показника. До їх числа відносяться: Японія (+48%), Швеція (+26%), Південна Африка (+26%), Республіка Корея

Таблиця 1

Рейтинг країн за туристичними відвідуваннями у 2014 р.

| № | Країна | Міжнародні туристичні відвідування, млн. осіб | Рейтинг |
|----|---------------------|---|---------|
| 1 | Франція | 81,4 | 1 |
| 2 | США | 62,7 | 2 |
| 3 | Китай | 57,6 | 3 |
| 4 | Іспанія | 56,7 | 4 |
| 5 | Італія | 46,1 | 5 |
| 6 | Туреччина | 34,0 | 6 |
| 7 | Великобританія | 29,3 | 7 |
| 8 | Німеччина | 28,4 | 8 |
| 9 | Російська Федерація | 24,9 | 9 |
| 10 | Малайзія | 24,7 | 10 |

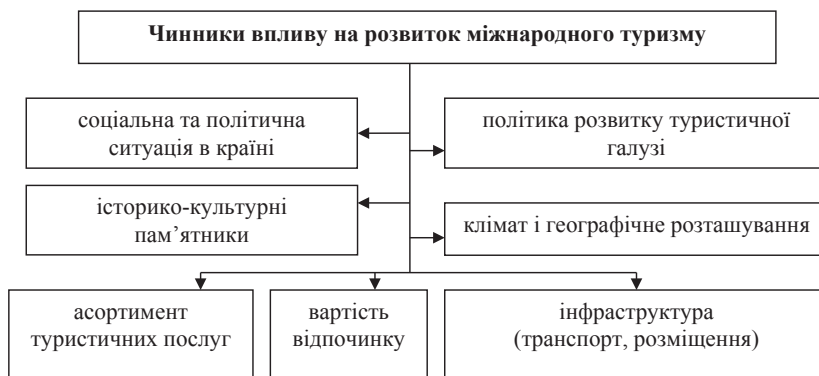


Рис. 3. Чинники впливу на розвиток міжнародного туризму

(+26%), Індія (+23%), Польща (+19%), Таїланд (+17%), Російська Федерація (+16%), Єгипет (+13%), Чеська Республіка (+13%), Тайвань (провінція Китаю) (+11%), Сінгапур (+10%) і Хорватія (+10 %) [3; 10].

Список найбільш відвідуваних туристами країн у світі складається щороку Світовою організацією туризму (табл. 1).

Аналізуючи сукупність чинників, які впливають на розвиток міжнародного туризму (рис. 3), визначається конкурентоспроможність країни на світовому ринку туристичних послуг.

До економічних доцільно віднести загальне економічне зростання, розвиток галузі, збільшення прибутків від туристичної діяльності. Некономічні полягають у досягненні свободи пересування людей, відродженні природної і культурної спадщини та ін. [3]. Однією з особливостей розвитку сучасного туризму є те, що масовий туризм зростає швидше, ніж індивідуальний.

Також характерною особливістю є збільшення вільного часу, особливо у людей похилого віку (переважно з тих країн, у яких пенсії є достатніми для того, щоб здійснювати закордонні подорожі). В усіх економічно розвинених країнах працівники отримують оплачувані відпустки, подовжується також їх тривалість. Таким чином, розвиток міжнародного туризму в світі характеризується високими темпами зростання.

Нині міжнародний ринок туристичних послуг очолює Франція. За нею йдуть США, Китай, Іспанія та Італія відповідно. Впевнено збільшує кількість туристичних відвідувань регіон Північної Африки, показуючи високий приріст за 2014 р. За прогнозами Світової організації туризму, в 2016 р. у даній галузі продовжаться позитивні тенденції. Так, очікується, що найбільший приріст спостерігатиметься в країнах Азії та Тихоокеанського регіону. Масовий туризм переважає над індивідуальним за рахунок зниженої вартості турів та авіаперавезень [7].

Вплив глобалізаційних процесів на розвиток міжнародного туризму найкраще простежуються на прикладі сектора розміщення туристів, в якому ТНК набувають форми готельних мереж, або ланцюгів. 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 [5; 6]. 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 [9].

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. В туристичній індустрії ТНК отримали широке поширення.

За прогнозами Всесвітньої Туристичної Організації (ВТО), у XXI ст. очікується туристичний бум: кількість подорожуючих у світі до 2020 р. зростає до 1,6 млрд. осіб за рік, що означає збільшення туристичних прибуттів у 2,4 рази порівняно з 2000 р. При цьому до 2020 р. передбачається збільшення доходів від туризму до 2 000 млрд. доларів США.

Спрогнозовано найпопулярніші туристичні напрямки до 2020 р. (табл. 2).

Таблиця 2

Прогноз найбільш популярних туристичних напрямків до 2020 р.

| Країна | Кількість туристичних прибуттів, млн. | Частка на світовому туристичному ринку, % | Динаміка зростання 2000–2020 рр., % |
|-------------------|---------------------------------------|---|-------------------------------------|
| Китай | 137,1 | 8,6 | 8,0 |
| США | 102,4 | 6,4 | 3,5 |
| Франція | 93,3 | 5,8 | 1,8 |
| Іспанія | 71,0 | 4,4 | 2,4 |
| Гонконг | 59,3 | 3,7 | 7,3 |
| Італія | 52,9 | 3,3 | 2,2 |
| Великобританія | 52,8 | 3,3 | 3,0 |
| Мексика | 48,9 | 3,1 | 3,6 |
| Росія | 47,1 | 2,9 | 6,7 |
| Чеська Республіка | 44,0 | 2,7 | 4,0 |
| Всього | 708,8 | 44,2 | - |

Щоденні витрати туристів, за винятком коштів на авіаперавезення, збільшуються до 5 млрд. доларів у день. Найбільшими країнами – постачальниками туристичних потоків можуть стати Великобританія, Німеччина, Японія, США, Китай.

Висновки. Отже, незважаючи на слабе економічне зростання в багатьох країнах і високий рівень безробіття, протягом останнього часу на ринку міжнародного туризму

вдалося зберегти відносну стабільність. Найбільш інтенсивний розвиток туризму спостерігається в країнах, що розвиваються (його показник збільшився на 10–12%). Структура туризму останнім часом практично не змінилася. Європа, як і раніше, залишається лідером світового туризму. Однак тенденції розвитку міжнародного туризму супроводжуються низкою проблем, пов'язаних з економічною кризою, активізацією інтеграційних процесів в галузі транспорту і сфері туризму, візовими перешкодами та загрозою тероризму. Кожна країна використовує свою політику підвищення конкурентоспроможності туристичної індустрії, яка переслідує як економічні, так і неекономічні цілі.

Подальші наукові дослідження в цьому напрямку сприятимуть пошукам шляхів вирішення проблем міжнародного туризму, які ще мають місце.

Література:

1. Алейникова Г.М. Организация и управление турбизнесом / Г.М. Алейникова. – Донецк : ДИТБ, 2012. – 184 с.
2. Белоусов Д.С. Туризм и глобальный экономический кризис / Д.С. Белоусов // Материалы I междунар. науч. конф. «Глобализация и туризм: проблемы взаимодействия». – 2012. – № 2. – С. 83–94.
3. Ганский В.А. Современные тенденции развития мирового рынка туристических услуг / В.А. Ганский // Вісн. Дніпропетр. ун-ту. Серія «Економіка». – 2012. – № 2. – С. 23–27.
4. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие / В.Г. Гуляев. – М. : Финансы и статистика, 2013. – 304 с.
5. Данильчук В.Ф. Мировой рынок услуг турбизнеса / В.Ф. Данильчук. – Донецк : ДИТБ, 2012. – 146 с.
7. Статистичний звіт ЮНВТО за 2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://media.unwto.org/ru/node/40148>.
8. Темник І.О. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму / І.О. Темник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/>.
9. Топсхалова Ф.М. Международный опыт функционирования и тенденции развития рынка туристско-рекреационных

услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rae.ru/monographs/150-4826#footnote-929-29>.

10. Kester G. International Tourism Results and Prospects for 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dtxtq4w60x-qpw.cloudfront.?op=1&z=499&p=1>.
11. UNWTO (2013), UNWTO World Tourism Barometer, vol. 3, [online], available at: <http://www.unwto.org/facts/eng/barometer.htm> (Accessed 21 Oct 2014).

Цихановская В.М., Ковальчук С.Я. Мировой рынок туристических услуг: обеспечение конкурентоспособности

Аннотация. В статье анализируются факторы влияния на конкурентоспособность туристических услуг мирового рынка; исследуются темпы развития туристической отрасли и совокупность факторов, которые влияют на развитие международного туризма. Показана роль транснациональных корпораций в формировании и развитии мирового туристического рынка.

Ключевые слова: международный рынок туристических услуг, конкурентоспособность туристических услуг, процессы глобализации, международные туристические прибытия, индекс конкурентоспособности путешествий и туризма, транснационализация.

Tsikhonovska V.M., Kovalchuk S.Y. World market of tourist services: providing of competitiveness

Summary. The factors of influence on the competitiveness of tourist services of world market are analyzed in the article; the rates of development of tourist industry are probed that aggregate of factors which influence on development of international tourism; the role of multinational corporations is rotined in forming and world tourist market development.

Keywords: international market of tourist services, competitiveness of tourist services, globalization processes, international arrival, index of competitiveness of trips and tourism, is tourist, trance nationalization.