

МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

НАУКОВІ ПРАЦІ МАУП

Засновано у 2001 р.

Випуск 2(25)

Київ
ДП «Видавничий дім «Персонал»
2010

УДК 330-339;321.7;159.9
ББК 65.9(4УКР)29-2я43
М58

Редакційна колегія

Захожай В. Б., д-р екон. наук, проф. — головний редактор
Головатий М. Ф., д-р політ. наук, проф. — заступник головного редактора
Саввич І. Г., канд. філол. наук — відповідальний редактор

Економічні науки

Захожай В. Б., д-р екон. наук, проф., Дахно І. І., д-р екон. наук, проф., Дмитренко Г. А., д-р екон. наук, проф., Куроченко О. В., д-р екон. наук, проф., Піла В. І., д-р екон. наук, проф., Радзівеський О. І., д-р екон. наук, Федоренко В. Г., д-р екон. наук, проф., Шостак Л. Б., д-р екон. наук, проф., Швець В. Я., д-р екон. наук, проф., Баєва О. В., д-р біол. наук, проф.

Політичні науки

Антонюк О. В., д-р політ. наук, проф., Бабкіна О. В., д-р політ. наук, проф., Бідзюра І. П., д-р політ. наук, Варзар І. М., д-р політ. наук, проф., Головатий М. Ф., д-р політ. наук, проф., Гончаренко О. М., д-р іст. наук, Піляєв І. С., д-р політ. наук, Хижняк І. А., д-р іст. наук, проф., Шуба О. В., д-р політ. наук, проф.

Рекомендовано до друку Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом (протокол № 1 від 27 січня 2010 р.)

Психологічні науки

Балл Г. А., д-р психол. наук, проф., Лігоцький А. О., д-р пед. наук, проф., Ложкін Г. В., д-р психол. наук, проф., Приходько Ю. О., д-р психол. наук, проф., Синьов В. М., д-р пед. наук, проф., Чернуха Н. М., д-р пед. наук, проф., Чуприков А. П., д-р мед. наук, проф.

Юридичні науки

Александров Ю. В., канд. юрид. наук, проф., Ануфрієв М. І., канд. юрид. наук, проф., Бородін І. Л., д-р юрид. наук, проф., Бандурка О. О., д-р юрид. наук, проф., Корнієнко М. І., канд. юрид. наук, проф., Марчук В. М., д-р юрид. наук, проф., Подоляка А. М., д-р юрид. наук, Юлдашев О. Х., д-р юрид. наук

Міжрегіональна Академія управління персоналом.

Наукові праці МАУП / Редкол.: В. Б. Захожай (голов. ред.) та ін. — К. : МАУП, 2001. — Вип. 1. —

К. : ДП «Вид. дім «Персонал», 2010. — Вип. 2(25). — 270 с.: іл. — Бібліогр. в кінці ст.

У збірнику наукових праць публікуються статті науковців, які займаються проблемами розвитку економіки, політології, психології і права.

Для науковців, викладачів, студентів, а також усіх, кого цікавить розвиток науки в Україні.

Збірник “Наукові праці МАУП” зареєстровано Державним комітетом інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України (свідоцтво від 11.04.02 за № 6048, серія КВ) як наукове видання, в якому висвітлюються результати наукових досліджень в галузях економіки, політології, соціології, психології, права, матеріалів наукових конференцій.

Вищою атестаційною комісією України “Наукові праці МАУП” визнано як фахове видання з економічних і психологічних наук (за постановою Президії ВАК України № 1-05/6 від 14 червня 2007 р.).

ББК 65.9(4УКР)29-2я43

© Міжрегіональна Академія
управління персоналом (МАУП), 2010
© ДП «Видавничий дім «Персонал», 2010

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ	5	Кім Л. С. Концептуальні підходи до стратегічного управління персоналом	72
Малащук Д. В. Дослідження і функціонування нейромереж на валютному ринку	5	Цуцунескі Александар Структурні зміни на міжнародному ринку туристичних послуг	76
Хачатрян О. Проблеми регулювання національних фінансових систем в умовах глобалізації	9	Нгуєн Куинь Май Секьюритизація в “Большой Восточной Азії” и дипломатические стратегии Вьетнама	84
Атакишиєв М. Д., Салимов С. М. Роль енергетики в стратегії устойчивого розвитку Азербайджанской Республики	15	Кєсковскі З. В. Комунікативний менеджмент та його роль в інформаційному забезпеченні системи державного управління Болгарії	90
Юсеф Н. Н. Перспективи розвитку міжнародних економічних відносин України та Сирії	24	Жанкевіч Л. В. Розвиток господарського контролю: історичний аспект	96
Задорожний В. П. Державне управління інвестиційним процесом як об’єкт дослідження в науковій літературі	28	Захожай О. А. Еволюція наукових підходів до аналізу місця і ролі держави в ринковій економіці	101
Ейсмонт В. С. Сучасна парадигма державного регулювання економіки та її сфери	34	Газанфаров Єльчін Муслім огли Методичні підходи до формування системи фінансової безпеки банку	107
Куслії В. О. Інвестиційний потенціал України в контексті інноваційного розвитку	44	ПОЛІТИЧНІ НАУКИ	116
Ручка Н. В. Екологічна економіка і промислова екологія – теоретичні засади стійкого екологічно безпечного розвитку суспільства	47	Медвідь Ф. М. Інформаційна безпека України: генеза і становлення	116
Мельник П. П. Еколого-економічні проблеми в галузі рослинництва	53	Мусали Ерол Салех-оглу Проблеми і тенденції розвитку модернізаційних процесів в Україні	123
Головач Н. В. Сучасні аспекти визначення професійної спрямованості студентів напряму “Менеджмент”	57	Луценко М. О. Взаємозв’язок демократії та громадянського суспільства в Україні	130
Рижиков В. С. Значення економічної культури юриста в стабілізації макроекономіки	62	Серпінський А. О. Україна в системі монополярного і мультиполярного світу	134
Рожкова Е. М. Методологічні основи організації обліку на підприємствах промисловості	67	Приймак Ю. В. “Використання” демократичного досвіду людства в процесі здійснення демократичних реформ в Україні	139

СТРУКТУРНІ ЗМІНИ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Наукові праці МАУП, 2010, вип. 2(25), с. 76–83

Досліджуються ключові етапи формування туристичного ринку, закономірності і тенденції його розвитку.

Розвиток світового ринку послуг визначає, що найдинамічнішою його складовою є саме туристичний ринок, про що свідчить зростання питомої ваги туризму у світовому експорті-імпорті послуг, збільшення доходів від міжнародного туризму, зростання його частки у формуванні ВВП країн, збільшення кількості зайнятих у цій сфері. Усі ці фактори обумовлюють необхідність дослідження ключових етапів формування світового туристичного ринку, потребують ретельної оцінки та аналізу сучасних тенденцій і закономірностей розвитку світового туристичного ринку, ідентифікації ключових факторів, які визначально впливають на розвиток міжнародного туризму. Відповідно до сказаного вважаємо за доцільне дотримуватись такої логічної послідовності у процесі дослідження розвитку світового туристичного ринку:

- по-перше, необхідно провести історичний аналіз становлення ринку міжнародного туризму;
- по-друге, ключову увагу потрібно приділити аналізу останніх тенденцій у розвитку міжнародного туризму, проаналізувавши динаміку та структуру міжнародних туристичних потоків, дослідивши динаміку та розподіл доходів від світового туризму;
- по-третє, необхідно ідентифікувати основні фактори, які визначально впливають на розвиток світової туристичної галузі, та спрогнозувати можливий розвиток міжнародного туризму на майбутнє з урахуванням їхнього впливу.

Більшість дослідників вважає, що в процесі еволюції та розвитку світового туристичного ринку слід виокремлювати три основних етапи. Такої думки дотримується, наприклад, болгарський

дослідник Манол Рибов у науковій праці “Туристична політика Болгарії” [1].

- Перший етап — становлення туризму як окремої сфери діяльності. Він характеризується зародженням спеціалізованих підприємств по виробництву туристичних послуг (XIX ст.), а також становленням масового і соціального туризму (до Другої світової війни). Зародженню туризму сприяв розвиток промисловості, а як наслідок — розмежування вільного часу, поява оплачуваних відпусток. Крім того, революційний розвиток транспорту (поява пароплава, паровоза, розширення мережі доріг) також відіграв важливу роль. Перші висококласні готелі з’явилися в Німеччині і Швейцарії на початку XIX ст., у другій його половині — створюються бюро подорожей, які формують організовані туристичні поїздки та реалізують їх споживачам.
- Другий етап — бурхливий розвиток масового (конвеєрного) туризму. Після економічного спаду, пов’язаного із Другою світовою війною, розпочався новий етап у розвитку туризму. З 50–60-х років XX ст. спостерігається активний розвиток туристичних фірм, масового будівництва готелів і різноманітних розважальних закладів. Європейський туризм був орієнтований на прийом американських туристів, а з 70-х років намітилось зростання і виїзного туризму.
- Третій етап — завершення бурхливого розвитку масового туризму та його трансформації у диференційований туризм. З 80-х років XX ст. темпи зростання туризму уповільнилися, а масовий трансформував-

ся у диференційований. Туризм стає стилем життя: посилюється тенденція до розширення асортименту туристичних послуг, спостерігається поява нових об'єктів рекреації. Популярними стають індивідуальні тури, екологічний і спортивний туризм [1].

Динаміка міжнародного туризму по регіонах світу в останні 15 років виявляє істотні розбіжності: при загальному збільшенні туристичних потоків на планеті, в Європі й Америці вони зростали темпами, близькими до середньосвітового (майже 5 % у рік відповідно). Молоді туристські регіони — Азіатсько-Тихоокеанський, Близькосхідний і Африканський — розвиваються швидше: в окремі роки темпи приросту туристичних потоків у них виражаються двозначними цифрами, однак вони менш стійкі до впливу, часто негативного, політичних та економічних факторів. За минулі десятиліття найбільш динамічним був Азіатсько-Тихоокеанський регіон, у якому середні багаторічні темпи росту числа прибуттів у 9 разів випереджали середньосвітові. Східна Азія і Тихоокеанський регіон залучають іноземних туристів насамперед своєю унікальною природою; нові індустріальні країни приваблюють для ділових подорожей; розважальний туризм добре розвинений в Японії, Південній Кореї і Тайвані, причому японська індустрія розваг посідає друге місце у світі після США. Гонконг і Сінгапур пропонують відмінний шопінг-туризм. Однією з важливих туристичних країн у регіоні став Таїланд, особливо після того, як почав освоювати нові пляжі на південному узбережжі країни й організовувати культурно-пізнавальні поїздки на її північ. Африканський континент і Близький Схід, відвідуваність яких збільшується достатньо швидко, при низькому абсолютному значенні показника прибуттів також впливають на світову динаміку туризму.

Слід сказати, що початок ХХІ ст. (особливо 2000–2001 рр.) був особливим для туризму. Наприклад, у 2000 р. число міжнародних прибуттів зросло на 45 млн, однак вже у 2001 р. був зареєстрований спад міжнародних прибуттів на 0,6 %, і цей рік став першим після 1982 р., коли було відзначено зниження обсягів міжнародного туризму. Фактично цей сектор міжнародних послуг пережив глибоку кризу внаслідок зростання тероризму, особливо негативний вплив якого виявився у безпрецедентних терористичних актах 11 вересня 2001 р., що спричинило спад у міжнародному туризмі. На жаль, терористичні дії у світі не вдалося

припинити до цього часу, що відчутно перешкоджає розвитку відкритих суспільств і негативно впливає на розвиток світового туризму [2, 46]. Доволі складним для туристичної галузі міжнародного туризму виявилися 2003 і 2009 роки. Одразу три негативних фактори майже одночасно впливали на туристичні потоки: конфлікт в Іраку, епідемія *SARS* (атипової пневмонії), світова економічна криза та соціально-економічна нестабільність. Війна в Іраку та довгий період непевності, котрий їй передував, вплинули на зменшення туристичних потоків в Азії у першій половині року. Несподіваний вибух *SARS* різко обірвав стабільне зростання туристичних показників в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, призвівши до зменшення кількості туристичних прибуттів більш ніж на половину впродовж квітня та травня. І хоча у другій половині року обсяги туристичних потоків поступово почали відновлюватись, все ж досягти хоча б рівня 2002 р. не вдалось. У кінці року різке падіння кількості туристичних прибуттів спостерігалось у Північній Америці, Азіатсько-Тихоокеанському регіоні та Західній Європі. У 2004 р. обсяги туризму почали швидко відновлюватись і досягли найвищого рівня зростання, починаючи з 1976 р. Але наприкінці року цунамі в Індійському океані призвело до сповільнення темпів зростання обсягів туристичних потоків, котрі все-таки утримались на рівні 8 % протягом вересня-грудня. Найбільше зросли обсяги в'їзного туризму в 2004 р., незважаючи на цунамі, в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (на 29 %), на другому місці — Близький Схід (на 20 %), на третьому — Америка (на 10 %). В абсолютному виразі кількість прибуттів туристів зросла на 69 млн [28, 513]. Нині туризму належить значне місце в міжнародних відносинах. З 2004 р., після трьох років стагнації у сфері міжнародного туризму, відбувається значне піднесення: переважна більшість міжнародних туристичних центрів повідомила про позитивні, подекуди рекордні, результати (міжнародні туристичні прибуття в 2009 р. склали 842 млн туристів і, порівняно із 2005 р., зросли на 4,2 %) (табл. 1).

Найбільш динамічними туристичними ринками в 2005–2009 рр. були відносно молоді туристичні регіони: наприклад, приріст міжнародних туристичних прибуттів в Африканському регіоні становив 8,5 % за 2005 р. та 8,1 % за 2009 р.; на другому місці був Азіатсько-Тихоокеанський регіон (7,7 % в 2005 р. та 7,6 % у 2009 р.); на третьому — Близькосхідний регіон (8,4 % в 2005 р. та 3,9 % у 2009 р.).

Міжнародні туристичні прибуття, млн чол.

	Міжнародні туристичні прибуття, млн							Зміни, %	
	1990	1995	2002	2003	2004	2005	2009	5/4	9/5
Усього в світі	441	538	700	690	763	808	842	5,9 %	4,2 %
Європа	264,8	309,3	394	396,6	416,4	433,1	449,9	4,0 %	3,9 %
Північна Європа	30,3	39,4	43,8	44,5	48,4	49,3	50,1	1,9 %	1,6 %
Західна Європа	108,6	112,2	138	136,1	138,7	139,2	138,8	0,4 %	-0,3 %
Центральна/Східна Європа	32,0	55,0	64,7	68,3	78,4	84,6	86,3	7,9 %	2,0 %
Південна/Середземноморська Європа	93,9	102,7	147,6	147,7	150,9	160,0	174,7	6,0 %	9,2 %
Азія і Тихоокеанський регіон	57,7	85,0	131,1	119,3	152,5	164,2	176,9	7,7 %	7,6 %
Північно-Східна Азія	28,0	44,1	74,1	67,6	87,6	93,5	99,5	6,7 %	6,4 %
Південно-Східна Азія	21,5	28,6	42	36,2	47,3	49,1	50,6	3,8 %	3,1 %
Океанія	5,2	8,1	9,1	9	10,2	10,1	9,8	-1,0 %	-3,0 %
Південна Азія	3,2	4,2	5,8	6,4	7,5	11,5	17,0	53,9 %	47,2 %
Американський регіон	92,8	109,0	116,6	113,1	125,8	133,3	136,1	6,0 %	2,1 %
Північна Америка	71,7	80,7	83,3	77,4	85,8	91,5	94,6	6,6 %	3,4 %
Країни Карибського басейну	11,4	14,0	16	17	18,2	19,1	19,0	4,9 %	-0,5 %
Центральна Америка	1,9	2,6	4,7	4,9	5,8	7,6	8,2	31,0 %	7,9 %
Південна Америка	7,7	11,7	12,6	13,7	16	15,1	14,3	-5,3 %	-5,3 %
Африка	15,2	20,4	29,5	30,8	33,2	36,0	38,9	8,5 %	8,1 %
Північна Африка	8,4	7,3	10,4	11,1	12,8	14,7	15,2	14,8 %	3,4 %
Регіон пустелі Сахари	6,8	13,2	19,1	19,7	20,4	21,3	23,7	4,5 %	11,3 %
Близький Схід	10,0	14,3	29,2	30	35,4	38,4	39,87	8,4 %	3,9 %

Джерело: [1]

Проте, незважаючи на різну динаміку туристичних прибуттів по регіонах, досі зберігається сформована раніше структура міжнародного туристичного ринку із домінуванням Європейсько-американського регіону (рис. 1).

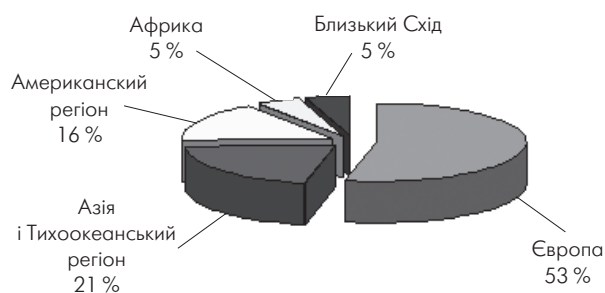


Рис. 1. Регіональна структура світового туристичного ринку в 2009 р., % [1]

За кількістю міжнародних туристичних відвідувань перше місце посідає Європейський регіон, на який припадає більше половини (53 %) загальної їх кількості; на другому місці знаходиться Азіатсько-Тихоокеанський регіон (21 %), на третьому – (із незначним відставанням) Американський туристичний регіон (16 %). Стосовно

Африканського та Близькосхідного регіонів, то незважаючи на позитивну динаміку туристичних прибуттів протягом останніх років, їх сукупна частка у світовому туристичному ринку становить не більше 10 %.

Слід зазначити, що в цілому структура доходів від міжнародного туризму цілком корелює зі структурою міжнародних туристичних потоків. Провідними міжнародними туристичними ринками (за обсягами доходів) на сьогодні залишаються розвинені країни Європи, Американського та Азіатсько-Тихоокеанського регіонів. Згідно зі статистичними даними ВТО за 2006 р. десяткою країн-лідерів міжнародного туризму по прибутках є США (частка прибутків цієї країни на світовому ринку становить 17,6 %), Іспанія (6,7 %), Франція (6,6 %), Італія (5,8 %), Велика Британія (4,0 %), Німеччина (3,7 %), Китай (3,4 %), Австрія (2,4 %), Канада (2,3 %), Греція (2,0 %) (рис. 2).

На 2011 р. прогнозують такі темпи зростання прибутків від міжнародного туризму у провідних туристичних країнах: Китай (приріст 88 %), США (74 %), Канада (62 %), Угорщина (62 %), Мексика (59 %), Польща (57 %), Франція (51 %), Іспанія (48 %), Італія (48 %), Велика Британія (40 %).

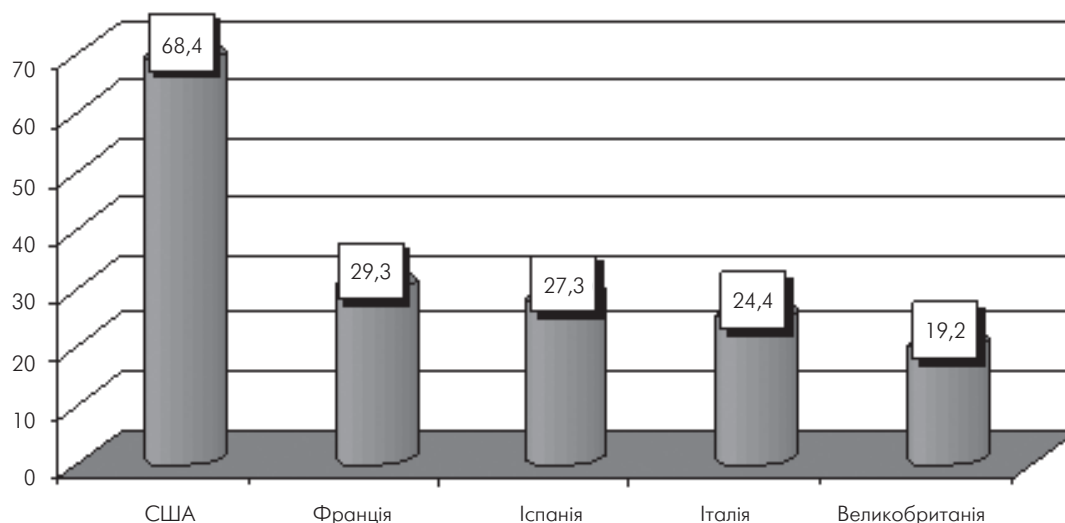


Рис. 2. Країни, що отримали найбільші прибутки від обслуговування туристів у 2009 р., млрд дол. [1]

На підставі даних про міжнародні прибуття туристів та доходи від міжнародного туризму можемо зробити висновки, що за такими показниками, як частка у структурі світового туристичного ринку, інтенсивність туристичних потоків та рівень доходів можемо виділити групу країн, які традиційно є монополістами світового туристичного ринку. Це США, Франція, Іспанія, Італія, Великобританія та Австрія. Сукупна частка цих 6-ти країн у світових туристичних потоках у 2009 р. становить 36,6 %, у структурі світових доходів від туризму – 36,7 %. Стосовно факторів, які обумовлюють лідируюче становище даної групи країн на світовому туристичному ринку, то до них слід віднести такі параметри, як потужна туристична інфраструктура, високий рівень сервісу для туристів та висока маркетингова активність у сфері просування власного туристичного продукту на світовий ринок.

Дослідження динаміки туристичних потоків також дає можливість виділити групу найдинамічніших туристичних регіонів, які на даний момент не належать до країн-лідерів світового туристичного ринку, проте демонструють високі темпи приросту туристичних потоків та доходів від туризму. У табл. 2 подано інформацію щодо середньорічних темпів приросту туристичних потоків та доходів від міжнародного туризму у 2000–2009 рр.

Дослідження показують, що за динамікою зростання туристичних потоків та доходів від туризму провідні позиції займають такі регіони, як Єгипет, Туреччина, Болгарія, Польща, Чехія,

Хорватія та Китай. З точки зору розвитку туристичної інфраструктури, дана група країн відстає від країн-монополістів світового туристичного ринку, проте вони також мають свої відмітні конкурентні переваги: своєрідний туристичний потенціал, висока цінова конкурентоспроможність та пристойний рівень сервісу для туристів. На основі проведених досліджень можна виділити групу найбільш перспективних регіонів, які на даний момент не належать до лідерів туристичного ринку і поки що не демонструють таких високих показників розвитку туристичної діяльності, як названі вище регіони, проте вони володіють значним туристичним потенціалом і мають необхідні базові передумови для розвитку міжнародного туризму. До даної групи країн належать Мексика, Малайзія, Таїланд, Тайвань, Гонконг.

Таблиця 2

Темпи приросту туристичних потоків та доходів від туризму у 2000–2009 рр.

Країни	Темп приросту туристичних потоків, %	Темп приросту доходів від туризму, %
Туреччина	25,9	26,2
Польща	22,5	21,7
Болгарія	19,2	18,7
Чехія	23,5	24,9
Єгипет	28,1	27,6
Китай	15,9	16,7
Хорватія	26,5	26,7

Джерело: складено автором на основі: [1]

Отже, виходячи зі сказаного, можна спостерігати певне видозмінення туристичної карти світу за рахунок зростання кількості країн, які інтегрувалися у світовий економічний і гуманітарний простір. Вона відбиває процес формування ряду регіональних туристичних ринків, які відрізняються між собою за критеріями: інтенсивністю туристичних потоків, видами туристичних послуг, контингентом туристів, розвитком туристичної інфраструктури, рівнем регулювання туристичних процесів. Отже, на сьогодні сформувалися такі туристичні ринки: традиційні країни-монополісти (США, Франція, Іспанія, Італія, Великобританія, Австрія), нові регіони (Китай, Туреччина, Польща, Чехія, Хорватія, острівні країни), найбільш перспективні країни (Мексика, Малайзія, Таїланд, Тайвань, Гонконг) та країни-апліканти (Росія, Україна, Казахстан, Болгарія, Румунія, Саудівська Аравія, ОАЕ). Так, визначаючи провідні туристичні центри світу, слід враховувати щонайменше два критерії – кількість іноземних туристів, яких приймає країна, та дохід від міжнародного туризму.

Варто сказати, що міжнародний туризм нині є не тільки популярним видом відпочинку, а й сферою світової економіки, що активно розвивається. Уже зараз вчені констатують, що експорт-імпорт вражень сьогодні становить значну частину валового світового продукту (близько 10%), і за прогнозами спеціалістів рушієм світової економіки у XXI ст. буде саме туризм. На туризм припадає 3,8% світового ВВП, більш ніж у 80% країн туризм входить до п'ятірки провідних статей експорту, майже в 40% країн туризм є головним джерелом надходжень в іноземній валюті [3, 63]. Світові капітальні інвестиції в міжнародний туристичний бізнес характеризуються високим рівнем прибутковості у роки піднесення економіки розвинених країн: наприклад, у 2009 р. їх обсяг оцінено в 918,0 млрд дол. (9,4% загального обсягу світових інвестицій), а до 2015 р. зростання цього показника прогнозується до 1673,1 млрд дол. (10% від загального обсягу світових інвестицій) за умови стабільного розвитку світової економіки [1].

Чітко вимальовується ще одна тенденція в розвитку міжнародного туризму: зростання поїздок на великі відстані у зв'язку з поліпшенням соціально-економічного становища людини. Так, за експертними оцінками у період до 2020 р. зростання показників подорожей на великі відстані становитиме 5,4%, тоді як показники міжрегіонального туризму – 3,8% [4].

Дослідивши сучасні тенденції розвитку світового туристичного ринку та провівши аналіз динаміки і структури туристичних потоків і доходів країн від міжнародного туризму, слід перейти до виявлення основних тенденцій розвитку світового туристичного ринку та ідентифікації ключових факторів, які визначально впливають на цю сферу.

Загальною тенденцією сучасного міжнародного ринку туристичних послуг є його фактичне опанування своєрідними країнами-монополістами (США, Німеччина, Іспанія, Франція, Італія). Але регіональні ринки міжнародного туризму Тихоокеанського регіону, Східної та Південної Азії, Близького Сходу, Африки за низкою аспектів, до яких належать переваги чистого довкілля, екзотики, пізнавальності, зберігають значний, не опанований повністю до цього часу потенціал для розвитку.

Слід зазначити, що глобалізація стала одним з основних трендів у міжнародному туризмі, що супроводжується концентрацією частки ринку і впливу в руках великих компаній. Процеси глобалізації на туристичному ринку характеризуються такими рисами, як зміна технологій, модернізація транспортної інфраструктури, інтернаціоналізація ділової активності, створення механізму регулювання міжнародного туризму. На нашу думку, глобалізацію в туризмі можна визначити як процес різкого посилення інтенсивності туристичних потоків, потоків послуг, капіталу, інформації та технологій. При цьому глобалізація має довгостроковий характер, а її рушійною силою є насамперед революція у сфері інформаційно-комунікаційних технологій, лібералізація ринків і загострення міжнародної конкуренції.

Зміна технологій і передача інформації зробили багато видів послуг придатними до електронної торгівлі, а розвиток електронної торгівлі через Інтернет свідчить про реальне функціонування глобальної економіки. Про поширення мережі Інтернет говорять такі цифри: до 2001 р. налічувалося понад 400 млн користувачів, до 2005 р. їхня кількість зросла до 1 млрд, а до 2012 р. прогнозується зростання до 2 млрд користувачів. Інформаційна революція сприяла розширенню туристичних зв'язків, а туристичний продукт є одним з найчастіше запитуваних в Інтернеті. Наприклад, через Інтернет отримують близько 68,2% інформації про подорожі: це інформація про види відпочинку, ціни, картографічні матеріали; через Інтернет здійснюється також замовлення туристичних послуг. В основі мотивації користування

інтерактивними туристичними агентствами на першому місці стоїть зручність (78,4 %), на другому — відсутність тиску при покупці (66,4 %), далі — економія часу (64,2 %) і можливість отримати інформацію безпосередньо від туроператора. Варто підкреслити, що глобальні системи розподілу, системи резервування та бронювання, такі як “Галілео”, “Амадеус” та ін., стали відігравати ключову роль у міжнародному туризмі в результаті розширення їх використання як каналу розподілу місць на транспорті і в готелях та як інструменти маркетингу туристичного продукту.

За прогнозами, електронна торгівля в туристичному бізнесі може радикально змінити структуру виробництва і розподілу туристичного продукту, усунувши потребу в таких допоміжних структурах, як розподільні мережі, туроператори-оптовики й турагенти. Телекомунікаційні та інформаційні технології дають можливість отримати інформацію з будь-якої відстані й у будь-якому режимі часу, у тому числі он-лайн. Однак, нарівні з незаперечними вигодами існують і об’єктивні труднощі в подальшому розвитку світового туризму, що базується в мережах Інтернет. Однією з головних проблем подальшого розвитку світового електронного туристичного ринку є створення правової та організаційної інфраструктури, що сприяє розвитку самої електронної торгівлі. Наявність прозорої, передбачуваної та сприятливої правової бази є найважливішим засобом забезпечення необхідної довіри з боку суб’єктів туристичної діяльності. У сфері електронного туризму існує ще цілий спектр доволі важливих питань, які вимагають негайної доробки. До них належать: проблеми захищеності, конфіденційності, ідентифікації продавців і покупців, перевірки платоспроможності покупців і гарантованості доставки.

За прогнозами, високими темпами розвиватиметься індустрія транспортного обслуговування туристів, а одним із найдинамічніших буде сектор авіатранспортних послуг, приблизно 70 % якого припадає на пасажирські перевезення; зазначимо, що 40 % із загального числа міжнародних туристичних прибуттів припадає на повітряний транспорт [5, 179]. Розширення міжнародного і внутрішнього туризму, включаючи поїздки на відпочинок з діловими цілями, тенденція до здійснення кількох нетривалих поїздок протягом року (дроблення відпустки) сприяють подальшому підвищенню попиту на послуги повітряного транспорту. За прогнозом ВТО, до 2015 р. передбачається збільшення числа пасажирів, які корис-

туються повітряним транспортом, на 3 % щорічно. Найбільш значне зростання очікується на Близькому Сході (4,8 % за рік). Швидкими темпами зростатиме число пасажирів на європейському континенті — 3,15 % щорічно; в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні також прогноуються високі темпи приросту числа пасажирів (2,7 % за рік).

Ще більш високими темпами буде розвиватися індустрія морських і річкових круїзів — близько 5 % щорічного приросту за прогнозами ВТО. Індустрія залізничних перевезень розвиватиметься за рахунок трансконтинентальних і внутріконтинентальних швидкісних залізниць, тоді як поступово зменшуватиметься питома вага автомобільних туристичних перевезень. Найважливішими критеріями оцінки транспортного засобу будуть рівень комфорту, безпека руху, екологічна безпека, вартість перевезення, швидкість і місткість.

Крім того, важливою рисою глобалізації є інтернаціоналізація ділової активності. Наприклад, доктор наук, професор Болгарії Манол Рибов зазначає, що причина інтернаціоналізації туристичного бізнесу полягає у своєрідності туристичного продукту, а саме в тому, що він являє собою комплекс послуг, які надаються туристу і часто споживаються за кордоном [1]. Виробник туристичного продукту, у свою чергу, для досягнення максимуму прибутку прагне поширити свій вплив на інші сфери туризму: наприклад, авіакомпанії можуть поєднуватися з туроператорами і готельним сектором (таку ініціативу часто проявляють фірми, які базуються в країнах-постачальниках туристів і отримують конкурентні переваги завдяки вивченню туристичного попиту й тенденцій розвитку на туристичному ринку). У глобальних інтеграційних процесах на туристичному ринку активну роль відіграють ТНК, до утворення яких приводять процеси концентрації виробництва і централізації капіталу [1].

Яскравий приклад створення ТНК у туристичному бізнесі — інтегровані готельні ланцюги, характерними ознаками яких є єдність стилю (архітектура, інтер’єр), єдність позначень і зовнішньої інформації, просторий і функціональний хол, швидкість реєстрації клієнтів, номери, передбачені для постійних клієнтів, сніданок “шведський стіл”, наявність конференц-холу, гнучка система тарифів, єдине управління, маркетинг і система комунікації [1].

Більшість найбільших готельних ланцюгів мають штаб-квартири в США, хоча з року в рік зростає роль й інших країн в управлінні готельним бізнесом. До числа найбільш відомих лан-

цюгів, керованих США, належать *Hospitality Franchise System* (число готелів 4400 в 66 країнах, число номерів 435000), *Holiday Inn Worldwide* (число готелів 2031 в 62 країнах, число номерів 365309), *Best Western International* (число готелів 3401 в 60 країнах, число номерів 276659), *Marriott Hotel* (число готелів 898 в 27 країнах, число номерів 186656), *ITT Sheraton* (число готелів 417 в 61 країні, число номерів 129937) [6, 118]. Серед інших країн, що мають штаб-квартири готельних мереж, можна відзначити Францію (*Accor, Club Mediterranee*), Великобританію (*Forté Hotels, Hilton International*), Німеччину (*Robinson Club Gmb*), Іспанію (*Grupo Sol Melia*). В останнє десятиліття завдяки значним інвестиціям і впровадженню нових технологій істотно збільшили обсяги своїх готельних секторів країни Південно-Східної Азії. Ці країни створили транснаціональні готельні ланцюги “Мандарин Орієнтал”, “Регент”, а також побудували велику маркетингову мережу всьому світу.

Об’єднання в міжнародні ланцюги передбачає, що готелі вживають заходів із підвищення своєї конкурентоспроможності, оскільки відомими готельними корпораціями вироблені правила і стандарти, які забезпечують своєрідність стилю та сценарію обслуговування клієнтів усіх готелів мережі. Утворення готельних мереж відіграє свою визначену роль: дає можливість просувати на світовий ринок готельних послуг високі стандарти обслуговування, а також сприяє підтримці готельного обслуговування туристів. Турист, зустрівши готель знайомої йому корпорації в іншій країні, почуває себе майже як удома, у звичній і комфортній обстановці [6, 84]. Процеси інтернаціоналізації ділової активності проявляються не тільки у сфері готельного, а й у ресторанному бізнесі (компанії *McDonalds, Pizza Hart*), у туроператорському секторі (наприклад, німецька збутова мережа *TUI*), у сфері повітряних перевезень через створення глобальних альянсів авіакомпаній. На даний момент існують чотири групи глобальних альянсів:

- *Star Alliance*, заснований у 1997 р. авіакомпаніями “*Air Canada*”, “*Lufthansa*” “*SAS*”, “*Tan Airways International*” і “*United Airlines*” (нараховує 15 членів, до яких незабаром мають приєднатися ще два перевізники);
- *Oneworld*, заснований у 1998 р. авіакомпаніями “*American Airlines*”, “*British Airways*”,

“*Canadian Airlines*” і “*Quantas*” (нараховує 8 членів);

- *SkyTeam*, заснований у 2000 р. авіакомпаніями “*AeroMexico*”, “*Air France*”, “*Delta Airlines*” і “*Corean Air*” (нараховує 6 членів);
- альянс, відомий за назвою *Wings Alliance*, очолюваний авіакомпаніями *KLM* і “*Northwest Airlines*” (має сильні зв’язки з авіакомпанією “*Continental Airlines*”).

Виокремлюючи ключові фактори, які впливають на розвиток світового ринку туристичних послуг, неможливо не торкнутись і такого питання, як ключові проблеми, які на даний момент постають перед основними країнами — суб’єктами туристичного ринку з приводу подальшого розвитку туристичної галузі.

Таким чином, підсумовуючи зазначене, можна окреслити такі ключові проблеми розвитку туризму у світі:

- необхідність кращого розуміння внеску туризму в економіку туристичних країн;
- мінімізація наслідків від перевантаження туристичних центрів та інфраструктури туризму;
- лібералізація міжнародної торгівлі послугами при збереженні принципів стійкого розвитку;
- розвиток нових інформаційних обмінів на основі цифрових технологій;
- розробка ефективних заходів боротьби із кризовими ситуаціями і гнучке реагування;
- проблеми комплексності розвитку регіонів та територій за рахунок туризму.



Література

1. Манол Рибов и кол. Туристическа политика. — Издат.: Тракия-М, Раздел Икономика, 2010. — С. 546.
2. Балабанов И. Т., Балабанов А. И. Экономика туризма. — М.: Финансы и статистика, 2005. — 176 с.
3. Глобальные тенденции развития туризма // Гостиничный бизнес. — М., 2006. — № 1. — С. 63–65.
4. *Tourism Vision 2020*. — Madrid: World Tourism Organization, 2009. — 18 P.
5. Tribe J. The Economics of Recreation, Leisure and Tourism. — NY: Butterworth-Heinemann, 2009. — 285 P.
6. Вавилова Е. В. Основы международного туризма: Учеб. пособие для студ. вузов, обучающихся по спец. 060600. — М.: Гардарики, 2005. — 157 с.

Туристичний ринок є найдинамічнішою складовою ринку послуг. Вивчення його структурних тенденцій потрібно вести з урахуванням швидкої змінюваності.

Туристический рынок является наиболее динамичной составляющей рынка услуг. Изучение его структурных тенденций должно вестись с учетом его быстрой изменяемости.

The tourist market is the most dynamical component of the market of services. Studying of its structural tendencies should be conducted with the account of its fast convertibility.

Надійшла 9 квітня 2010 р.