

РОЗДІЛ 1

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

I МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 338.486

Череп А. В.

Бондаренко А. Г.

Запорізький національний університет

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У статті висвітлено проблеми розвитку міжнародного туризму через призму глобалізації світової економіки. Розкрито потенціал світових туристичних потоків як чинників, що впливають на світову економіку, структура яких відображає тенденції міжнародної взаємодії. Підкреслено особливу привабливість туризму для інвестування внутрішніми та зовнішніми інвесторами. Охарактеризовано загальні тенденції розвитку міжнародного туризму. З'ясовано, як впливає розвиток технологій на збільшення туристичних потоків за рахунок швидкого отримання інформації через Інтернет, можливості оформлення проїзних документів, білетів на видовищні заходи, бронювання житла та путівок користувачами туристичних послуг.

Ключові слова: міжнародний туризм, глобалізація економіки, альянси, транснаціональні компанії, інноваційні технології, етнічна та національна самобутність.

Постановка проблеми. Вже більше століття розвивається міжнародний туризм. З появою можливості людей пересуватися з однієї країни в іншу за невеликий відрізок часу починається ера міжнародного туризму. Допитливість людей почала сприяти розвитку цього напрямку в економіці. З кінця XIX століття, коли з'явилися різні види транспорту (спочатку потяги та пароплави, а на початку XX століття – автомобілі та літаки), люди дедалі більше подорожують, сприяючи розвитку міжнародного туризму. З часом кордони між країнами стають менш закритими, як і вартість транспортних послуг, і більше людей прагнуть побачити різні куточки світу на власні очі.

На початку XXI століття у світову економіку впевнено увійшла така сфера економіки, як міжнародний туризм, що почала відігравати не останню роль у ВВП різних країн світу.

Туризм став одним з важливіших джерел створення робочих місць у світі, більшість яких створюється в країнах, що розвиваються, для встановлення балансу економічного зростання, а також сприяння закріпленню та переселенню мешканців у сільську місцевість, зупиняючи їх відтік в перенаселені міста. В індустрію туристичних послуг щорічно вкладаються величезні інвестиції, більша

частина яких спрямовується на поліпшення якості життя як місцевого населення, так і туристів.

Про це свідчить її висока частка у світовому ВВП та експорті. З кожним роком вона стає все більшою, наприклад за 2017 р. міжнародний туризм склав 10% від світового ВВП та 12% від обсягу світового експорту товарів та послуг.

Згідно з даними Міжнародної туристичної організації кількість туристів, що здійснили подорожі до інших країн, у 2017 р. перевищила 1,23 млрд. осіб, тобто на 84 млн. осіб більше, ніж у 2016 р. Ці обсяги збільшилися на 4% за останні 8 років тобто на 393 млн. осіб [1]. Збільшення витрат на міжнародний туризм по країнах-лідерах за 2017 р. порівняно з 2016 р. можна побачити на рис. 1.

Це все свідчить про впевнене збільшення частки міжнародного туризму у світовій економіці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Організацією туристичної діяльності та управлінням нею у світовому масштабі займається Всесвітня туристська організація, яка виконує багато функцій та приділяє увагу аспектам розвитку міжнародного туризму. Інформація про виконану роботу за рік організація публікує щорічно у своїх звітах та спеціалізованих журналах [1; 2]. Аспектам розвитку міжнародного туризму приділяють увагу багато географів та економістів, а саме А. Александрова [3], І. Воронін, А. Вороніна [4]. Вплив глобалізації на розвиток туризму, створення альянсів, надання послуг транснаціональними компаніями та створення пекідж-турів як більш комфортного для користувачів готельних послуг детально розкривають у своїх дослідженнях П. Пуцентейло [5] та А. Толочко [6]. Можливість збереження етнічної самобутності, екології та залучення коштів у розвиток туризму в країні розкриває у своєму дослідженні К. Кучеренко [7].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У статті пропонуються шляхи вирішення проблем, які пов'язані з тенденціями розмивання національної самобутності країн та поширення екологічних проблем у зв'язку з розвитком глобалізації у світовій економіці. Привертається увага до можливості збереження навколишнього середовища за допомогою розширення

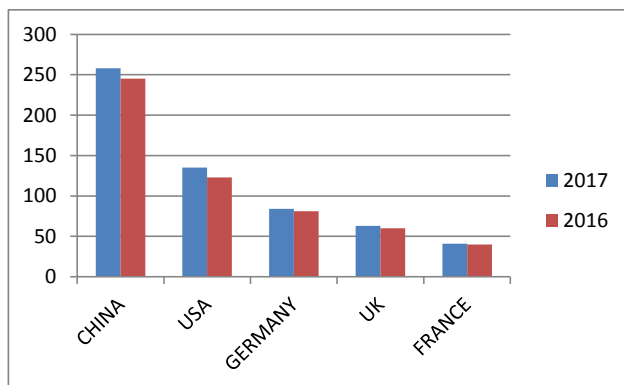


Рис. 1. Витрати на міжнародний туризм по країнах, млрд. дол. США

Джерело: [1, с. 14]

деяких напрямів туризму, а також висвітлюються кроки міжнародної спільноти для збереження національних особливостей різних країн та народів в умовах глобалізації.

Мета статті полягає в розгляді проблем міжнародного туризму як частини світової економіки під впливом глобалізації та можливості їх вирішення.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасній світовій економіці відбуваються системні зміни через вплив глобалізації. Об'єднання компаній, поглинання однієї компанії іншою, купівля компаній для створення холдингів та масштабних корпорацій складають нову сутність світової економіки.

Туризм як одна з великих частин світової економіки під впливом глобалізації економіки поступово набуває нових економічних та комерційних спрямувань. В сучасному світі користувачі туристичних послуг стають більш вибагливими до туристичних компаній та сервісу, який вони надають.

Зараз міжнародний туристичний ринок пропонує туристам, які люблять гострі відчуття, екстремальний туризм. Для захоплення управління людською підсвідомістю найбільші інфраструктури в індустрії відпочинку пропонують сотням тисяч глядачів мега-шоу небаченої популярності, що передбачає проживання паломників в найближчих готелях та пансіонах. Чемпіонати світу, Олімпійські ігри, кінофестивалі, концерти поп-зірок вже давно вийшли за межі спорту та культури й перетворились на комерційні заходи з необмеженим спектром пропозицій. В одному з ними рядку перебувають розташовані на великій площі території парки розваг на будь-який смак, а ризиковані види активного відпочинку з полюванням, модернізованою ловлею риби, відео- та фотозйомкою в екзотичних умовах б'ють усі рекорди затребуваності.

Для можливості бути конкурентними в цьому бізнесі туристичні компанії об'єднуються в альянси. Це є першим проявом впливу глобалізації на міжнародний туризм. Компанії, які мають розгалужену мережу по всьому світу, можуть більш ефективно надавати послуги та приваблювати туристів різноманітністю послуг, комфортом, швидкістю обслуговування. Туристичні компанії створюють різні види альянсів: від мереж готелів та послуг авіаперевезень до створення компаній, які можуть надати повний спектр туристичних послуг (від бронювання номерів та білетів до екскурсій та відвідування масових заходів, тобто пропонують туристам пекідж- або інклюзив-тури).

Більшість готельних ланцюгів має штаб-квартири у США. До найбільш відомих готельних ланцюгів, керованих із США, належать "Hospitality Franchise", "Holiday Inn Worldwide", "Best Western International", "Marriott Hotel", "ITT Sheraton". Серед інших країн, що мають штаб-квартири готельних ланцюгів, можна відзначити Францію ("Accor", "Club Mediterranee"), Великобританію ("Forte Hotels", "Hilton International"), Німеччину ("Robinson Club GmbH"), Іспанію ("Grupo Sol Melia").

Найбільшими альянсами у сфері авіаперевезень є "Star Alliance", що об'єднує такі авіаперевізники, як "United Airlines", "Lufthansa", "Air Canada", "Thai Airways" та "Oneworld", до якого входять "American Airlines", "British Airways", "Cathay Pacific", "Qantas", "Canadian Airlines". Їх розвиток та вплив на туристичний бізнес детально дослідив у своїй праці П. Пуцентайло [5].

Іншим проявом глобалізації є впровадження ІТ-технологій у сферу туризму та розвиток інформаційно-телекомунікаційної мережі Інтернет, що

зробили багато видів туристських послуг здатними до торгівлі. Туристичний продукт є одним з найбільш часто запитуваних в Інтернеті. Так, близько 68,2% інформації про подорожі споживачі отримують через Інтернет; це насамперед інформація про види відпочинку, ціни, картографічні матеріали, звичайно ж, через Інтернет здійснюється бронювання. Згідно з даними соціологічного опитування в основі мотивації користування Інтернетом під час купівлі туристичного продукту перш місце посідає зручність (78,4%), друге – відсутність тиску під час купівлі (66,4%), третє – економія часу (64,2%), а четверте (51,3%) – можливість отримати інформацію безпосередньо від туроператора. Сучасні ІТ-технології дають змогу отримати інформацію з будь-якої відстані і в будь-якому режимі часу, зокрема онлайн [4].

Всі ці чинники створюють переваги глобалізації та відкривають нові соціально-економічні перспективи, але вплив глобалізації на міжнародний туризм має як позитивні, так і негативні наслідки як для світової економіки, так і для світу загалом.

По-перше, негативним наслідком глобалізації стає прагнення підприємців та власників підприємств будь-яким шляхом одержати перемогу над конкурентами, що приводить до загострення партнерських відносин.

Неконтрольоване зростання пропозицій викликає загрозу перевищення купівельної здібності населення, а також характеризується жорсткою конкурентною боротьбою за клієнта, ринки збуту та сфери впливу. Ці проблеми можуть спонукати до зміни економічних показників та прискорювати розвиток економічної кризи у світовій економіці.

По-друге, характерною особливістю сучасного етапу розвитку туристичної індустрії є проникнення в туристичний бізнес як компаній, що безпосередньо стосуються туристичного сектору, так і підприємств інших галузей економіки (банків, промислових, торговельних, страхових компаній). Утворення багатопрофільних галузевих концернів створює можливість перехресного субсидювання, тобто діяльність одних підприємств, що входять до складу концерну, фінансується з прибутку підприємств інших галузей цього ж концерну. В туризм спрямовуються капітали нафтових компаній (американської "Exxon", італійської "AGIP"), торговельних фірм-власників мережі найбільших універмагів та підприємств роздрібно-торгівлі (німецьких "Neckermann", "Kaufhof", "Hertie"), харчової промисловості (швейцарської "Nestle"), фінансових структур ("RABO Bank"), конгломератів, що включають підприємства харчової промисловості, судохідні компанії, банки, роздрібні магазини, видавництва, залізничні компанії (швейцарський "Migro"). Активному проникненню в туристичний бізнес капіталів з інших галузей сприяють такі чинники, як низькі бар'єри виходу на ринок, наявність надлишкових фінансових коштів, високі темпи розвитку туризму, уявлення (часто помилкове) про туризм як про приємний та нескладний вид діяльності. Ці тенденції детально прослідив у своєму дослідженні І. Воронін [4]. Проникнення компаній у сферу туризму задля досягнення надприбутків безпосередньо впливає на стан екології у світі, тому що за досягнення прибутків компанії приділяють найменшу увагу екологічним проблемам, що викликані втручанням людини у світ природи.

По-третє, багато країн світу приймають загальні для всіх стандарти туристичних послуг, щоби створити уніфікований комплект послуг для

комфортного відпочинку, що приводить до втрати унікальності місцевої та національної культури.

Для того щоби зменшити негативні наслідки глобалізації та посилити позитивні тенденції, слід звернути увагу на декілька можливостей.

Першою можливістю виступає Глобальний етичний кодекс туризму, який нараховує 10 пунктів, розроблений за результатами тривалого консультативного процесу, а також був односторонньо схвалений у жовтні 1999 р. на сесії Генеральної асамблеї ВТО у Сантьяго.

Глобальний етичний кодекс туризму встановлює комплекс орієнтирів для сталого розвитку світового туризму. В ньому закладені ідеї багатьох попередніх аналогічних декларацій та чинних професійних кодексів, а також він має в собі нове мислення, що відображає зміни в нашому суспільстві на стіжку тисячоліть.

Оскільки багато країн є членами ВТО, наявна можливість законодавчо впливати на діяльність великих корпорацій задля нівелювання монополізації діяльності транснаціональних компаній та зменшення ризиків для світової економіки.

Проблеми збереження живої природи у світі сприяють поширенню екологічного туризму. Він включає різноманітні походи горами й лісами, відпочинок на воді, у наметових містечках, спостереження за рідкісними птахами або метеликами. Провідну роль у розвитку екологічного туризму відіграють заповідні території. Світової популярності набули національні парки, зокрема Плитвицькі озера (Хорватія), Лейк Дистрикт (Велика Британія), Гранд-Каньйон (США), Серенгеті (Танзанія), Ігуасу (Аргентина, Бразилія), Крюгера (ПАР).

Згідно зі статистичними даними Міжнародної туристичної організації кількість туристів, які рушають у подорожі з метою екологічного туризму, рік від року зростає. Найбільше зростання туристів відчула Африка (до 8,7% росту у 2017 р. порівняно з 2016 р., тобто з 57,7 млн. осіб до 66,4 млн. осіб) [2, с. 3].

Проблема втрати унікальності місцевої та національної культури може бути вирішена деякими кроками. Перш за все через те, що сучасний турист схильний до впливу моди й легко змінює свої вподобання, інтереси, мотиви, форми поведінки на ринку туристичних послуг, можна говорити про соціальні практики наслідування та примусу в туризмі, коли модою нав'язуються колективні способи дії та мислення. Тому в цих умовах потрібно створювати умови для розвитку

подієвого туризму, який включає низку заходів культурного, спортивного, етнографічного, виставкового (ділового) видів туризму. Це буде позитивно впливати на імідж країни та дасть змогу зберегти її самобутність.

За допомогою організації масових заходів, таких як чемпіонати, олімпіади, пісенні конкурси, карнавали, підтримані державними органами, поширюються соціокультурні зв'язки та міжкультурна взаємодія народів, об'єднуються представники різних культур. Водночас зберігається можливість показати туристам самобутність та культуру країни, де відбувається певний захід. Такі заходи залучають інвестиції в країну та дають можливість туристам відкривати для себе інші країни, культури, звичаї.

Висновки. В процесі дослідження стає зрозумілим, що міжнародний туризм швидко розвивається в умовах глобалізації світової економіки.

Існує багато позитивного впливу на його розвиток зі створенням транснаціональних компаній, які залучають великі кошти зі своїх капіталів до розвитку цієї сфери економіки, а в подальшому міжнародний туризм буде більше впливати на економіку різних країн та стане більш конкурентною сферою економіки.

Поширення інформаційних технологій та засобів зв'язку безпосередньо впливає на розвиток міжнародного туризму, об'єднуючи багатьох людей. Інформаційні технології дають змогу більш ефективно використовувати рекламу послуг у сфері туризму, забезпечувати все більше потреб туристів в онлайн-послугах.

Поява та поширення сучасних транспортних засобів дають можливість скоротити вартість туристичних послуг, що позитивно впливає на кількість туристичних потоків.

Але в процесі глобалізації туристичної діяльності з'являються серйозні проблеми, які включають самобутність, культуру різних народів та екологічні проблеми.

Існують можливості для зменшення негативного впливу глобалізації та кроки для підвищення її позитивного впливу на міжнародний туризм. Держави, які зацікавлені у збереженні самобутності та екологічної сталості регіонів країн, повинні відігравати велику роль в регулюванні дій компаній, які надають туристичні послуги, вживати заходів для привертання уваги туристів до етнічної самобутності країни, а також розвивати екологічні напрями своєї економіки.

Список використаних джерел:

1. UNWTO Annual report. 2017. P. 10–14.
2. UNWTO World Tourism Barometer. 2017. P. 1–48.
3. Александрова А. Международный туризм. URL: http://tourlib.net/books_tourism/aleks94.htm.
4. Воронін І., Вороніна А. Вплив факторів глобалізації на розвиток міжнародного туризму. URL: <http://infotour.in.ua/voronin.htm>.
5. Пуцентейло П. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. URL: http://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo33.htm.
6. Толочко А. Трансналізація в міжнародному туризмі. С. 1–2. URL: http://www.vuzlib.com.ua/articles/book/5309-Transnal%D1%96za%D1%81%D1%96ja_v_m%D1%96zhnaro/1.html.
7. Кучеренко К. Оцінка впливу глобальних факторів ризику на процес формування міжнародного туристичного бренду. С. 1–7. URL: http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2015/11/156_94-100.pdf.

Череп А. В.

Бондаренко А.Г.

Запорожский национальный университет

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ СКВОЗЬ ПРИЗМУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Резюме

В статье освещены проблемы развития международного туризма через призму глобализации мировой экономики. Раскрыт потенциал мировых туристических потоков как факторов, влияющих на мировую экономику, структура которых отображает тенденции международного взаимодействия. Подчеркивается особая привлекательность туризма для инвестирования внутренними и внешними инвесторами. Охарактеризованы общие тенденции развития международного туризма. Выяснено, как влияет развитие технологий на увеличение туристических потоков за счет быстрого получения информации через Интернет сети, возможности использования оформления проездных документов, билетов на зрелищные мероприятия, бронирования жилья и путевок пользователями туристических услуг.

Ключевые слова: международный туризм, глобализация экономики, альянсы, транснациональные компании, инновационные технологии, этническая и национальная самобытность.

Cherep A. V.

Bondarenko A. G.

Zaporizhzhya National University

INTERNATIONAL TOURISM THROUGH THE PRISM OF GLOBALIZATION

Summary

The article deals with the problems of the development of international tourism through the prism of the globalization of the world economy. The potential of world tourist flows as factors influencing the world economy, the structure of which reflects tendencies of the international interaction is revealed. Emphasizes the special attractiveness of tourism for investing by both domestic and foreign investors. The general trends of international tourism development are described. It is explained how the development of technologies influences the increase of tourist flows due to the rapid receipt of information through Internet networks and the possibilities of using the registration of travel documents, tickets for entertainment events, reservation of housing and trips by users of tourist services.

Key words: international tourism, globalization of economy, alliances, trans-national companies, innovative technologies, ethnic and national identity.