

УДК 911.3

ГЕОПРОСТОРОВА ОРГАНІЗАЦІЯ СВІТОВОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

ПИСАРЕНКО С.М., ПТКОВЯТ О.О., ФЕЦИНЕЦЬ В.Т.

Мукачівський державний університет

Специфіка сьогодення полягає у тому, що вже відбулося усвідомлення важливості розвитку туризму, як ефективного засобу значних валютних надходжень, створення нових робочих місць, стимулу для розвитку соціальної та ринкової інфраструктури, потенційного об'єкту інвестування тощо. Саме глобалізаційні процеси з притаманною їм транснаціоналізацією форм діяльності, інтернаціоналізацією виробництва, тенденціями до концентрації капіталу позначились на індустрії туризму не тільки багатополосністю територіальної структури світового туристичного ринку, але й його ярусністю, об'єктивно зумовленою системою перебігу капіталу, формами співробітництва та організації діяльності, можливостями застосування відповідних маркетингових стратегій, які надає застосування сучасних інформаційних технологій. Трансформація центру світового господарства відбувається у напрямку поступового розвитку постматеріальних структур, серед яких переважають, ті, що виробляють знання та інтелектуальні продукти, які стають надбанням все більшої частини людства. Спостерігається не тільки поляризація туристичної діяльності, яка полягає у формуванні «полюсів росту» навколо вузлових фінансово-інформаційних центрів і перерозподілі фінансових та організаційних можливостей, які надає використання сучасних інформаційних технологій, а й наявність ярусності в діяльності світової індустрії туризму.

Мета. Метою статті є оцінка сучасних процесів організації геопросторових аспектів туристичної діяльності з врахуванням світових тенденцій.

Методологія. Теоретико-методологічною основою дослідження виступають положення вчень про формування світового туристичного ринку, його геопросторової організації, наукові праці учених в даній сфері дослідження. У процесі дослідження використано загальнотеоретичні та спеціальні методи аналізу: теоретичного узагальнення, аналізу та синтезу, історичний, абстрактно-логічний та інші. На основі методів пошуково-аналітичного дослідження акцентується увага на системі категорій геопросторових досліджень світового ринку туризму; диференціацію елементів глобальної лінійно-вузлової структури індустрії туризму.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що на основі узагальнення багатоаспектного матеріалу дається оцінка геопросторовій організації сфери світового туризму.

Практична значущість полягає в тому, що проаналізовано регіональні світові аспекти розвитку туристичної діяльності на основі територіальної нерівності; динаміку розвитку туристичних макрорегіонів; ефективність функціонування міжнародного туристичного ринку.

Ключові слова: туристична індустрія, туристичні регіони, світові туристичні центри, територіальна концентрація, територіальна інтеграція, полюси росту, геопросторові структури, туристична дестинація, транс націоналізація, глобалізація.

Сучасна туристична індустрія у світовій господарській системі посідає провідні позиції, її частка складає близько 10% від світового ВВП, 37% - від світової торгівлі послугами, 11% - від загального обсягу світових інвестицій, 11% - від світових споживчих витрат. Сьогодні сфера туризму забезпечує 1 трлн. \$ експортних надходжень. За даними ЮНВТО, за останні 16 років доходи від міжнародного туризму зростали в середньому на 9% на рік. Майже для 40 країн світу туристична галузь є основним джерелом надходжень до національного бюджету, а для 70 – однією з трьох основних статей.

Перехід розвинутих суспільств до постіндустріальної фази та формування відкритих національних економік спричинили розгортання регіональних інтеграційних процесів, як передумови становлення цілісної глобальної соціально-економічної системи, основними ознаками якої є: утвердження в якості домінуючих у світі ринкових відносин; випереджаючий розвиток сфери послуг; ключовий вплив на туристичну діяльність комунікативних та інформаційних систем; лібералізація умов міждержавного обміну природними, технологічними, інвестиційними та людськими ресурсами; оволодіння все більшою масою громадян різних країн загальнолюдськими цінностями та стандартами життя.

Об'єкти та методи дослідження. Стрімке зростання чисельності населення планети, агломерація його розселення, перманентне збільшення доходів різних верств громадян

розвинутих країн, підвищення їх культурного рівня, з одного боку, - а з другого, - інтенсивний розвиток сектору сервісної економіки у структурі світового господарства, а також взаємозближення країн утворюють сприятливі політичні, матеріальні та соціально-психологічні умови для бурхливого розвитку світового туризму, перетворення його в один з найпотужніших сегментів світової економіки. На сучасний стан та перспективи розвитку світових туристичних центрів, їх диверсифікацію та структурно-функціональну трансформацію вагомий вплив здійснюють також розвиток мережі новітніх транспортних засобів та засобів зв'язку, системи страхування та гарантії безпеки людей, мобільність валютних операцій та інші фактори.

До світового ринку туристичних послуг все активніше залучається і Україна, яка стала самостійним суб'єктом міжнародних економічних відносин.

Питанням теорії та практики розвитку туризму присвячено праці багатьох учених: В.І. Азара, Г.М. Алейнікової, О.О. Бейдика, О.В. Виноградової, В.О. Квартальнова, В.Ф. Кифяка, О.О. Любицевої, М.П. Мальської, В.І. Цибуха, О.Б. Чернеги та інших.

Сутність туристичних регіонів, закономірності їхнього розвитку та роль у світовій системі туризму висвітлено в роботах вітчизняних (В.Ф. Данильчук, Л.П. Дядечко, Т.І. Ткаченко та ін.) і закордонних (Р. Батлер, Х. Кім, Н. Лейпер, С. Медлік та ін.) учених. Значний внесок до концептуально-методологічних основ логістики туризму зробили такі науковці, як О.А. Гвозденко, В.Г. Банько, Г.І. Михайличенко, В.Є. Редько, І.Г. Смирнов, в працях яких головна увага приділялася організації та управлінню окремими туристичними функціями в підприємницьких структурах і виникненню ефекту синергізму, але питання його кількісної оцінки та оптимізації в туристичних дестинаціях залишилися поза увагою.

Питанням розвитку світового та вітчизняного ринків туристичних послуг присвячені наукові дослідження і публікації багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких слід виділити праці українських авторів – О.Бейдика, Л.Гонтаржевської, Ю.Забалдіної, Р.Заблоцької, В.Кифяка, О.Любицевої, Г.Михайличенко, Р.Росохи, А.Румянцева, Т.Сокол, С.Соколенка, Д.Стеценка, Т.Ткаченко та ін., російських фахівців – А.Александрової, І.Балабанова, В.Гуляєва, І.Зоріна, В.Квартальнова, В.Сеніна, А.Чудновського та ін., а також західних дослідників – Р.Бартон, Д.Боуена, Р.Браймера, Г.Гана, Ф.Котлера, А.Маршала, Д.Мейкенза та інших.

Постановка завдання. Метою статті є оцінка сучасних процесів організації геопросторових аспектів туристичної діяльності з врахуванням світових тенденцій. У ході вирішення мети дослідження поставлено такі завдання: дослідити категоріальний апарат світової туристичної діяльності; проаналізувати основні туристичні макрорегіони світу з точки зору розвитку туристичної діяльності; перспективи розвитку туристичних дестинацій світу.

Результати дослідження.

Світовий туризм розширює внески в платіжний баланс і ВВП країни. Так у таких країнах, як Угорщина, Чехія, Австрія, Швейцарія, Італія, Франція, Іспанія, Португалія туризм являється одною з пріоритетних галузей, внесок у валовий національний дохід яких складає 15-35 % [11].

Сьогодні, на думку аналітиків, в основі розвитку світового туризму лежать такі чинники:

- економічне зростання і соціальний прогрес привели до розширення обсягу ділових поїздок та подорожей з пізнавальними цілями;
- удосконалення всіх видів транспортних засобів зробило дешевшими поїздки;
- збільшення кількості найманих працівників і службовців у розвинутих країнах та підвищення їхнього матеріального й культурного рівня;
- інтенсифікація праці й отримання працюючими більш довгих відпусток;

- розвиток міждержавних зв'язків і культурних обмінів між країнами привів до розширення міжособистісних зв'язків між регіонами;
- розвиток сфери послуг стимулював розвиток сфери перевезень і технологічний прогрес у галузі телекомунікації;
- послаблення обмежень на вивіз валюти у багатьох країнах і спрощення прикордонних формальностей [9, с. 32].

На світовому ринку послуг домінують дев'ять країн: США, Великобританія, Франція, Німеччина, Японія, Нідерланди, Бельгія, Люксембург, Італія, на які припадає 2/3 світового експорту послуг і понад 50% імпорту (табл. 2.2). Близько половини цього експорту (44%) припадає на чотири країни: Великобританію, США, Німеччину, Францію [11]

Для сучасного туризму характерна значна територіальна нерівномірність. У найзагальніший вигляді вона відбиває різні соціально-економічні рівні країн світу: на економічно розвинені країни припадає 57% туристських прибутків, на країни, що розвиваються, – 30%, на країни з перехідною економікою – 13%. При подібній регіональній структурі туристських прибутків і доходів виділяються п'ять політико-географічних туристичних макрорегіонів світу:

1. *Європейський* (куди включають країни Західної, Північної, Південної, Центральної, Східної Європи, а також держави Східного Середземномор'я – Ізраїль, Кіпр, Туреччину).
2. *Американський* (включає країни Північної, Південної, Центральної Америки, острівні держави і території Карибського басейну).
3. *Азійсько-Тихоокеанський* (включає країни Східної та Південно-Східної Азії, Австралію та Океанію).
4. *Африканський* (включає країни Африки, крім Єгипту та Лівії).
5. *Близькосхідний* (включає країни Західної та Південно-Західної Азії, Єгипет, Лівію).

Слід відзначити, що для всіх макрорегіонів характерна поступова динаміка розвитку. Проте темпи росту туристичних прибуттів не були однакові. Ще в 1970 р. у світі було тільки два великих туристських макрорегіони - Європа й Північна Америка, які приймали 9,4% всіх міжнародних туристів, в 1990- х рр. до них додався третій - Азіатсько-Тихоокеанський регіон, де темпи росту міжнародних туристських прибуттів стали найбільш високими. На ці три регіони доводиться 92,6% всіх світових туристських прибуттів (у тому числі на Європу - 57,5%, Америку - 16,8%, АТР - 18,3%) і 95% всіх грошових надходжень від міжнародного туризму.

Аналізуючи ринок туристичних послуг, бачимо, що Європа – лідер цього ринку, вона приймає майже 65% іноземних туристів, отримуючи при цьому майже 55% валютних надходжень. Активність європейського туризму пояснюється насамперед територіальною близькістю і доступністю туристичних ресурсів. В Європі переважає внутрішньо регіональний туристичний обмін. Наприклад, 90% усіх гостей, що відвідують Іспанію, прибувають із країн Європи.

До основних світових туристичних центрів берегових районів належать: в Атлантичному океані - Середземноморське узбережжя Південної Європи та Північної Африки, узбережжя Біскайської затоки, Північного, Балтійського та Чорного морів, півострова Флорида, островів Куба, Гаїті, Багамських, райони міст та міських конгломерацій Атлантичного узбережжя Північної та Південної Америки; в Тихому океані - Гавайські острови і східне узбережжя Австралії, острів Хайнань (Китай), узбережжя Японського моря, райони міст та міських конгломерацій узбережжя Північної та Південної Америки; в Індійському океані - острів Шрі-Ланка, район прибережних міських конгломерацій Індії, східне узбережжя острова Мадагаскар. Нині поширення набувають туристські подорожі на кораблях (круїзи), підводне полювання, спортивне рибальство, віндсерфінг, подорожі на яхтах, катамаранах [1, с.23]

Саме на зламі ХХ-ХХІ ст. у багатьох країнах світу суттєво зріс рівень розвитку продуктивних сил, що стало потужним фактором активних пошуків нових форм їх територіальної організації з метою отримання додаткових прибутків від вигідного взаєморозташування економічних суб'єктів. Серед них значний інтерес викликають такі нові форми продуктивних сил, як технопарки, технополіси, логістичні центри, єврорегіони, чільне місце серед яких належить туризму. Адже, туризм є не тільки однією з форм людської життєдіяльності, але також і важливим суспільно-господарським явищем сучасного світу.

Науковими дослідженнями доведено, що ефективність функціонування міжнародного туристичного ринку залежить від ступеня інтегрованості простору (географічного, економічного, правового тощо). Переважна фінансова та технологічна роль ТНК, що діють у сфері туризму, при зростаючій конкуренції, посилюють глобалізаційні тенденції, у тому числі й на основі інтегрованого фінансово-інформаційного простору, роблять їх провідними структурами туристичного ринку всіх рівнів, включаючи національний. Національні ринки різного типу утворюють доволі мозаїчну картину, обумовлену характером участі у світовому туристичному процесі. Зазначені особливості функціонування ринкових структур індустрії туризму знайшли відтворення в геопросторовій організації світового туристичного ринку.

Враховуючи закономірності функціонування світового господарства, його ярусність, багатополісність, асиметричність та сформовані внаслідок цього геопросторові структури світового ринку, науковці в основу формування геопросторової структури індустрії туризму пропонують покласти концепції «багатополісності світу» та «осьового» поділу праці.

На сьогодні диференціація елементів глобальної лінійно-вузлової структури індустрії туризму за рівнем транснаціоналізації, фінансової активності, функцій в інформаційних мережах та розвитку туристичної інфраструктури, дозволили ієрархізувати їх, виділивши головні (Лондон, Токіо, Нью-Йорк), провідні (Чикаго, Лос-Анжелес, Вашингтон, Париж, Брюссель, Франкфурт-на-Майні, Цюрих, Сінгапур, Сан-Паулу) та значні (22 міста) вузли. Науковці вважають, що «світові міста», як центри фінансово-інформаційної ділової активності туристичного ринку, зв'язані постійними фінансовими та інформаційними потоками, утворюють лінійно-вузлову форму територіальної структури туризму та розглядаються як «опорний каркас» глобального та макрорегіональних ринків.

Саме територіальна концентрація та інтеграція зазначених вузлових елементів та інтенсивність зв'язків між ними є основою формування «полісів росту» як ядер поліцентричної світогосподарської структури. Ступінь диверсифікації індустрії туризму у світогосподарську систему дозволяє розглядати виділені «поліси росту» як ареальні форми геопросторової структури світового туристичного ринку. За ступенем сформованості та рівнем впливу на світогосподарські процеси серед «полісів росту» виділяють найбільш сформовані (Західно-Європейський, Північно-Американський, Тихоокеанський) та потенційні (Північноєвразійський, Південноамериканський, Австралійський). Сформовані «поліси росту» є ядрами науково-технічного прогресу, звідки технологічних інновацій поширюються на решту світу, саме тут концентруються основні фінансові ресурси й важелі економічного впливу.

В умовах сьогодення індустрія туризму, сформована в цих регіонах, максимально інтегрована в регіональний господарський комплекс, її діяльність стандартизована відповідно до місцевих соціально-економічних розумів, тому сформовані «поліси росту» можна розглядати у якості ядер геопросторової структури туристичного ринку як складової світового господарства. Ці просторові структури сформувалися на базі національних ринків високоінтенсивного типу, що характеризуються значним постійним за обсягами та різноманітним за характером попитом і потужною повноструктурною індустрією туризму, здатною не тільки задовольняти, а й створювати попит, концентруючи його на певних напрямках, видах та формах туризму.

Важливо зазначити, що потенційні «полюси росту» формуються переважно навколо провідних «світових міст» в індустріально розвинених країнах, які розташовані в південній півкулі в зоні потенційного попиту і є інфраструктурно вразливими через віддаленість від зон формування інтенсивного попиту. Проте екстенсивний шлях розвитку туристичного ринку, його ущільнення, стиснення простору, у тому числі й за рахунок удосконалення транспортних перевезень, потреба в урізноманітненні пропозиції при розвиненій індустрії туризму та всього соціально-економічного комплексу даних територій, роблять їх достатньо перспективними. Науковці виокремлюють як зони значного туристичного потенціалу Південно-Американську, Південно-Африканську та Австралійську ареальні форми геопросторової структури світового туристичного ринку.

Євразійський потенційний «полюс росту» на сьогодні знаходиться в стадії реформування й відповідної реструктуризації зовнішньоекономічних зв'язків і немає сформованих центрів ділової активності світового рівня. «Полюси росту» виступають інтеграторами туристичної діяльності, продуцентами нових маркетингових, інформаційних, сервісних технологій, тобто ядрами інновацій в індустрії туризму. Розподільчою мережею є опорний каркас світового туристичного ринку, ієрархізованою системою вузлових елементів геопросторової структури та зв'язків між ними.

Взаємодія між сформованими «полюсами росту» дає підстави для виокремлення двох континентально-океанійських макрорегіонів: Атлантичного та Тихоокеанського. Перший макрорегіон формується зв'язками між Західно-Європейським та Північно-Американським «полюсами росту» по вісі: Нью-Йорк - Лондон - Париж і далі по конурбації долини Рейну до Цюриха та Мілану. Другий макрорегіон сформувався навколо Тихоокеанського «полюсу росту» по вісі Токіо - Сінгапур і включає економічно розвинені країни Східного та Південно-Східного регіонів, які у світогосподарських зв'язках визначаються посиленою економічною активністю. Припускається можливість їх подальшої інтеграції на світовому туристичному ринку і формування атлантично-тихоокеанської зони інтенсивного розвитку індустрії туризму по вісі Токіо - Лос-Анжелес (через Гавайські о-ви) - Нью-Йорк - Лондон - Париж і далі в межах європейського «полюсу росту». Потенційними зонами туристичної активності, які можуть перерости (за сприятливої кон'юнктури світового ринку) в «полюси росту» є південні зони значного туристичного потенціалу.

Економічна глобалізація посилила асиметричну структуру корпоративного контролю в туристичній сфері. Більше того, монополізація технологій розподілу мегакорпораціями стала передумовою зростання концентрації виробництва та економічної міцності ТНК. В той же час використання таких уніфікованих технологій розподілу та продажу поступово унеможливує надання індивідуального продукту великими глобалізованими компаніями, хоча дана тенденція не буде визначальною у сфері подальшого розвитку туристичного ринку [14, с.93].

Характерною особливістю туристичних ТНК є те, що вони мають вертикально інтегровану структуру. Так, до складу компанії Thomas Cook входять власні авіалінії (Thomas Cook Airlines), туроператори (Thomas Cook, JMC, Sunset), а також мережа роздрібних турагенцій. Крім того, компанія має власні пункти обміну валюти, центри продажу, власний телеканал, Інтернет-компанію та видавництво. В той же час сама компанія TUI входить до складу концерну «Preussag», забезпечуючи до 50% загального обороту концерну. Інший німецький концерн «C&N Touristic» - основний конкурент TUI, створений у 1999 р. в результаті злиття чартерної авіакомпанії «Condor» та групи «Neckermann Reisen», є другим за обсягами обороту європейським туроператором. «C&N Touristic» придбала французьку фірму «Navas Voyages», а з метою розширення свого впливу на англійському ринку - «Thomas Cook» [14, с.95]

Великий британський туроператор First Choice з метою покращення роботи своєї власної агентської мережі придбав такі фірми-туроператори як «Tours» в Туреччині, «Nazar» у Німеччині, «Marmara/Etapes Nouvelles» у Франції, «Taugus», що діє в Австрії та Швейцарії, та «Bosphorus» у Бельгії [100]. Процеси транснаціоналізації в міжнародному туризмі традиційно розглядаються у сфері розміщення та авіаперевезень.

Характерною особливістю сучасного етапу розвитку туристичної індустрії є проникнення в туристичний бізнес як компаній, що мають безпосереднє відношення до туристичного сектора, так і підприємств інших галузей економіки (банків, промислових, торговельних, страхових компаній).

Створення багатопрофільних галузевих концернів створює можливість перехресного субсидіювання, 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 роздрібною торгівлі (німецьких Neckermann, Kaufhof, Hertie), харчової промисловості (швейцарської Nestle), фінансових структур (RABO Bank) [98]. Активному проникненню в туристичний бізнес капіталів із інших галузей сприяють наступні чинники: 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.

Ринковий вплив ТНК особливо яскраво проявляється у південно-європейському туристичному напрямку. Історично периферійний статус країн Південної Європи визначив їх чутливість до економічної сили туроператорів та інвесторів з Північної Європи, під дією яких вони стали залежними від розвитку туристичної сфери. Так, наприклад, в той час, коли лише близько 30% туристів з Великобританії здійснює туристські поїздки до Франції через туроператорів, відсоток поїздок через туроператорів до Греції становить близько 80%. Тому історична залежність Греції від порівняно недиференційованого ринку, що контролюється невеликою кількістю туроператорів, підірвав конкурентоздатність малих місцевих готельних підприємств, які були вимушені прийняти контрактні умови туроператорів, щоб не втратити своїх клієнтів [96]. Концентрація власності особливо проявилася і на європейському туроператорському ринку, де європейська інтеграція зумовила інтенсифікацію транскордонних злиттів та поглинань за участю як європейського, так і неєвропейського капіталу.

На даний час спостерігається активне проникнення капіталу окремих компаній на зарубіжні туристичні ринки. Особливо високим є відсоток іноземної участі в туристичних фірмах Нідерландів, Бельгії, Австрії, Іспанії. Проте французькі, італійські та англійські компанії не зовсім схвально ставляться до проникнення на свій ринок конкурентів. Європейські туристичні ТНК традиційно розміщують свої філії в інших країнах Європи, а також на американському континенті, причому такий розподіл залишається стабільним протягом останніх десятиліть [7, с.39].

Комплексний аналіз трансформаційних процесів, що відбулися в розвитку світового господарства упродовж останньої чверті ХХ і на початку ХХІ століть, дозволив виявити такі новітні тенденції і закономірності як соціалізація світової економіки, фундаментальні зрушення у її структурі, передусім випереджаючий розвиток сфери нематеріального виробництва, глобалізація товарних, фінансових і ринків праці, формування всесвітнього інформаційно-комунікативного простору, що суттєво вплинуло на посилення ролі у світовій економічній системі сектору послуг. Дана обставина викликала необхідність поглибленого дослідження самої категорії “туристична дестинація”, котра за цих умов наповнюється новим змістом і якісними ознаками [].

На базі глибокого аналізу теоретичних та практичних матеріалів поряд з традиційними факторами розвитку світового туристичного ринку (економічне зростання і соціальний прогрес країн світу, інтенсифікація праці, розвиток міждержавних зв'язків і культурних обмінів, спрощення валютних відносин та митних формальностей) розкриті новітні структурно-функціональні фактори, які вплинули на сучасну диспозицію країн на світовому туристичному ринку (процеси інтернаціоналізації світової економіки, розвиток інформаційних технологій, зміна типів споживачів туристичних послуг, розвиток транспортної інфраструктури туризму, розвиток конкуренції і кооперації підприємств туристичної сфери).

Відзначаємо, що значно видозмінилась туристична карта світу за рахунок зростання чисельності країн, які інтегрувалися у світовий економічний і гуманітарний простір. Вона відбиває процес формування ряду регіональних туристичних ринків, які відрізняються між собою за критеріями: інтенсивності туристичних потоків, видами туристичних послуг, контингентом туристів, розвитком туристичної інфраструктури, рівнем регулювання туристичних процесів. У роботі доведено, що на сьогодні сформувалися такі туристичні ринки: традиційні країни-монополісти (США, Франція, Іспанія, Італія, Великобританія, Австрія), нові регіони (Китай, Туреччина, Польща, Угорщина, 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 [11]

Про вагомість свідомого туризму говорить величезна кількість фахівців, які обслуговують туристські потоки. За даними Всесвітньої туристської організації нині у туризмі, що визнаний світовою індустрією номер один, зайнято понад 260 млн. чоловік. Вони обслуговують за рік близько 700 млн. відвідувачів. Найбільшим туристським центром і ринком є Сполучені Штати Америки. На американський континент припадає 21 % всіх подорожуючих та 30 % світових надходжень від туризму. В той же час для Європи аналогічні показники складають 60 % відвідувачів, але тільки 48 % туристських надходжень. Сьогодні з'явилася і, судячи з усього, зростає нова тенденція руху туристських потоків у напрямку північ-південь: азіатські туристи прямують до Австралії та інших країн, розташованих між ними; європейці відкривають для себе північноамериканські дестинації (напрямки), а північноамериканські все більше надають перевагу подорожам до Мексики, країн Карибського басейну і Південної Америки [2, с. 57].

На основі комплексного аналізу динаміки туристичних потоків виявляємо, що істотно розширилась і урізноманітнилась суб'єктна структура міжнародного ринку туристичних послуг, яка проявляється у багатократному зростанні чисельності туристів, вагомих змінах статево-вікової, професійної, національно-етнічної та соціальної структури (у туристських потоках майже усіх провідних країн переважають представники середнього класу: від 40% в Нідерландах до 59% в Італії, туристи з невисоким статком - Франція (36%), Італія (31%), представники вищого класу - із Німеччини (43%), Нідерландів (41%), Великобританії (37%); лише у Франції спостерігається невелика перевага жінок в туристичному потоці, в інших країнах - переважають чоловіки, особливо в Італії - 61%; за віковою структурою туристичного ринку більшості країн світу спостерігається активна участь у міжнародних туристичних процесах людей віком 30-44 роки (35% туристів), хоча в окремих країнах серед подорожуючих є і старші за віком - до 60 років (наприклад, у Франції - 30%).

Дослідження доводять, що докорінних змін зазнала і видова структура світового ринку туристичних послуг. Поряд із традиційними видами туризму (культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, релігійний) за останні два десятиліття широкого поширення набули

неординарні та специфічні види туризму (трудова міграція, зелений, екологічний, екстремальний туризм та інші).

Головним бар'єром розвитку туризму в країнах, що розвиваються, є неможливість забезпечення достатнього рівня фінансування туристичної інфраструктури. Ця проблема особливо гостро стоїть внаслідок скорочення запасів природних ресурсів даних країн, доходи від продажу яких формують їх бюджети. Крім того, перешкодою розвитку туризму в них є значний часовий лаг між моментом вкладення цих коштів із власного бюджету на розвиток туризму та моментом отримання доходів від туристичного сектору. Ця проблема часто вирішується за рахунок міжнародних позичок цільового характеру, гарантами яких виступають уряди країн, що, у свою чергу, негативно впливає на стан зовнішньої заборгованості країни та стає дорогим заходом внаслідок великих відсотків за позичками та зростання курсу іноземної валюти.

Прогнозується, що у ХХІ ст. регіональна структура міжнародного туризму продовжуватиме змінюватись при збереженні колишніх тенденцій розвитку. За прогнозами ВТО на 2020 р., основними дестинаціями за кількістю прибуттів буде Європа (44,8%), Східно-Азіатський і Тихоокеанський регіон (27,3%) і Американський регіон (17,8%). Прогнозується, що показники приросту туристських прибуттів у Східно-Азіатський і Тихоокеанський регіон, Південну Азію, Близький Схід і Африку становитимуть 5% на рік порівняно з середньосвітовим показником (4,1%). Очікується, що в більш розвинених країнах Європи й Америки показники зростання будуть нижчими за середні [11].

До 2020 р. кількість міжнародних туристських прибуттів складатиме 1,56 млрд. осіб, з яких 1,18 млрд. буде припадати на внутрішньорегіональний туризм, 377 млн. - на міжрегіональний, тобто подорожі на далекі відстані. Прогнози ВТО для регіональних трендів показують, що встановлені зміни в розподілі туристських потоків між регіонами, що були зазначені у розділі II, збережуться і до 2020 р. Частки Європейського і Американського регіонів скоротяться до 2020 р., тоді як частка Східної Азії та Тихоокеанського регіону значно збільшаться. Слід відзначити, що прогнозуєма частка даного регіону збільшиться настільки, наскільки частка Європи скоротиться. Прогнозуємий рівень річного зростання у 2000-2020 рр. складе 6,5% для Європи і 6,2% для Східної Азії та Тихоокеанського регіону. В інших регіонах світу прогнози на цей період також демонструють зростання. В Південній Азії - 7,1%, в Африці - 5,5%, на Близькому Сході - 3,0%.

За даними прогнозу кількість туристів, що прибуває до Європи, збільшиться до 2020 р. - до 717 млн. Це пов'язано, передусім, із зростанням рівня доходів, збільшенням кількості вільного часу, спрощенням візового контролю між країнами Європейського Союзу, а також можливими наступними хвилями розширення даного інтеграційного угруповання. Відносне уповільнення темпів зростання може бути причиною сильної залежності Європи від певних видів туризму. Особливо це стосується берегових зон Середземного моря. Тренди зростання туризму в Американському регіоні свідчать, зокрема, про слабке падіння темпів зростання, однак вони залишаються на рівні середньосвітових. Кількість туристів, що прибувають до Американського регіону, збільшилося у 2010 р. до 190 млн., осіб, а до 2020 р. збільшиться - до 282 млн. [96].

Що стосується подальшого розвитку світового туризму, то експерти передбачають, що при щорічному зростанні на 8 % кількість туристичних прибуттів у Китаї досягне до 2020 р. 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), Гонконг (59,3 млн осіб). За прогнозами ВТО, очікується бурхливий розвиток виїзного туризму. Найбільшими країнами-постачальниками туристичних потоків стануть Німеччина, Японія, США, Китай, Великобританія [11].

Висновки. До основних тенденцій, що будуть визначати розвиток світового туристичного ринку в майбутньому, слід відзначити більш значний вплив політичних та природних, аніж економічних чинників на кількість туристських прибуттів; вплив соціодемографічних змін, вдосконалення електронної інформації та комунікаційних систем на формування та розвиток світових туристичних ринків; подальше зростання показників міжнародної туристичної діяльності та деякі структурні зміни у регіональному розподілі туристських прибуттів.

Аналіз особливостей функціонування світового ринку туристичних послуг щодо розвитку та функціонування туристичних дестинацій свідчить, що подальший його розвиток відбуватиметься відповідно до загальносвітових тенденцій розвитку світового господарства і міжнародних економічних відносин - транснаціоналізації та глобалізації. Глобалізація світового ринку туристичних послуг щодо розвитку туристичних дестинацій проявляється через функціонування транснаціональних корпорацій трьох основних форм - готельні ланцюжки, повітряні альянси та транснаціональні туроператори.

Серед основних перспективних тенденцій розвитку світового туризму слід виділити розвиток внутрішньорегіонального туризму, зростання залежності окремих туристичних дестинацій від певних видів туризму, і, як наслідок, прагнення урядів країн до диверсифікації туристичного ринку. Цінова політика стане однією з основних, що будуть визначати розвиток туристичних дестинацій та їх рівень конкурентоспроможності. В умовах трансформації світового ринку туристичних послуг цілком логічно постає питання про роль перехідних суспільств на даному сегменті світового ринку. Тому більш детального розгляду потребує дослідження особливостей та закономірностей розвитку міжнародного туризму в країнах з перехідними економіками, до яких належить і Україна.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. - М.: Аспект Пресс, 2001 - 464 с.
2. Александрова А.Ю. Экономика и территориальная организация международного туризма. М., 2006. - 240с.
3. Воскресенский В.Ю. Международный туризм / В.Ю. Воскресенский. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006 - 255 с.
4. Гайдук А. Процеси глобалізації та концентрації як фактор розвитку європейського та світового туристичного господарств // Регіональна економіка. - 2003. - №1. - С. 227-232
5. Голиков А.П., Казакова Н.А., Прав Ю.Г. Региональная политика и экономическое развитие: европейский контекст. - Х., Экограф, 2009. - 240 с.
6. Дубенюк Я.А. Процеси концентрації у світовій туристичній індустрії // Актуальні проблеми науки та освіти: VIII підсумкова (2006 р.) наук.-практ. конф. викладачів МДГУ. Маріуполь, 2 лютого 2006 р. - Маріуполь: МДГУ, 2006. - Ч. 1. - С. 35-37
7. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму : Підручник. - К.: Знання, 2010. - 502 с.
8. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). 3-є видання з переробками та доповненнями / О.О. Любіцева - К.: "Альтерпрес", 2005. - 436 с.
9. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. - К.: Знання, 2008. - 661с.
10. Наумкіна С., Ткачук Ю. Глобалізація: тенденції інтеграції та поляризації сучасного світу// Політичний менеджмент.- 2005.- №6.- С.121-128.
11. <http://www.tourism.gov.ua/statistica>

АННОТАЦІЯ

ГЕОПРОСТОРОВА ОРГАНІЗАЦІЯ МИРОВОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА

Специфика современности заключается в том, что уже состоялось осознание важности развития туризма, как эффективного средства значительных валютных поступлений, создания новых рабочих мест, стимула, для развития социальной и рыночной инфраструктуры, потенциального объекта инвестирования, и тому подобное. Именно глобальные процессы с присущей им транснационализацией форм деятельности, интернационализацией производства, тенденциями к концентрации капитала отразились на индустрии туризма не только многополюсной территориальной структуры мирового туристического рынка, но и его ярусностью, объективно предопределенной системой хода капитала, формами сотрудничества и организации деятельности,

возможностями применения соответствующих маркетинговых стратегий, которые предоставляет применение современных информационных технологий. Трансформация центра мирового хозяйства происходит в направлении постепенного развития постматериальных структур, среди которых преобладают те, которые производят знание и интеллектуальные продукты, которые становятся приобретением все большей части человечества. Наблюдается не только поляризация туристической деятельности, которая заключается в формировании «полюсов роста» вокруг узловых финансово-информационных центров и перераспределении финансовых и организационных возможностей, которые предоставляет использование современных информационных технологий, но и наличие ярусности в деятельности мировой индустрии туризма.

Цель. Целью статьи является оценка современных процессов организации геопросторовых аспектов туристической деятельности с учетом мировых тенденций.

Методология. Теоретико-методологической основой исследования выступают положения учений о формировании мирового туристического рынка, его геопросторовой организации, научные труды ученых в данной сфере исследования. В процессе исследования использованы общетеоретические и специальные методы анализа: теоретического обобщения, анализа и синтеза, исторический, абстрактно-логический и другие. На основе методов поисково-аналитического исследования акцентируется внимание на системе категорий геопросторовых исследований мирового рынка туризма; дифференциацию элементов глобальной линейно-узловой структуры индустрии туризма.

Научная новизна исследования заключается в том, что на основе обобщения многоаспектного материала дается оценка геопросторовой организации сферы мирового туризма.

Практическая значимость заключается в том, что проанализированы региональные мировые аспекты развития туристической деятельности на основе территориального неравенства; динамику развития туристических макрорегионов; эффективность функционирования международного туристического рынка.

Ключевые слова: туристическая индустрия, туристические регионы, мировые туристические центры, территориальная концентрация, территориальная интеграция, полюса роста, геопросторовые структуры, туристическая дестинация, транс национализация, глобализация.

SUMMARY

GEOSPACE ORGANIZATION OF WORLD TOURIST MARKET

The present-day specifics lies in that there has been awareness of importance of tourism development, as an effective means of considerable currency receipts, creation of new workplaces, stimulus for development of social and market infrastructure, potential object of investment etc. Due to globalization processes with transnationalization forms of activity, that has been their inherent feature, internationalization of production, to the tendencies of capital concentration affected tourism industry not only by its multilateral territorial structure of world tourist market, but also by its layering, objectively preconditioned system of capital circulation, by forms of collaboration and organization of activity; by the possibilities of proper marketing strategies applications, which are possible due to the modern information technologies usage. Transformation of world economic centre takes place in direction of gradual development of postmaterial structures among which prevail, those, which produce knowledge and intellectual products becoming the acquisition of greater part of humanity. There is not only polarization of tourist activity, which consists of «poles of growth» forming round the key financial and informative centres as well as redistribution of financial and organizational possibilities, which have been given by the use of modern information technologies, but also the existence of layering in activity of world tourism industry.

The Aim of the article. The aim of the article is an estimation of modern organizational processes of tourist activity geospace aspects taking into account the world tendencies.

Methodology. The provisions of doctrines concerning the formation of world tourist market, its geospace organisation, scientific works have been taken as theoretical and methodological basis of research. General theoretical and specific methods of analysis have been used: theoretical generalisation, analysis and synthesis, historical, abstract and logical, and others. On the basis of methods searching-analytical research the special attention to the system of categories of geospace tourism world market has been paid; as well as differentiation of elements of linear-nodal global structure of tourism industry.

Scientific novelty. Lies in the facts in that on the basis of generalization of diverse aspects of material an evaluation of world tourism geospace organization has been given.

Practical relevance. Lies in the fact that the regional world aspects of tourist activity development on the basis of territorial inequality; the dynamics of tourist macroregions development have been analysed; as well as the efficiency of international tourist market functioning.

Key words: tourist industry, tourist regions, world tourist centres, territorial concentration, territorial integration, poles of growth, geospace structures, tourist destination, transnationalization, globalization.