

4. National Bureau of Statistic of China. <http://stats.gov.cn/engliash/statisticaldata/yearlydata> (accessed December 13, 2018)

5. Kalchenko, Tymur V. *Sovremennye transformazionnye praktiki hlobalynoy ekonomiki* [Modern transformative practices of the global economy]. Riga: Palmarium Academic Publishing, 2018. [in Russian]

6. Meri, T. «China passes the EU in High-Tech exports». *Eurostat Statistic in focus*. 25(2009): 1-7.

7. Kalchenko, Tymur V. «Kitayskaya hlobalynaya tzivilizazionnaya model ekonomicheskoho liderstva [The Chinese global civilizational model of economic leadership]». *KANT — A Scientific Reference and Citation Magazine*, 4, 2018 [in Russian]

8. Lukyanenko, Dmytro H., Poruchnik, Anatolii M., Kalchenko, Tymur V., Riabetz Nataliya M., Tymkiv, Iryna V. *Hlobal'na ekonomika* [Global economy]. Kyiv: KNEU, 2017. [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 10.04.2019 р.

УДК338.488.2

JEL ClassificationF20

DOI 10.33111/EE.2019.42.GrynkoT

T. Grynko

*D.Sc. (Economics), Professor,
Dean of the Faculty of Economics
Oles Honchar Dnipro National
University,
Dnipro, Ukraine*

Т.В. Гринько

*д.е.н., професор
декан факультету економіки
Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара*

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-7882-4523>

ІМПЕРАТИВИ РОЗВИТКУ СФЕРИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

АНОТАЦІЯ. У статті досліджено динаміку та імперативи розвитку міжнародного туризму та гостинності. Визначено головні фактори, які обумовлюють розгортання сучасних трендів у сфері туризму та гостинності. Розглянуто тенденції зростання видів туризму та послуг гостинності, збільшення обсягу інноваційних рішень, посилення впливу сфери туризму та гостинності на суспільний розвиток, трансформацію факторів розвитку туризму та гостинності. Визначено детермінанти, які здійснюють визначальний вплив на туристичні потоки: транснаціоналізація, інтелектуалізація, інформатизація, соціалізація, активізація мобільності населення, атомізація суспільства, які зумовляють сталий розвиток суб'єктів туризму та гостинності.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: імперативи, фактори, розвиток, міжнародний туризм, гостинність.

THE IMPERATIVES OF THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TOURISM AND HOSPITALITY

ANNOTATION. The article investigates the dynamics and imperatives of the development of international tourism and hospitality. The main factors that determine the development of modern trends in tourism and hospitality are identified. The tendencies of growth of kinds of tourism and hospitality services, increase of volume of innovative decisions, strengthening of influence of sphere of tourism and hospitality on social development, transformation of factors of development of tourism and hospitality are considered. Determinants that have a decisive influence on tourist flows are identified: transnationalization, intellectualization, informatization, socialization, activation of population mobility, atomization of society, which predetermine sustainable development of tourism and hospitality subjects.

Accordingly, the following activities can be promising directions for the development of international tourism and hospitality. At the global level: to intensify the coordination activities of international organizations, regional associations of countries and TNCs in the field of positivist development of the international tourist market. At the macro level, state authorities should improve regulation: legislative policy, economic policy, and socio-cultural policies. At the meso-level, to intensify cooperation between enterprises, to distribute network and associative structures, to create conglomerates and centers of cooperation with enterprises of other spheres of economy, science and education, to create regional centers of visa and information services, new standards of service. At the micro level: creation of new tourist products and services, improvement of existing tourist goods and services, improvement of the quality of tourist services, automation of production processes, ecologization of service technologies, popularization of tourism enterprises in the Internet environment, establishment of constant contacts with clients, application of progressive forms of management, implementation of logistics in management.

KEY WORDS: imperatives, factors, development, international tourism, hospitality.

Вступ. Наприкінці другого десятиріччя ХХІ століття міжнародний туризм і отримання послуг гостинності постає важливою частиною життя цивілізованої частини населення світу і ця сфера економічної діяльності стала суттєвим джерелом доходу для багатьох країн.

Дослідженню вимог, трендів та факторів розвитку сфери міжнародного туризму та гостинності приділяли увагу багато вітчизняних та зарубіжних учених, серед яких: С.А. Бурій [1], Т.В. Гринько [8–9], П.А. Заремба [2], О.М. Кальченко [3], Л.А. Любимова [4], О.І. Мілашовська [5], С.Е. Сардак [6–7], Т.А. Смірнова [11]. Однак, незважаючи на достатньо повне висвітлення аспектів розвитку сфери міжнародного туризму та гостинності, у науковій

дискусії залишаються недостатньо визначеними питання ідентифікації визначальних імперативів, які обумовлюють логіку рекреаційної, пізнавальної та ділової мобільності людських ресурсів у світовій економіці.

Метою статті є визначення імперативів розвитку сфери міжнародного туризму та гостинності. Для досягнення даної мети поставлено та вирішено такі завдання: розглянути динаміку і прогноз розвитку міжнародного туризму; дослідити структурні та системні чинники міжнародного туризму та гостинності; запропонувати перспективні напрями вдосконалення розвитку сфери міжнародного туризму та гостинності у межах глобальних імперативів.

Результати. Міжнародний туризм виступає важливим фактором розвитку світової економіки. За останні 20 років туристичні потоки у світі зросли більше ніж у 2,7 разу з 436 млн осіб в 1990 р. до 1,186 млрд осіб у 2015 р. (табл. 1).

Таблиця 1

ДИНАМІКА І ПРОГНОЗ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ, млн осіб*

Регіон	Кількість міжнародних туристів (прибуття), млн осіб											
	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2020	2030
Світ, загалом	436	529	677	807	949	995	1038	1087	1138	1186	1360	1809
у тому числі:												
Розвинені країни	297	336	420	459	506	530	555	582	615	653	643	772
Країни, що розвиваються	139	193	256	348	443	465	482	505	523	533	717	1,037
у тому числі за регіонами:												
Європа	262,7	305,9	388,0	448,9	485,5	516,4	539,6	566,3	588,4	607,7	620	744
Азія і Тихо-океанський регіон	55,8	82,0	110,1	153,6	205,1	218,2	233,8	249,8	263,0	279,2	355	535
Америка	92,8	109,0	128,2	133,3	150,4	156,0	162,5	168,1	180,6	192,6	199	248
Африка	14,8	18,8	26,2	34,8	49,9	49,4	52,2	54,7	56,0	53,5	85	134
Близький Схід	9,6	13,7	24,1	36,3	58,2	54,9	49,8	48,2	50,3	53,3	101	149

* складено за даними [12].

Щорічно обсяг міжнародного туризму продовжує зростати і це свідчить про швидкий розвиток туристичної галузі у світі. Регіональним лідером постає Європейський регіон, що позначається на спрямуванні потоків міжнародних туристів (табл. 2). Далі між собою конкурують Америка та Азія і Тихоокеанський регіон: якщо з 2000 по 2005 рр. Америка займала друге місце по доходах від міжнародного туризму, тоді як, починаючи з 2006 р. і закінчуючи нинішнім часом, на друге місце виходить Азія і Тихоокеанський регіон.

Таблиця 2

**ДОХОДИ ВІД МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ПО РЕГІОНАМ СВІТУ,
млрд дол. США***

Рік	Світ	Африка	Америка	Азія та Тихоокеанський регіон	Європа	Близький Схід
2000	477	10,4	130,8	85,2	232,7	15,2
2001	464	11,5	119,8	88,0	227,7	15,6
2002	480	11,9	113,4	96,4	242,5	16,2
2003	524	15,5	114,1	94,9	282,9	16,8
2004	633	19,2	132,0	127,8	328,5	25,5
2005	676	21,7	145,2	134,5	348,8	26,3
2006	742	24,6	154,1	156,5	376,9	29,9
2007	858	29,1	171,3	186,8	435,2	35,0
2008	941	30,2	188,1	208,9	473,7	39,7
2009	851	28,8	166,2	203,1	410,9	42,0
2010	927	30,4	180,7	255,3	409,3	51,7
2011	1,042	32,7	197,9	298,6	466,7	46,4
2012	1,078	34,3	212,9	329,1	454,0	47,5
2013	1,197	35,5	264,2	360,7	491,7	45,2
2014	1,245	36,4	274,0	376,8	508,9	49,3

* складено та узагальнено за даними [12].

Динаміка даних табл. 1 і 2 засвідчує роль міжнародного туризму для суспільства і дозволяє стверджувати про наявність, можливість і необхідність дослідження спільних для усіх регіонів спільних імперативів у сфері розвитку гостинності.

В умовах формування глобального середовища життєдіяльності суспільства змінюється характер соціально-економічних відносин у сфері послуг у цілому і в індустрії гостинності зокрема. У XXI ст. суб'єкти господарювання, які надають послуги переміщення, розміщення та харчування, змушені організовувати власний бізнес уже не лише виходячи зі свого локального бачення організації бізнес-процесів, а й з урахуванням глобальних вимог і трендів розвитку суспільства.

Узагальнено, головні імперативи, що впливають на розвиток суб'єктів міжнародного туризму та гостинності на глобальному рівні, можна встановити завдяки дослідженню структурних (суб'єкти, тенденції, загрози, ризики, проблеми, виклики) та системних (природні, біологічні, технічні, економічні, соціальні та управлінські системи) чинників.

Структуротвірними природними суб'єктами виступають природні ресурси — земельні, водні, кліматичні. У форматі біологічної системи суб'єктами виступають люди, тваринний і рослинний світ; у технічній системі — споруди, будівлі, дороги, технології і техніка; в економічній системі економічними суб'єктами є продавці (туроператори, турагенти, готелі, ресторани і їх об'єднані комплекси), покупці (особи отримують послуги з розміщення та харчування) і ринкова інфраструктура (екскурсійні бюро, фермерські господарства, магазини, транспортні компанії, ІТ-компанії, рекламні агентства та інші суб'єкти). У соціальній системі основними суб'єктами постають місцеве населення, мігранти і туристи. Управлінськими структуротвірними суб'єктами є власники, менеджери компаній та об'єднань, органи державної влади та місцевого самоврядування, асоціативні структури, міжнародні організації.

Тенденціями в сфері природних ресурсів є перманентне освоєння нових територій. З одного боку, спостерігається збільшення щільності розміщення готелів і ресторанів у мегаполісах, а з другого — їх розташування в дедалі більш віддалених і нетрадиційних місцях (у тому числі підземні, підводні, гірські готелі та ресторани). У біологічній системі спостерігається збільшення чисельності населення (кількості споживачів і трудових ресурсів відповідно), скорочення дикої фауни та флори. Тенденціями в технічній системі є постійне збільшення результатів творчої активності і творчої діяльності. Основними економічними тенденціями є розширення асортименту та підвищення якості товарів і послуг. Провідними соціальними тенденціями стають трансформації потреб, цінностей, ритму і стилю життя населення, а також розми-

вання гендерних і вікових стереотипів поведінки, що веде до збільшення обсягу споживання комерційних послуг харчування та розміщення за межами місця проживання. В управлінні набирає силу тенденція до збільшення впливу великих транснаціональних мереж туроператорів, готелів і ресторанів, які формують тренди розвитку світової готельно-ресторанної індустрії (транснаціоналізація, стандартизація, автоматизація, комп'ютеризація та інтелектуалізація систем управління), що поступово ускладнює процес управління.

Загрозами в сфері природного середовища є відсутність механізмів протидії природним факторам у глобальному масштабі, а також порушення природних ареалів у результаті антропогенної діяльності. Загрозами в біологічному середовищі є нестача продовольства, скорочення центрів тяжіння туристів, нападу і негативні фізичні наслідки від контакту диких тварин із людьми, а також пандемії та вірусні захворювання. Загрозами в технічній системі є негативні ефекти техногенного характеру — смерть і порушення здоров'я споживачів, персоналу та місцевих жителів у результаті аварій або під час надання послуг. Основною економічною загрозою є зниження прибутковості. Соціальними загрозами виступають негативні наслідки від наданих продуктів і послуг, які руйнують імідж турфірм, готелів і ресторанів, а іноді навіть призводять до соціальних збурень і конфліктів у місцях розміщення об'єктів індустрії гостинності. Управлінськими загрозами є такі: воєнні дії, теракти, політичні конфлікти, блокади, закриття бізнесу органами державної влади, рейдерські захоплення.

Ризиками природного середовища є непередбачені впливи раптових катаклізмів (землетруси, урагани, повені, тайфуни, виверження вулканів тощо), а також тривалі природні зміни (зміни радіаційного фону, температурного режиму, рівня світового океану, ерозія ґрунтів та інше). Біологічними ризиками є скорочення чисельності учасників індустрії туризму та гостинності. Технічні ризики обумовлені порушеннями технологій і вимог безпеки як суб'єктами туристичної діяльності, так і споживачами (вони визначаються в національних стандартах і корпоративних правилах обслуговування). Економічні ризики виникають через несприятливу політичну або макроекономічну кон'юнктуру, руйнування іміджу компанії, недобросовісної конкуренції на місцях, невиконання договірних зобов'язань, заподіяння шкоди клієнтам та інших обставин. Соціальні ризики багато в чому залежать від дій засобів масової інформації та істотно активізуються в Інтернеті. Керуючі

ризика виникають через специфіку послуг, що надаються, — «нематеріальність», «неоднорідність», «незбереження», «невіддільність від джерела надання», «складність визначення якості».

Проблеми в природному середовищі виникають локально, так як туристичні дестинації та інфраструктурні туристичні об'єкти розташовані в різних кліматичних зонах й адаптовані під місцеві умови. Біологічною проблемою залишається залежність місць розміщення та масштабів господарської діяльності від потоків споживачів і природно-сировинної бази. Технічні проблеми виникають перманентно в усіх суб'єктів господарювання і вирішуються в рамках наявних можливостей. Економічні проблеми з'являються з різних причин, переважно від нестачі фінансових коштів, зниження попиту, інфляції і т.д. Соціальні проблеми вирішуються шляхом розробки і проведення інформаційної політики з просування бренду компаній і формування стійких соціальних зв'язків. Головними управлінськими проблемами можна назвати відсутність науково-обґрунтованих механізмів: діагностики інвестиційної привабливості об'єктів у стратегічному періоді; забезпечення сталого розвитку кадрового потенціалу; протидії загрозам і ризикам.

Викликом у природному середовищі індустрії туризму та гостинності є необхідність розробки механізмів ідентифікації, оповіщення та прогнозування впливу факторів природного середовища — внутрішньоземних, наземних і космічних. Викликом для біологічного середовища залишається розробка охоронних і компенсаційних механізмів захисту туристів. Основним викликом у сфері технічної діяльності є необхідність збільшення обсягу інновацій. Головним економічним викликом у сфері міжнародного туризму буде адекватне формування пропозиції і задоволення потреб споживачів для досягнення комерційного ефекту. Соціальні виклики полягають у наданні соціально корисних і затребуваних суспільством продуктів і послуг із переміщення, розміщення та харчування. Управлінськими викликами є оптимізація систем управління, підвищення якості ділових комунікацій, розробка нових форм ведення бізнесу.

Відповідно, перспективними напрямками удосконалення розвитку сфери міжнародного туризму та гостинності у межах глобальних імперативів можуть постати такі заходи. На глобальному рівні активізувати координаційні дії міжнародних організацій, регіональних об'єднань країн і ТНК у сфері позитивістського розвитку міжнародного туристичного ринку. На макрорівні органи державної влади країн мають покращити регулювання: законодавчої політики (оптимізація законодавства, удосконалення механізмів

мів державного регулювання, формування органів державної влади та регуляторно-координаційних структур), економічної політики (формування державних гарантій, сприятливого інвестиційного клімату, державних програм, сприяння підготовці кваліфікованих кадрів і науковому обміну, застосування державних стандартів); соціально-культурної політики (національний брендинг, формування національного іміджу, національного ринку). На мезорівні виявляється доцільним активізувати кооперацію між підприємствами, поширювати сітьові та асоціативні структури, створювати конгломерати і центри співробітництва з підприємствами інших сфер економіки, науки та освіти, створювати регіональні центри візового та інформаційного обслуговування, упроваджувати галузеві стандарти обслуговування. На мікрорівні: створення нових туристичних товарів і послуг, удосконалення наявних туристичних товарів і послуг, підвищення якості обслуговування туристів, упровадження можливості віртуального відвідання місць у 3D і 5D форматах, автоматизація виробничих процесів, екологізація технологій обслуговування, популяризація туристичних підприємств в інтернет-середовищі, встановлення постійних зв'язків із клієнтами, застосування прогресивних форм управління, впровадження логістики в управлінні.

Висновки. Таким чином, можна констатувати, що внаслідок впливу на індустрію туризму та гостинності глобальних процесів відбувається поступове пристосування суб'єктів туризму і гостинності під глобальні імперативи. У разі цивілізованого розвитку суспільства в форматі трендів кінця XX — початку XXI ст. можна припустити, що й далі будуть продовжувати реалізовуватися такі глобальні тенденції, як транснаціоналізація, інтелектуалізація, інформатизація, соціалізація, активізація мобільності населення, атомізація суспільства, які зумовлять сталий розвиток суб'єктів туризму та гостинності.

Література

1. Бурий С.А. Інноваційний потенціал у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму / С.А. Бурий // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. — 2014. — № 5. — Т. 2. — С. 201–205.
2. Заремба П.А. Конкурентоспособность объектов индустрии гостеприимства: факторы и модели / П.А. Заремба // Эффективная экономика. — 2011. — № 4. — Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=511>.
3. Кальченко О.М. Теоретичні аспекти інноваційної діяльності підприємств туристичної галузі / О.М. Кальченко // Вісник Чернігівського

державного технологічного університету : зб. наук. праць. — Чернігів : ЧДТУ, 2011. — № 4 (54). — С. 147–155.

4. Любимова Л.А. Факторы и их влияние на развитие гостинично-ресторанного бизнеса / Л.А. Любимова, С.Н. Морева // Социально-экономические явления и процессы. — 2013. — № 10. — С. 93–96.

5. Мілашовська О.І. Інноваційний потенціал підприємств готельно-ресторанного бізнесу регіону / О.І. Мілашовська, А.В. Грянило, М.М. Удуг // Економіка і суспільство. — 2017. — № 8. — С. 431–435.

6. Сардак С.Э. Глобальные факторы и перспективы развития отельно-ресторанного бизнеса / С.Э. Сардак, М. Нарро Тума // Инфраструктура рынка. — 2017. — № 13. — Режим доступа до журналу: http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/13_2017_ukr/6.pdf.

7. Сардак С.Е. Інноваційні аспекти розвитку міжнародного туризму / С.Е. Сардак, А.С. Саркісян // Економічний простір. — 2018. — № 138. — С. 18–28. DOI: 10.30838/P.ES.2224.231018.18.243.

8. Grynko T.V. Franchising as a tool for organizational culture formation in tourism / T.V. Grynko, O.P. Krupskiy // Actual Problems in Economics. — 2015. — № 163. — P. 145–154.

9. Grynko T.V. Organizational Culture and Image As a Factor in the Competitiveness of Tourism and Hotel Enterprises / T.V. Grynko, O.P. Krupskiy, I.V. Timar // National Economic Reform: experience of Poland and prospects for Ukraine: Collective monograph, V 3. — P. 252–270.

10. Khmarskyi V. Relation between marketing expenses and bank's financial position: Ukrainian reality / V. Khmarskyi, R. Pavlov // Benchmarking: An International Journal. — 2017. — № 24(4). — С. 903–933. doi:10.1108/BIJ-02-2016-0026.

11. Smirnova T. Formation of the brand the city as an innovative way to improve its attractiveness for tourism / T. Smirnova, I. Privarnikova // European Journal of Management Issues. — 2015. — № 23(5). — P. 93–100. doi:10.15421/191526.

12. UNWTO Tourism Highlights 2017 [Electronic resource]. — Access mode: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>.

References

1. Buryi S.A. Innovatsiyni potentsial u sferi hotelno-restorannoho biznesu ta turyzmu / S.A. Buryi // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichny nauky. — 2014. — № 5. — Т.2. — С. 201 — 205.

2. Zarembo P.A. Konkurentosposobnost ob'ektov yndustryi hostepryymstva: faktory y modely / P.A. Zarembo // Efektyvna ekonomika. — 2011. — № 4. — Rezhym dostupu: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=511>.

3. Kalchenko O.M. Teoretychni aspekty innovatsiynoi diialnosti pidpriemstv turystychnoi haluzi / O.M. Kalchenko // Visnyk Chernihivskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu : zb. nauk. prats. — Chernihiv : ChDTU, 2011. — № 4 (54). — С. 147–155.

4. Liubymova L.A. Faktory y ykh vlyianye na rozvytye hostynychno-restorannoho byznesa / L.A. Liubymova, S.N. Moreva // *Sotsyalno-ekonomycheskye yavleniya y protsessy*. — 2013. — № 10. — S. 93–96.
5. Milashovska O.I. Innovatsiyni potentsial pidpriemstv hotelno-restorannoho biznesu rehionu / O.I. Milashovska, A.V. Hrianylo, M.M. Udut // *Ekonomika i suspilstvo*. — 2017. — № 8. — S. 431–435.
6. Sardak S.Э. Глобальные факторы y perspektyvy rozvytyia otelno-restorannoho byznesa / S.Э. Sardak, M. Narro Tuma // *Infrastruktura rynku*. — 2017. — № 13. — Rezhym dostupu do zhurnal: http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/13_2017_ukr/6.pdf.
7. Sardak S.E. Innovatsiyni aspekty rozvytku mizhnarodnoho turyzmu / S.E. Sardak, A.S. Sarkisian // *Ekonomichnyi prostir*. — 2018. — № 138. — S. 18 — 28. DOI: 10.30838/P.ES.2224.231018.18.243.
8. Grynko T.V. Franchising as a tool for organizational culture formation in tourism / T.V. Grynko, O.P. Krupskiy // *Actual Problems in Economics*. — 2015. — № 163. — R. 145–154.
9. Grynko T.V. Organizational Culture and Image As a Factor in the Competitiveness of Tourism and Hotel Enterprises / T.V. Grynko, O.P. Krupskiy, I.V. Timar // *National Economic Reform: experience of Poland and prospects for Ukraine: Collective monograph*, V 3. — R. 252–270.
10. Khmarskyi V. Relation between marketing expenses and banks financial position: Ukrainian reality / V. Khmarskyi, R. Pavlov // *Benchmarking: An International Journal*. — 2017. — № 24(4). — S.903–933. doi:10.1108/BIJ-02-2016-0026.
11. Smirnova T. Formation of the brand the city as an innovative way to improve its attractiveness for tourism / T. Smirnova, I. Privarnikova // *European Journal of Management Issues*. — 2015. — № 23(5). — R. 93–100. doi:10.15421/191526.
12. UNWTO Tourism Highlights 2017 [Electronic resource]. — Access mode: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>.

Стаття надійшла до редакції 16.05.2019 р.