

М. Ю. Разінькова,

к. е. н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин, регіональних студій та туризму,
Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро

DOI: 10.32702/2306-6806.2018.10.23

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН ТА ТУРИЗМУ

М. Razinkova,

PhD in economics, docent department of international economic relations,
regional studies and tourism, University of Customs and Finance, Dnipro

MODERN TENDENCIES OF DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS AND TOURISM

У статті з'ясовано сучасні тенденції розвитку міжнародних економічних відносин та туризму. Проаналізовано кількість держав-членів UNWTO за регіонами світу в 2017 р. З'ясовано, що основними компонентами глобалізації міжнародного туризму можна назвати розширення інтернаціональних економічних зв'язків у туристичному виробництві, зростання інтернаціоналізації факторів туристичного виробництва, поширення транснаціональних корпорацій у туристичному бізнесі. Також встановлено, що серед міжнародних перевізників отримала розповсюдження така форма глобальних партнерських об'єднань авіакомпаній, як авіаційні альянси. У світі сформована глобальна тріада Star Alliance, SkyTeam та Oneworld, що включає 52 великі і середні авіакомпанії (або 1,5% від приблизно 3200 авіакомпаній світу), яка контролює близько 60% світового обсягу пасажирських перевезень з маршрутним охопленням практично всіх частин світу: Азії, Америки, Африки, Європи, Австралії і Океанії.

In this article, we find out the current trends in the development of international economic relations and tourism. The analysis of the number of UNWTO member states in the regions of the world in 2017 has revealed that the main components of the globalization of international tourism can be called the expansion of international economic ties in tourism production, the growth of internationalization of factors of tourism production, the spread of transnational corporations in the tourism business. It has also been established that the international carriers have been distributing such a form of global partnerships of airlines, such as aviation alliances. The global triad Star Alliance, SkyTeam and Oneworld, which includes 52 large and medium-sized airlines (or 1.5% of the approximately 3,200 airlines in the world), have been formed in the world, which controls about 60% of worldwide passenger traffic with routing coverage in virtually all parts of the world: Asia, America, Africa, Europe, Australia and Oceania. It is established that in the course of the globalization of the global economy, organizational conditions in general and economic institutions in particular, where the public tourism institute occupies one of the leading positions, has become the basic actors that support the structuring of economic life in general on a global scale. The main difference between the regional distribution of tourism relations is that this activity is based on the cultural-historical and natural-geographical affinity of states, localities and competition in the market of services. This activity supports the propagation of cultural heritage and guarantees economic identity through appropriate preferences and protection within the institutional framework of its state, and its socio-economic impact may outweigh the potential negative impact of globalization tourism processes.

Ключові слова: глобалізація, готельно-ресторанний бізнес, підприємства, туристична послуга, туристичний бізнес.

Key words: globalization, hotel and restaurant business, enterprises, tourist service, tourism business.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ТА ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Для сучасної стадії розвитку глобального економіки характерне зростання ролі туристичної сфери, який підтримує економічний розвиток держав, підвищує рівень життя населення, обумовлює високі доходи й зайнятність працюючих, є фактором вирівнювання локаль-

них розбіжностей економічного розвитку. Глобальний розвиток туристичної галузі дає можливість мільйонам осіб глибше знайомитись з побутом, культурою, індустрією та індустрією зарубіжних країн.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питанням розвитку міжнародних економічних відносин та туризму присвячували свої праці такі

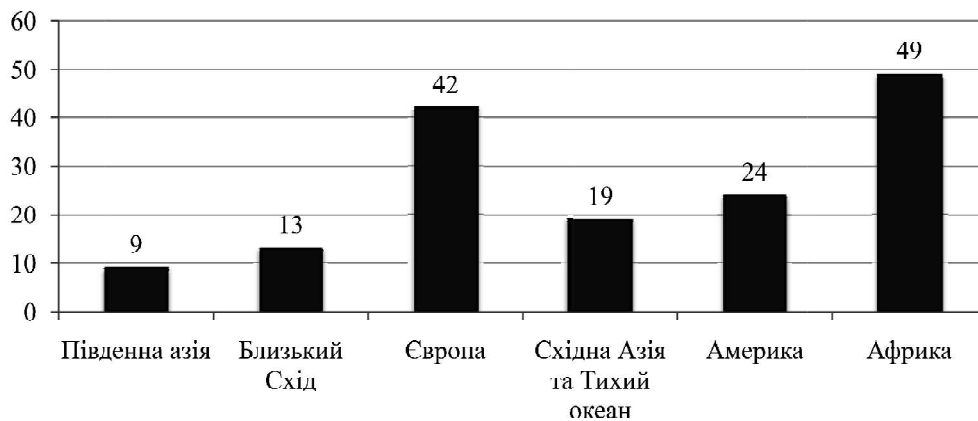


Рис. 1. Кількість держав-членів UNWTO за регіонами світу в 2017 р.

Джерело: складено автором на основі [6].

провідні науковці, як Кучеренко К., Лебедев К., Мариняк Я., Рожко М., Шалаєв В. та інші. Проте станом на сьогодні існує необхідність комплексного дослідження сучасних тенденцій розвитку міжнародних економічних відносин та туризму, що зумовило вибір теми даної статті.

МЕТА СТАТТІ

Мета статті — з'ясувати сучасні тенденції розвитку міжнародних економічних відносин та туризму.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Протягом останньої чверті століття туристична сфера постійно зростала та розширювалась, постаючи в якості однієї найбільш динамічних галузей світової економіки. Сучасний туризм має тісні взаємозв'язки з розвитком суспільства і включає все більше нових напрямів. Такий динамічний розвиток надав туризму роль вирішального каталізатора економічного прогресу. В сучасних умовах обсяг ринку туризму є не меншим за обсяг експорту нафти, продовольчих товарів або авто. Туристичний бізнес є одним із базових суб'єктів міжнародного ринку, будучи внаслідок цього джерелом доходів для країн третього світу. Таке зростання крокує рука в руку з підвищенням різноманіття та конкуренції між дестинаціями. Світове розповсюдження туризму в постіндустріальних і розвинених державах обумовлює економічні переваги та зайнятість у багатьох суміжних секторах — від сільськогосподарського до будівельного та сфери телекомунікацій. За даними Всесвітньої туристичної організації (World Tourism organization — UNWTO), у 2017 р. частка туризму у світовому ВВП складала 10%, 1/10 робочих місць належить сфері туризму, обсяг експортних надходжень — \$ 1,5 трлн, 7% — частка у загальному світовому експорті та 30% — світового експорту послуг [8].

Процеси глобалізації і місце у них соціального економічного інституту туризму науковці бачать наступним чином. Як стверджує В. Шалаєв, ситуація глобалізації може бути розглянута як поширення суспільства масового виробництва і масового споживання на основі західної системи цінностей, цілей і зразків організації суспільної життєдіяльності народів, впроваджуваних в формі західфікації (залучення і підпорядкування), у формі насамперед ліберально-споживчої системи цінностей. В основі за — хіднофікаційного глобального проекту розвитку світу, безсумнівно, знаходиться сутнісний перетворений фактор західного капіталу, його потреб, інтересів і цілей (за К. Марксом). І роль капіталу тут амбівалентна. Безсумнівно, що він як перетворена форма суспільного життя народів, поколінь, індивідуумів, виконує найважливішу і об'єктивно значиму функцію організатора і регулятора економіки, виробництва та бізнесу. Але водночас ця перетворена фор-

ма, стаючи самостійною силою, підминає під себе, нівелюючи всі найважливіші соціальні інститути, без яких неможливе суспільне життя людей, перш за все такі, як мораль, право, релігія, сім'я тощо, але також, наприклад, і туризм, який є невід'ємною властивістю суспільства споживання, породженого західфікованою формою глобалізації [5, с. 14]. Проте, незважаючи на це, на думку автора, суспільний економічний інститут туризму може базовим способом вирішення проблемних питань зростання світової економіки, реалізацію базових соціально-політичних цілей, єдності і розуміння в поглядах, вирішення невизначеності у відносинах, засобом превентивного усунення конфліктів, нівелювання дисгармонії, створення взаємодоповнюючих зв'язків у соціумі завдяки досягненню компромісу між фінансовими та моральними цінностями завдяки соціальній співпраці. У туризмі вихід підприємств за національні межі зумовлений специфікою туристської діяльності та її продукції — туристського продукту, який складається з набору товарів і послуг туристичного призначення. Частина цих товарів і послуг виникає в країнах, які генерують туристські потоки, друга частина — в країнах і регіонах, які знаходяться на шляху їх просування (транзитний регіон), третя — в країнах призначення. Тому велика частина туристських підприємств прямо або опосередковано бере участь у міжнародному поділі праці, зовнішньоекономічних відносинах з приводу купівлі-продажу туристичних продуктів [2].

У ході глобалізаційних процесів у соціальному житті підвищується роль сумісно-розділених зв'язків інтеграції, концентрації, інтернаціоналізації компанії туристичної галузі та представників державної влади згідно партнерських принципів. Сумісно-розділений тип мають взаємозв'язки спілок компанії туристичної сфери в асоціації готельної індустрії, фахові туристичні асоціації, інтернаціональні організації, молодіжні й профспілкові об'єднання, національні об'єднання туристичних агентств, очолюваних UNWTO, що є наступником Міжнародного союзу офіційних туристських організацій (International Union of Official Travel Organisations — IUOTO), що почав діяти у 1934 р. (рис. 1).

Виходячи з даних, представлених рис. 1, станом на 2017 р. у складі UNWTO перебувало 156 країн-членів та 6 територій в якості асоційованих учасників, 2 спостерігача, а також понад 400 учасників, які долучились (учасників Ділової Ради UNWTO, Ради UNWTO з питань освіти та оперативної групи UNWTO з питань менеджменту туристичних центрів), що є делегатами компанії приватного бізнесу, закладів освіти, туристичних об'єднань, регіональних органів управління тощо. Варто зазначити, що на початку діяльності даного інституту у 1975 р. до нього входило тільки 65 країн-членів, а Україна долучилась до його складу у 1997 р. Сьогодні найбільші долі поміж частин світу за кількістю країн-учасників, що включені до UNWTO мають Європа — 27%

Таблиця 1. Кількість готелів у провідних готельних операторів світу у 2013–2017 рр, од.

№ з/п	Найменування, місцезнаходження штаб-квартири	Роки					Відхилення 2017-2013, од
		2013	2014	2015	2016	2017	
1	Marriot International / Starwood Hotel & Resorts, USA**	3672	3783	5456	5463	5465	1793
2	Hilton Worldwide, USA	3992	4115	4480	4482	4487	495
3	Intercontinental Hotels Group, GB	4602	4697	4963	4968	4969	367
4	Wyndham Hotel Group, USA	7342	7485	7760	7767	7772	430
5	Jin Jiang International / Plateno Hotel Group, CHI	-	-	6000	6000	6000	-
6	Choice Hotels Intercontinental, USA	6199	6303	6379	6385	6397	198
7	Accor Hotels, FRA	3515	3576	3815	3819	3821	306
8	Starwood Hotel & Resorts, USA	1121	1161	-	-	-	-
9	Home Inns Hotel Group, CHI	1772	2180	2787	2790	2795	1023
10	Best Western Hotels & Resorts, USA	4013	4046	3903	3911	3918	-95
11	Carlson Rezidor Hotel Group, USA	1077	1079	1092	1099	1102	25

Джерело: складено та розраховано автором на основі даних MKG Hospitality database, повідомлень компаній

та Африка — 32%, а інші регіони відповідно представлені: Америка — 15%, Східна Азія та Тихий океан — 12, Близький Схід — 8, Південна Азія — 6%.

Зростання ролі сталого розвитку обумовило необхідність виникнення організації, яка б займалася питаннями його методології та оцінки. Такою організацією стала створена Глобальна Рада з питань Сталого Туризму (The Global Sustainable Tourism Council — GSTC) [7] з глобальним членством, включаючи агенції ООН, неурядові організації, національні та регіональні уряди, провідні туристичні компанії, готелі, туроператори, особи та громади, які прагнуть до досягнення найкращих практик у сфері сталого туризму. GSTC є незалежною, некомерційною, нейтральною, віртуальною без головного офісу організацією зареєстрованою в США, співробітниками якої є волонтери. Мета GSTC — становлення та менеджмент основними світовими нормативами стійкості в туризмі і подорожах, базуючись на власних критеріях. Ці критерії є базисом діяльності GSTC в якості глобальної організації в сфері акредитації та сертифікаційних програм. GSTC не проводить безпосередньо сертифікацію продукції або послуг, проте вона проводить акредитацію органів, що здійснюють сертифікацію. Критерії, розроблені GSTC, розподіляють на дві категорії: дестинаційні критерії та критерії для галузей. Це базові засади та мінімальні норми, які мають виконати усі суб'єкти туристичної галузі чи дестинації з метою захисту та покращення світових природних та культурних ресурсів, разом з тим підтримуючи туристичний потенціал в якості інструменту підвищення рівня життя. Ці принципи базуються на чотирьох основах: стабільне управління; наслідки для соціальної та економічної сфери; наслідки для культури; вплив на довкілля та екологію (включаючи ресурсоощадність, нівелювання викидів та підтримку ландшафтів та біологічного різноманіття).

Основними компонентами глобалізації міжнародного туризму можна назвати розширення інтернаціональних економічних зв'язків у туристичному виробництві, зростання інтернаціоналізації факторів туристичного виробництва (за допомогою збільшення прямих і портфельних закордонних інвестицій, обміну знаннями й технологіями, зняття міграційних обмежень тощо), поширення транснаціональних корпорацій (ТНК) у туристичному бізнесі (характерними рисами яких є взаємозамінність і взаємозалежність організаційної структури, їхня орієнтація на інформаційні ресурси, на ринки з високим рівнем споживання) [1, с. 27]. Процеси глобалізації стимулювали стрімкий розвиток ТНК і в туристичній галузі. Функціонування ТНК у сфері туризму має багато спільного з діяльністю ТНК в інших промислових або сервісних галузях. З одного боку, використовуються в цілому ідентичні стратегії та інструменти закордонної експансії корпорацій, підходи до формування

організаційної структури корпорації, джерела глобальних конкурентних переваг. З іншого боку, специфіка туристичного продукту, його ціноутворення, конкурентної боротьби, спрямованості міжнародних туристичних потоків формує цілий ряд особливостей процесів формування і розвитку туристичних ТНК, їх взаємодії з урядами країн базування і приймаючих держав, визначення стандартів корпоративного будівництва [3, с. 119].

Основа міжнародних відносин в сфері туризму складають процеси транснаціоналізації у готельному бізнесі (табл. 1).

Виходячи з даних, наведених у таблиці 1, найбільша мережа готелів в світі — Intercontinental Hotels Group, що займала цю сходинку з 2004 р., поступилася першим місцем Marriot International, коли вона у 2017 р. пододала межу у 1 млн номерів, проте не в наслідок індивідуального росту, а у наслідок злиття зі Starwood Hotel & Resorts. Згідно з даними Marriott International, станом на сьогодні організація включає в себе більш, ніж 6000 готелів у 122 країнах, а дохід у 2017 фінансовому році склав понад \$ 17 млрд. Водночас відбулись зміни у першій п'ятірці у результаті виходу на ринок Shanghai Jin Jiang International Hotels Development Co Ltd, що є дочірньою компанією, яка підпорядковується китайській державній компанії Jin Jiang Hotels Group, що за \$ 1,53 млрд придбала 81% акцій Keystone Lodging Holdings Ltd (власника Plateno Group). Внаслідок цього така група сьогодні включає в себе більше ніж 6000 готелів у 55 державах, у яких зайняті понад 100 млн працюючих.

У ресторанній сфері процеси інтернаціоналізації проходять також і в мережах швидкого харчування. Згідно з інформацією прес-релізів підприємств було виокремлено 10 найбільших світових мереж швидкого харчування. Першу позицію утримує McDonald's, яка включає 35 тис. закладів. Чистий прибуток цієї компанії у 2016 р. зріс на 3,5% і досягнув \$ 4,69 млрд. Друге місце — Subway, що веде діяльність за франшизою та налічує 42 тис. ресторанів у 107 країнах. Далі рейтинг складають: KFC (18,9 тис. закладів у 188 країнах); Starbucks (більш ніж 23 тис. закладів у 64 країнах); Burger King (13,5 тис. закладів у 90 країнах); Pizza Hut (11,5 тис. закладів у 94 країнах); Domino's Pizza (11 тис. закладів у 70 країнах); Dunkin' Donuts (11 тис. закладів у 33 країнах); Taco Bell (6,5 тис. закладів у 20 країнах); Dairy Queen (5,7 тис. закладів у 30 країнах). Також варто зазначити, що Taco Bell, KFC, Pizza Hut входять у американський концерн Yum! Brands Inc., що є оператором ресторанного бізнесу та продемонструвала у 2016 р. ріст на 33% та чистий прибуток \$ 1,352 млрд.

Серед міжнародних перевізників отримала розповсюдження така форма глобальних партнерських об'єднань авіакомпаній, як авіаційні альянси. У світі сформована глобальна тріада Star Alliance, SkyTeam та Oneworld, що включає 52 великі і середні авіакомпанії (або 1,5% від приблизно 3200 авіакомпаній світу), яка контролює близько 60% світового обсягу пасажирських перевезень з маршрутним охопленням практично всіх частин світу: Азії, Америки, Африки, Європи, Австралії і Океанії. Авіакомпанії — члени трьох глобальних альянсів базуються в понад 110 міжнародних вузлових аеропортах (або 27,5% від приблизно 400 аеропортів світу, які обслуговують міжнародні магістральні та регіональні перевезення). Лівова частка загальносвітових авіаперевезень припадає на країни реєстрації членів глобальних альянсів: США, Великобританію, Японію, Францію, Канаду, Німеччину та Італію. Основна причи-

на формування альянсів авіакомпаній — очікування синергетичного ефекту, тобто отримання більшої ефективності від спільної роботи, ніж могли б домогтися окремі компанії, а також скорочення витрат, що набуває важливого значення в періоді світових фінансово-економічних криз і природних катаклізмів. Крім того, консолідовані авіаперевізники прагнуть досягти ефекту масштабу, в результаті якого збільшення масштабів виробництва продукції веде до зниження собівартості продукції (послуг). Утім, завжди існує точка насичення, при якій зі збільшенням програми випуску собівартість продукції вже не знижується, оскільки цей фактор може вичерпати себе [4].

Таким чином, реальність сучасної геополітики та залежність від неї стратегії соціального та економічного розвитку обумовлена безпекою та світовою політичною ситуацією в якості базових засад сталого зростання туристичної галузі. Сучасний світовий політичний клімат веде до росту ризиків, що поширюються на усіх суб'єктів глобального ринку туризму. Серед базових геополітичних факторів, від яких безпосередньо залежить динаміка і розмежування туристичних потоків можна назвати: політичні перевороти, що особливо характерно для туристичної сфери країн Близького Сходу; активність терористичних організацій, для яких туризм є основним інструментом політичного впливу, будучи саме тим чинником, що дозволяє екстремістам реалізувати свої інтереси — соціальна увага, економічний спад, ідеологічні протиріччя з туристами (внаслідок, стійких асоціацій із глобалізацією та світовим капіталізмом); військові конфлікти, що за короткий час можуть критично погіршити сферу туризму та приводять до повного переформатування розподілу туристичних потоків у популярних регіонах, спад у галузі туризму. Таким чином, новітній міжнародний туризм являє собою економічну сферу з помітними суспільними та політичними наслідками. В якості форми та процесу активності у просторі світового масштабу, він обумовлений суспільно-економічними факторами, а також світовими змінами політичних систем. Також туризм є не лише реципієнтом міжнародних взаємозв'язків, а й активним політичним суб'єктом, що бере участь у процесі політики, що завдяки туристичним та економічним зв'язкам має вплив на узгодження політичних рішень. Туризм неодноразово виступав у ролі засобу налагодження взаємодії та відносин у країнах з різним соціально-політичним ладом, фактором економічної та політичної модернізації, гарантом політичної стабільності.

ВИСНОВКИ

У ході глобалізації світової економіки організаційні умови в цілому та економічні інститути зокрема, де суспільний інститут туризму посідає одну з лідируючих позицій, стали базовими суб'єктами, які підтримують структурованість економічного життя в цілому у світовому масштабі. Основна відмінність регіонального розподілу відносин туризму проявляється у тому, що ця діяльність заснована на культурно-історичній та природно-географічній спорідненості держав, місцевостей та конкуренції на ринку послуг. Ця діяльність підтримує розповсюдження культурної спадщини та гарантує економічну ідентичність завдяки відповідним перевагам та протекціонізму в організаційних рамках своєї держави і за своїм суспільно-економічними впливом може переважати потенційний негативний вплив глобалізаційних процесів туризму.

Перспективами подальших розвідок у цьому напрямі буде аналіз сучасних тенденцій розвитку українського туризму.

Література:

1. Кучеренко К. Глобалізаційні тенденції розвитку міжнародного туризму / К. Кучеренко // Галицький економічний вісник. — 2013. — № 4 (43). — С. 21—27.

2. Лебедев К.А. Влияние процессов глобализации на развитие туризма [Электронный ресурс] / К.А. Лебедев // Экономика и социум. — 2017. — № 1 (32). — Режим доступа: <http://www.iupr.ru>

3. Мариняк Я.О. Глобалізація та інноваційна діяльність в Україні та їх вплив на розвиток туристичного бізнесу / Я.О. Мариняк // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Сер.: Географія. — 2013. — № 2. — С. 116—123.

4. Рожко М. Мировые авиационные альянсы: вчера и сегодня глобального партнерства / М. Рожко, О. Кибальников // Деловой авиационный портал "АТО.ru" [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.ato.ru/content/mirovye-aviacionnye-alyansy-vchera-i-segodnya-globalnogo-partnerstva>

5. Шалаев В.П. Туризм как новый социальный институт в глобальном обществе потребления / В.П. Шалаев // Туризм как фактор модернизации экономики и развития регионов: материалы I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, 19—21 ноября 2015 г. / Под общ. ред. проф. А.Н. Полухиной. — Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2015. — С. 9—27.

6. Member States / World Tourism Organization UNWTO [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www2.unwto.org/ru/members/states>

7. The Global Sustainable Tourism Council (GSTC) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.gstcouncil.org>

8. UNWTO Annual Report 2017 / World Tourism Organization UNWTO [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://media.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2017>

References:

1. Kucherenko, K. (2013), "Globalization trends of international tourism development", *Halytskyi ekonomichnyi visnyk*, vol. 4 (43), pp. 21—27.

2. Lebedev, K. A. (2017), "Influence of globalization processes on tourism development", *Ekonomyka y sotsyum*, Vol. 1 (32), Available at: <http://www.iupr.ru> (Accessed 20 Sept 2018).

3. Maryniak, Ya. O. (2013), "Globalization and Innovation in Ukraine and their Impact on the Development of the Tourist Business", *Naukovi zapysky Ternopilskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni Volodymyra Hnatiuka*. Ser.: Neohrafiia, vol 2, pp. 116—123.

4. Rozhko, M. and Kybalnykov, O. (2011), "World aviation alliances: yesterday and today global partnerships", Available at: <http://www.ato.ru/content/mirovye-aviacionnye-alyansy-vchera-i-segodnya-globalnogo-partnerstva> (Accessed 20 Sept 2018).

5. Shalaev, V. P. (2015) "Tourism as a new social institution in a global consumer society", *Tourism as a factor of modernization of the economy and development of regions: materials of the 1st All-Russian Scientific and Practical Conference with international participation, Povolzhskiy hosudarstvenniy tekhnolohycheskyi unyversytet, Yoshkar-Ola, Russia*, 19—21 november, pp. 9—27.

6. World Tourism Organization UNWTO (2018), "Member States", Available at: <http://www2.unwto.org/ru/members/states> (Accessed 20 Sept 2018).

7. The Global Sustainable Tourism Council (GSTC) (2018), Available at: <https://www.gstcouncil.org> (Accessed 20 Sept 2018).

8. World Tourism Organization UNWTO (2018), "UNWTO Annual Report 2017", Available at: <http://media.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2017> (Accessed 20 Sept 2018).

Стаття надійшла до редакції 26.09.2018 р.