

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

У статті виділені і проаналізовані головні тенденції та особливості розвитку міжнародного туризму у світовому і регіональному масштабах.

В статье выделены и проанализированы основные тенденции и особенности развития международного туризма в мировом и региональном масштабах.

The main tendencies and features of the international tourism development at the global and regional level are analyzed in the paper.

Вступ і постановка проблеми. За останні десятиліття туризм набув небувалого розвитку, ставши одним із найдинамічніших секторів світової економіки. Туризм стимулює функціонування інших галузей господарства – транспорту, зв'язку, торгівлі, будівництва і є каталізатором соціально-економічного розвитку.

Туристична індустрія забезпечує 2,9% загального обсягу або 2,1 трлн доларів ВВП світу. Цифра виростає до 6 трлн доларів та відповідно до 9% при врахуванні опосередкованого ефекту, тобто розвитку промислових та сільськогосподарських виробництв, що працюють на потреби туризму. Інвестиції у сферу туризму в 2012 р. склали 764,7 млрд доларів (4,7% загального інвестиційного обсягу). Туризм як експортна категорія посідає четверте місце в світі після експорту палива, хімікатів і продуктів харчування і водночас - перше місце в багатьох країнах, що розвиваються. На міжнародний туризм (подорожі та пасажирські перевезення) припадає 30% світового експорту послуг і 6% від загального обсягу експорту товарів і послуг. Для деяких країн, що розвиваються туризм є одним з основних джерел валютних надходжень, провідною експортною категорією, місцем прикладання праці більшості економічно активного населення. Отже, туризм – один з найприбутковіших та динамічних секторів економіки, вивчення особливостей та тенденцій розвитку якого має безперечне як теоретичне, так і практичне значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам розвитку міжнародного туризму присвячені наукові праці і розгорнуті навчально-методичні роботи Ганни Александрової, Олександра Бейдика, Володимира Воскресенського, Вікторії Кіптенко, Анжея Ковальчика (Andrzej Kowalczyk), Ольги Любіцевої, Марти Мальської, Ігоря Смалья, Джойнінга Форсіса (Joining Forces), Ірини Черніної та інших дослідників [1-9; 11].

Проте постійні зміни в розвитку туризму, туристському попиті, географії туристичних потоків, що відбуваються під впливом різноманітних факторів глобального, національного, локального характеру, інформаційно-комунікаційних технологій, вимагають постійного моніторингу та уваги з боку дослідників. В основу даної наукової розвідки покладені результати аналізу різноманітних матеріалів Світової туристичної організації [12-15].

Виклад основного матеріалу. Незважаючи на періодичні потрясіння, показники розвитку міжнародного туризму демонстрували практично безперервне зростання впродовж всього післявоєнного періоду. Один з головних індикаторів розвитку міжнародного туризму – чисельність міжнародних туристських прибуттів – збільшився з 25 мільйонів в 1950 р. до 940 мільйонів в 2010 р. Два роки по тому, в 2012 р., число міжнародних туристських прибуттів виросло на 4%, подолавши мільярдний рубіж та досягнувши 1035 мільйонів (табл. 1). З метою відзначення цієї віхи Світова туристична організація запровадила компанію «Один мільярд туристів – один мільярд можливостей». Надходження від міжнародного туризму зросли з 2 млрд доларів США в 1950 р. до 1075 млрд доларів в 2012 р.

За розглядувані шість десятиліть туризм перетворивсь у важливий сектор економіки. Відбулось значне розширення туристичної індустрії та диверсифікація пропонованих послуг, попит на які постійно збільшувався завдяки зростанню доходів і часу на відпочинок у населення, розвитку авіаперевезень, створенню туристичних продуктів, привабливих з точки зору ціни і безпеки для людей, які є новачками у здійсненні подорожей, особливо за межі країни проживання.

Таблиця 1

Динаміка розвитку міжнародного туризму (1950-2012 рр.)

<i>Роки</i>	<i>Міжнародні прибуття, млн прибуттів</i>	<i>Надходження від міжнародного туризму, млрд доларів</i>
1950	25	2
1960	69	7
1970	166	18
1980	277	104
1990	435	262
2000	674	476
2010	940	927
2012	1035	1060

Практика функціонування туризму виявила тенденції розвитку, з якими неможна не рахуватись при створенні програмних документів, розробці нових туристичних продуктів, при прогнозуванні чи плануванні. Окремі тенденції сформувались ще в минулому столітті, деякі – є новітніми, що означились під впливом перегруповання сил у світовому господарстві чи під дією геополітичних, технологічних та інших чинників. Огляду головних тенденцій розвитку міжнародного туризму і буде присвячена наступна частина даної статті.

У період з середини ХХ до початку ХХІ ст. в просторовій структурі міжнародного туризму відбулися істотні зміни. Європейський регіон продовжує залишатися головним міжнародним центром туризму, притягуючи 52% всіх міжнародних прибуттів світу. Разом з тим,

спостерігається неухильне зниження питомої ваги староосвоєних в туристському відношенні регіонів Європи та Америки за рахунок більш високих темпів зростання молоді індустрії туризму Східної Азії та Тихоокеанського регіону. Сумарно Європа і Америка все ще концентрують 3/4 світового туристського ринку, однак темпи зростання нових туристичних районів помітно більші, що неминуче веде до зростання їх частки (табл. 2).

Таблиця 2

Частка регіонів світу у чисельності міжнародних прибуттів (1980, 2012, 2030 рр.)

Регіони світу (відповідно до схеми Світової туристичної організації)	1980 р.	2012 р.	2030 р. (прогноз)
Європа	64,0	51,6	41,0
Африка	3,0	5,1	7,0
Середній Схід	3,0	5,0	8,0
Америка	22,0	15,8	14,0
Азійсько-Тихоокеанський регіон	8,0	22,5	30,0
Світ	100,0	100,0	100,0

Динаміка міжнародного туризму по регіонах світу виявляє суттєві відмінності, хоч здебільшого відображає загальносвітові тенденції розвитку туризму. Азійсько-Тихоокеанський регіон показав найвищі темпи зростання серед регіонів, що їх виділяє Світова туристична організація, – 7%, що дозволило збільшити абсолютне число прибуттів на 15 000 000, досягнувши рекордного для регіону показника – 233 000 000. Найуспішнішим став субрегіон Південно-Східної Азії (9% зростання), у значній мірі завдячуючи здійснюваній тут міждержавній співпраці та координації дій у сфері туризму.

Кількість міжнародних прибуттів у Європу – найбільш відвідуваний регіон світу – зросла у 2012 р. у порівнянні з 2011 р. на 3% або, говорячи абсолютними цифрами, – на 17 000 000, досягнувши 535 000 000. Серед європейських субрегіонів найкращі показники зростання кількості прибуттів продемонструвала Центральна та Східна Європа – 8%. У Америці кількість прибуттів зросла на 4% або на 6 000 000 у порівнянні з попереднім роком. Найбільше зростання спостерігається у субрегіоні Центральної Америки. У 2012 р. Африка продемонструвала зростання прибуттів на 6%, тим самим показавши відновлення після спаду 2011 р., що мало місце через події у Північній Африці. Показник міжнародних прибуттів досягнув в Африці рекордних 52 000 000. У регіоні Середнього Сходу продовжувалось зменшення потоку туристів, щоправда, не таке значне, як у 2011 р. завдяки стабілізації туристичних прибуттів до Єгипту.

У розрізі країн найбільші показники зростання міжнародних прибуттів спостерігались у М'янмі (52%), Бутані (39%), Японії (37%), Грузії (36%), Шрі-Ланці (30%), Азербайджані (27%). Одна з головних

особливостей розвитку туризму – нерівномірний розподіл міжнародних туристських потоків серед країн світу. Станом на 2012 р. на першу десятку країн-лідерів припадає 44% міжнародних прибуттів та 47% надходжень від міжнародного туризму (табл. 3, 4).

Таблиця 3

Країни-лідери за кількістю міжнародних туристичних прибуттів

Країни	Кількість міжнародних туристичних прибуттів					
	Млн прибуттів			Зміни, %		
	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2010/2009 рр.	2011/2010 рр.	2012/2010 рр.
1. Франція	77,1	81,5	83,0	1,2	5,0	1,8
2. США	59,8	62,7	67,0	8,8	4,9	6,8
3. Китай	55,6	57,6	57,7	9,4	3,4	0,3
4. Іспанія	52,7	56,2	57,7	1,0	6,6	2,7
5. Італія	43,6	46,1	46,4	0,9	5,7	0,5
6. Туреччина	31,4	34,7	35,7	3,9	10,5	3,0
7. ФРН	26,8	28,4	30,4	10,9	5,5	7,3
8. Велика Британія	28,3	29,3	29,3	0,3	3,6	-0,1
9. Росія	20,2	22,7	25,7	4,4	11,9	13,4
10. Малайзія	24,6	24,7	25,0	3,9	0,6	1,3
<i>Україна</i>	<i>21,2</i>	<i>21,4</i>	<i>23</i>	<i>1,9</i>	<i>1,6</i>	<i>7,5</i>

Порівняння країн-лідерів за кількістю міжнародних туристів та обсягами надходжень від міжнародного туризму показує, що сім країн присутні в обох таблицях, незважаючи на цілком очевидні відмінності у складі туристів, середній тривалості перебування, щоденних витратах тощо. Франція продовжує лідирувати у світовому рейтингу за кількістю міжнародних прибуттів (83 млн) та посідає третє місце за грошовими надходженнями (53,7 млрд доларів), тоді як США мають найбільші надходження (126,2 млрд доларів) та зайняли другу позицію з кількістю туристів (67 млн). Іспанія – перша серед європейських країн та друга серед країн світу за надходженнями від міжнародного туризму (55,9 млрд доларів) та четверта за числом прибулих туристів (57,7 млн). Китай продовжує займати третю сходинку за прибуттями (57,7 млн) та четверту за отриманими грошовими надходженнями (50 млрд доларів), тоді як ФРН посідає сьоме, а Велика Британія восьме місце в обох рейтингах. Туреччина, Малайзія та Росія входять до першої «десятки» за кількістю міжнародних прибуттів, але відсутні серед країн-лідерів за обсягами надходжень, де натомість знаходимо Макао (Китай), Гонконг (Китай) та Австралію.

Якщо порівняти перелік країн, що лідирували за числом міжнародних прибуттів у 2000 р. (Франція, США, Іспанія, Італія, Китай, Велика

Британія, Росія, Канада, Мексика, ФРН) з відповідним переліком у 2012 р., то можна виявити деякі зрушення. Зокрема, слід вказати на поліпшення позицій Китаю та ФРН, на появу Туреччини та Малайзії серед країн першої «десятки» замість Польщі та Мексики, деяке погіршення рейтингу Іспанії, Італії, Великої Британії, Росії тощо.

Таблиця 4

Країни-лідери за обсягами надходжень від міжнародного туризму

Країни	Обсяги надходжень від міжнародного туризму					
	Млрд доларів			Зміни, %		
	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2010/2009 рр.	2011/2010 рр.	2012/2011 рр.
1. США	103,5	115,6	126,2	9,9	11,7	9,2
2. Іспанія	52,5	59,9	55,9	-1,2	14,0	-6,6
3. Франція	46,9	54,5	53,7	-6,0	16,2	-1,5
4. Китай	45,8	48,5	50,5	15,5	5,8	3,2
5. Макао (Китай)	27,8	38,5	43,7		38,3	13,7
6. Італія	38,7	43,0	41,2	-3,6	10,9	-4,2
7. ФРН	34,7	38,9	38,1	0,1	12,1	-1,9
8. Велика Британія	32,4	35,1	36,4	7,5	8,2	3,7
9. Гонконг (Китай)	22,2	27,7	32,1	35,3	24,6	16,0
10. Австралія	29,1	31,5	31,5	17,4	8,1	0,2
Україна	3,7	4,3	4,8	5,9	13,2	11,6

Серед країн, що лідирують за кількістю виїзних туристів також відбулись зміни. Найвищі темпи зростання виїзних туристів демонструють країни Азійсько-Тихоокеанського та Південноамериканського регіонів. Значно покращили свої позиції Росія, Бразилія, Індія, а особливо Китай. Традиційна перша трійка у складі ФРН, Великої Британії, США змінилась у 2013 р. за рахунок вторгнення Китаю, який за кількістю закордонних подорожей посів друге місце із темпами зростання 26% проти скромних 2% у ФРН, 1% у США, 3% у Великої Британії [10, с. 7].

За обсягами витрат на міжнародний туризм за результатами 2012 р. Китай посів перше місце, залишивши позаду давніх світових лідерів – ФРН та США. Китайські туристи витратили за 2012 рік на закордонні подорожі 102 млрд доларів, що на 37% більше, ніж у попередньому 2011 р. та увосьмеро більше, ніж у 2000 р. (13 млрд доларів). Забезпечені китайці охоче витрачають кошти не лише на нерухомість, західні брендові товари а й на подорожі. Привабливою дестинацією для китайців є Європа, оскільки більшість з них є традиціоналістами у виборі маршрутів і найбільш зацікавлені у спогляданні відомих місць і об'єктів. Популярними серед китайських туристів є також круїзи. Компанія Royal Caribbean заявила, що

кількість туристів з Китаю збільшилась за один рік (2011-2012 рр.) вчетверо: з 25 до 100 тисяч і на 2013 р. прогнозується зростання до 200 тисяч осіб. Ця тенденція помічена також китайським урядом, який проголосив 2013 р. – роком морського туризму та розробляє можливості розвитку такого напрямку міжнародного туризму.

Вибухове зростання виїзного туризму з таких нових ринків-поставників туристів як Китай, Індія, Росія обумовило зміну моделей туристичних потоків і попиту, а також створило нові можливості для традиційних туристичних країн. З іншого боку – розширення географії країн-туристичних дистинацій посилює конкуренцію між ними. Традиційні туристичні країни мають підтримувати ефективну присутність на міжнародних ринках, щоб залишатись помітними на тлі інших пропозицій. Для сучасного етапу розвитку туризму характерно широке впровадження інноваційних технологій. Вони проявляються у вдосконаленні всіх компонентів інфраструктури міжнародного туризму, освоєнні нових його напрямків і ринків, диверсифікації видів туристської діяльності, що задовольняє все більш складні потреби сучасної людини у відпочинку.

Нові інформаційні технології, зокрема, всесвітня мережа Інтернет докорінно змінила міжнародну індустрію туризму та її взаємодію із споживачами. Замовлення через Інтернет забезпечує фінансову економію в 30%, порівнюючи із традиційними каналами. У 2013 р. кількість замовлень через Інтернет зросла на 10%, тоді як через туристичні агенції – на 4%. Зростання ролі Інтернету у пошуку інформації та купівлі туристичного продукту здатне забезпечити важливі конкурентні переваги для невеликих підприємств, особливо, враховуючи тенденцію до зростання популярності коротких і частих подорожей, замовлення на які зазвичай оформляються в останній момент.

У розвинутих країнах частка замовлень через Інтернет досягла 70%, що, на думку фахівців, є межею насичення. У країнах, що розвиваються, частка турагенцій у замовленнях залишається вагомішою, особливо для туристів, які виїждять за кордон вперше і потребують підтримки.

У останні два десятиліття означилась тенденція до збільшення тривалості перебування під час міжнародних подорожей, але з іншого боку – з'явилась тенденція до зростання кількості короткострокових поїздок на вихідні дні або на дві-три ночівлі. Перше відбувається здебільшого за рахунок числа туристів похилого віку, друге – за рахунок молодих людей, які прагнуть вирватися в подорож на кілька днів, щоб не допускати тривалих перерв у роботі.

У минулі роки туристський попит формувався переважно під впливом туристичних пропозицій, тоді як в даний час ситуація змінилася на протилежну. У сучасних умовах всезростаючого насичення ринку, більшого розуміння споживачами своїх запитів, зростання туристських фінансових і часових можливостей саме попит визначає вигідність

пропозиції. Таким чином, головною особливістю розвитку сучасного туризму є потреба у створенні індивідуалізованого туристського продукту, який би відповідав постійно мінливому характеру потреб туристів і міг би бути гнучко і швидко трансформований з урахуванням впливу політичних, економічних та інших факторів світового розвитку.

Висновки. Індустрія туризму стає все більш важливим гравцем у просторі світової економіки та вагомим джерелом валютних надходжень для багатьох країн.

Туризм є складним і багатогранним явищем з великою диференціацією векторів розвитку, проте прискіпливий аналіз статистичних та аналітичних даних дозволяє виділити низку тенденцій, що впливають з практики функціонування цього сектору економіки: динаміка розвитку міжнародного туризму по регіонах світу виявляє суттєві відмінності, демонструючи найбільші темпи зростання в Азійсько-тихоокеанському регіоні; поряд з існуючими традиційними туристичними країнами активно розвиваються нові дестинації міжнародного туризму у постсоціалістичних та країнах, що розвиваються; серед країн, що лідирують за кількістю виїзних туристів також відбуваються зміни у першу чергу за рахунок зростання ролі Китаю, Росії, Індії, Бразилії; країни задля завоювання чи збереження позицій на ринку туристичних послуг мають постійно вивчати ситуацію, оновлювати та урізноманітнювати сервіс, впроваджувати інновації, враховувати зміни у попиті та потребах споживачів.

Використані джерела:

1. Александрова А. Ю. *Международный туризм: Учебник* / А. Ю. Александрова. — М. : Аспект Пресс, 2002. — 464 с.
2. Воскресенский В.Ю. *Международный туризм* / В.Ю. Воскресенский – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 255 с.
3. Мальська М. П. *Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник*. / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич – К. : Знання, 2008. – 661 с.
4. Смаль І. *Особливості і проблеми розвитку міжнародного туризму у контексті глобалізаційних процесів* / Ігор Смаль // *Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини*. – 2008. – Вип. 24. – С. 327-335.
5. Смаль І. *Тенденції та особливості розвитку міжнародного туризму* / Ігор Смаль // *Географія та туризм*. – 2010. – №. 8 – С.8-13.
6. Смаль І. *Географія туризму : [навч. пос.]* / Ігор Смаль – Ніжин : Видавець ПП Лисенко М.М., 2011. – 576 с.
7. *Туристичне країнознавство: країни лідери туризму* / Заг. ред. проф. О. О. Любіцевої. – Навчальний посібник. — К.: Альтерпрес, 2008. – 436 с.
8. Черніна І. В. *Міжнародний туризм в економіці регіону: Навч.-метод. посібник* / І. В. Черніна. – Донецьк : ДонДУУ, 2006. – 167 с.
9. *Forces J – Collaborative Processes for Sustainable and Competitive Tourism* / J Forces. – Madrid : World Tourism Organization, 2010. – 134 p.
10. *ITB World Travel Trends Report 2013/2014* – ITB Berlin [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.itb-berlin.de/media/itbk/itbk_media/itbk_pdf/WTTR_Report_2014_Web.pdf
11. Kowalczyk A. *Geografia turystyki* / A. Kowalczyk. – Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2000. – 287 s.
12. *Tourism statistics: Eurostat Pocketbook* [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-DS-08-001/EN/KS-DS-08-001-EN.PDF

13. *Tourism towards 2030/Global Overview [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/4E98/07B6/A1D8/382D/5B35/C0A8/0164/3066/11014_TT_2030_global_overview_excerpt.pdf*
14. *UNWTO Tourism Highlight 2013 Edition [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2013-edition>*
15. *World Tourism Organization [Електронний ресурс] / Світова туристична організація – Режим доступу : <http://www.unwto.org>*