

Антонюк К. В., к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»

НАПРЯМКИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Здійснено дослідження функціональної диверсифікації міжнародного ринку туристичних послуг з виокремленням основних функцій туризму. Обґрунтовано економічну важливість та його вплив на економіку країни. Запропоновано функціонально-видову диверсифікацію міжнародного туризму.

Ключові слова: туризм, диверсифікація, функції туризму.

Antonyuk Kateryna, candidate of economic sciences, associate professor in the department of international economy Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

DIRECTIONS OF DIVERSIFICATION OF INTERNATIONAL TOURIST MARKET OF SERVICES

In this article is carried out the research of functional diversification of international market of tourism services with the distinguishing of basic functions of tourism. It is grounded economic importance and its impact of the economy of the country. It is offered functionally species diversification of international tourism.

Keywords: tourism, diversification, tourism function.

Антонюк Е. В., к. э. н., доцент кафедры международной экономики ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет им. Вадима Гетмана»

НАПРАВЛЕНИЯ ДИВЕРСИФИКАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОГО РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Осуществлено исследование функциональной диверсификации международного рынка туристических услуг с выделением основных функций туризма. Обоснованно экономическую важность и его влияние на экономику страны. Предложено функционально-видовую диверсификацию международного туризма.

Ключевые слова: туризм, диверсификация, функции туризма.

Постановка проблеми. Туризм – багатостороннє явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має невичерпний потенціал для постійного прогресу, тісно поєднується з багатьма галузями економіки, що зумовлює його провідне місце у соціально-економічному житті країн і народів. Динамічне зростання світового ринку туристичних послуг багато в чому зумовлене його видовою та функціональною диверсифікацією. Бурхливий розвиток міжнародного туризму протягом останніх 150 років насамперед спричинений його основними функціями. Функції міжнародного туризму як системи подорожей, що здійснюються на базі міждержавних договорів, з урахуванням чинних міжнародних норм і місцевих звичаїв, визначаються характером його впливу на країну. Загалом варто виділити такі основні функції туризму: економічну, соціально-культурну, оздоровчо-спортивну, освітньо-професійну та функцію задоволення неординарних потреб туристів.

Провідним фактором зростання світового туристичного ринку також є його видова диверсифікація, зумовлена розвитком нових видів туризму. Передбачити майбутні зміни в туризмі неможливо. Але можна простежити, як диверсифікувалися послуги на світовому туристичному ринку в умовах глобалізації. Для цього насамперед необхідно з'ясувати кількість видів туризму, визначити фахівців, які досліджують проблеми галузі, наявність досліджень видів туризму та їх класифікації, появу нових видів на туристичній арені.

Аналіз останніх досліджень. Змістовний аналіз вітчизняних зарубіжних літературних джерел показав, що на сьогодні існує достатньо велика кількість фахівців, що робили спроби визначити основні функції туризму та його вплив на економіку країн світу, класифікувати його за його видами, формами і типами, використовуючи при цьому ті або інші критерії. Серед дослідників слід виділити В. Г. Герасименка, В. О. Квартальнова, А. О. Романову, І. Г. Балабанова, О. І. Балабанова, В. Г. Гуляєва, І. М. Герчикову, В. Ф. Кифяка, О. О. Любіцеву, Т. І. Ткаченко, І. М. Школа та ін.

Формування цілей статті. Основна мета – здійснити дослідження функціональної диверсифікації світового туристичного ринку та класифікувати його види за допомогою функціонально-видової диверсифікації міжнародного ринку туристичних послуг, де через основні функції туризму висвітлюються ті чи інші його види.

Виклад основного матеріалу. Туристи ХХІ століття «будуть багаті на гроші, але бідні на час» [1, с. 186]. Це означає, що стане зростати попит на туристичний продукт, який включає в себе максимум задоволень за мінімальний проміжок часу. Перевага віддаватиметься тематичним паркам та круїзам, які дозволяють туристам відвідати значну кількість місць та об'єктів за короткий час. Прогнозується подальша диференціація пропозиції туристичного продукту, яка має на меті ширше охоплення споживачів з різноманітними потребами й можливостями, та подальший процес концентрації капіталів, створення потужних транснаціональних компаній та корпорацій, збережеться тенденція інтеграційних процесів у сфері туризму. У найближчі десять років туризм залишатиметься найбільшим джерелом створення робочих місць у європейських країнах і туристичних центрах інших регіонів.

На сьогодні можна констатувати, що туризм став явищем, яке увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети. Більше того, частка туризму перевищує 10% світової торгівлі товарами й послугами, що дало йому змогу посісти третє місце після експорту нафти та автомобілів. В Угорщині, Чехії, Австрії, Швейцарії, Італії, Франції, Іспанії та Португалії туризм належить до пріоритетних галузей, внесок яких у валовий національний дохід становить 15-35%. За оцінками спеціалістів, нині в туристичній індустрії працює понад 100 млн. осіб, кожне 16-те робоче місце у світі припадає на туризм, кожна восьма працездатна людина у світі зайнята в зазначеному секторі [2, с. 35]. Наведені показники свідчать, що ця сфера економічної діяльності спроможна відіграти генеруючу та інтегруючу роль щодо позитивної динаміки кількісних і якісних економічних показників розвитку галузей інших сфер економіки. Таким чином, в умовах глобалізаційних процесів все більшої актуальності набуває дослідження функцій туризму.

Першою й основною функцією туризму, на думку більшості науковців, варто вважати *економічну*, що впливає на економіку країни чи регіону. Економічна функція визначає прямий вплив через обсяг витрат туристів, за винятком обсягу імпорту, необхідного для повного забезпечення туристів товарами й послугами [3, с. 34]. Підприємства, до яких безпосередньо надходять витрати туристів, також мають потребу в покупці товарів і послуг інших секторів місцевої економіки. Туризм впливає на економіку як джерело доходу для місцевого населення туристичних центрів через стимуляцію розвитку галузей, пов'язаних з випуском предметів споживання, та сприяє розвитку розважального й пізнавального туризму, приносить прибуток, сприяє розвитку транспортних підприємств і організацій та припливу в країну великих грошових сум в іноземній валюті. Туризм створює робочі місця, що зменшує рівень безробіття, дає можливість отримувати більші доходи. Це збільшує податкові надходження як від бізнесу, так і від окремих громадян.

Завдяки хвилеподібному ефекту, розвиток основних секторів туризму спричиняє серію економічних реакцій в інших секторах економіки й допомагає різкому зростанню кількості малих та середніх підприємств:

- пов'язані з туризмом сектори економіки, де відповідний рівень продажу становить від 50 до 25%, – це виробництво спортивного одягу та обладнання, транспортних засобів (літаків, автомобілів, автобусів, морських суден), торгівля, друкарство, інформаційні та комунікаційні технології, сільське господарство, риболовля та ін.;

- пов'язані з туризмом сектори економіки, де відповідний рівень продажу становить менше 25%, – це косметична та текстильна індустрія, архітектура та будівництво, банківські послуги та ін.

Виходячи з цього, зростання в туристичному секторі позитивно впливає не тільки на сам сектор, а й на всі, пов'язані з ним, виробничі та невиробничі галузі, на зайнятість населення та на загальну економічну ситуацію в регіоні чи країні. Значення міжнародного туризму у світі постійно зростає, що пов'язано зі збільшенням його впливу на економіку окремих країн.

В економіці країни міжнародний туризм виконує ряд важливих функцій:

- функція нівелювання платіжного балансу;
- функція створення доходу (туризм – джерело валютних надходжень);
- сприяє диверсифікації економіки, створює галузі, що обслуговують сферу туризму;
- сприяє зайнятості населення;
- зі зростанням зайнятості в сфері туризму збільшуються доходи населення і підвищується рівень благополуччя нації загалом;
- функція згладжування (виявляється в тому, що туризм сприяє економічному розвитку слабких у структурному відношенні регіонів);
- соціальна функція.

Туризм по-різному впливає на платіжний баланс кожної країни. Поточний туристичний баланс, як правило, позитивний у країнах Середземномор'я (Франція, Італія, Іспанія, Кіпр, Мальта, а також Австрія і Швейцарія). З країн, що розвиваються, сюди можна віднести Турніс, Таїланд, Мексику, Карибський регіон та ін.

Міжнародний туризм є активним джерелом надходжень іноземної валюти. Наприклад, частина доходів від нього в загальній сумі надходжень від експорту товарів і послуг становить: в Іспанії – 35%, Австралії й Греції – по 36%, Швейцарії – 12%, Італії – 11%, Португалії – 21% і на Кіпрі – 52%. В більшості країн, що розвиваються, на долю іноземного туризму припадає 10-15% доходів від експорту товарів і послуг. Проте в деяких країнах цей показник значно вищий, наприклад, у Колумбії він становить 20%, на Ямайці – 30%, Гаїті – 73%, у Панамі – 55%. Доходи, які отримуються від розвитку туризму в усіх країнах світу, у 2,5 рази вищі за всесвітні доходи від експорту нафти (варто зазначити, що 11 країн-членів ОПЕК реалізують на світових ринках сиру нафту на суму 170-180 млрд. дол. США) [4].

Унаслідок витрат, здійснюваних іноземними туристами в країні перебування, по-перше, збільшуються прибутки туристичних фірм (прямий ефект) [5, с. 93]. По-друге, підвищується попит з боку туристичного сектора економіки на товари й послуги постачальників, що сприяє підвищенню попиту на товари й послуги їхніх постачальників і, як наслідок, – зростанню доходів у всіх секторах (непрямий ефект). По-третє, збільшуються особисті прибутки населення, прямо або побічно пов'язаного з туристичним бізнесом, що викликає зростання споживчого попиту (вимушений ефект). Непрямий і вимушений ефекти разом називаються повторним ефектом [6, с. 35].

Хоча перше місце по значущості міжнародного туризму для національних господарств посідають надходження валюти, поряд з одержанням прибутку можливий і значний відплив коштів. Країни, що розвиваються, змушені імпортувати значну кількість продуктів і товарів для туристів, а також необхідне устаткування для індустрії туризму. За підрахунками Світового банку, на імпорт товарів для туристів припадає 15-55% надходжень від туризму залежно від розвитку економіки й орієнтованості туристичної індустрії на місцеві ресурси.

Розвиток туризму, зростання обсягу туристичних послуг призводить до збільшення кількості робочих місць. За оцінками фахівців, на даний час у туристичній індустрії працює понад 100 млн. осіб. Туристична галузь належить до числа найбільш трудомістких. Наприклад, у Північній Америці на неї припадає 5% від ВВП і 8% усіх працюючих, у Західній Європі – 7% і 11% відповідно [126, с. 35].

Соціально-культурна функція міжнародного туризму полягає в поновленні сил і внутрішніх ресурсів людини, витрачених як під час трудової діяльності, так і при виконанні повсякденних побутових обов'язків. Туризм дозволяє об'єднати відпочинок з пізнанням життя, побуту, історії культури, традицій, звичаїв свого народу та інших. Знайомство з країнами й народами, різноманітна тематика екскурсій (історичні, архітектурні, етнографічні) розширюють світогляд людини, розвивають його інтелект, допомагають краще усвідомити реальну картину світу. Дана функція включає в себе екскурсійний, рекреаційний, етнічний, релігійний, соціальний, культурний та інші види туризму (рис. 1).

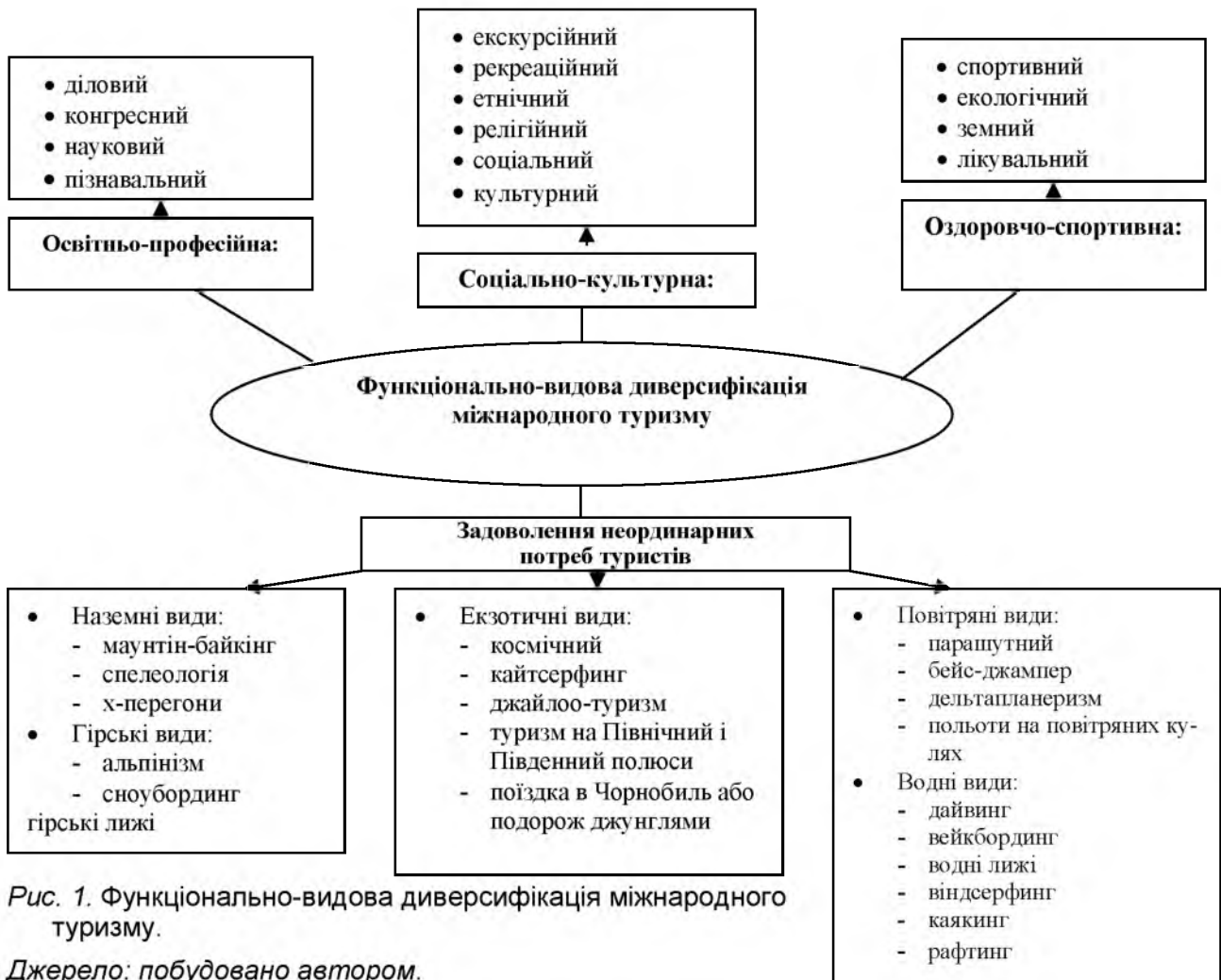


Рис. 1. Функціонально-видова диверсифікація міжнародного туризму.

Джерело: побудовано автором.

Не менш важливі також *освітньо-професійна* та *оздоровчо-спортивна* функції туризму, особливо якщо розглядати туризм як форму розумового та фізичного виховання, що реалізується через такі основні їх складові як виховна (формує відчуття патріотизму, колективізму, моральних та етичних цінностей), освітня (поповнює та закріплює знання з різноманітних областей знань та поглиблює кооперацію між суб'єктами даного ринку), оздоровча (оптимальний режим фізичних навантажень, використання сприятливого впливу природних факторів на стан організму, дотримання правил особистої та громадської гігієни, розвиток адаптивних можливостей, підтримка організму на належному рівні фізичної підготовки) та спортивна (створення бази загальної фізичної підготовки, досягнення максимальних результатів у спорті, спеціальна підготовка до змагань). Дані функції включають у себе також такі різновиди міжнародного туризму, як спортивний екологічний, зелений, лікувальний та конгресний, діловий, науковий, пізнавальний.

Усе більшою популярністю користується *екстремальний туризм*, що включає в себе широкий спектр різновидів, які заслуговують на увагу. До водних видів екстремального туризму відносять дайвінг. Наземні види екстремального туризму – це маунтінбайкінг (гірський велосипед), спелеологія (дослідження загадкового підземного (печерного) світу), Х-перегони, в яких беруть участь люди, настільки добре й універсально підготовлені, що можуть лізти на скелі, скакати на коні, сплавлятися на каяку або на плоті по порогах, нестися горами на велосипеді й спускатися по мотузках під водоспадом. До повітряних видів екстремального туризму належить бейс-джампер (стрибки з парашутом без літака чи літаючої техніки), спортсмен-бейсер (стрибки з дуже високих телевеж, хмарочоса чи гори). Екзотичні види екстремального туризму: космічний туризм – найдорожчий і найекзотичніший вид екстремального туризму (подорож на орбіту Землі); кайтсерфінг – катання на дошці за допомогою повітряного змія; джайлоо-туризм – життя в первісному племені з усіма принадами ко-

чового побуту [7]. Туризм на Північний і Південний полюси відносно молодий. Це круїзи в Арктику й Антарктику. Є й такі екзотичні тури, як поїздка в Чорнобиль або ж подорож джунглями.

Екстремальний туризм – дуже цікавий, захоплюючий вид відпочинку, який усе більше подобається людям, хоча коштує недешево. Він постійно розвивається, як у світі, так і в Україні. Весь час з'являються нові його види й різновиди, а які види туризму з'являться через 20-30 років, навіть уявити важко.

Важливим фактором активізації розвитку туризму у світі стала і його регіональна диверсифікація. Динаміка міжнародного туризму по регіонах світу в останні 15 років виявляє істотні розходження. В умовах загального збільшення туристичних потоків на планеті в Європі й Америці вони росли темпами, близькими до середньосвітового рівня (6,6 і 5,9% у рік відповідно). Молоді туристичні регіони – Азіатсько-Тихоокеанський, Близькосхідний і Африканський – розвиваються швидше. В окремі роки темпи приросту туристичних потоків у них виражаються двозначними цифрами. Але вони менш стійкі до впливу, часто негативного, політичних й економічних факторів.

За минулі десятиліття найбільш динамічним був Азіатсько-Тихоокеанський регіон, у якому середні багаторічні темпи росту числа прибуттів значно випереджали середньосвітові. Як уже зазначалося вище, Східна Азія й Тихоокеанський регіон залучають іноземних туристів насамперед своєю унікальною природою. Але нові індустріальні країни привабливі й для ділових подорожей. Однією з важливих туристичних країн у регіоні став Таїланд, особливо після того, як почав освоювати нові пляжі на своєму південному узбережжі й організовувати культурно-пізнавальні поїздки на північ країни. Деякі країни цього регіону зовсім недавно почали розвивати індустрію туризму. Це переважно нові індустріальні країни регіону – експортери товарів (Гонконг, Малайзія, Сінгапур, Південна Корея, Таїланд, Індонезія і Тайвань). Тут експорт товарів й експорт послуг взаємно доповнюють один одного. Розвиток цих секторів базується на стрімкому підйомі телекомунікацій, міжнародного транспорту, зокрема повітряного, і банківської сфери [4].

Африканський континент і Близький Схід, відвідуваність яких збільшується порівняно швидко, при низькому абсолютному значенні показника прибуттів, також впливають на світову динаміку туризму. Нерівномірність темпів зростання міжнародного туризму в територіальному розрізі призвела до зміни його регіональної структури на початку ХХІ століття порівняно з 1950–1990 рр: частка Європи й Америки знизилася при одночасному підвищенні питомої ваги Азіатсько-Тихоокеанського регіону й деякої стабілізації становища інших регіонів світу. У ХХІ ст. територіальна структура міжнародного туризму продовжуватиме змінюватися при збереженні колишніх тенденцій розвитку. За прогнозами ВТО, до 2020 р. Європа втримає домінуючі, хоча й дуже ослаблені, позиції на ринку туризму. Азіатсько-Тихоокеанський регіон вийде на друге місце. Америка, перемістившись на сходінку нижче, замикатиме трійку регіонів-лідерів світового туристичного ринку [8]. Але, незважаючи на лідируюче становище Європи в індустрії туризму, можемо зауважити, що її питома вага в туристичному бізнесі знижується й, за прогнозами, дана тенденція збережеться. За відносною втратою домінуючого становища Європи стоять такі фактори:

- деякі західноєвропейські країни (Італія і Греція, у меншій мірі Іспанія й Португалія) втрачають конкурентоспроможність унаслідок старіння їхнього туристичного продукту;
- деякі східноєвропейські країни відчувають труднощі в пристосуванні своїх туристичних секторів до ринкової економіки;
- деякі північноєвропейські країни (Велика Британія, Данія, Норвегія і Швеція) дуже дорогі для туристів. Це неминуче впливає на їхню конкурентоспроможність;
- зростає популярність країн Південно-Східної Азії, що з недавнього часу успішно розвивають свою туристичну індустрію.

Висновки. Дослідження функцій та класифікацій туризму має велике наукове і практичне значення. Це дозволяє впорядкувати знання і глибше пізнати сутність міжнародного туристичного обміну. З появою нових видів туризму, зі зміною його функцій класифікація туризму перебуває в процесі вдосконалення й не може вважатися остаточною. Сучасний етап розвитку туризму як ефективної галузі господарства, так і соціально-культурного явища, характеризується переосмисленням його ролі та функцій. В умовах глобалізації через характер впливу на

країни міжнародного туризму визначаються його функції (економічна, соціально-культурна, оздоровчо-спортивна, освітньо-професійна, екстремальних видів туризму) як системи подорожей, що здійснюються на базі міждержавних договорів, з урахуванням діючих міжнародних норм і місцевих звичаїв.

Крім важливих економічних аспектів туризму досить значущими також являються його соціальні аспекти. Туристична діяльність прискорює конвергенцію між різними країнами та різними соціальними групами й регіонами в межах однієї країни; сприяє глобалізації та отриманню вигод від збільшення міжнародних контактів і обмінів; будує мости доброї волі, миру та взаєморозуміння; представляє собою важливий засіб освіти та виховання; стимулює активну участь всієї громади та її культурне самовираження.

Література

1. Биржаков М. Б. Введение в туризм: Учеб. для студентов вузов / Нац. акад. туризма; Балт. междунар. ин-т туризма. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.; СПб.: Невский Фонд; Герда, 2004. – 443 С.
2. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
3. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 298 с.
4. World Tourism Organization. – UNWTO Tourism Highlights. – 2013. – 13 p.
5. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т. І. Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К.: КНТЕУ, 2009. – 463 с.
6. Румянцев А. П., Коваленко Ю. О. Міжнародна торгівля послугами: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури. – 2003. – 112 с.
7. Сайт екстремальних видів туризму провідних країн світу. – www.extremetourist.com.
8. Tourism Vision 2020. – Madrid: World Tourism Organization, 1997. – 18 p.
9. Школа І. М., Корольчук О. П. Менеджмент туризму: Підручник / І. М. Школа, О. П. Корольчук. – Чернівці: Книги – XXI, 2011. – 464 с.
10. Колосінська М. І. Систематизація функцій туризму в аспекті їхнього впливу на національну економіку / М. І. Колосінська // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2011. – Вип. III (43). – С. 43-47.

Стаття надійшла до редакції 20.12.2013 р.