

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Я.МАРИНЯК

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка,

У статті наведено комплексне вирішення наукової проблеми обґрунтування теоретико-методологічних засад розвитку ринку туристичних послуг у світі в умовах просторової поляризації та розробки концептуальних настанов й практичних рекомендацій щодо удосконалення управлінських процесів. Узагальнено наукові підходи до визначення поняття світовий туристичний ринок туристичних послуг. Проведено дослідження світового ринку туристичних послуг, що дозволило у період 2005–2019 рр. виявити його сучасні тенденції та використати їх для обґрунтування напрямів розвитку ринку туристичних послуг світу в умовах просторової поляризації.

Ключові слова: туризм, послуга, ринок туристичних послуг, просторова поляризація, розвиток.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Визначальними характеристиками розвитку світового ринку туристичних послуг є просторова поляризація, диференціація туристичних регіонів макро- та мегарівня, відмінності в ступені впливу туризму на соціально-економічні показники. Диспропорція та асиметрія розвитку світового туристичного ринку, який представляє собою інтегровану багаторівневу систему туристичних регіонів, викликана природно- кліматичною, економіко-географічною, демографічною, інфраструктурною та історичною поляризацією.

Аналіз останніх публікацій. Теоретичними засадами цього дослідження є праці зарубіжних та вітчизняних вчених різних галузей, зокрема: В. Герасименко, О. Любіцевої, Н. Мешко, Т. Ткаченко, І. Черниш та ін. Дослідження процесів просторової організації та просторової поляризації ринку туристичних послуг проводили вчені зарубіжжя: А. Александрова, Р. Батлер, С. Кемпбел, І. Пірожник, Д. Пірс, Ж. Турот, Т. Хілс та ін.

Формування цілей статті. Постановка завдання. Основним завданням є обґрунтування теоретико-методологічних засад розвитку ринку туристичних послуг у світі в умовах просторової поляризації. Для досягнення поставленої мети сформульовано та вирішено такі завдання:

- а) розробити методичні засади дослідження розвитку світового ринку туристичних послуг;
- б) обґрунтувати сутність просторової поляризації ринку туристичних послуг, здійснити типізацію моделей та класифікувати детермінанти формування просторово-поляризаційного розвитку ринку світових туристичних послуг;
- в) дослідити особливості розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах просторової поляризації.

Виклад основного матеріалу. Враховуючи значний вплив туристичної галузі на параметри соціально- економічного розвитку окремих країн та регіонів світу [68-73] важливим науково-практичним завданням є дослідження факторів та закономірностей стрімкого розвитку туризму та супутніх галузей певних географічних регіонів та занепад інших, визначення передумов нерівномірності цього процесу. Це можливо за умови комплексної оцінки розвитку світового ринку туристичних послуг, визначення факторів, які у свою чергу призводять до об'єктивного процесу просторової поляризації ринку, оцінки ступеню впливу цих факторів на розвиток туризму окремих географічних регіонів.

Аналіз розвитку світового туристичного ринку пропонується проводити, використовуючи науково-методичний підхід, який складається з 5 послідовних, взаємопов'язаних етапів (рис. 1).

Запропонований підхід до дослідження світового ринку туристичних послуг покликаний забезпечити науково-методичний базис визначення специфіки диспропорційного розвитку туристичних мезорегіонів у просторовій ієрархічній системі світового туристичного ринку.

Алгоритм комплексного аналізу розвитку світового ринку туристичних послуг

1.	Аналіз туристичних потоків за туристичними макро-(мезо-) регіонами
2.	Аналіз динаміки та прогнозу соціально-економічних показників розвитку туристичних послуг макро-(мезо-) регіонів світу 1) Дослідження динаміки надходжень від туризму

	2) Дослідження динаміки та прогнозу внеску туризму до ВВП 3) Дослідження динаміки та прогнозу об'ємів капітальних інвестицій в туризм 4) Дослідження динаміки та прогнозу витрат, що відносяться до внутрішнього туризму 5) Дослідження динаміки та прогнозу витрат, які відносяться до виїзного туризму 6) Дослідження динаміки та прогнозу кількості зайнятого населення в туризму
3.	Оцінка конкурентоспроможності туристичних ринків країн та регіонів на підставі індексу конкурентоспроможності країн у секторі подорожей і туризму 1) Аналіз індексу та субіндексів конкурентоспроможності країн у секторі подорожей та туризму
4.	Визначення стану та трансформації ієрархічної структури світового туристичного ринку

Рис. 1. Науково-методичний підхід до дослідження світового ринку туристичних послуг (розроблено автором)

1. Аналіз туристичних потоків за туристичними макрорегіонами. Кількість міжнародних туристичних прибуттів у 2019 році досягла близько 1,5 мільярда, що на 4%, або на 54 мільйони перевищує показники 2018 року. Міжнародні туристичні прибуття у регіонах світу у млн. осіб станом на 2018 р. показано у таблиці 1.

Таблиця 1.

Міжнародні туристичні прибуття у регіонах світу у млн. осіб станом на 2018 р. [8-10]

	1995	2000	2005	2010	2015	2017	2018
Світ	531	680	809	952	1195	1323	1401
Європа	308,5	392,9	452,7	487,7	605,1	970,6	710,0
Північна Європа	36,4	44,8	54,7	56,6	69,8	78,0	78,9
Західна Європа	112,2	139,7	141,7	154,4	181,6	192,7	200,4
Центральна / Східна Європа	58,9	69,6	95,3	98,6	122,4	133,7	141,3
Південь	100,9	139,0	161,1	178,1	231,4	266,2	289,3
Європейський Союз	271,0	336,8	367,5	383,0	478,6	537,6	562,9
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	82,0	110,4	154,1	208,2	284,1	323,1	347,7
Північно- Східна Азія	41,2	58,4	85,9	111,5	142,1	159,5	169,2
Південно-Східна Азія	28,5	36,3	49,0	70,5	104,2	120,4	128,7
Океанія	8,1	9,6	10,9	11,5	14,3	16,6	17,0
Південна Азія	4,2	6,1	8,3	14,7	23,5	26,6	32,8
Американський регіон	108,9	128,2	133,3	150,4	193,8	208,7	215,7
Північна Америка	80,5	91,5	89,9	99,5	12,5	134,8	142,2
Карибський регіон	14,0	17,1	18,8	19,5	24,1	16,0	25,7
Центральна Америка	2,6	4,3	6,3	7,8	10,2	11,2	10,8
Південна Америка	11,7	15,3	18,3	23,6	31,9	36,7	37,0
Африка	18,7	26,2	34,8	50,4	53,6	62,7	67,1
Північна Африка	7,3	10,2	13,9	19,7	18,0	21,7	23,9
Африка на південь від Сахари	11,5	16,0	20,9	30,7	35,6	41,0	43,3
Близький Схід і Північна Африка	12,7	22,4	33,7	55,4	58,1	58,1	60,5

продовження таблиці 1

	Загальна частка у %	Частка, %		Частка у % до базового 2005 р.
		2017/2016	2018/2017	
	2018	2017/2016	2018/2017	2000/2018
Світ	100	7,0	5,4	5,0
Європа	50,7	8,6	5,5	4,8
Північна Європа	5,6	8,0	0,5	4,1
Західна Європа	14,3	6,1	4,0	3,3
Центральна / Східна Європа	10,1	5,6	5,0	4,7
Південь	20,7	12,9	8,2	6,3
Європейський Союз	40,2	7,7	4,4	5,0
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	24,8	5,7	7,3	6,6
Північно- Східна Азія	12,1	3,4	6,1	5,3
Південно-Східна Азія	9,2	8,8	6,8	7,8
Океанія	1,2	6,1	2,8	5,1
Південна Азія	2,3	6,2	19,4	10,5

Американський регіон	15,4	4,7	2,3	4,6
Північна Америка	10,1	4,3	3,7	4,6
Карибський регіон	1,8	3,0	-1,4	3,5
Центральна Америка	0,8	4,6	-2,4	4,2
Південна Америка	2,6	7,7	1,2	5,8
Африка	4,8	8,5	7,0	3,6
Північна Африка	1,7	14,7	10,1	2,4
Африка на південь від Сахари	3,1	5,5	5,4	4,4
Близький Схід і Північна Африка	4,3	4,7	4,7	0,9

У 2019 році в усіх регіонах спостерігалось зростання кількості міжнародних прибуттів. Однак невизначеність навколо Brexit, банкрутство найбільшої туристичної компанії Thomas Cook, геополітична і соціальна напруженість і глобальний економічний спад сприяли сповільненню зростання в 2019 році, як порівняти з винятковими темпами 2017 року і 2018-го. Це сповільнення торкнулося переважно країн з розвинутою економікою, зокрема Європи і Азіатсько-Тихоокеанського регіону.

У структурі прибуттів перше займає Європа 724 млн. осіб (51%), Азіатсько-Тихоокеанському 364 млн. осіб (24,0%), Американський регіон 220 млн. осіб (16%), Африка 71 млн. осіб (5%), Близький Схід 64 млн. осіб (4%). Як зауважили в UNWTO, статистичні дані дають змогу називати туризм надійним і сталим сектором світової економіки, навіть в умовах нестабільності, невизначеності й соціальних потрясінь див. рис. 2.

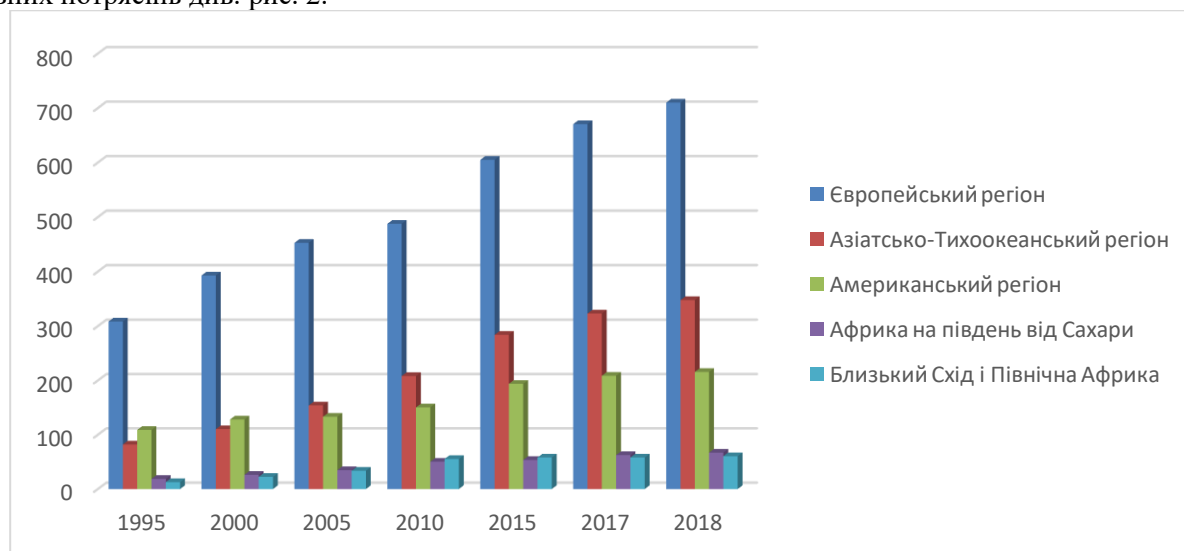


Рис. 2. Динаміка міжнародних туристичних прибуттів за регіонами світу, 1995-2018 рр. млн. осіб. (складено автором на основі [10])

За даними організації, у 2019 році кількість поїздок на Близький Схід зросла на 8%, до Азії - на 5%, до Африки - на 4%. Кількість подорожей до Європи дещо знизилася, як порівняти з попередніми роками, проте регіон продовжує лідувати за кількістю міжнародних прибуттів – 743 млн іноземних гостей (плюс 4%). Північну і Південну Америку туристи відвідували на 2% частіше, ніж роком раніше. Водночас кількість поїздок до Південної Америки помітно знизилася через протести в низці країн.

Витрати туристів у зарубіжних поїздках 2019 року продовжували зростати, особливо в країнах, що приймають найбільшу кількість іноземних гостей. Так, Франція повідомила про зростання витрат туристів на 11%, США - на 6%. Водночас Бразилія і Саудівська Аравія заявили про зниження витрат туристів.

На 2020 рік прогнозували від 3% до 4% приросту міжнародного туризму. Позитивний вплив на туристичний сектор, за прогнозами UNWTO, мали мати спортивні, включно з Олімпійськими іграми в Токіо, й культурні заходи, як-от Ехро 2020 Dubai, які відомо через пандемію Covid-19.

Розглянемо, топ-10 країн лідерів світового туризму за міжнародними туристичними прибуттями див. табл. 2. Лідером є Франція 90,2 млн. туристів, що на 80 тис. більше, ніж у 2018 р.

Міжнародні туристичні прибуття, у 2018 – 2019 рр. млн. осіб [9-10]

№ п/п	Країни	млн. осіб	
		2018	2019
1.	Франція	86,9	90,2
2.	Іспанія	81,8	83,8
3.	США	75,9	78,7
4.	Китай	60,7	67,5
5.	Італія	58,3	64,6
6.	Туреччина	37,6	52,5
7.	Мексика	39,3	44,9
8.	Таїланд	35,4	39,7
9.	Німеччина	37,5	39,4
10.	Велика Британія	37,7	36,9

2. Аналіз динаміки та прогнозу соціально-економічних показників розвитку ринків туристичних послуг макрорегіонів світу. Дослідження динаміки надходжень від туризму. У Європі у 2018 р., на яку припадає 39,3% надходжень від міжнародного туризму в світі, сума надходжень від туризму за 2018-2019 рр. збільшилися в абсолютному вимірі на 61,0 млрд. дол. США і досягла 570,5 млрд. дол. США (483,0 млрд. євро) (рис. 3).

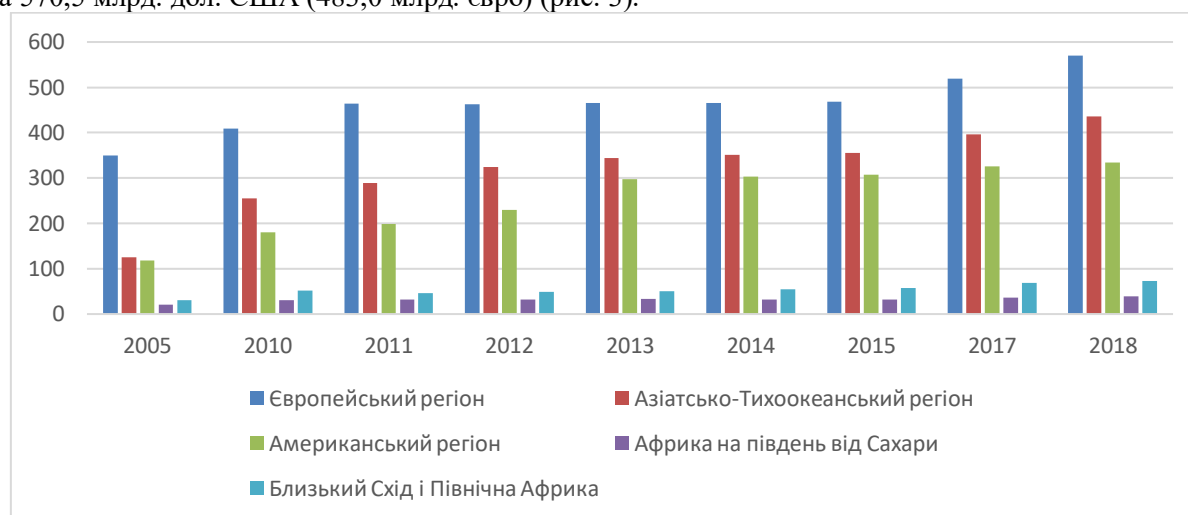


Рис. 3. Динаміка надходжень від туризму за регіонами світу, 2005-2018 рр. [9-10].

У 2018 р. в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (частка 30,0%) сума надходжень від туризму у порівнянні з 2017 р. збільшилася на 39,5 млрд. дол. США, досягнувши 435,5 млрд. дол. США (368,7 млрд. євро). В Американському регіоні (частка 23,0%), сума надходжень збільшилася 7,8 млрд. дол. США і в цілому склала 333,6 млрд. дол. США (282,5 млрд. євро).

Таблиця 3.

Надходження від туризму за регіонами світу у млрд. дол. США станом на 2018 р. [10]

	Зміни за роки у %		Частка у цілому, %	Млрд. дол. США		
	2017/2016	2018/2017		2018	2017	2018
Світ	5,2	4,4	100	975	1,346	1,451
Європа	7,5	4,9	39,3	422,8	519,5	570,5
Північна Європа	5,7	1,1	6,5	60,6	88,6	93,9
Західна Європа	4,7	3,3	12,9	152,4	170,9	187,5
Центральна / Східна Європа						
	7,0	8,8	4,7	48,3	60,7	68,7
Південь	11,2	6,9	15,2	161,5	199,3	220,4
Європейський Союз	6,8	3,3	33,1	354,9	438,6	480,7
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	4,3	7,4	30,0	254,4	396,0	435,6
Північно- Східна Азія	-1,5	8,9	13,0	123,0	168,1	188,4
Південно-Східна Азія	9,1	4,7	9,8	68,5	130,6	142,3

Океанія	6,1	6,9	4,2	42,8	57,4	61,1
Південна Азія	13,9	10,4	3,0	20,1	39,9	43,6
Американський регіон	0,9	0,3	23,0	215,5	325,8	333,6
Північна Америка	0,7	0,1	17,8	164,8	252,4	258,9
Карибський регіон	0,5	-1,3	2,2	23,3	31,8	32,0
Центральна Америка	4,8	1,0	0,9	6,9	12,6	12,8
Південна Америка	1,1	3,4	2,1	20,5	29,0	29,9
Африка	7,7	1,6	2,6	30,4	36,4	38,4
Північна Африка	9,3	3,8	0,7	9,7	9,9	10,7
Африка на південь від Сахари	7,1	0,7	1,9	20,8	26,5	27,7
Близький Схід і Північна Африка	14,6	4,2	5,0	52,2	68,4	73,0

На Близькому Сході (частка 5,0%) сума надходжень від туризму виросла, згідно з оцінками, на 4,6 млрд. дол. США і досягла 73,0 млрд. (61,8 млрд. євро), та в Африці (частка 2,6%) збільшення надходжень дорівнювало 2 млрд. дол. США, а загальна сума склала 38,4 млрд. дол. США (32,5 млрд. євро). Усі субрегіони світу у 2018 р. продемонстрували збільшення надходжень від туризму до економік у порівнянні з 2017 р..

У провідній десятці в 2018 р. країн по надходженнях від туризму у % перше місце займає Китай 21% у порівнянні з 2017 р., далі за порядком, та відповідно йдуть Японія 19%, Австралія 11%, Італія 7%, Франція 6%. Замикають провідну десятку США та Велика Британія по 2%.

У провідній десятці країн по надходженнях від туризму очолюють США див. табл. 4.

Таблиця 4

Міжнародні туристичні прибуття, 2018 млн. осіб [10]

№ п/п	Країни	Млн. осіб
1.	США	214,0
2.	Іспанія	74,0
3.	Франція	67,0
4.	Таїланд	63,0
5.	Велика Британія	52,0
6.	Італія	49,0
7.	Австралія	45,0
8.	Німеччина	43,0
9.	Японія	41,0
10.	Китай	40,0

3. Дослідження динаміки та прогнозу внеску туризму до ВВП. У 2018 р. Європа, Америка та Азіатсько-Тихоокеанський регіон демонструють майже однакові обсяги внеску туристичної галузі до ВВП – 1923,8 млрд. дол. США, 2166,57 млрд. дол. США та 2139,86 млрд. дол. США відповідно, це підкреслює їх сталий розрив з Африкою та Близьким Сходом (рис. 4).

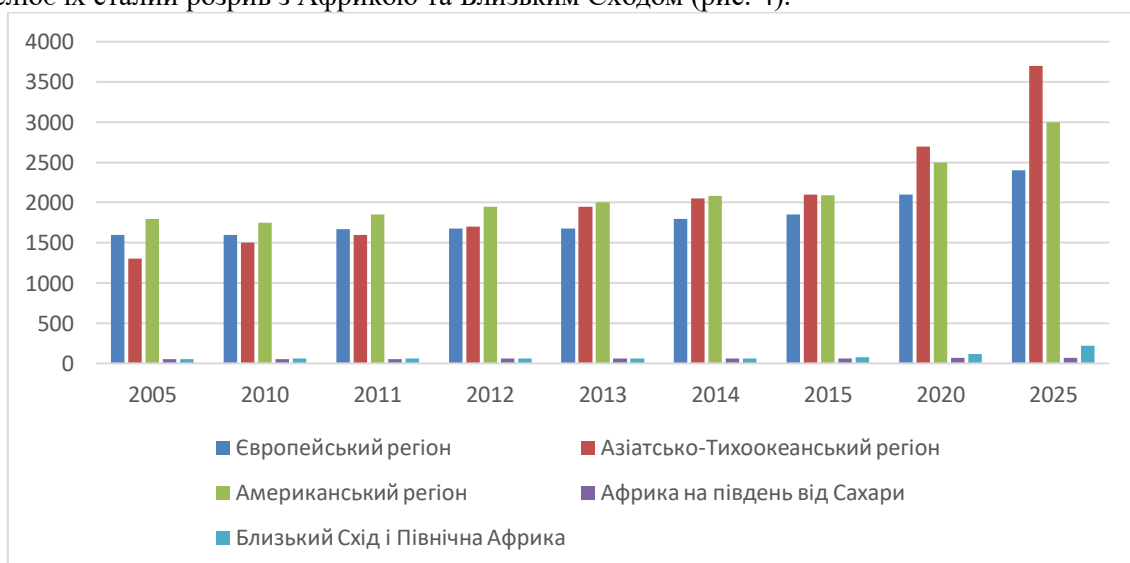


Рис. 4. Динаміка та прогноз внеску туризму до ВВП за регіонами світу, млрд. дол. США, 2005-2025 рр. (складено автором на основі [7, 8-10]).

Найвищі темпи росту внеску від туристичної діяльності до ВВП з 2005 р. по 2015 р. зафіксовано у Азіатсько-Тихоокеанському – 62,8% та Близькому Сході - 34,6%, тоді як у Африканському регіоні збільшення склало 21,3%, у Америці – 17,5%, у Європі – 6,01%. За прогнозами Всесвітньої ради з туризму та подорожей [7] к 2025 р. обсяг туристичної діяльності у ВВП у Європі складатиме – 2434,38 млрд. дол. США (+26,5%), у Америці – 3033,26 млрд. дол. США (+40,0%), у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні – 3717,22 млрд. дол. США (+73,7%), у Африці – 243,10 млрд. дол. США (+47,6%), на Близькому Сході – 349,517 млрд. дол. США (+57,8%).

4. Дослідження динаміки та прогнозу обсягів капітальних інвестицій в туризм. За обсягами капітальних інвестицій в туристичну галузь з 2010 р. беззаперечним лідером є Азіатсько-Тихоокеанський регіон, що є результатом постійної розбудови, оновлення та розширення туристської інфраструктури, до складу якої входить уся сукупність підприємств та установ, діяльність яких спрямована на задоволення потреб туристів.

У 2015 р. обсяг капітальних інвестицій в туристичну галузь у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні досяг 292,71 млрд. дол. США, що на 60,6% більше ніж у 2005 р. Друге місце після Азіатсько-Тихоокеанського регіону за обсягом капітальних інвестицій в туристичну галузь (проте з набагато нижчим темпом росту зазначеного показника) посідає Америка – 220,15 млрд. дол. США (+9,24%), далі слідують Європа – 187,77 млрд. дол. США (+13,9%), Близький Схід - 47,31 млрд. дол. США (+34,2%) та Африка - 27,53 млрд. дол. США (+57,07%) (рис. 5).

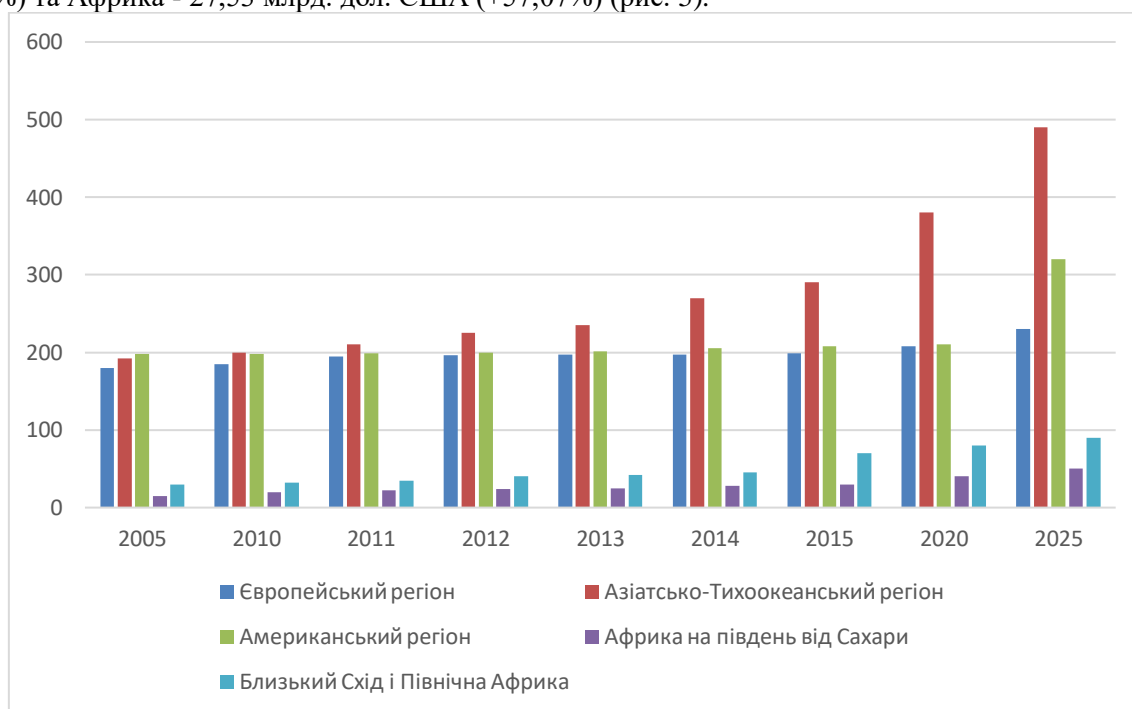


Рис. 5. Динаміка та прогноз обсягів капітальних інвестицій в туристичну галузь за регіонами світу, млрд. дол. США, 2005-2025 рр. (складено автором на основі [7])

Прогноз, заснований на даних Всесвітньої ради з туризму та подорожей [7], підтверджує стрімкий розвиток туризму у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, що природно позначиться на збільшенні обсягів капітального інвестування туристичної діяльності, які у 2025 р. збільшаться на 71,5% та досягнуть 502,10 млрд. дол. США.

Значне поживлення спостерігатиметься і в інших регіонах. Так, на Близькому Сході інвестиції у туристичну галузь збільшаться на 85,96%, у Америці на 50,33%, у Європі на 33,2%, у Африканському регіоні на 48,18%.

5. Дослідження динаміки та прогнозу витрат, що відносяться до внутрішнього туризму. Для макроекономічного аналізу ринку туристичних послуг і його впливу на конкретний регіон вкрай важливо проаналізувати туристичні витрати відвідувачів під час здійснення подорожі. Згідно з IRTS 2008 під туристськими витратами розуміється «сума, яка витрачається на придбання споживчих товарів та послуг, а також інших цінностей для власного користування або передачі іншим особам при підготовці до туристської поїздки та під її час» [7, с. 31].

IRTS 2008 пропонують виділяти три категорії туристських витрат виходячи з країни постійного

проживання осіб: витрати, що відносяться до внутрішнього туризму, - це туристські витрати відвідувача в рамках економіки, резидентом якої він являється; витрати, які стосуються в'їзного туризму, - це туристські витрати відвідувача в рамках економіки, резидентом якої він не являється; витрати, що відносяться до виїзного туризму, - це туристські витрати відвідувача за межами економіки, резидентом якої він являється [7, с. 34].

У 2015 р. обсяги витрат туристів-резидентів Європейського, Американського та Азіатсько-Тихоокеанського регіонів було максимально приближені один до одного та склали 1184,84 млрд. дол. США, 1201,72 млрд. дол. США та 1230,45 млрд. дол. США відповідно (рис. 6).

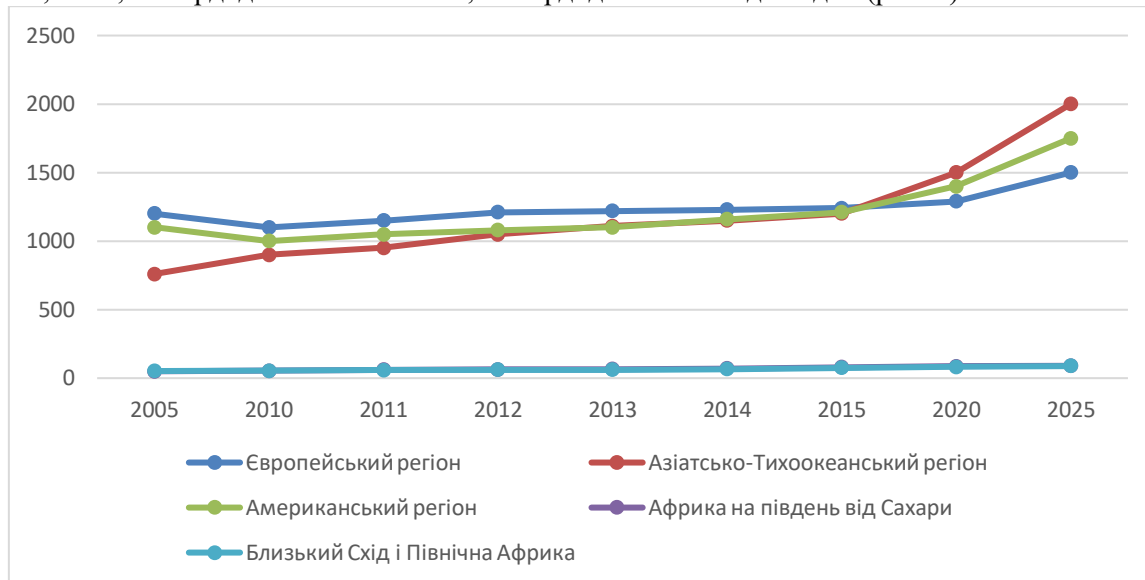


Рис. 6. Динаміка та прогноз витрат, що відносяться до внутрішнього туризму за регіонами світу, млрд. дол. США, 2005-2025 рр., (складено автором на основі [7]).

Разом з тим, ця ситуація є виключенням ніж сталою тенденцією. Цей збіг є результатом стрімкого зростання витрат відвідувачів-резидентів Азіатсько-Тихоокеанського регіону, з одного боку, та стриманого збільшення витрат резидентів насичених Американського та Європейського регіонів. Так, за період 2005-2015 рр. витрати, що відносяться до внутрішнього туризму, у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні збільшились на 50,89%, тоді як у Європі та Америці на 3,4% та 11,5%, відповідно. У Африці витрати резидентів досягли 90,13 млрд. дол. США (+39,5%), на Близькому Сході – 69,69 млрд. дол. США. (+27,9%). Таким чином, ці регіони зайняли периферійне місце на туристичному ринку, продемонструвавши невеликі об'єми витрат, проте стійку тенденцію до збільшення.

За прогнозними даними Азіатсько-Тихоокеанській регіон займе лідируючу позицію за кількістю витрат відвідувачів-резидентів, які к 2025 р. збільшаться на 62,5% та досягнуть 2000,08 млрд. дол. США. Тенденція до збільшення витрат простежуватиметься за всіма регіонами окрім африканського – Європа (+24,6%), Америка (44,5%), Африка (-61,89%), Близький Схід (52,1%).

6. Дослідження динаміки та прогнозу витрат, які стосуються в'їзного туризму. Інша тенденція прослідковується при дослідженні витрат, які стосуються в'їзного туризму, тобто витрат відвідувачів-нерезидентів. Беззаперечним лідером упродовж аналізованого періоду (2005-2018 рр.) залишається Європейський регіон. Разом з тим, усі аналізовані регіони світу демонструють однакову тенденцію до збільшення витрат відвідувачів-нерезидентів. Виключенням став 2009 р., в якому витрати на туризм скоротилися за рахунок зменшення туристичних мандрівок, на які вплинула світова економічна криза.

Найшвидші темпи росту за 2005-2015 рр. продемонстрував Азіатсько-Тихоокеанський регіон – 63,8%, скоротивши розрив з Європою, проте залишившись на другому місці з об'ємом витрат відвідувачів-нерезидентів у 2015 р. – 434,302 млрд. дол. США, що на 57,8 млрд. дол. США менше ніж в Європі. Найменші витрати, які стосуються в'їзного туризму зафіксовано на Близькому Сході (81,0 млрд. дол. США) та в Африці (53,3 млрд. дол. США) (рис. 7).

За прогнозними даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей [7] к 2025 р. позиції регіонів за кількістю витрат іноземних туристів не зміняться. Лідируючі позиції займатиме Європейський регіон – 709,04 млрд. дол. США, далі слідуватимуть Азіатсько-Тихоокеанський регіон (672,14 млрд. дол. США) та Американський регіон (446,2 млрд. дол. США), останні місця очікувано займатимуть

Близький Схід (113,3 млрд. дол. США) та Африка (84,8 млрд. дол. США).

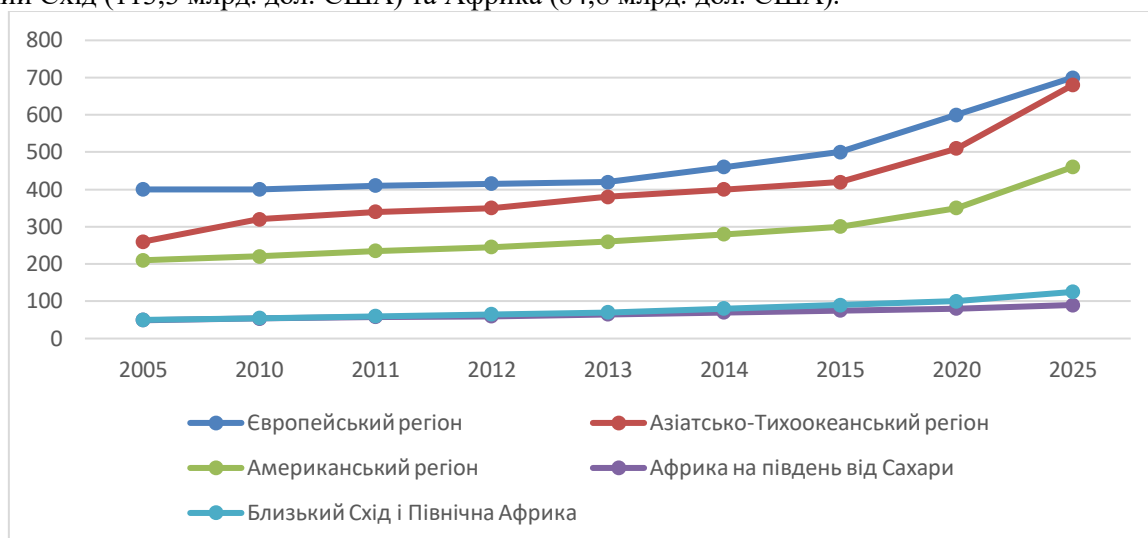


Рис. 7. Динаміка та прогноз витрат, які стосуються в'їзного туризму за регіонами світу, млрд. дол. США, 2005-2025 рр. (складено автором на основі [7])

7. Дослідження динаміки та прогнозу кількості зайнятого населення в туризмі. Загальна кількість зайнятого населення на туристичному ринку оцінюється з урахуванням зайнятості населення у супутніх туризму галузях економіки – розміщення відвідувачів, діяльність у сфері громадського харчування, послуги пасажирського транспорту, послуги турагентів, туроператорів, туристських гідів, послуги у сфері культури (сценічне мистецтво, послуги музеїв та інші культурні послуги), рекреація та інші види дозвілля (спорт та інші види спортивного дозвілля, санаторно-курортні послуги), інші туристські послуги (фінансові та страхові послуги, інші види оренди).

Тобто, внаслідок мультиплікаційного ефекту робочі місця створюються у супутніх галузях економіки, які з різним ступенем опосередкованості та участі задіяні у обслуговування туристів під час подорожі.

За кількістю зайнятого населення в туристичній галузі беззаперечно лідерство належить Азіатсько-Тихоокеанському регіону. Так, у 2015 р. на ринку туристичних послуг регіону було працевлаштоване 155057 тис. осіб, що на 112548,5 тис. осіб більше ніж на ринку Америки, яка посідає друге місце з кількістю зайнятих – 42508,5 тис. осіб, на ринку Європи зайнято 35273,4 тис. осіб, Африки – 21056,74 тис. осіб, Близького Сходу – 5615,64 тис. осіб. У порівнянні з 2005 р. кількість зайнятих у туристичній галузі та супутніх галузях у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні збільшилась на 10,16%, у Африці на 8,9%, на Близькому Сході на 24,8%, в Америці на 9,2%, Європейський регіон продемонстрував від'ємний результат – кількість зайнятих знизилась на 2,2% (рис. 8).

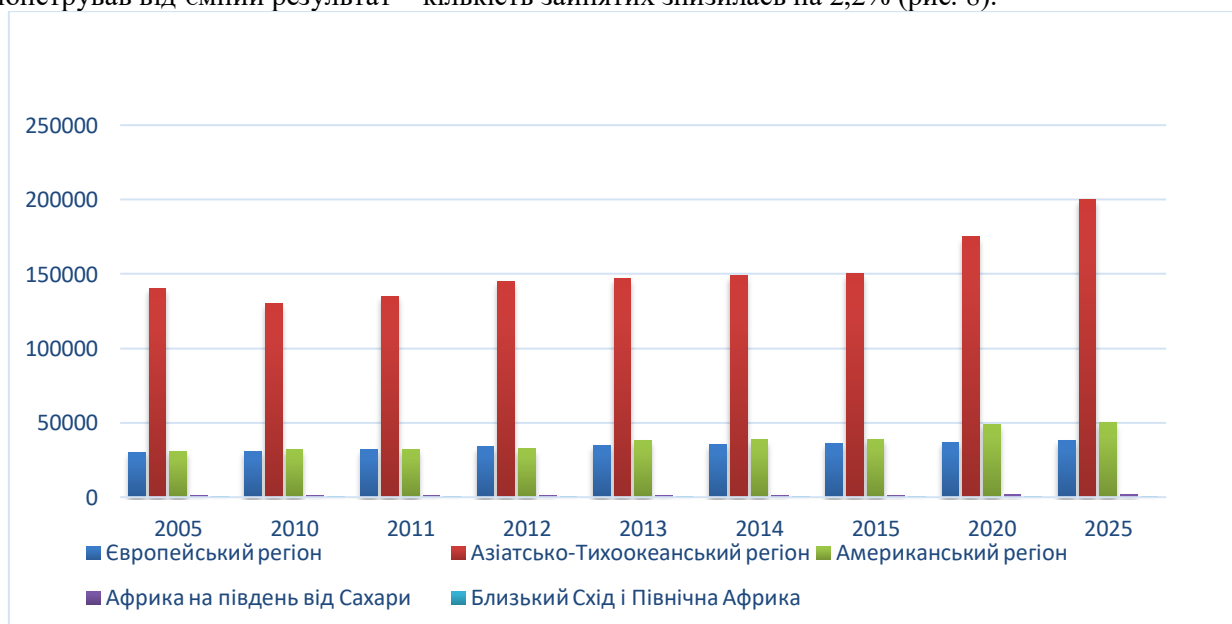


Рис. 8. Динаміка та прогноз загальної кількості зайнятого населення на світовому ринку туристичних послуг, тис. осіб, 2005-2025 рр. (складено автором на основі [7]).

За прогнозними даними к 2025 р. загальна кількість зайнятого населення у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні складатиме 204178 тис. осіб (+35,6%), у Америці - 52665 тис. осіб (+27,3%), у Європі - 41524,3 тис. осіб (+19,9%), у Африці - 26931,54 тис. осіб (+29,5%), на Близькому Сході - 7101,07 тис. осіб (+23,9%). Таким чином, позиції регіонів за кількістю зайнятого населення на ринках туристичних послуг не зміняться. Найбільше потужне зростання кількості працевлаштованого населення у туристичній галузі відбудеться на Близькому сході, що однак не буде достатнім для скорочення розриву з Африкою, наближення до регіонів-лідерів або скорочення диспропорції на ринку праці туризму.

Проведене дослідження підтвердило наявність міжрегіональної диференціації розвитку туристичних регіонів мегарівня та відмінності в ступені впливу на соціально-економічний розвиток регіону. Динамічність розвитку поляризованої, ієрархічної системи світового туристичного ринку підтверджується нарощенням об'ємів внеску туризму до ВВП, кількості зайнятого населення на ринку туристичних послуг, об'ємів капітальних інвестицій в туризм, витрат внутрішніх та закордонних відвідувачів та зміною лідерів серед туристичних мезорегіонів. Так, впровадження інноваційних технологій створення і просування туристичного продукту, розгалуження туристичної інфраструктури, активізація в'їзних туристичних потоків та обмінів всередині Азіатсько-Тихоокеанського регіону викликали позитивний мультиплікаційний вплив на суміжні галузі, що стало каталізатором соціально- економічного розвитку.

Насичені ринки Європи та Америки займають провідні позиції на світовому туристичному ринку, проте зростання відбувається повільно, підтримуючи сформовані оптимальні ринкові пропорції. Ці ринки характеризуються обґрунтованими пропорціями структури та стабільністю.

Залишаючись периферією світового туристичного простору Близький Схід та Африка демонструють швидкі темпи росту впливу туристичної галузі на соціально-економічний розвиток регіону по всім аналізованим показникам. Внесок міжнародного туризму в економіку регіонів досить незначний, проте він є високоприбутковою сферою економіки.

Висновки. Дослідження світового ринку туристичних послуг дозволило встановити такі особливості: значні диспропорції в обсягах туристичних потоків за регіонами світу; диференціацію економічного внеску ринків туристичних послуг світових макро- та мезорегіонів до регіональних економік; стали дивергенцію між ринками лідерами та периферійними ринками за динамікою внеску туристичної галузі до ВВП; нерівномірність обсягів капітальних інвестицій в туристичну галузь на туристичних ринках макрорегіонів світу; значну розбіжність у розмірах кількості зайнятого населення у туристичній галузі на світовому ринку туристичних послуг. Звісно, ще необліковані світові статистичні дані за 2020 р., покажуть усі негативні проблеми туристичної галузі. Туристичні потоки повністю не відновляться до свого докризового рівня в 2021 році. Отже, слід готуватися до ще одного неприбуткового року.

Література:

1. Герасименко В.Г. Основи туристського бізнесу: навч. посіб. Одеса: Чорномор'я, 1997. 160 с.
2. Любіцева О.О. Ринки туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ: Альтерпрес, 2002. 436 с.
3. Мешко Н.П. Фалько Є.А. Розвиток туристичного бізнесу в умовах інформатизації світової економіки // Миколаїв : МНУ імені В.О. Сухомлинського, 2014. Вип. 2. С. 114–120.
4. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. професора В.Г. Герасименко. Одеса : Астропринт, 2013. 334 с.
5. Рождественська Л.Г. Статистика ринку товарів і послуг [Текст] : навч. посіб.; Київський національний економічний ун-т. Київ: КНЕУ, 2005. 420 с.
6. Україна в мире: обзор международных индексов 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://feg.org.ua/uploadfiles/ckfinder/files/in_world/2015/ukraine_in_the_world_201_rus_web.pdf
7. International Recommendations for Tourism Statistics 2008 [Електронний ресурс] // United Nations Publication Sales No. E.08.XVII.28. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm_83rev1e.pdf.
8. UNWTO Tourism Highlights, 2010 Edition [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284413720>
9. UNWTO Tourism Highlights, 2018 Edition [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418345>
10. UNWTO Tourism Highlights, 2019 Edition [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418345>

Abstract:**Marinyak Ya. O. MODERN STATE AND FEATURES OF THE WORLD MARKET OF TOURIST SERVICES**

The article provides a comprehensive solution to the scientific problem of substantiating of the theoretical and methodological foundations for the development of the tourism services market in world in conditions of spatial polarization and the development of conceptual guidelines and practical recommendations for improving managerial processes. Summarizes the scientific approach to the definition of «spatial polarization of the market of tourist services». The study of the world market of tourist services was carried out, which allowed for the period 2005-2018 identify its current trends and use them to justify the development of the market of tourist services in Ukraine in conditions of spatial polarization.

Key words: service, tourism, tourism market, spatial polarization, development.

ДОСВІД КРАЇН ЩОДО ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ТУРИСТИЧНОГО ІМІДЖУ КРАЇНИ

Н.ФЛІНТА

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

Публікація розкриває питання пріоритетів формування туристичного іміджу України на прикладі зарубіжного досвіду. Серед них такі популярні у туристів країни, як Тайланд, Туреччина, Єгипет, Кіпр, Ізраїль. Брендинг держави і розвиток її туристичної привабливості визначається, перш за все, у проведенні масштабних PR-акцій замість прямолінійних рекламних компаній. В цьому зацікавлені так звані проблемні країни, в тому числі Україна.

Іноземець, який вирішив подорожувати в Україну, стикається зі знанням в основному її негативних сторін: війна, корупція, нерозвинена інфраструктура, особиста небезпека тощо. Використовуючи досвід вищезгаданих країн можна реалізувати головне завдання національного іміджу – закріпити образ держави на глобалізованому туристичному ринку в умовах жорсткої конкуренції, а також сформувати у туристів чіткі очікування від відвідин території України.

Одним з першочергових пріоритетів розвитку нашої країни визначено формування національного іміджу, в якому належне місце відводиться туристичному сектору. Сектор туризму, з одного боку, є традиційним та важливим компонентом економічної діяльності в Україні, а з іншого, цей сектор зазнає спаду у зв'язку з нестабільною геополітичною ситуацією, що склалась протягом останніх років. Особливий експортний потенціал мають такі види туризму як: еко-туризм, екстремальний, культурний, діловий та освітній [2].

З огляду на це актуальним є розгляд зарубіжного досвіду формування та просування туристичного іміджу країни.

З точки зору туризму, всі країни світу можна умовно розділити на 3 групи:

1. Країни, для яких туризм не є значною статтею доходів, і тому мало зацікавлені в додатковому залученні туристів.
2. «Благополучні» країни - для них туризм є значною статтею доходів, і туристи активно відвідують їх.
3. «Неблагополучні» країни - туризм для них є важливою статтею доходів, але потік туристів знижується через формування негативного іміджу.

Країни першої групи мало уваги приділяють для додаткового залучення туристів. Залучення коштів для просування туристичного брендингу, як правило, обмежуються прямою рекламою. Прикладом таких країн можуть бути Азербайджан, Ірак та ін. Однак треба зазначити, що таких країн останнім часом стає все менше.

Країни другої групи - найбільш відвідувані країни світу. Це традиційно благополучні країни і існуючий туристичний потік цілком відповідає їх потребам. За даними UNWTO за 2019 було здійснено 1,5 млрд міжнародних туристичних поїздок. ТОП-5 країн: Франція (90,2 млн туристів), Іспанія (83,8 млн), США (78,7 млн), Китай (67,5 млн), Італія (64,6 млн) [3]. В основному, ці країни теж обмежуються лише прямою рекламою в незначних обсягах.

Найбільший інтерес представляють країни третьої групи. Це країни, доходи яких сильно залежать від туризму, але які мають нестійку репутацію. Серед них такі популярні у туристів країни, як Тайланд, Туреччина, Єгипет, Кіпр, Ізраїль та Україна. Вони пропонують досить комфортний і недорогий відпочинок, проте різні події, що відбуваються в цих країнах, регулярно відлякують