

Міжнародний туризм

Туризм як вид економічної діяльності пов'язаний із наданням та отриманням туристичних послуг.

За географічною ознакою розрізняють внутрішній і міжнародний туризм.

За способом пересування туризм буває пішохідний, велосипедний, автомобільний, залізничний, авіаційний, морський, річковий.

За метою розрізняють рекреаційно-оздоровчий, пізнавальний, розважальний, екстремальний, діловий, паломницький туризм та інші його види (наприклад, шоптури).

Індустрія туризму охоплює сектори розміщення, перевезень, харчування, оздоровлення, реалізації послуг, підготовки кадрів та інші.

Особливості туристичної індустрії як виду підприємницької діяльності:

- 1) переміщення людей;
- 2) тяжіння до рекреаційних ресурсів;
- 3) виробництво послуги та її споживання як нерозривний процес;
- 4) залежність якості послуги від персоналу, який її надає;
- 5) сезонність, різна тривалість рекреаційних послуг.

Експорт туристичних послуг із країни працює по-особливому: турист (споживач послуги) перетинає державний кордон (а не товар, що експортується), в'їжджає у певну країну, отримує комплекс туристичних послуг і повертається додому, сповнений вражень.

Існує Всесвітня туристична організація, до складу якої входять 157 країн і 6 територій. Саме вона надає узагальнені статистичні показники, що характеризують індустрію туризму.

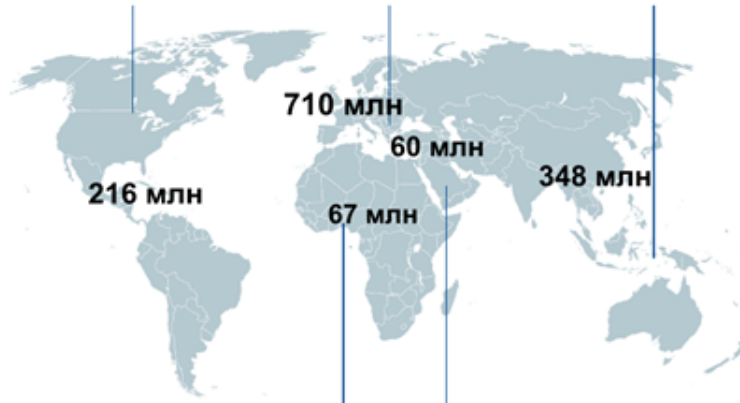
Основні характеристики міжнародного туризму:

- туризм — це 3% ВВП світу, 30% світового експорту послуг (\$1,7 трлн);
- туризм — один із найдинамічніших секторів світової економіки (з 1950 р. до 2018 р. обсяг послуг зріс у 56 разів);
- туризм — прибутковий вид економічної діяльності;
- стимулює розвиток транспорту, зв'язку, торгівлі та багато інших виробництв товарів і послуг.

Географія туризму

Цифри на картосхемі — кількість прибуттів туристів у мільйонах упродовж року. Абсолютний лідер — Європа. Американський регіон приваблює туристів утричі менше, а всі країни Африки — це лише 67 млн туристів.

Туристичні прибуття (за регіонами, ВТО/2018 р.)



Чим зумовлене лідерство Європи?

- у Європі багато країн (але в Африці їх більше!);
- країни Європи розташовані компактно, відстані між ними невеликі;
- у Євросоюзі діє безвізовий режим між країнами-членами;
- майже в усіх країнах ЄС спільна валюта — євро;
- подібні ментальності та освіта населення;
- високі й середні доходи в більшості жителів;
- європейські нації докладають значних зусиль, щоб зберегти свою унікальність — мову, культуру, традиції — і поділитися нею зі світом.

Щоб прогнозувати розвиток туризму у світі, потрібно знати, що і як впливає на цю діяльність. Збільшення попиту на туристичні послуги зумовлюють такі чинники:

- 1) зростання доходів населення, особливо в країнах середнього рівня розвитку;
- 2) збільшення часу на відпочинок: 8-годинний робочий день, п'ятиденний робочий тиждень, гарантована відпустка;
- 3) зростання рівня освіти, розвиток інформаційних технологій;
- 4) розвиток пасажирського транспорту, передусім авіаперевезень;
- 5) поява туристичних продуктів, привабливих за ціною і безпечних для людей, які є новачками у подорожах, особливо за межами своєї країни;
- 6) розвиток малого й середнього бізнесу.

Прогноз зміни частки регіонів (%) у чисельності міжнародних прибуттів туристів:

- збільшення частки Азійсько-Тихоокеанського регіону та Африки у розподілі міжнародних прибуттів туристів;
- збільшення кількості туристів у Європі й Америці, але меншими темпами, тому їхня частка стане меншою.

До групи 10 країн-лідерів за кількістю іноземних туристів належать три основні гравці на цьому ринку — Франція, Іспанія, США, а також деякі інші європейські країни (Італія, Німеччина, Велика Британія), але темпи приросту кількості прибулих туристів там невисокі (1–4% і навіть зменшення на 4% у Великій Британії). Натомість в азійських країнах (Таїланд, Туреччина) зростання суттєвіше.

Динаміка чисельності туристів за кілька років поспіль підтверджує: на світовий ринок туристичних послуг упевнено виходять нові гравці — Об'єднані Арабські Емірати, Індія, Шрі-Ланка, Мальдіви, В'єтнам, острівні країни Океанії та Карибського басейну.

Аналіз країн, що спеціалізуються на туристичних послугах, демонструє важливу роль рекреаційних ресурсів у розвитку туризму. Оскільки домінує відпочинковий туризм, то висока привабливість узбережжя океанів і морів у країнах Середземномор'я, Карибського басейну, а також у США, Мексиці, Бразилії — саме їх зазвичай обирають для пляжного відпочинку. А ще — азійське узбережжя Індійського океану, Східну Азію та Океанію. Потрібно також додати основні маршрути круїзного туризму, які посилюють роль узбереж морів та океанів.

Серед центрів туризму багато тих, що сформувалися далеко від узбережжя (наприклад, Париж і Львів, Делі й Київ, Альпи й Карпати). Основний мотив, крім відпочинку, — пізнавальний. Туристичними центрами можуть бути національні парки, унікальні природні об'єкти чи історичні споруди, які найчастіше належать до Світової спадщини ЮНЕСКО. За рівнем концентрації об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО можна оцінити привабливість для туристів не тільки Італії, а й Китаю, Мексики, Бразилії, Канади, Індії, Японії, Ірану та інших країн.

Крім рекреаційних ресурсів, для розвитку туризму також важливі політична стабільність, рівень розвитку транспорту, якість продуктів харчування, води й повітря. Це пояснює, чому більшість країн Африки не надто приваблюють туристів.

За обсягом грошових надходжень від туризму лідирують США. Чому? Країна віддалена на тисячі кілометрів від Європи й Азії, звідки формуються основні потоки туристів. Переліт коштує значно дорожче, ніж поїздка, наприклад, із Німеччини у Францію чи з України в Польщу. Тривалість туру триває приблизно 2 тижні, а це витрати на готелі, транспорт, розваги, харчування. Тому в цьому рейтингу, крім США, є Австралія та Японія.

Визначимо сучасні тенденції виїзного туризму:

- найвищі **темпи** зростання — у країнах Азійсько-Тихоокеанського регіону та Південноамериканського субрегіону, де помітно зростають доходи, формується середній клас;
- збільшується кількість туристів, які виїжджають із Китаю, Індії, Бразилії, а в цих трьох країнах проживає 3 млрд людей;
- традиційна перша трійка за чисельністю виїзних туристів (Німеччина, Велика Британія, США) у 2013 році змінилася через «вторгнення» **Китаю** — друге місце з темпами зростання 26%.

Китайці суттєво впливають на ринок туристичних послуг не тільки своєю чисельністю, а й бажанням витратити гроші на відпочинок і пізнання, а також своїми традиційними вподобаннями. Наприклад, туристів із Китаю приваблює Європа, бажання споглядати відомі місця й об'єкти, а також круїзи.

Світовий ринок туристичних послуг у XXI ст. став інноваційним. Це означає:

- освоєння нових напрямків і ринків туристичних послуг;
- замовлення в інтернеті (економія коштів до 30%);
- зростання ролі малого й середнього бізнесу;
- зростання популярності коротких і частих подорожей, які зазвичай оформлюють в останній момент.

А ще ринок туристичних послуг виявився надто вразливим у часи пандемії. Карантинні обмеження спричинили різкий спад кількості туристів, обсягу послуг і доходів компаній, зорієнтованих на обслуговування туристів.