

Дарія СОЛОДКОВСЬКА
спеціальність «Менеджмент»,
освітній ступінь «бакалавр»,
Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський

Науковий керівник: **Печенюк А.П.**
канд. екон. наук, асистент кафедри економіки,
підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський

ТУРИЗМ ЯК НАПРЯМ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

У кінці ХХ ст. туризм набув масового характеру. У багатьох країнах світу він дав змогу вирішити багато соціально-економічних проблем, зокрема фінансових. Наприклад, Іспанія та Італія, які приймають щороку понад 50 млн туристів, отримують відповідно 47,9 та 35,4 млрд доларів США прибутку; Австрію, населення якої становить 8,6 млн жителів, щорічно відвідують 18,2 млн зарубіжних гостей, а надходження до бюджету перевищують 15,5 млрд доларів США на рік. Отже, розвиток туристичної галузі сприяє збільшенню доходів, створенню нових робочих місць, розвитку інфраструктури і загалом розвитку третинного сектора економіки, охороні та реконструкції існуючих історико-культурних пам'яток, охороні природи [1].

Для сучасного міжнародного туризму характерна значна територіальна нерівномірність. У найзагальнішому вигляді вона

відбиває різні соціально-економічні рівні країн світу: на економічно розвинені країни припадає 57% туристських прибутків, на країни, що розвиваються, 30%, на країни з перехідною економікою 13%.

При подібній регіональній структурі туристських прибутків і доходів виділяються п'ять туристичних макрорегіонів світу:

1. Європейський (куди включають країни Західної, Північної, Південної, Центральної, Східної Європи, а також держави Східного Середземномор'я, Ізраїль, Кіпр, Туреччину).

2. Американський (включає країни Північної, Південної, Центральної Америки, острівні держави і території Карибського басейну).

3. Азійсько-Тихоокеанський (включає країни Східної та Південно-Східної Азії, Австралію та Океанію).

4. Африканський (включає країни Африки, крім Єгипту та Лівії).

5. Близькосхідний (включає країни Західної та Південно-Західної Азії, Єгипет, Лівію).

Для всіх макрорегіонів характерна поступова динаміка розвитку, проте темпи не однакові, як і не однакова кількість туристських прибуттів.

Найбільша їх частка припадає на Європу (58%). Це пояснюється наявністю всіх видів рекреаційних ресурсів, стабільною економічною і політичною ситуацією в цьому макрорегіоні, наявністю розвиненої інфраструктури та вигідним географічним положенням. Проте відпочинок в Європі дорожчий, ніж в інших макрорегіонах.

Другу позицію займає Азійсько-Тихоокеанський макрорегіон, частка туристських прибуттів у ньому складає 19%. Це

пояснюється наявністю унікальних та екзотичних видів рекреаційних ресурсів, високим рівнем сервісу. І все це на фоні нижчих цін і менших витрат, ніж, наприклад, в Європі або Америці. Проте негативний вплив на розвиток цього макрорегіону та на кількість туристських прибуттів чинить нестабільна політична ситуація, часті випадки природних катаклізмів, таких як землетруси, цунамі, повені.

Третю позицію займає Американський макрорегіон. Дещо нижча частка туристських прибуттів у ньому пояснюється не зниженням туристичної привабливості Америки, а швидшим темпом розвитку туристичної індустрії в інших макрорегіонах. Цей регіон характеризується наявністю більшості видів рекреаційних ресурсів, розвиненою інфраструктурою. Проте нестабільна політична ситуація в країнах Південної Америки, природні катаклізми у США (урагани, повені) сприяють зниженню частки туристських прибуттів.

На передостанньому місці, за часткою туристських прибуттів, перебуває Африканський макрорегіон. Африка - найдешевше місце відпочинку у світі, де зосереджені багаті природні рекреаційні ресурси, що сприяє збільшенню кількості туристських прибуттів. Проте недостатньо розвинута інфраструктура, низький рівень туристичного сервісу, відсутність значних культурно-історичних рекреаційних ресурсів негативно впливають на розвиток туристичної галузі.

Сьогодні туризм став явищем, яке увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети. Більше того, на початку ХХІ ст. туризм, за обсягом доходу, справедливо посів третє місце серед провідних галузей світової економіки.

Найбільша частка прибутків від туризму припадає на регіони з досить високим рівнем економічного розвитку, тобто туризм у цих регіонах активно впливає на економічний розвиток. У наш час туристична галузь формує 12% світового валового продукту і поглинає 13 % витрат споживачів.

За чисельністю працівників сфера туризму також стала однією з найбільших у світі – у ній зайнято понад 260 млн осіб, тобто кожен 10-й працюючий. Туризм є джерелом створення робочих місць. Це одна з небагатьох галузей економіки, де залучення нових технологій не призводить до скорочення працюючого персоналу [2]. Крім того, світовий досвід показує, що сферу туризму можна розвивати і в період економічних криз, що має важливе значення на сучасному етапі [3].

Найбільшими країнами-постачальниками туристичних потоків є Німеччина, Японія, США, Китай, Великобританія.

Фахівцями Всесвітньої туристичної організації визначено п'ять найперспективніших видів туризму у XXI столітті:

1. Круїзи.
2. Пригодницький туризм для любителів гострих відчуттів.
3. Культурно-пізнавальний туризм.
4. Діловий туризм.
5. Космічний туризм [4].

Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму мають позитивний характер. Проаналізовані дані свідчать про те, що туристична галузь активно розвивається: зростає кількість туристичних прибуттів у світі загалом і у всіх туристичних макрорегіонах зокрема, створюються нові робочі місця у сфері туризму, і їх кількість постійно зростає, збільшуються прибутки від туризму. Проте існує ряд проблем та викликів для даної сфери

діяльності, до яких відносимо форс-мажорні обставини, зокрема, безпрецедентні світові карантинні заходи, які негативно позначились на туристичних потоках і доходах галузі. Тому подальші наукові пошуки будуть присвячені знаходженню шляхів їх вирішення.

Перелік використаних джерел

1. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 463 с.
2. Мельниченко С.В., Авдан О.Г. Брендинг у туристичному бізнесі: теоретичні аспекти. Туризм в умовах глобалізації: особливості та перспективи розвитку: монографія. Під ред. Д-ра екон. наук, проф. Кизима М.О., канд. екон. наук, проф. Єрмаченка В.Є. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2012. С. 211-224.
3. Іванишин В.В., Печенюк А.П. Політика сільського туристичного розвитку в умовах багатополлярної моделі міжнародних економічних відносин. *Вчені записки ТНУ ім. Вернадського. Серія: Економіка та управління*. Т. 30 (69). №4. С. 1-7, 2019. URL: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/69-4-26>.
4. Михайличенко Г.І. Інноваційний розвиток туризму: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 608 с.