

## **ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ**

Міжнародний туризм під впливом процесів глобалізації та інтеграції набуває найдинамічнішого розвитку та стає одним із впливових чинників, від яких залежить зростання економіки, підвищення конкурентоспроможності країни на світовому ринку, покращення добробуту населення. Глобалізація – це процес всесвітнього економічного, політичного і культурного взаємного зближення і утворення взаємозв'язків. Глобалізація на туристичному ринку характеризується зміною технологій, інтернаціоналізацією ділової активності, модернізацією транспортної інфраструктури тощо.

Сучасний етап розвитку світового господарства характеризується домінуванням сфери послуг як у структурі національного виробництва більшості країн світу, так і в системі міжнародних економічних відносин. Це свідчить, з одного боку, про формування економіки нового типу, а з іншого – про перехід до наступного ступеня розвитку світового співтовариства – постіндустріального суспільства, що відзначається провідними позиціями сфери послуг та інформаційних технологій у системі створення ВВП, зовнішньої торгівлі окремої країни та міжнародної торгівлі в цілому. Розвиток ринку міжнародних послуг є одним із проявів глобалізації. Він охоплює значний сектор світової економіки. Під впливом розгортання процесів інтеграції та глобалізації ця тенденція стала характерною для більшості країн світу. Сфера послуг є однією з найважливіших і швидкозростаючих складових світової економіки. Так, у розвинених країнах світу частка сфери послуг у структурі ВВП перевищує 70 %, у ній зайнято понад 60 % робочої сили.

Міжнародна торгівля послугами тривалий час залишалася поза увагою представників економічної науки. У структурі міжнародної торгівлі послугами переважали такі види діяльності, як транспортні послуги, банківські і страхові операції, поштовий і телеграфний зв'язок, туризм. Кожна держава визначає порядок функціонування сфери послуг у межах своїх кордонів, а зовнішньоекономічні зв'язки достатньо успішно регламентувалися спеціальними міжнародними правилами і конвенціями.

Сьогодні міжнародна торгівля послугами набуває все більшого значення і стає предметом уваги з боку провідних спеціалістів світу. Зазвичай міжнародну торгівлю послугами розглядають невідривно від міжнародної торгівлі товарами, а під міжнародною торгівлею розуміють торгівлю як товарами, так і послугами. Проте поняття послуги є більш багатограним, ніж поняття товару. Головними характеристиками послуг є: їх не можна, на відміну від товарів, побачити і відчутися на дотик; вони не піддаються збереженню; торгівля послугами пов'язана з їх виробництвом; експорт послуг означає надання послуги іноземцю, тобто нерезиденту, навіть якщо він знаходиться на митній території країни.

До туристичних відносимо послуги: з розміщення туристів; з переміщення туристів до країни призначення і по країні різними видами транспорту; із забезпечення туристів харчуванням; спрямовані на задоволення культурних потреб туристів; спрямовані на задоволення ділових інтересів туристів (участь у конгресах, наукових конференціях, виставках, ярмарках); послуги торгових підприємств (продаж сувенірів, подарунків); з оформлення документації (закордонні паспорти, візи).

У сфері послуг споживач отримує послугу у вигляді диференційованого продукту праці (харчування, розваги, розміщення) або у формі безпосередньо праці (діяльність гідів-перекладачів, інструктора з туризму, екскурсовода, аніматора), тобто послуги виступають у матеріальній і нематеріальній формі. У сфері безпосередньо туристичної діяльності споживачу пропонується інтегральний туристичний продукт (пекідж-тур та інклюзив-тур) як сукупність речовинних (предметів споживання) і неречовинних (у формі послуги) споживчих вартостей, необхідних для задоволення його потреб, що виникають під час подорожі.

У регіональному розрізі туризм еволюціонує в кількох площинах: просторовій або територіальній, соціально-економічній, психологічній. Просторовий розвиток унаочнює цикли еволюції туристичних територій – розвиток туристичних територій у просторі і часі: початкова стадія включає пробну експлуатацію і поступове залучення ресурсного потенціалу; стадія розвитку розпочинається з моменту відкриття даної території для масового туристичного використання; стадія консолідації, або зміцнення, настає з часу активного розвитку масового туризму й інтенсивного використання ресурсного потенціалу; стадія стагнації розпочинається із досягненням максимально можливого рівня ємності як природних комплексів, так і інфраструктурних об'єктів і втратою новизни на ринку масового туризму. Розвиток може відбуватися двома шляхами: спад, який супроводжується поступовим згасанням інтенсивності рекреаційно-туристичних процесів, або відродження – у разі появи нового туристичного продукту і переоцінки місця та ролі території на регіональному чи глобальному туристичному ринку.

Отже, вплив глобалізаційних процесів на міжнародний туризм у світі зростає, що пов'язано з розширенням внесків міжнародного туризму в платіжний баланс країни, забезпечення зайнятості населення, сприянням диверсифікації економіки, раціональному використанню рекреаційних ресурсів.