

## ГЛОБАЛЬНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ РИНКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

А. Ю. Парфіненко,

кандидат історичних наук, доцент

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

parfinkenko@karazin.ua

Стаття присвячена дослідженню глобальних трансформацій світового ринку туристичних послуг та індустрії гостинності. Проаналізовано вплив основних чинників макросередовища – демографічних, соціальних, економічних, технологічних та інших трендів на динаміку, структуру та перспективні моделі туристичної діяльності. Простежено лінії кореляції між глобальною еволюцією центра світової економічної активності в бік країн, що розвиваються та трансформацією просторової структури світового ринку туристичних послуг. Стверджується, що двигуном міжнародного туризму стане Азіатсько-Тихоокеанський регіон, який до 2030 р. акумулюватиме 30% міжнародного туристичного потоку. Робиться висновок, що стрімке збільшення населення Землі та зміна його соціально-демографічної структури забезпечить розширення попиту на послуги туризму і гостинності та високі темпи розвитку галузі у довгостроковій перспективі.

**Ключові слова:** міжнародний туризм, індустрія гостинності, світовий туристичний ринок.

### ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ РЫНКА МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Статья посвящена исследованию глобальных трансформаций мирового рынка туристических услуг и индустрии гостеприимства. Проанализировано влияние основных факторов макросреды – демографических, социальных, экономических, технологических и др. тенденций на динамику, структуру и перспективные модели туристической деятельности. Прослежены линии корреляции между глобальной эволюцией центра мировой экономической активности в сторону развивающихся стран и трансформацией пространственной структуры мирового рынка туристических услуг. Утверждается, что двигателем международного туризма станет Азиатско-Тихоокеанский регион, который до 2030 г. будет аккумулировать 30% международного туристического потока. Делается вывод, что стремительный рост населения Земли и изменение его социально-демографической структуры обеспечит расширение спроса на услуги туризма и гостеприимства, а также высокие темпы развития отрасли в долгосрочной перспективе.

**Ключевые слова:** международный туризм, индустрия гостеприимства, мировой туристический рынок.

### GLOBAL MARKET TRANSFORMATIONS OF INTERNATIONAL TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY

The article deals with the research of global transformations of the world tourism market and hospitality industry. The author analyses the influence of the main factors of macromedia - demographic, social, economic, technological and other trends on the dynamics, structure and future patterns of tourism. The paper traces the correlation lines between the global evolution of the world economic activity center towards the developing countries and the spatial structure transformation of the world tourism market. The author states that the Asia-Pacific region, which will have accumulated 30% of international tourist flow by 2030, is going to become the engine of international tourism. The paper concludes that the rapid increase in world population and a change of its socio-demographic structure will ensure the expansion of demand for tourism and hospitality and a high rate of its development in the long run.

**Key words:** international tourism, hospitality industry, world tourism market.

**Постановка проблеми.** Міжнародний туризм перетворився на одну з найдинамічніших галузей світового господарства. Вплив туризму на основні макроекономічні показники являє тривалу і стійку тенденцію, що супроводжує розвиток міжнародної економіки. В умовах глобалізації туризм став дієвим чинником формування привабливого іміджу країни та важливою складовою конкурентоспроможності національних економік [1].

Сучасна сфера туризму представлена значним розмаїттям підприємств, орієнтованих на надання туристичних послуг та створення туристичного продукту, і являє складну соціально-економічну систему, що залежить від демографічних, соціальних, політичних, економічних, технологічних та ін. чинників у глобальному масштабі. Виявлення, ана-

ліз і прогнозування впливу цих та інших чинників на ринок туристичних та готельно-ресторанних послуг має визначальне значення для розуміння перспектив розвитку галузі.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Основні тенденції розвитку сфери туризму та готельно-ресторанного бізнесу, здебільшого пов'язані з глобалізацією та транснаціоналізацією світової економіки, неодноразово розглядалися у публікаціях вітчизняних та зарубіжних науковців. Серед них варто виокремити праці українських авторів – В. Герасименка, Л. Гонтаржевської, В. Кифяка, О. Любіцевої, М. Мальської, А. Парфіненко, Н. П'ятницької, Т. Сокол, Т. Ткаченко, Л. Шульгіної та ін., а також зарубіжних дослідників – А. Азара, А. Александрової, Р. Батлера, Р. Бартона,

Р. Браймера, Л. Ваген, Ч. Голднера, Дж. Джафарі, В. Квартального, Ф. Котлера, Б. Рітчі, Д. Уокера, Г. Харріса, Д. Холовея та ін. На цьому тлі значно менше уваги приділено з'ясуванню впливу на туризм глобальних демографічних трансформацій суспільства, зростаючого масштабу застосування технологій, а також трансформації центра світової економічної активності в бік країн, що розвиваються.

**Метою** пропонованої публікації є розкриття впливу основних чинників та напрямків трансформації просторової структури світового ринку туристичних послуг та індустрії гостинності.

**Виклад основного матеріалу.** Розвиток міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу характеризується низкою важливих структурних трансформацій, які визначають обличчя галузі у найближчі 15-20 років. Передусім, вони зумовлені демографічними, соціальними, економічними, технологічними, політичними, екологічними та іншими трендами в розвитку нашого світу, що впливають на структуру, динаміку та перспективні моделі туристичної діяльності. Структуризацію даних чинників представлено на рис. 1.



Рис. 1. Структурування основних чинників, що впливають на ринок туристичних та готельно-ресторанних послуг

Одним з визначальних чинників, що впливають на глобальну трансформацію світового туристичного ринку, є збільшення чисельності населення та його старіння. Як відомо, чисельність населення нашої планети стрімко зростає. З нинішніх 7,4 млрд до 2050 р. його кількість збільшиться до 9,1 млрд [2] (рис. 2). Зростання населення Землі, зокрема в її окремих регіонах, пропорційно вплине на збільшення числа туристів та визначить просторову структуру світового туристичного ринку у довгостроковій перспективі. Довгострокові спостереження за динамікою міжнародних туристичних потоків дозволяють стверджувати про існування безпосередньої залежності між високою щільністю населення та інтенсивністю туристичного руху.

За існуючими демографічними прогнозами, зростання чисельності населення буде відбуватися на тлі збільшення питомої ваги середнього класу та міського населення. Очікується, що частка населення середнього класу збільшиться з 1,8 млрд у 2009 р. до 3,2 млрд до 2020 р. і може сягнути позначки 4,9 млрд до 2030 р. [2]. Передусім зростання відбуватиметься за рахунок країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону, де у 2030 р. утвориться дві третини загальносвітового середнього класу. Тому характеристики даного сегменту туристів будуть мати усе більше значення і впливати на туризм та готельно-ресторанний бізнес.

Активізація туристичної мобільності значною мірою залежить від вікових особливостей населення. Одним з пріоритетних сегментів туристичного ринку найближчого майбутнього може стати туризм для людей «третього віку» – з конкретними бажаннями і потребами з точки зору облаштування, споживання послуг, безпеки і бажаних продуктів. Частка світового населення у віці понад 60 років стрімко зростає, (з 8% у 1950 р. до 12% у 2013 р.). За прогнозами, до 2050 р. це число становитиме 21% (рис. 3) [3].

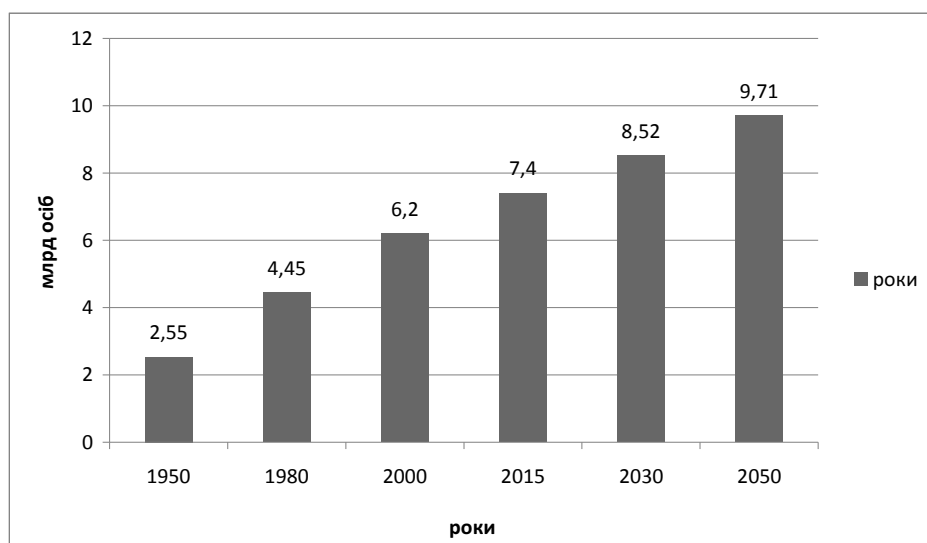


Рис. 2. Динаміка чисельності населення світу [2]

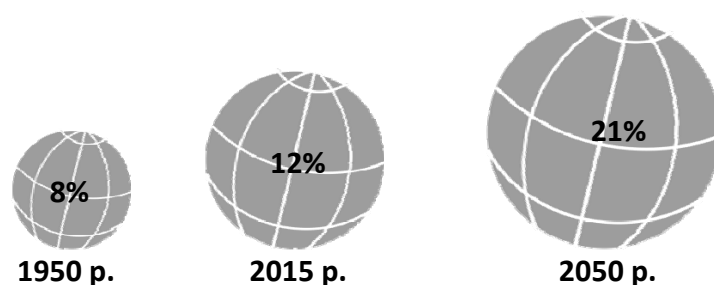


Рис. 3. Динаміка зростання частки світового населення у віці понад 60 років [3]

Незважаючи на те, що старіння населення активно відбувається у країнах, що розвиваються, більшість людей похилого віку як і раніше припадає на Європу, Північну і Південну Америку та окремі країни Азії, які також є основними постачальниками туристів у світі. У цьому сенсі особливо важливими країнами є Німеччина, Китай та США, які й надалі залишатимуться ключовими ринками генерування туристичного потоку.

Старші члени суспільства, особливо у розвинених країнах, мають високу купівельну спроможність, достатньо часу і відносно добре здоров'я для здійснення подорожей. Завдяки широкому доступу до інформації вони мають сформовані установки на подорожі. Водночас старші мандрівники вимагають індивідуалізованих послуг і віддають перевагу взаємодії віч-на-віч з постачальниками. Туристичні фірми повинні виявляти гнучкість і розуміння з метою задоволення потреб людей похилого віку [3].

З огляду на досягнення в науці, даний сегмент ринку буде мати більшу тривалість життя, що значно перевищує позначку у 65 років. У середньому тривалість життя буде подовжена до 82 років для жінок і до 79 р. для чоловіків. Літні мандрівники будуть подорожувати з лікувально-оздоровчими цілями, з метою покращення здоров'я і самопочуття через різні фізичні, психологічні та духовні практики. Зважаючи на загальне прагнення населення усіх вікових груп до здорового способу життя, лікувально-оздоровчий туризм може стати трендом, що визначить формування туризму майбутнього [3].

Новим важливим сегментом туристичного попиту майбутнього є покоління Y, також відоме як міленіуми, та покоління Z, відоме як iGen<sup>1</sup>. Це технічно обізнані, підбурювані сучасними технологіями вікові групи, які сильно відрізняються одна від одної, з особливими вимогами до спілкування, споживання та туристичного досвіду.

Покоління Y, тобто міленіуми, визнані стрімко зростаючим сегментом ринку. Очікується, що до

2025 р. їх частка становитиме 50% від усіх подорожуючих. Увага міленіумів зосереджена на вивченні світу, взаємодії з людьми різних культур і отриманні емоційного досвіду. У придбанні туристичних послуг вони орієнтуються на Digital-канали комунікації. Вже сьогодні визнані бренди готельної індустрії усвідомили, що їм належить пристосуватися до запитів міленіумів [3].

Вплив інформаційно-комунікативних технологій на покоління Z, яке також називають «Screenagers», є ще більш визначальним. Покоління Z мають ще більш високий доступ до інформації, більш динамічний спосіб життя та більш високий рівень освіти, вони характеризуються прискореним прийняттям змін і більш швидким витрачанням доходу. Вони розмовляють мовою смайликів і малюнків, які замінюють традиційний текст. Багатьом постачальникам туристичних послуг доведеться вивчити їхню специфічну мову для ефективної взаємодії і спілкування з даним сегментом ринку. Необхідність налаштування і персоналізації послуг для цього покоління більше, ніж будь-коли [3].

Проаналізовані чинники макросередовища, разом із іншими трендами, безпосередньо впливають не тільки на перспективні туристичні практики та бізнесові моделі, а й на динаміку та просторову структуру світового туристичного ринку та індустрії гостинності, визначають довгострокові перспективи розвитку галузі.

Статистичні спостереження за основними показниками розвитку міжнародного туризму здійснюються ЮНВТО з 1950 р. З представленого в тексті графіку видно, що кількість міжнародних туристичних прибуттів зростала з 25,3 млн осіб у 1950 р. до майже 1,2 млрд осіб у 2015 р. (рис. 5).

Станом на 2015 р. світовий туристопотік забезпечує розгалужена структура готельної індустрії, що включає понад 21 млн комерційних номерів [7, с. 32]. Прибутки, отримувані від іноземних туристів при наданні послуг розміщення, харчуван-

<sup>1</sup>Теорію поколінь було створено у 1991 р. американськими вченими Нейлом Хоувом та Вільямом Штраусом. Основу даної теорії становить той факт, що системи цінностей у людей, які виростили в різні історичні періоди, розрізняються. Це пов'язано з тим, що цінності людини формуються не тільки в результаті сімейного виховання, а й під впливом суспільних подій, всього контексту, в якому вона знаходиться в період дорослішання. Покоління X — народилися з 1961 по 1981 рр.; покоління Y — народилися з 1982 по 2004 рр.; покоління Z — народилися з 1994 по 2020 рр.



Рис. 4. Внесок туризму в світову економіку, 2015 р.  
Джерело: [6]

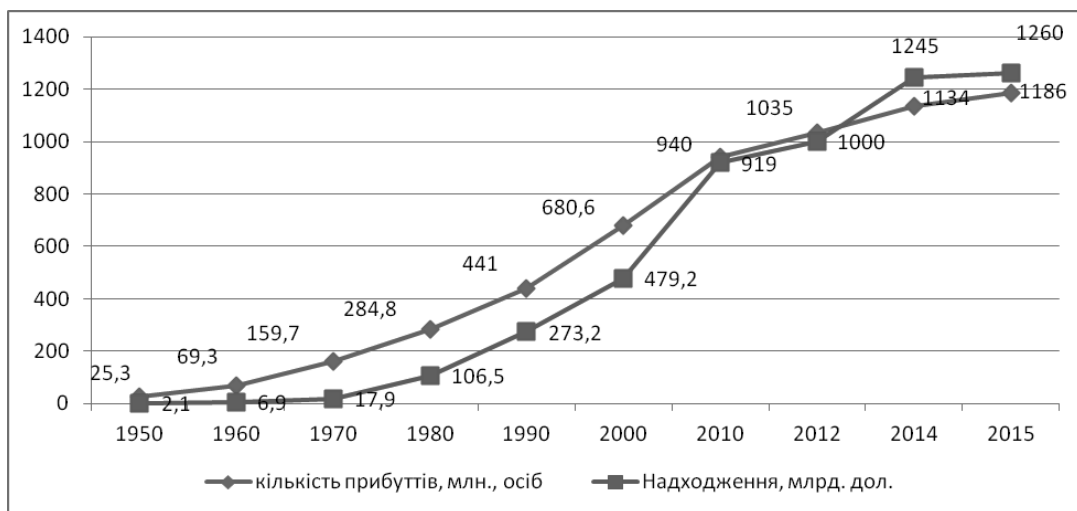


Рис. 5. Динаміка порівняльного росту міжнародних туристичних прибуттів та надходжень від міжнародного туризму в світі з другої половини ХХ ст.  
Джерело: Розроблено автором за матеріалами: [4, 6]

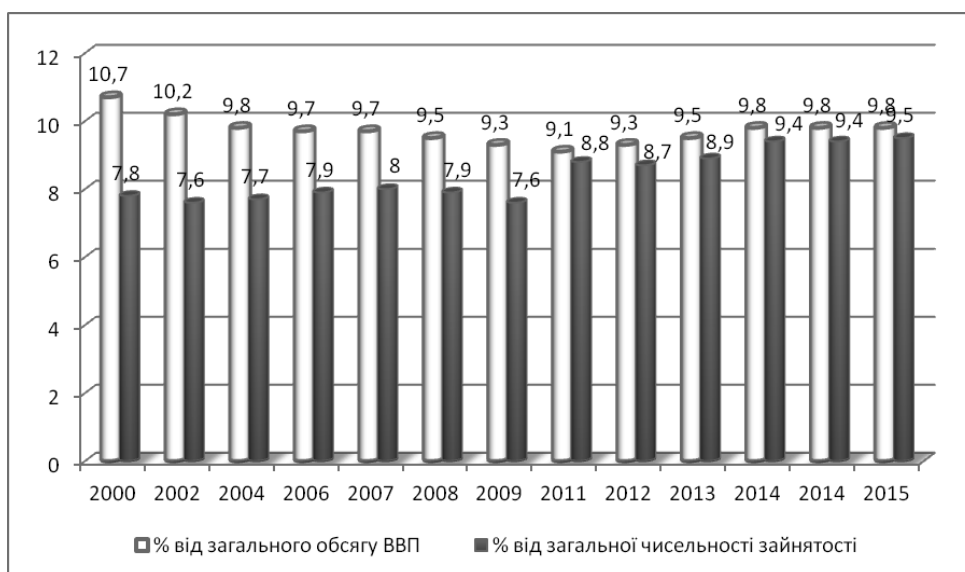


Рис. 6. Динаміка внеску туристичної галузі у світовий ВВП і зайнятість з урахуванням мультиплікатора  
Джерело: Розроблено автором за матеріалами: [5]

ня, розваг та ін. сягнули 1,260 млрд дол. США [16]. Згідно з дослідженнями міжнародної консалтингової компанії «Jones Lang LaSalle», що спеціалізується на комерційній нерухомості, загальносвітовий обсяг угод з готельною нерухомістю сягнув у 2015 р. 84,8 млрд дол. США [8].

За даними ЮНВТО, протягом 2015 р. кількість міжнародних прибуттів зростає на 4,6% або на понад 50 млн туристів, що дорівнювало 1,184 млрд осіб. Динаміка темпів росту міжнародних туристичних прибуттів за останні десять років представлена на рис. 7. Дані рис. 7 демонструють, що показники росту світового туристичного потоку є доволі сталими, окрім 2008-2009 рр. Причиною зниження попиту на туристичні послуги у цей період стали світова фінансова криза, зростання ціни на товари та нафту, грип (H1N1), різкі коливання валютних курсів.

Світова фінансова криза суттєво вплинула не тільки на зниження туристичного попиту. Скорочення обсягів ділових і туристичних поїздок

негативно позначилося на «завантаженні» готелів (рис. 8) та на індустрії гостинності в цілому. Втім, у 2015 р. обсяг пропозиції світового ринку готельних послуг (в сегменті готельних мереж) збільшився на 4%, що дорівнює найвищим темпам росту, які спостерігалися протягом 2009-2010 рр. (рис. 9).

Беручи до уваги непросту фінансово-економічну ситуацію багатьох економік світу, а також загострення проблем міжнародної безпеки, у тому числі загрози тероризму, динаміка темпів росту ринку готельних послуг виглядає цілком задовільною. Втім, у просторовому аспекті розподіл динаміки має суттєві відмінності, що відповідає тенденціям розвитку світового туристичного ринку.

Міжнародний туризм має суттєві регіональні диспропорції, що зумовлені рівнем соціально-економічного розвитку, відмінностями в структурі споживання, ціннісними установками різних груп населення, нерівномірністю рекреаційного потенціалу тощо [10, с. 209].

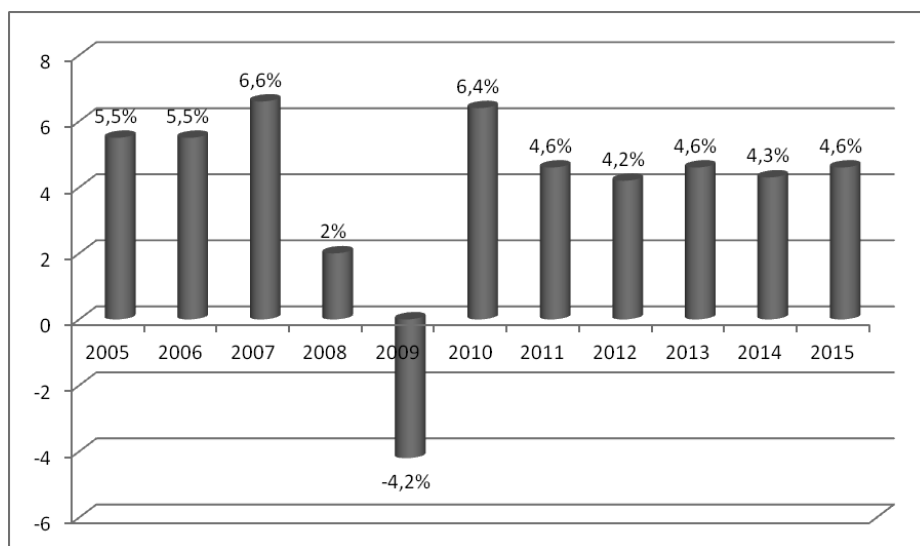


Рис. 7. Темпи росту міжнародних туристичних прибуттів, 2005-2015 рр.  
Джерело: Розроблено автором за матеріалами: [6]

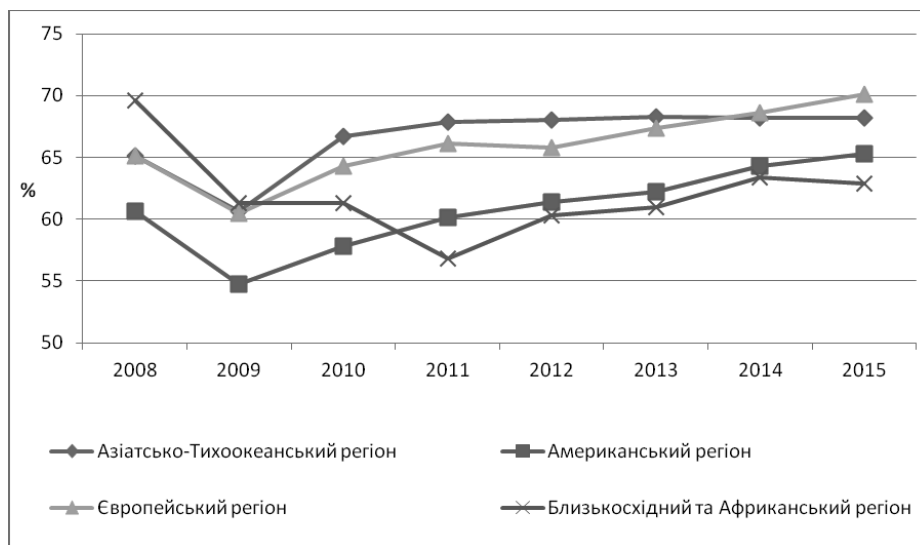


Рис. 8. Середньорічна завантаженість підприємств світової готельної індустрії за регіонами світу, 2008-2015 рр.  
Джерело: Розроблено автором за матеріалами: [9]

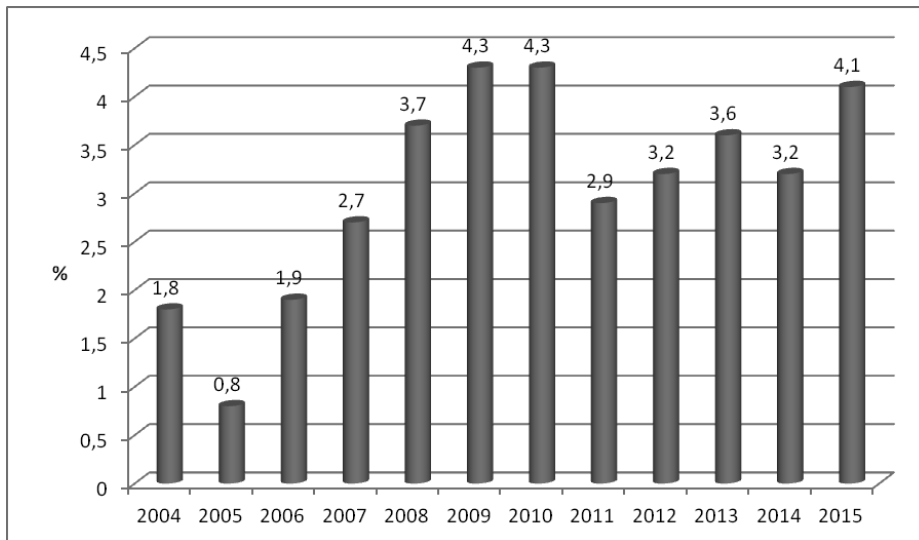


Рис. 9. Середньорічні темпи росту готельних мереж в світі, 2004-2015 рр.  
Джерело: [7, с. 36]

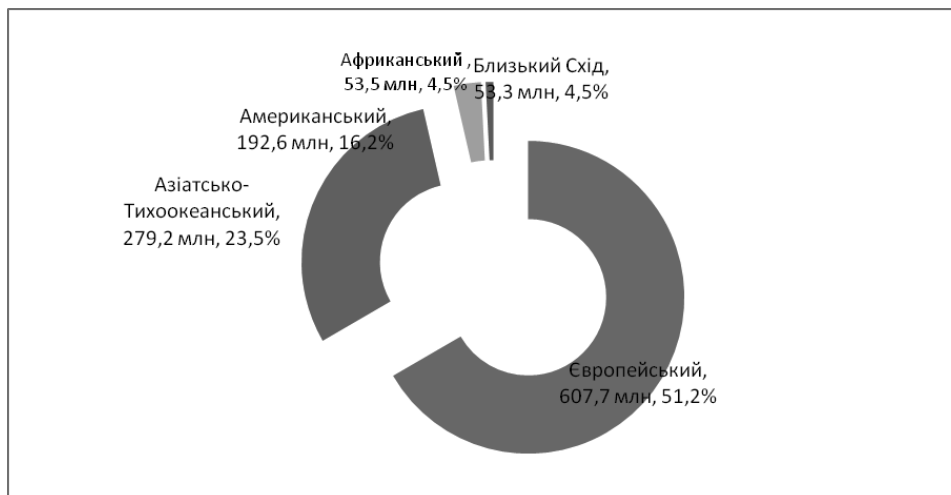


Рис. 10. Регіональний розподіл міжнародних туристичних прибуттів, 2015 р.  
Джерело: Розроблено автором за матеріалами: [6]

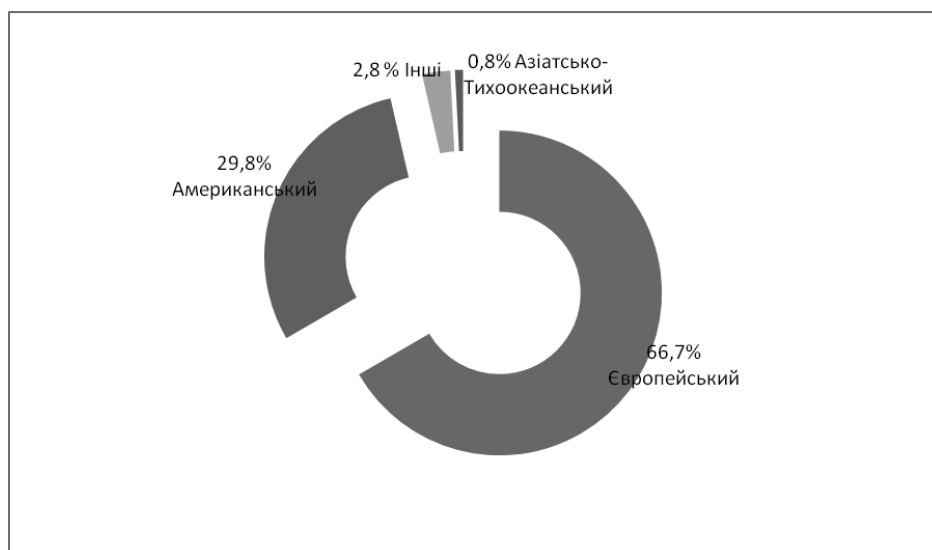


Рис. 11. Регіональний розподіл міжнародних туристичних прибуттів, 1950 р.  
Джерело: Розроблено автором за матеріалами: [4, 6]

Нині близько 51,2% туристів припадає на Європейський регіон, Азіатсько-Тихоокеанський регіон займає 23,5% ринку туристичних прибуттів, 16,2% припадає на Американський макрорегіон і по 4,5% на Африканський та Близькосхідний (рис. 10) [6].

Наведена регіональна структура міжнародного туристичного ринку є результат понад півстолітньої еволюції, що стало можливим через нерівномірність темпів росту туристичного потоку в просторовому розрізі. Протягом 1950-х – 2010-х рр. частка Європи та Америки невинно зменшувалася при одночасному збільшенні питомої ваги Азіатсько-Тихоокеанського регіону (рис. 11).

Згідно з існуючими прогнозами ЮНВТО щодо перспектив розвитку міжнародного туризму до 2030 р., територіальна структура світового туристичного ринку продовжить еволюціонізувати при збереженні існуючих тенденцій. Зокрема, найпомітніше зростання буде спостерігатися в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, де кількість міжнародних візитів до 2030 р. збільшиться на 331 млн осіб і сягне 535 млн. Це становитиме 30% від загального обсягу міжнародних туристичних візитів. При збереженні провідних позицій Європи і Америки в прийомі міжнародних туристів в абсолютних значеннях, їхня частка міжнародного туристичного ринку до 2030 р. зменшиться. Внаслідок повільного зростання сформованих туристичних напрямків у Північній Америці, Північній та Західній Європі, частка Європи скоротиться з 51% у 2015 р. до 41% у 2030 р. Частка Північної та Південної Америки знизиться з 16% до 14%. Зростання темпів росту туристичних прибуттів і, як наслідок, питомої частки ринку очікується в Близькосхідному (з 6% до 8%) та Африканському (з 5% до 7%) регіонах (рис. 12) [4, 6].

В цілому, прогнозоване зростання обсягу туристичного потоку сягне у 2020 р. 1,4 млрд міжнародних відвідувачів, а у 2030 р. становитиме 1,8 млрд осіб (рис. 13). При цьому, очікується суттєве переформатування просторової структури туристичного потоку на користь країн, що розвиваються. Якщо нині на частку країн з розвинутою економікою припадає 55% ринку туристичних прибуттів, то до 2030 р. цей показник зменшиться до 43%. Відповідно, 57% світових туристичних візитів буде припадати на частку країн, що розвиваються (рис. 14). Зокрема, темпи росту міжнародних туристичних прибуттів у країнах, що розвиваються, а це здебільшого країни Азії, Латинської Америки, Центральної та Східної Європи, Східного Середземномор'я, Близького Сходу та Африки, будуть вдвічі випереджати (+ 4,4% на рік) країни з передовою економікою (+ 2,2% на рік) [4, 6].

Виявлені тенденції еволюції світового туристичного ринку, пов'язані з активізацією туристичної активності в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні та зміною кореляції обсягу туристичного потоку між розвинутими країнами та країнами, що розвива-

ються на користь останніх, відповідають розглянутим вище демографічним трендам та особливостям розвитку світової економіки. Як відомо, відмінною рисою сучасного світового господарства є трансформація у співвідношенні сил між глобальним Центром і світовою Переферією, де поява і стрімке утвердження нових центрів економічної активності вносять глибокі зміни у поведінку основних гравців на світових ринках, в напрямках і структурі руху товарів, фінансових і міграційних потоків.

Відповідні трансформації відбуваються і на світовому ринку готельного господарства, де останніми роками спостерігається переміщення глобальних «полюсів росту» на користь Азіатсько-Тихоокеанському регіону. Так, зростання присутності готельних мереж в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні у 2015 р. становило 10,7%, що значно перевищує усереднені показники за регіонами світу (рис. 15). Нові туристичні напрямки активно облаштовуються глобальними готельними мережами у відповідності до росту популярності з боку туристів.

Просторова структура номерного фонду світового готельного господарства також еволюціонує на користь країн, що розвиваються. У 2015 р. загальний обсяг номерного фонду збільшився на 600 тис. (+2,8%) номерів і становив 21 751 496 номерів [7, с. 38]. Незважаючи на те, що Європа і Північна Америка залишаються незаперечними лідерами за кількістю існуючих номерів, частка інших регіонів зростає (рис. 16). Зокрема, кількість готельних номерів у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні перетнула позначку у 5 млн, що у відносних показниках дорівнює 23,3% світового номерного фонду.

На Азіатсько-Тихоокеанський регіон припадає лівова частка світового ринку індустрії громадського харчування – 43%. На сукупне збільшення пропозицій готельно-ресторанних послуг у країнах даного регіону впливає як природний приріст населення, так і збільшення частки середнього класу, який володіє достатнім обсягом грошових коштів, щоби витратити їх на відвідання ресторанів, кафе та барів і здійснювати поїздки в середині власних країн.

Один з найбільших ринків Foodservice (громадського харчування) даного регіону є Китай, обсяг якого становить понад 600 млрд дол. США. Як відомо, Китай є найчисельнішою країною світу, його мешканці складають 19% населення Землі, або 1,38 млрд осіб. Незважаючи на те, що чисельність населення у цій країні, за прогнозами ООН, не буде зростати, активізація ринку внутрішнього туризму є також важливим чинником росту індустрії громадського харчування. Обсяг ринку внутрішнього туризму в Китаї нараховує 2 млрд поїздок щороку, що суттєво перевищує показники міжнародних туристичних прибуттів у світі. Внутрішній туризм може сягнути подібних масштабів в Індії, де нині мешкає 18% світового населення і яка до 2030 р. випередить Китай за цим показником. Окрім зазначених країн перспективними ринками для росту Foodservice мо-

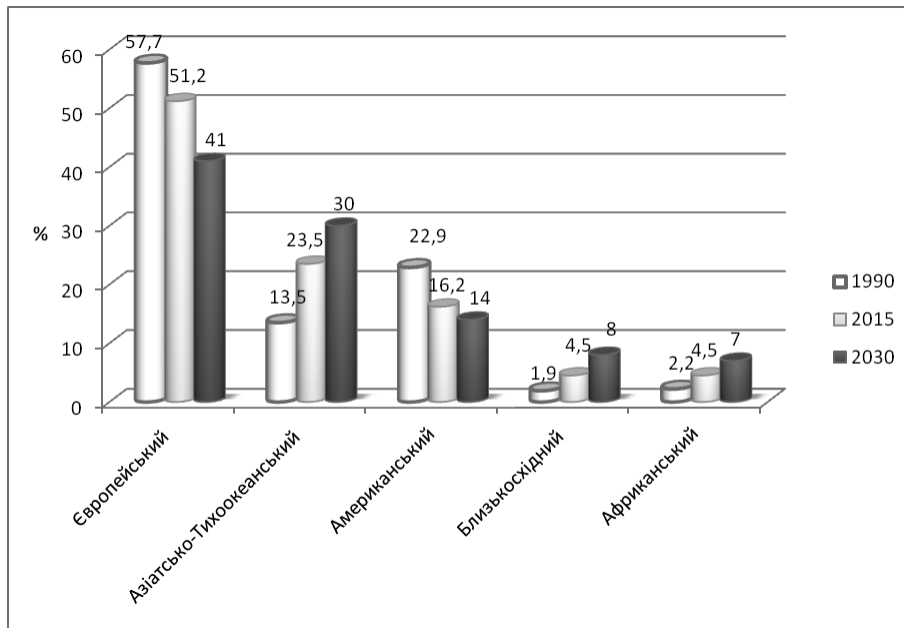


Рис. 12. Динаміка та прогноз відсоткового співвідношення туристичних прибуттів за регіонами, 1990-2030 рр.  
Джерело: Розроблено автором за матеріалами: [6]

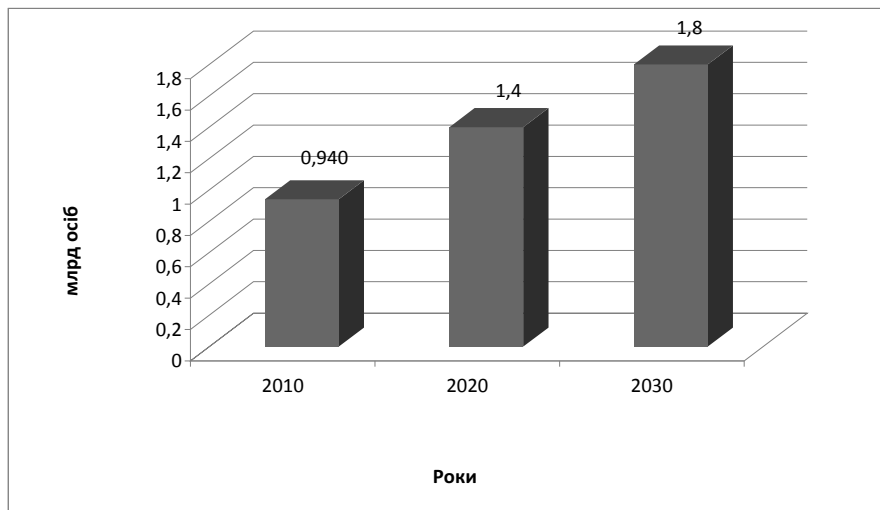


Рис. 13. Прогнозоване зростання обсягу міжнародних туристичних прибуттів до 2030 р. (за даними ЮНВТО)  
Джерело: Розроблено автором за матеріалами: [6]

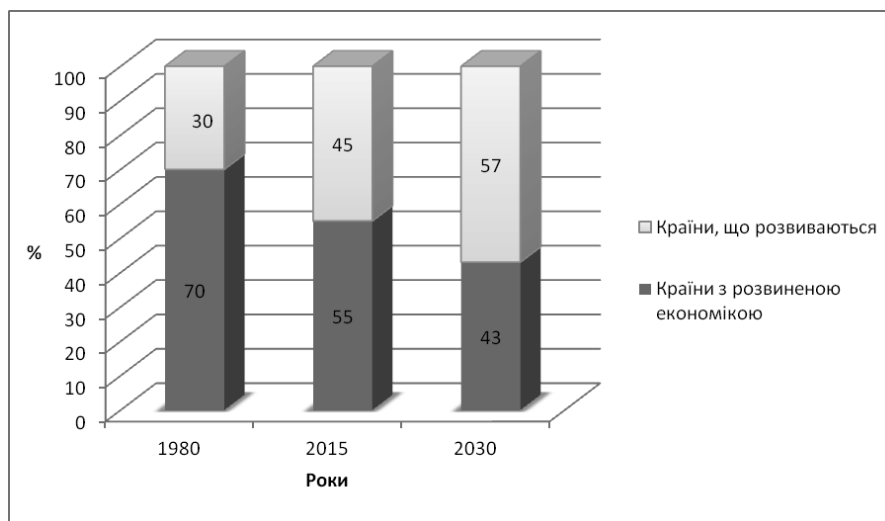


Рис. 14. Зміни в співвідношенні обсягу туристичного потоку між розвинутими країнами та країнами, що розвиваються  
Джерело: Розроблено автором за матеріалами: [6]



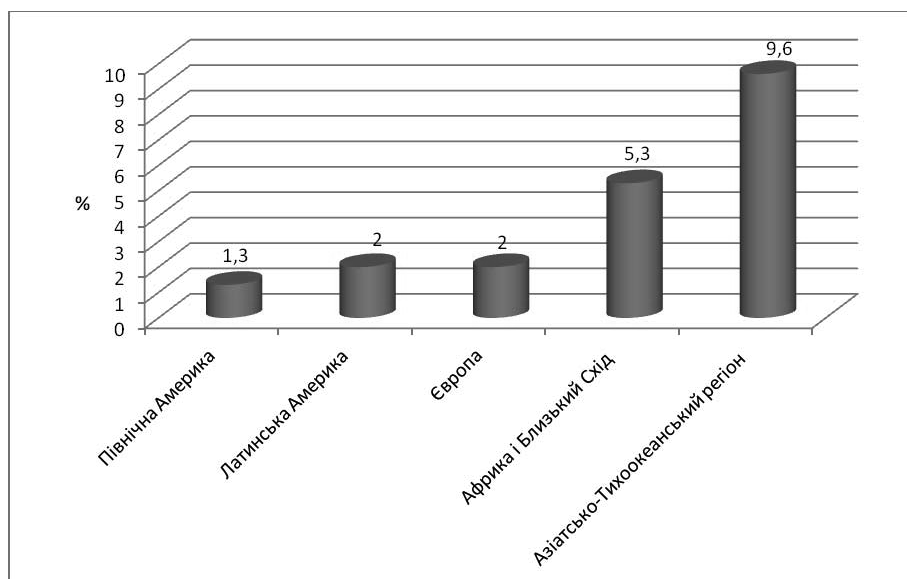


Рис. 15. Співвідношення усереднених темпів росту готельних мереж за регіонами (2006-2015 рр.)  
Джерело: [7, с. 36]

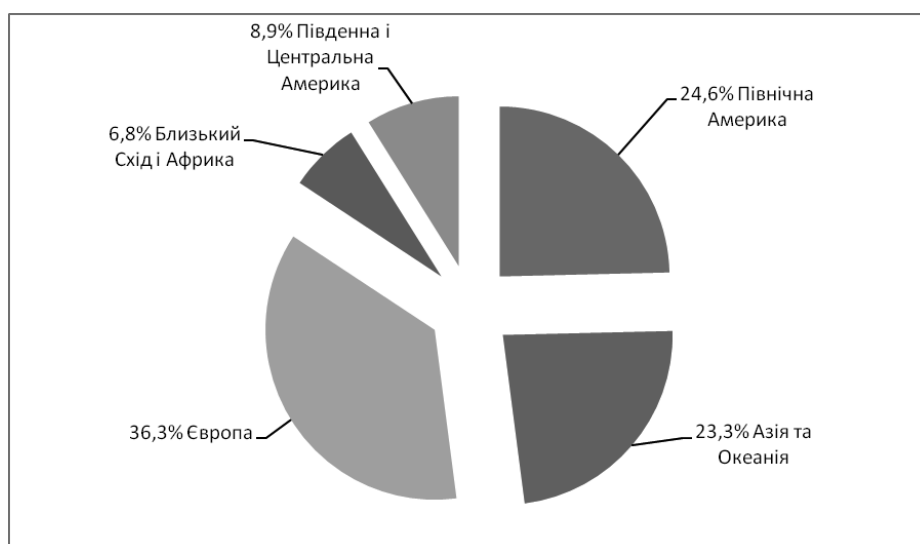


Рис. 16. Просторова структура номерного фонду світового готельного господарства  
Джерело: Розроблено автором за матеріалами: [7, с. 38]

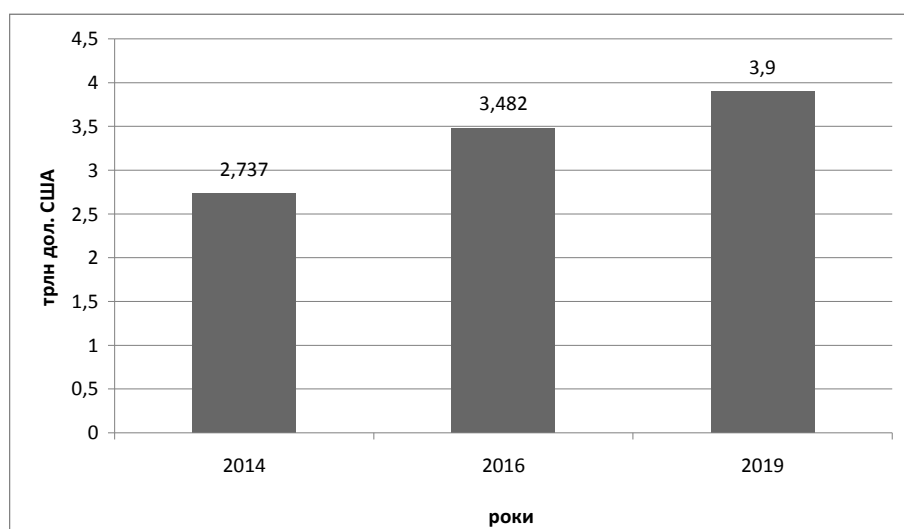


Рис. 17. Обсяг продаж світової ресторанної індустрії  
Джерело: Розроблено автором за матеріалами: [11, 12]

жуть бути Аргентина, Бразилія, В'єтнам, Індонезія, Мексика, Туреччина та ін.

Загальний обсяг продаж глобальної ресторанної індустрії оцінювався у 2016 р. майже у 3,5 трлн дол. США. Світовий ринок Foodservice створює близько 66 млн робочих місць. Зростаюча тенденція до споживання готових продуктів харчування буде спонукати стабільне зростання глобальної ресторанної індустрії в середньому на понад 7% щороку. Найвищі темпи (до +10%) будуть спостерігатися в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, Африці, Близькому Сході, Латинській Америці. За прогнозами міжнародної дослідницької компанії TechNavio, обсяг світового ринку Foodservice зросте до понад 3,9 трлн дол. США до 2019 р. [11, 12] (рис. 17).

Ринок громадського харчування є доволі фрагментованим, оскільки представлений великою «сумішшю» різних форматів та напрямків, які розраховані на різнобічні цільові аудиторії споживачів. Основні постачальники послуг представлені великими мережевими ресторанами швидкого харчування. Компанії-лідери даного сектору за річним обсягом продажів представлені на рис. 18.

Одна з останніх тенденцій в індустрії харчування, що не оминула глобальні ресторани мережі — це бурхливий розвиток етнічних ресторанів з різними національними кухнями: китайською, японською, тайською, мексиканською, італійською та ін. Одночасно такі ресторани можуть бути і ресторанами швидкого обслуговування, як, наприклад, мережа мексиканських ресторанів Taco Bell, що посідає п'яту стрічку в рейтингу найбільших рестораних мереж (рис. 18).

Значні зміни в розподілі світового туристичного потоку зумовлюють появу нових туристичних центрів у країнах Східної та Південно-Східної Азії (Китай, Японія, Таїланд), які вже сьогодні вирізняються обсягами номерного фонду готельного господарства (рис. 19). Прогнозоване збереження темпів росту туристичного потоку до країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону зумовить подальший розвиток ділових і курортних готелів у Бразилії, В'єтнамі, Індії, Індонезії, Малайзії, Мексиці, ОАЕ, Туреччині та ін. країнах. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес також має перспективи в країнах, які донині обмежені чинниками внутрішньополітичної та зовнішньополітичної безпеки. Це країни Західної Африки, Центральної Азії та раніше мало відвідувані країни Південної Америки, де за умов досягнення політичної стабільності можуть утворитися нові центри туристичного тяжіння.

Основу світового готельної індустрії складають міжнародні готельні мережі. Здійснюючи свою діяльність в різних частинах світу, вони поширюють єдині стандарти обслуговування для усієї мережі, практикуючи при цьому різні підходи до клієнтів, наприклад, зі США та ОАЕ. Частка світового готельного ринку, що припадає на міжнародні готельні мережі, постійно зростає. Нині існує декілька сотень

міжнародних готельних мереж, що перетнули національні кордони. Вони зосереджують понад 50% світового номерного фонду. Лише на перші десять компаній припадає 26% номерного фонду світового готельного господарства, що в абсолютних показниках дорівнює 5,639 млн номерів. Рейтинг першої десятки світових готельних мереж за обсягом номерного фонду представлено на рис. 20.

Розширення транснаціональних корпорацій в готельному бізнесі стає можливим, у тому числі, за рахунок виходу на національні ринки і поглинання їх учасників. Як правило, це відбувається у формі франчайзингу та управління за контрактом.

Транснаціоналізація готельного бізнесу останнім часом відбувається на тлі зростання частки альтернативних сегментів індустрії колективного розміщення: хостелів та приватних квартир в оренду. Характерно, що даний сегмент ринку поширюється навіть у високорозвинених країнах Західної Європи та Північної Америки і може скласти конкуренцію традиційним готелям для багатьох соціально-демографічних груп туристів. Незважаючи на те, що хостели є скоріше гібридним продуктом, який надає традиційні послуги розміщення, поєднуючи їх з неформальною, дружньою атмосферою, вони є популярними засобами розміщення для покоління Y та Z.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Спираючись на вищевикладене, можна стверджувати, що одним з найвизначальніших трендів розвитку сучасного світу є стрімке збільшення чисельності населення Землі та трансформація його просторової структури. Завдяки цьому високий рівень попиту на послуги туризму та готельно-ресторанного господарства збережеться у довгостроковій перспективі. Відповідно, це забезпечить існуючі високі темпи розвитку галузі, яка значно випереджає темпи росту світової економіки — трохи більше 3% на рік у довгостроковій перспективі. Варто додати й те, що при усій глобальності різних форм туристичної мобільності, до туристичних практик залучено лише 17% населення світу, що відкриває можливості до залучення нових сегментів туристів.

Кардинальний зсув центра економічної активності в бік країн та ринків, що розвиваються спричинить значні зміни в просторовій організації міжнародного туризму. Двигуном міжнародного туризму стане Азіатсько-Тихоокеанський регіон, який акумулюватиме 30% світового туристичного потоку, а нові розбагатілі країни стануть генератором туристичних візитів до давно відомих центрів туризму. Це потребуватиме врахування етнокультурних особливостей при організації гостинності. За умов політичної стабільності новим центром попиту на туристичні послуги можуть стати країни Західної Африки, де спостерігатимуться високі темпи приросту населення. При цьому частка країн ЄС як у туристичному ринку, так і у світовому ВВП до 2050 р. суттєво зменшиться.

Четверта промислова революція, що нині активно відбувається, приносить революційні технологічні зрушення, які впливають не тільки на характер виробництва, а й на соціальну сферу, під впливом чого трансформуються моделі організації туристичного бізнесу та рекреаційної діяльності в цілому. Нові сегменти туристичного ринку – населення у віці понад 60 років, а також так звані покоління Y та Z зі своїми вимогами до відпочинку, спілкування і навіть форми придбання туристичних послуг. При цьому загальним трендом для усіх поколінь стане актуалізація здорового способу життя та здоров'язбеігаючих технологій. Такого роду прагнення будуть знаходити втілення у пропозиції відповідних туристичних програм, проектах готельних комплексів та

секторі громадського харчування. Вплив технологій продовжить поширення електронної комерції, онлайн-торгівельних платформ та мобільних додатків, які будуть активно інтегруватися в туристичний бізнес.

Варто зауважити, що існують й інші чинники, потенціал впливу яких на перспективи розвитку міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу потребує додаткового вивчення. Це – нестабільність світової фінансової системи, висока вірогідність спалаху вірусних хвороб та виникнення стихійних лих, загроза міжнародного тероризму (на що вже зверталася увага у попередніх публікаціях автора [15]), вартість вуглеців, зокрема ціни на нафту, яка суттєвим чином впливає на

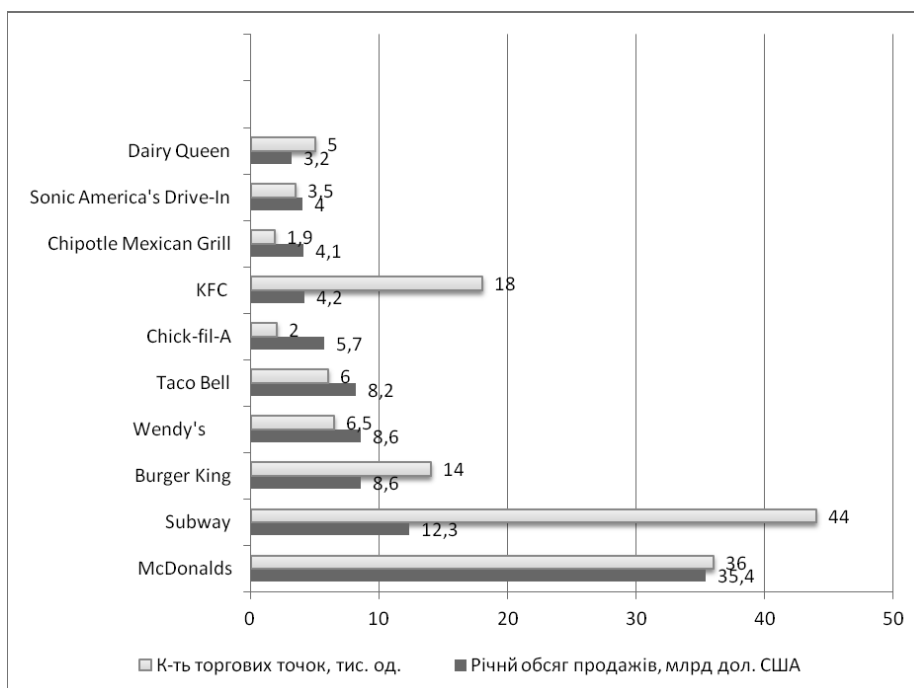


Рис. 18. Рейтинг мережевих ресторанів швидкого харчування за річним обсягом продажів  
Джерело: Розроблено автором за матеріалами: [13]

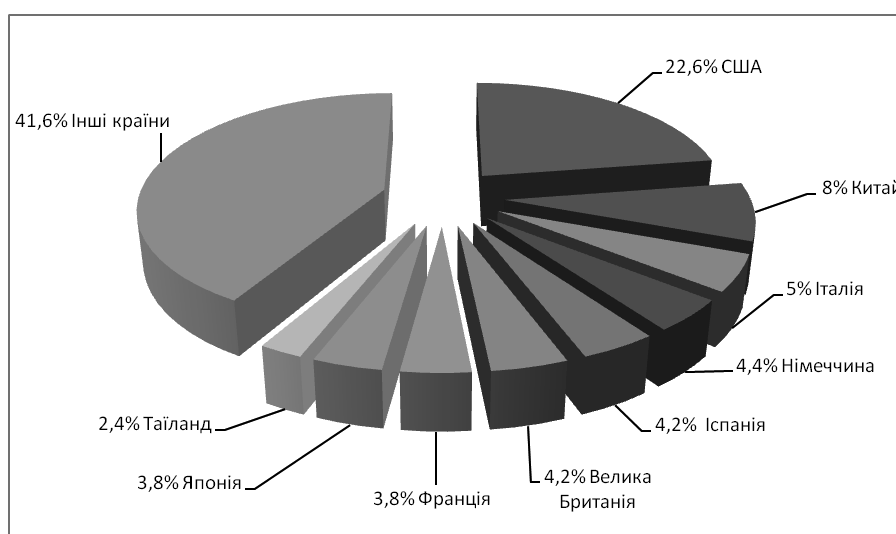


Рис. 19. Країни-лідери за обсягом номерного фонду в структурі світового готельного господарства, 2015 р.  
Джерело: Розроблено автором за матеріалами: [7, с. 39]

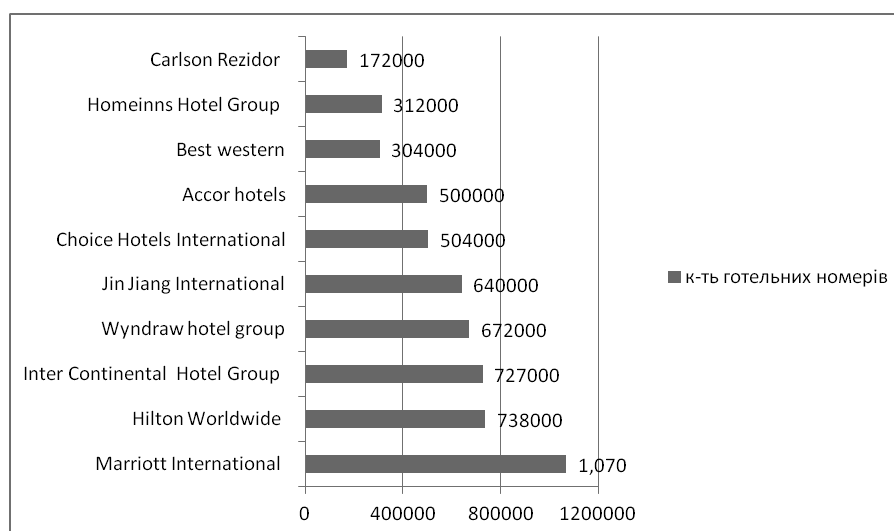


Рис. 20. Рейтинг світових готельних мереж за обсягом номерного фонду, 2016 р.  
Джерело: Розроблено автором за матеріалами: [14]

прибутковість туристичного бізнесу. Істотними проблемами для розвитку світового ринку туристичних послуг можуть стати нестача продовольства, у тому числі питної води, забруднення повітря, руйнування екосистем та глобальні зміни

клімату. Щоправда існує висока вірогідність, що нові технології обмежать негативний вплив людини на навколишнє середовище та відкриють нові можливості для виробництва енергії та продуктів харчування.

#### Література:

1. Парфіненко А. Ю. Туристический имидж как источник конкурентоспособности региона / А. Ю. Парфіненко // Актуальные проблемы экономики, менеджмента, маркетинга : Материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 17-19 нояб. 2009 г.): в 2 ч. отв. ред. Г. И. Ткаченко. — Белгород: Изд-во БелГУ, 2009. — Ч. 2. — С. 257-262.
2. Development Goals in an Era of Demographic Change — [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://pubdocs.worldbank.org/en/503001444058224597/Global-Monitoring-Report-2015.pdf>.
3. Tourism Megatrends: 10 things you need to know about the future of Tourism — [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://horwathhtl.com/files/2015/12/Tourism-Mega-Trends2.pdf>.
4. Tourism Towards 2030: Global Overview — [Електронний ресурс] — Режим доступу : [http://ttr.tirol.at/sites/default/files/upload/UNWTO\\_Tourism%20Vision\\_2030.pdf](http://ttr.tirol.at/sites/default/files/upload/UNWTO_Tourism%20Vision_2030.pdf).
5. Travel & Tourism Economic impact 2016 world <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regions%202016/world2016.pdf>.
6. UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition — [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://www.unwto.org>.
7. Щетинина К. И. Тенденции развития европейского рынка гостиничных услуг : дис... канд. экон. наук / К. И. Щетинина — [Електронний ресурс] — Режим доступу : [http://mgimo.ru/science/memo/Schetinina\\_otzyv\\_nauch\\_ruk.pdf](http://mgimo.ru/science/memo/Schetinina_otzyv_nauch_ruk.pdf).
8. Hotel Investment Outlook 2016 — [Електронний ресурс] — Режим доступу: [https://www.jll.com/Research/JLL-Hotel-Investment-Outlook-Global\\_2016.pdf](https://www.jll.com/Research/JLL-Hotel-Investment-Outlook-Global_2016.pdf).
9. Occupancy rate of the hotel industry worldwide from 2008 to 2015, by region — [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/266741/occupancy-rate-of-hotels-worldwide-by-region>.
10. Парфіненко А. Ю. Туристичне країнознавство : підруч. для студ. ВНЗ / А. Ю. Парфіненко, В. І. Сідоров, О. О. Любіцева. — 2-е вид., перероб. і доп. — К. : Знання, 2015. — 552 с.
11. GLOBAL FOODSERVICE DISPOSABLES MARKET 2016-2020 Ukraine [Electronic recourse] — Way of access : <http://www.technavio.com/report/global-packaging-foodservice-disposables-marke>.
12. Restaurants: Global Industry Guide Ukraine [Electronic recourse] — Way of access : [file:///C:/Users/user/Downloads/restaurants\\_global\\_industry\\_guide%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/restaurants_global_industry_guide%20(1).pdf).
13. 10 крупнейших сетей фастфуда в мире — [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://www.profastfood.ru/concept/detail/10-krupneyshikh-setey-fastfuda-v-mire/>.
14. Top 10 самых больших сетей отелей — [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://dekatop.com/archives/10049>.
15. Парфіненко А. Ю. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища / А. Ю. Парфіненко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. — 2015. — Вип. 126. — Ч. 1. — С. 12–23.
16. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави : міжнародний, національний, регіональний досвід : монографія / кол. авт., за ред. А. Ю. Парфіненка. — Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. — 280 с.