

утриманню, а не відтоку отриманих від іноземних інвестицій прибутків. А привабливість інвестиційного середовища визначається не лише відповідним правовим полем, не тільки сильними мотиваціями, але й, як справедливо стверджує академік Юрій Пахомов, щонайменше трьома інфраструктурними каркасами, що обслуговують НТП: по-перше, високим розвитком фундаментальної науки; по-друге, висококласною освітою; по-третє, адекватним масивом трудових ресурсів високої якості [19, с. 4].

Інвестиції в інноваційні процеси, які забезпечуються наукою, освітою, висококваліфікованою працею, дуже вимогливі до якості інституційного середовища, яке в умовах глобалізації є одним з найвагоміших факторів конкурентних переваг або конкурентної слабкості. Йдеться про стабільний і розвинений фондовий ринок, без наявності якого фінансовий капітал позбавляється своїх глобальних можливостей, насамперед, таких, як мобільність та гнучкість; про венчурний малий бізнес, що забезпечує транснаціональним корпораціям вигідність інноваційного "укорінення" (реінвестування прибутку); про інвестиційно-фінансовий сектор, який є стратегічним, без якого вразливими виявляються найважливіші для країни довгострокові вкладення.

На жаль, вплив інноваційної складової на розвиток вітчизняного промислового виробництва незначний. Тому для забезпечення сталого розвитку вітчизняної економіки українська держава повинна вирішити головне завдання – сформувати і проводити ефективну науково-технічну та інвестиційно-інноваційну політику; створити інноваційну сферу, адекватну сучасній ринковій економіці.

Таким чином, залучення іноземних інвестицій є вагомим фактором підвищення активності інноваційної діяльності, утім, не ставлячи це під сумнів, треба сказати, що іноземне інвестування має і негативний бік, зокрема: зростання прямих інвестицій посилює контроль за розвитком вітчизняної економіки з боку іноземних організацій; переслідуючи власні економічні інтереси, іноземні компанії часто намагаються використати вітчизняні підприємства як переробні центри, завдаючи збитків довкіллю та виснажуючи природні ресурси; із загостренням міжнародної конкуренції частішають випадки нечесної конкуренції з боку великих іноземних корпорацій, які шляхом скуповування контрольного пакета акцій українського підприємства усувають його з ринку, як прямого чи потенційного свого конкурента. Тому всі питання щодо доцільності іноземного інвестування мають бути під ретельним контролем органів влади, які повинні проявляти турботу про підвищення привабливості української економіки для високотехнологічних інвестицій, сприяти утриманню в країні прибутків, одержаних від іноземних капіталовкладень, відстежувати кожен випадок іноземного інвестування, сприяючи, насамперед, тим закордонним інвестиціям, які спрямовуються у сферу виробництва на ті вітчизняні підприємства, що потребують модернізації, і з великою обережністю ставлячись до кредитів, що надходять від міжнародних фінансових організацій і спрямовуються переважно в добувну та фінансову сферу, оминаючи інноваційну, чим послаблюють інноваційний потенціал нашої країни.

Для спрямування потоку іноземних інвестицій у вітчизняні інноваційні процеси потрібно якомога швидше відновити науково-технічний розвиток, сприяти становленню високорозвиненого фондового ринку, венчурного підприємництва, загалом інвестиційно-фінансового сектору економіки з тим, щоб у перспективі все ж основним джерелом фінансування інновацій стали приватні інвестиційні ресурси вітчизняних підприємств і комерційних банків.

Література: 1. Андрійчук В. Теоретико-методологічні аспекти економічної політики в умовах глобалізації // Вплив глобалізації на формування та розвиток зовнішньоекономічних зв'язків України: Матер. V міжн. наук.-практ. конф. УАЗТ. – К., 2002. – С. 22. 2. Прямі іноземні інвестиції // Перспективні дослідження. – 2000. – №11. – С. 2 – 45. 3. Основні показники економічного та соціального розвитку Вінницької області за 2005 – 2006 роки. – Вінниця, 2007. – 35 с. 4. Держкомстат України. // <http://www.ukrstat.gov.ua> 5. Інтерв'ю з А. Гальчинським // Деловая Украина. – 1999. – №1. 6. Туган-Барановський М. И. Избранное. Периодические промышленные кризисы. История английских кризисов. Общая теория кризисов. – М.: Наука, 1997. – 574 с. 7. Federal Reserv Bulletin. – Januar., 1996. –

P. AZO. Table 1,41. 8. Міністерство фінансів України. Довідка щодо державного та гарантованого державою боргу України на 31.12.2007 // <http://www.minfin.gov.ua>. 9. Рязанова Н. С. Сучасні тенденції зовнішньої заборгованості // Фінанси України. – 2005. – №7. – С. 26 – 38. 10. Вахненко Т. П. Платоспроможність держави у контексті обслуговування зовнішнього боргу // Економіка і прогнозування. – 2003. – №4. – С. 52 – 61. 11. Євтух О. Т. Природа і причини багатства: погляд фінансиста // Фінанси України. – 2005. – № 4. – С. 4 – 12. 12. Послання Президента України до Верховної Ради України у 2003 році. – К.: Інформ-вид. центр Держкомстату України, 2004. – 470 с. 13. Туган-Барановський М. И. Экономические очерки. – М.: Российская политическая энциклопедия, 1998. – 527 с. 14. Павловський М. А. Шлях України: Шлях вліво, шлях вправо – хибний шлях. – К.: Техніка, 1996. – 149 с. 15. Лукінов І. І. Економічні трансформації (наприкінці ХХ сторіччя). – К.: НАН України; Інститут економіки, 1997. – 455 с. 16. Чухно А. А. Актуальні проблеми стратегії економічного і соціального розвитку на сучасному етапі // Економіка України. – 2004. – №4. – С. 15 – 23. 17. Безчасний І. І. Тенденції на світовому ринку капіталів та їх вплив на інвестиційну діяльність в Україні / І. Безчасний, С. Онишко // Економіка України. – 2001. – №3. – С. 4 – 12. 18. Притикіна О. Л. Інноваційна політика України та інтеграція до ЄС / О. Л. Притикіна, Ю. М. Стасюк, О. В. Шипанова // Фінанси України. – 2005. – №5. – С. 36 – 43. 19. Пахомов Ю. М. Україна та виклики глобалізації // День. – 2001. – №139 (7 серпня). – С. 4.

Стаття надійшла до редакції
17.11.2008 р.

УДК 33.848(5-12)

Дітковська С. О.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В АЗІАТСЬКО-ТИХООКЕАНСЬКОМУ РЕГІОНІ

The features of the international tourism development in Asian-Pacific region was analysed in research. The basic indexes of tourist activity in APR countries were exposed; the outbound tourism development and intraregional journeys in APR were analysed; the structure of the APR entrance tourism were revealed; most developed types of tourism in the region were exposed; the main outbound tourism markets in APR and basic exit groups from APR were analysed.

2007 р. став п'ятим роком стійкого зростання туристських прибуттів. За даними Всесвітньої туристської організації (далі – ВТО) сектор встановив новий рекорд – 1 млрд прибуттів, 10% зростання [1]. Надзвичайно високий рівень збільшення туристських прибуттів продемонстрував у 2007 р. Азіатсько-тихоокеанський регіон (далі – АТР) – 7,6%. Сьогодні регіон займає 3 місце в світовому туристичному потоці, але за прогнозами менше ніж через 10 років випередить Америку. Хоча розвиток міжнародного туризму в цьому регіоні почався не так давно, темпи його розвитку одні з найвищих у світі: у 1970 р. частка прибуттів у АТР склала 3,2%, у 2000 р. – 16%, і за прогнозом ВТО в 2020 р. частка прибуттів буде складати 27,3% від загальносвітової кількості. Швидко зростають і доходи від туризму: в 1970 р. – 6,1%, 2001 р. – 17,7% [2]. У зв'язку з цим, враховуючи недостатній рівень розвитку туризму в Україні, для нас є дуже актуальним вивчення досвіду країн АТР з організації туризму.

Окремі особливості АТР і його місце в міжнародному туризмі знайшли своє відображення в працях О. Окладнікової, О. Любіцевої, Г. Папіряна, О. Дуровича, Г. Александрової, В. Квартального, М. Біржакова, Р. Долматова, С. Щербакіна, В. Гуляєва. Не зважаючи на значну кількість досліджень, усі вони аналізують розвиток міжнародного туризму в АТР лише до кінця 90-х рр. ХХ ст. Матеріали ж про структуру сучасного ринку туризму в АТР носять лише фрагментарний характер.

У цій ситуації автор вважає за необхідне надати комплексну характеристику туристському ринку Азіатсько-тихоокеанського регіону та визначити метою статті виявлення особливостей розвитку міжнародного туризму в регіоні. Для її досягнення поставлено такі завдання: висвітлити історію становлення міжнародного туризму в регіоні; проаналізувати структуру ринку в'їзного туризму; вивчити головні ринки виїзного туризму; проаналізувати прогнози ВТО стосовно розвитку туризму в АТР.

АТР об'єднує країни Східної, Південно-Східної Азії, Океанії та Австралію. Це найбільший туристський регіон світу. АТР значно віддалений від Європи та Америки, а його окремі частини (субрегіони) значно віддалені один від одного. Країни АТР відрізняються нерівномірністю економічного розвитку. Поруч з високорозвиненими країнами (Японія, Австралія, Нова Зеландія) і тими, що швидко розвиваються (Республіка Корея, Сінгапур, Китай, Малайзія та ін.), у регіоні немало країн, які обтяжені багатьма проблемами: Камбоджа, Лаос, В'єтнам, країни Океанії мають дуже низькі темпи розвитку економіки, це притому, що чисельність населення зростає дуже швидко. Звідси – бідність переважної кількості населення, яка не дозволяє їм здійснювати туристичні поїздки [2].

Бурхливий розвиток туризму в Азіатсько-тихоокеанському регіоні розпочався наприкінці 80-х рр. XX ст. У 1990 – 95 рр. частка доходів АТР від туризму збільшилася з 3,2% до 18,7%. Приріст доходів у окремі роки досягав 14 – 16%. Серед факторів високих темпів розвитку туризму в регіоні вказані роки можна виділити політичну стабілізацію (припинення агресії у В'єтнамі та Лаосі, громадянських війн у В'єтнамі та Камбоджі, ліквідація диктаторських режимів, поліпшення взаємин між КНР і Тайванем, Північною та Південною Кореєю); бурхливе економічне зростання регіону (підвищення ділової активності, зростання ділових поїздок, формування сприятливого інвестиційного клімату, швидкий розвиток транспорту, зростання особистих доходів і культурно-освітнього рівня населення); демократизація суспільства (відкриття кордонів Китаю, Монголії, В'єтнаму, лібералізація суспільних відносин у Тайвані та Республіці Корея).

У 1997 – 1998 рр. розвиток туризму в АТР був порушений фінансово-економічною кризою. Основні показники туристської діяльності в 1997 р. (доходи) впали на 8,1%, а у 1998 р. – на 10,4%. Від кризи в АТР найбільш постраждали країни ділового туризму та країни, орієнтовані на внутрішньорегіональний туристський ринок. Спад ділової активності, суспільних контактів, скорочення доходів населення та подорожчання твердої валюти призвели до зниження виїзду за кордон у ряді країн (Сінгапур, Тайвань, Таїланд, Японія, Корея). Разом з тим, вплив кризи на розвиток туризму в АТР позначився не тільки негативно. Зниження цін у твердій валюті на товари та послуги при девальвації національних валют зумовили привабливість низки країн і напрямів для туристів, що в'їжджають з метою розваги та особливо шопінга. Так, Республіка Корея стала привабливою для шопінг-туристів: зростання доходів від туризму в 1998 р. перетворило туристське сальдо цієї країни з негативного в позитивне. Зниження цін на послуги викликало збільшення туристських прибуттів до Таїланду на 7,5% у 1998 р., і більше ніж на 10% у подальші роки [2].

Початок XXI ст. ознаменувався для більшості країн АТР швидким економічним зростанням. Розвиток підприємств, зростання ділових поїздок та поява моди на подорожі серед найбільш платоспроможних соціальних груп населення азіатських "драконів" обумовили високі значення туристських показників. На сьогодні структура ринку в'їзного туризму АТР майже повторює розподіл туристичних прибуттів до Америки за регіонами світу. Проте рівень їх концентрації нижчий: вони більш рівномірно розподіляються територією Східної, Південно-Східної Азії та Океанії. В останні роки чітко простежується тенденція посилення взаємообмінів туристами в середині регіону між суміжними країнами. Цьому сприяє відсутність мовного бар'єру й укріплення економічних і культурних зв'язків між країнами АТР впродовж останніх 15 – 20 років. Наприкінці 90-х рр. сім з кожних десяти поїздок були здійснені в межах регіону й лише три – за його межі. 76% подорожей відбувається на близькій відстані, тобто в межах АТР. Стосов-

но міжрегіональних туристських прибуттів у АТР, основна їх частка, яка складає 18%, належить Європі й Америці. Прибуття з Африки, Близького Сходу й Південної Азії загальною не перевищують 6% [3]. Серед субрегіонів АТР у структурі прибуттів місяця розподіляються так: Східна Азія – 57%, Північно-Східна Азія – 34%, близько 9% – Австралія й Океанія [2].

В останні роки частка АТР в світовому туризмі за кількістю прибуттів має стійку динаміку. З 2002 по 2004 рр. міжнародні туристичні прибуття до регіону збільшилися майже на 24% і склали 131,131 млн. 25% всіх туристів, що прибувають у АТР, спрямовуються до КНР (враховуючи території Сянгану, Макао і Тайваню – 50%). Нові індустріальні країни приймають практично 47% усіх відвідувачів. Високо розвинуті Японія та Австралія займають незначні сегменти туристського ринку регіону – 4% та 3%.

Стан міжнародного туризму в АТР багато в чому визначається ситуацією в КНР. Популярність Китаю зростає з кожним роком. Якщо в 1990 р. він займав 12-те місце серед країн світу за туристськими прибуттями, то в 1995 р. перемістився на 8, а в 1999 р. ввійшов до першої п'ятірки. Згідно з даними ВТО, у Китаї в 1999 р. було зареєстровано 14 млн прибуттів, а з урахуванням прибуттів у Сянган (Гонконг) – 21 млн. У 2001 р. за прибуттями (33 млн) і туристськими доходами (\$17,8 млрд) КНР потрапила в першу п'ятірку туристичних лідерів світу й заняла 3 місце після Франції та США. За оцінками ВТО, до 2020 р. за цим показником вона буде лідером не тільки в АТР, а й у світі (196 млн прибуттів), більш ніж за США та Францією в 2 рази, Іспанією в 3 рази, Італією та Великобританією в 4 [3]. Щорічний стабільний приріст прибуттів до Китаю становить 15 – 18%. Однак, більша частина з них припадає на етнічних туристів з Гонконгу, Тайваню, Макао. Кількість осіб не китайської національності складає лише близько 5 млн. На основних закордонних ринках (США, Німеччина, Франція) Національна туристська організація Китаю проводить агресивну рекламну політику під гаслом "Китай назавжди!", що спрямована на пропаганду можливостей культурно-пізнавального, лікувально-оздоровчого та купально-пляжного відпочинку. На ринку внутрішнього туризму постійно з'являються нові туристичні продукти. Так, одним з останніх і дуже перспективних проєктів став розвиток сектору так званого "червоного туризму", який представляє безумовний інтерес і для китайців, і для іноземців – любителів сучасної історії та поціновувачів сучасної екзотики. Сьогодні туристичний сектор Китаю має намір до 2020 р. перетворити країну в найпопулярніший напрямок на світовому туристському ринку (210 млн прибуттів). Прибутки у цьому секторі національної економіки повинні досягнути \$300 млрд, що еквівалентно 8 – 11% китайського ВВП. При цьому в секторі міжнародного туризму надходження складатимуть близько \$58 млрд, і близько \$250 млрд прийдеться на ринок внутрішнього туризму [4].

Окрім Китаю, популярними туристськими напрямками в АТР є нові індустріальні країни (території) Азії: Сянган Гонконг, Малайзія, Сінгапур, Таїланд, Республіка Корея, Індонезія та Тайвань. Економічний ривок, здійснений ними в останній час, призвів до різкого збільшення ділових поїздок до регіону. Саме діловий туризм дав поштовх розвитку готельної справи та індустрії розваг. Сьогодні ці країни (території) приваблюють туристів, насамперед, своєю екзотичною природою, можливістю купально-пляжного відпочинку. Крім того, Сянган і Сінгапур пропонують відмінний шопінг.

Однією з важливих туристських країн у регіоні став Таїланд – найпопулярніша й доступна за ціною турів екзотична держава. У середині 90-х рр. XX ст. у країні почалося освоєння нових пляжів на південному узбережжі й організація культурно-пізнавальних поїздок на північ. Це допомогло Таїланду притягнути в 2004 р. 10,873 млн туристів – приріст на 21,8% порівняно з 2002 р. У цій країні туризм став однією з найважливіших статей іноземних валютних надходжень, важливим елементом прибуткової частини платіжного балансу. У Таїланді багато туристів з США, Німеччини, Швеції. Туристи прибувають в основному літаком, рідше – сушею (із Малайзії), незначна частина використовує морський шлях. Туристичний Таїланд (особливо Паттайя) має всі риси масового напрямку,

на якому присутні: популярні стандартні тури, активні чартерні програми, цінова конкуренція й досить частий демпінг. Незважаючи на зусилля туроператорів і тайської влади стосовно пропаганди цілорічного відпочинку в Таїланді, він поки залишається типовим зимовим напрямком [3].

Туризм країни іншої частини регіону – Малайзії – має найбільш високі темпи збільшення міжнародних туристських прибуттів до АТР. У 2004 р. вони склали 13,292 млн, 33% зростання порівняно з 2002 р. Туризм у Малайзії залежить від ринку регіону, особливо від Сінгапуру. Так, у 2001 р. 58,3% закордонних гостей приїхали саме сюди. Іншими важливими ринками регіону є Таїланд (9,3%), Японія (7,1%) і європейські країни (7%). Швидко збільшується кількість туристів з Китаю та Тайваню. Малайзія є лідером у конгресно-виставковому сегменті туристського ринку АТР.

За кількістю та розмахом виставкових, торгово-ярмаркових, конгресних та інсентів-заходів серед країн (територій) АТР виділяється Сінгапур. Багато великих іноземних організаторів виставок мають департаменти та представництва в цій країні. Уся інформація про ділові заходи акумулюється в конвенш-бюро, діяльність якого спрямована на залучення представників ділових кіл з інших країн світу. Також з'явилися, так звані транзит-туристи, що заїжджають у Сінгапур на дво- чи триденні екскурсії з курортів Таїланду, Індонезії або Малайзії. Крім того, Сінгапурський порт – відправна або кінцева точка численних круїзів країнами Південно-Східної Азії. Загалом географія ділового туризму в Сінгапурі відображає бізнес-подорожі в АТР в цілому. У територіальній структурі в'їзного потоку з діловими цілями в Сінгапурі домінують туристи з Азії, в основному з країн, що входять в інтеграційне угруповання АСЕАН. У 2004 р. кількість туристів на острові перевищила 6,997 млн, що на 18,5% більше, ніж у 2003 р. Сінгапурська влада розраховує до 2015 р. залучити 17 млн мандрівників, які, як очікується, принесуть до місцевої казни \$30 млрд. Для реалізації цих амбіційних планів сінгапурська влада тільки в 2005 р. додатково інвестувала \$2 млрд у розвиток туристичної інфраструктури острова, і це не враховуючи коштів Сінгапурського офісу з туризму (STB), виділених з метою пропаганди національного туризму. У 2004 р. ця організація відкрила декілька нових офісів – у Мадрасі, Джакарті, Манілі й Медані, у 2005 р. її філії з'явилися у Джохарі та Делі [5].

Що стосується Індонезії, то ця країна в кінці 80-х рр. XX ст. впроваджувала політику активного просування свого туристичного продукту з метою забезпечення робочими місцями та залучення іноземної валюти. Проведені заходи призвели до суттєвого прискорення темпів розвитку в'їзного туризму. У 1992 р. загальна кількість іноземних гостей в Індонезії досягла 3 млн, а за підсумками 2004 р. показник склав 5 млн гостей. У 2005 р. ця цифра була збільшена ще на 13% – до 6 млн відвідувачів. При цьому змінюються не тільки кількісні, але й якісні показники роботи галузі. Так, наприклад, прибутки в секторі туріндустрії за підсумками 2004 р. збільшилися на 18,9% – до \$4,9 млрд [5]. Найбільшим ринком для Індонезії довгий час залишався Сінгапур, куди більшість туристів здійснювали повторні, короткострокові візити. Далі йдуть Японія, Малайзія, Австралія, Тайвань, США, Німеччина, Великобританія, Нідерланди, Корея. Для збільшення кількості зарубіжних гостей Індонезія поповнює список держав, громадяни яких можуть придбати в'їзну візу безпосередньо по прибутті до Індонезії.

Японія також входить в десятку країн регіону, які лідирують за прибуттями. У останні роки положення Японії на ринку міжнародного туризму суттєво змінюється. Зростає привабливість Японії як туристської дестинації. У 2003 р. тут стартував проект Yokoso ("Ласкаво просимо") – широкомасштабна програма японського уряду з розвитку в'їзного туризму. Головна мета акції – збільшення кількості іноземних туристів у країні – до 10 млн у 2010 р. Проект дуже швидко почав реалізовуватися: за період із січня по серпень 2004 р. кількість іноземних туристів збільшилася на 34,5% і склала більше 4 млн, а до кінця року зросла до 5,239 млн. Лідерами

в'їзного туризму стали Великобританія (+10,8%), Швеція (+29,9%), Нідерланди (+36,7%) [6]. Зараз Японія приймає потоки відвідувачів з різними туристськими цілями – діловими (лідер у сегменті інсентів-заходів), з метою відпочинку та розваг (японська індустрія розваг займає 2-ге місце у світі після США), культурно-пізнавальними.

У 2005 р. туристичний департамент Філіппін привернув до країни 2,5 млн туристів. Це на 9% перевищує результат 2004 р., який, у свою чергу, краще за показник 2003 р. на 20%. Найважливіше місце в туристичній індустрії країни належить громадянам Північної Америки. Кількість туристів з США минулого року зросла на 23,3% і перевищила 478 тис. чоловік. В основному мандрівники були етнічними філіппінцями. Стійке зростання продемонстрували й інші ринки – австралійський (+27,7%), канадський (+20,4%), німецький (+16,6%), британський (+19,6%). При цьому необхідно підкреслити, що незважаючи на зростання гостьових прибуттів, економічний ефект від них не такий великий, як можна було б очікувати. Під час поїздки до Філіппін туристи почали витратити менше грошей. Якщо в 1994 р. середні витрати кожного гостя досягли \$1450, то у 2004 р. вони були суттєво скромнішими – \$798. Утім, саме у здешевленні полягає секрет зростання популярності цього напрямку. Туристична влада Філіппін оголосила про те, що перед національною індустрією гостинності поставлено завдання – до 2010 р. привернути в країну 5 млн гостей з-за кордону. Серед свого найближчого оточення ставка робиться на громадян Японії, Тайваню, Республіки Корея, Китаю, Сянган, а в секторі далекомагістральних маршрутів Філіппіни мають намір привернути увагу туристів з Північної Америки, Сполученого Королівства, Австралії, Німеччини та Франції [5]. Філіппіни мають великі перспективи для розвитку культурного та екологічного туризму [7].

В АТР туризм також бурхливими темпами розвивається в Австралії та Новій Зеландії, які приймають 6% гостей регіону. На країни Меланезії (Фіджі, Нова Каледонія, Вануату, острови Соломона та ін.), Мікронезії (Гуам, Маршаллові та Маріанські острови) і Полінезії (острови Кука, Французька Полінезія та ін.) припадає 4% гостей. Острови в Тихому океані вииграють за рахунок відносної близькості австралійського та новозеландського ринків і, що важливо, мають відмінний імідж у світі, зокрема в Європі.

Слід відмітити, що туристичний бізнес у регіоні налагоджений і успішно функціонує лише в розвинутих і нових індустриальних країнах. В'єтнам, Лаос, Камбоджа, Монголія, незважаючи на усі зусилля, мають незначну ринкову частку. Проте навіть ці країни вживають заходи щодо просування національних турпродуктів. У своїх досягненнях у туристичному секторі й планах зі збільшення турпотоків виділяється В'єтнам. Маркетинговий план на 2004 р. ставив завдання збільшення кількості іноземних гостей у країні до 3 млн чоловік. Підсумкові цифри виявилися дещо нижчими, ніж заплановані – 2,9 млн туристів, але це перевищує результат 2003 р. на 20%. Для розвитку туризму влада В'єтнаму робить все можливе. Так, наприклад, досягнута угода про безвізові відвідини громадян В'єтнаму та шести азіатських країн, туристи з інших держав регіону отримують візу по прибутті до країни. У середині 2006 р. в аеропорту Хошиміну відкрився новий міжнародний пасажирський термінал площею в 100 тис. м² [5].

Головні ринки в'їзного туризму в АТР склалися в найбільш економічно розвинених країнах. На 2000 р. максимальні значення співвідношення туристських відбуттів до чисельності населення відмічені для маленьких за площею країн, що відрізняються високою діловою активністю й високими доходами населення: Бруней (147%), Сінгапур (107%), Сянган (65%). Найчастіше поїздки бувають з діловими цілями. Важливе місце за кількістю туристських відбуттів і туристської активності займає Малайзія (70%). Для неї характерні короткочасні поїздки переважно до сусіднього Сінгапуру. Відзначимо, що серед них далеко не всі мають туристичні цілі (зокрема специфічні, як "шопінг"), значна кількість малайзійців виїжджають до сусідньої країни з метою заробітку. Малайзія має одночасно найнижчі витрати на 1 зарубіжну поїздку – \$67.

Відносно невисокі значення туристської активності властиві Австралії (17,2%) і Республіці Корея (11,7%). Це свідчить і про недостатньо реалізований туристський попит, і про широкий розвиток внутрішнього туризму в цих країнах. Тут створені можливості відпочинку, культурного дозвілля та подорожей, високим рівнем розвитку відрізняється туристська інфраструктура і якість сервісу внутрішнього туризму. Для деяких країн Океанії характерним є активний виїзд – Самоа (46%), острови Кука (44%), Нова Каледонія (33%), і водночас туристський виїзд з Вануату складає лише 6%, а з Папуа-Нової Гвінеї всього 2% від населення країни [8].

Найбільш приймаючими регіонами виїзного туризму з країн АТР будуть субрегіони Латиноамериканського континенту, а також країни – партнери Східної Азії, Тихоокеансько-го басейну (внутрішньорегіональний туризм) і Південної Азії. Ця тенденція зберігається у зв'язку з високим зростанням населення в таких країнах, як Південна Корея, Тайвань, Індонезія, Малайзія, Таїланд, а також за рахунок того, що Китай розширює поїздки в сусідні країни.

Країни АТР відрізняються переважно високими середніми витратами на одну туристську поїздку. Ще не так давно найбільш значимими питомими витратами на туризм відрізнялася Японія. Економічні проблеми останніх років і державна підтримка внутрішнього туризму призвели до їх зниження. У 2000 р. середній японський турист за одну закордонну поїздку витратив \$1 789. Це суттєво нижче, ніж у Сянгані (\$2 706), і ставить її в один ряд з такими країнами, як Австралія (\$1 858) і Нова Зеландія (\$1 607). Розвиток економіки обумовив високі показники питомих туристських витрат у Індонезії (\$1 600), Китаї (\$1 121), Таїланді (\$1 072). Відносно невеликі витрати на одну поїздку мають Папуа-Нова Гвінея (\$519) і Філіппіни (\$602), а також Тайвань (\$870). Незначні витрати Тайваню обумовлені розвитком короткотермінових етнічних поїздок до близько розташованих китайських територій. Серед країн Океанії виділяються Вануату й Фіджі (\$850), водночас у Самоа лише \$48 [8]. Про рівень розвитку країни можна судити за витратами на туризм, які припадають на одного мешканця. Серед країн АТР існує значна диференціація за цим показником. Найбільш низькі значення має М'янма, Камбоджа та Лаос (\$1 – 3), Китай, Папуа-Нова Гвінея, Індонезія, Філіппіни (\$10 – 15). Від \$100 до \$350 складають питомі витрати на туризм у Малайзії, Республіці Корея, Японії, Тайвані, Австралії та Новій Зеландії. Найбільш високі показники демонструють Сянган – \$1754 і Сінгапур – \$1200. Відносно невисокі витрати на туризм у Японії (\$252) здавалося б, суперечать високому соціально-економічному розвитку країни, насправді ж пов'язані з її острівним розташуванням і вказують на високий потенціал виїзного туризму. Країни Океанії витрачають на туризм у середньому по \$20 – 100 на одного мешканця країни.

У цілому стан соціально-економічного комплексу АТР можна визначити як головний фактор розвитку виїзного туризму. Існують, однак, моменти, що корегують залежність між розвитком території з одного боку та масштабами й специфікою виїзного туризму з іншого. Невеликі розміри країни (Сянган, Сінгапур, Бруней, острови Океанії, частково Тайвань) збільшують потреби у виїзді за її межі. Острівне положення (Японія, Тайвань, Індонезія, Філіппіни) та віддаленість від основних туристських ринків (Австралія, Нова Зеландія, острови Океанії) обмежують виїзний туризм і збільшують питомі туристські витрати. Географічне положення Тайваню та Малайзії поблизу головних destination виїзного туризму обумовлює зростання туристської активності, але знижує питомі витрати на одну туристську поїздку. Високий рівень урбанізації при обмежених розмірах території – важливий чинник розвитку виїзного туризму Сянгану та Сінгапура [8].

У ході проведеного дослідження були виявлені особливості розвитку міжнародного туризму в Азіатсько-тихоокеанському регіоні:

1. Економічне зростання, збільшення кількості ділових поїздок, демократизація суспільств і поява моди на подорожі серед найбільш заможних соціальних груп населення азіатських "драконів" – головні фактори розвитку туризму в АТР.

2. АТР значно віддалений від основних туристських ринків світу, а окремі його частини (субрегіони) знаходяться далеко один від одного, що ускладнює розвиток виїзного туризму та внутрішньорегіональних поїздок.

3. Узгодження основних показників туристської активності країн АТР з рівнем їх соціально-економічного розвитку призвело до нерівномірності розвитку туризму серед країн АТР: високі темпи розвитку в Китаї, Сянгані, Малайзії, Таїланді, Сінгапурі, Республіці Корея, Японії, Індонезії, Австралії, Тайвані, Новій Зеландії, Філіппінах та практична нерозвиненість туризму в Камбоджі, Лаосі, В'єтнамі, країнах Океанії.

4. Визначення багатьма країнами регіону туризму як пріоритетного напрямку економіки, розроблення національних програм і формування законодавчої бази розвитку міжнародного туризму (Китай, Таїланд, Японія, Сінгапур, Малайзія, Індонезія, Філіппіни, В'єтнам та ін.).

5. Домінування в структурі міжнародного туризму в'їзних потоків, які направлені головним чином у Східну та Південно-Східну Азію.

6. Домінування в структурі ринку в'їзного туризму АТР внутрішньорегіональних прибуттів (76%), що спричинено відсутністю мовного бар'єру, укріпленням економічних і культурних зв'язків між країнами АТР, а також віддаленістю АТР від головних туристських ринків світу – Європи та Америки.

7. У міжрегіональних туристських прибуттях до АТР основна частка припадає на Європу й Америку.

8. Найрозвиненішими видами туризму в АТР є діловий, з метою відпочинку та розваг, релігійний та культурно-пізнавальний. Провідні напрями ділових турів – Японія, Китай, Сянган, Сінгапур, Індонезія, Тайвань, Австралія. Сінгапур спеціалізується на організації великих міжнародних зустрічей і конгресів. У конгресно-виставковому сегменті лідирує Малайзія, а в сегменті інсентів-заходів – Японія. Сянган – банківський центр АТР. На купально-пляжному туризмі спеціалізуються багато країн АТР. Прекрасні курорти розташовані в Китаї (о. Хайнань), Таїланді (Паттайя, о. Пхукет і о. Самуї), Індонезії (о. Балі), Малайзії (о. Пінанг), Австралії (Голд-Коуст). Японія пропонує високорозвинену індустрію розваг. У культурно-пізнавальному туризмі найбільший інтерес викликає історія, архітектура, звичаї, кухня Китаю та Японії.

9. Головні ринки виїзного туризму в АТР склалися в індустріально розвинених країнах – Бруней, Сінгапур, Сянган, Малайзія та в деяких країнах Океанії – Самоа, острови Кука, Нова Каледонія. Основні виїзні потоки з АТР направляються до Латинської Америки та внутрішньорегіональних партнерів і носять діловий характер.

10. Для країн АТР характерні високі середні витрати на одну туристську поїздку. Найбільш високі значення питомих туристських витрат у Сянгані, Австралії, Японії, Новій Зеландії, Індонезії, Китаї та Таїланді.

11. Значна диференціація серед країн АТР за витратами на туризм залежно від рівня їх економічного розвитку. Найбільш високі показники демонструють Сянган і Сінгапур, найменші – М'янма, Камбоджа та Лаос, Китай, Папуа-Нова Гвінея, Індонезія, Філіппіни.

Прогнози ВТО для регіональних трендів показують, що існуючі зміни в розподіленні туристських потоків між регіонами збережуться й в найближчому майбутньому. Частка АТР збережеться й сильно збільшиться до 2020 р., тоді як частки Європейського та Американського регіонів скоротяться. Необхідно відмітити, що частка АТР збільшиться настільки, наскільки скоротиться частка Європи – на 17,3%. Темпи щорічного зростання прибуттів туристів до регіону в 2 рази перевищать середньосвітовий рівень і складуть у 2000 – 2010 рр. 6,5%. Це зростання можна буде приписати значному збільшенню внутрішньорегіонального туризму, яке передбачається, – з 49% в 1980 р. до 79% в 2010 р. – до 190 млн, а в 2020 р. – до 397 млн. Згідно з прогнозом ВТО Китай до 2020 р. стане провідним туристським напрямком у світі й обжене п'ятірку лідерів – Францію, США, Іспанію, Італію і Великобританію. Передбачається, що при щорічному зростан-

ні 8%, кількість туристських прибуттів до Китаю досягне до 2020 р. 137,1 млн [7].

Асоціація туризму АТР – РАТА – також прогнозує швидке зростання туризму в регіоні. За її даними, до 2010 р. прибуток країн АТР повинен досягнути \$4,6 трлн, а кількість туристів – 500 млн. Експерти стверджують, що держави АТР можуть розраховувати на зростання інтересу громадян Китаю та Східної Кореї до курортів регіону. Краще за все переваги від розширення туристичної індустрії позначатимуться на економіці Сінгапуру [9].

Література: 1. В 2007 р. мировой туризм вырос на 10% // <http://www.podrobnosti.ua/society/2008/01/31/493181.html>. 2. Глушко А. А. География туризма / А. А. Глушко, А. М. Сазыкин // http://window.edu.ru/Window-catalog/pdf2txt?p_id=18244&p_pade=3. 3. Туризм в Азиатско-Тихоокеанском регионе // <http://www.russoturismo.ru/asia/>. 4. Великий поход китайского туризма // Турбизнес. – 2005. – №1. – С. 40. 5. Хвилер Ян. Бизнес по-восточному // Турбизнес. – 2005. – №5. – С. 86. 6. Сазыкин А. Эти странные японцы // Турбизнес. – 2005. – №1. – С. 44. 7. Папирян Г. А. Международные экономические отношения: Экономика туризма // http://www.tourlib.columb.net/ua/Lib/Books_tourism/EkonTur1.html. 8. Глушко А. А. Уровень социально-экономического развития и туризм в странах АТР / А. А. Глушко, А. М. Сазыкин // http://www.dvgu.ru/meteo/geogr/recreation/public_3-05.htm. 9. Ежегодный форум в Пизе // http://eduvot-pusk.ru/?Regionalmznye_organizacii:Aziatsko-Tihookeanskaya%0AAturistskaya_associaciya

Стаття надійшла до редакції
14.11.2008 р.

УДК [339.13:368.03](477)

Баглюк Ю. Б.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ У ВЗАЄМОДІЇ ЗІ СВІТОВИМ

In the article features of the international insurance market functioning, a problem of structural development of the insurance market in Ukraine with accent on increase of a role of life insurance are considered; significant regional concentration of the insurance capital in Ukraine is revealed, ways of adaptation of the national insurance market to principles and standards of world insurance are formulated.

Порівняно з розвинутими країнами та деякими країнами Центральної і Східної Європи, страхові ринки яких формуються, відчувається відносно слабкий розвиток українського страхового ринку. Разом з тим функціонування українського страхування у діяльності світового страхового ринку слід розглядати, насамперед, у контексті сучасної присутності іноземної складової, а також вступу України до Світової організації торгівлі.

Оптимістичні перспективи страхових ринків, що розвиваються, залучають все більшу кількість іноземних інвесторів. Тут і у сфері страхування життя, і у сфері ризикового страхування темпи зростання значно вищі, ніж у країнах, де страхові ринки вже є сформованими. Однак, національні страхові компанії, що володіють достатнім капіталом і чіткою стратегією розвитку, складають реальну конкуренцію на внутрішніх ринках.

Проблемами розвитку та функціонування страхового ринку України, займалися В. Базилевич, С. Осадець [1], В. Федоренко [2]. І. Яковенко, іноземних страхових ринків: М. Кляпків [3], З. Кузьмюк, Н. Лутак, М. Перова, С. Пахомов, В. Шмелев, К. Турбіна.

Однак, залишаються недостатньо вивченими питання належного функціонування ринку страхових послуг України як складової частини світового страхового ринку, адаптації принципів ведення страхування на розвинутих ринках для підвищення якості

надання послуг страхування в Україні та рівня довіри населення до особистого страхування.

Метою даної роботи є виявлення тенденцій розвитку ринку страхових послуг України та аналіз його взаємодії зі світовим страховим ринком.

Традиційно як основні індикатори розвитку страхового сектору економіки використовуються такі показники, як частка страхування у ВВП, ступінь страхового покриття потенціальних ризиків, кількість договорів, розмір страхових премій і страхового відшкодування за видами страхування і на душу населення та ін.

У регіонах з розвинутою економікою відзначається стабільність у розвитку страхового ринку з незмінними позитивними темпами зростання і відносно стабільністю до різних криз, що відбуваються у світі. Страховий ринок країн Європи можна охарактеризувати як найбільш розвинутий і високотехнологічний, зі стабільними перспективами зростання. Він є не тільки світовим лідером за зборами страхової премії, але і характеризується збільшенням страхової премії на душу населення (табл. 1). Частка страхування у ВВП на рівні 8,3% свідчить про достатню високу роль страхування в економіці країн.

Таблиця 1

Географічний розподіл світового страхового ринку в 2006 р [4].

Країни	Обсяг страхових премій, млн дол. США	Страхові премії на одну особу, дол. США	Частка страхових премій у ВВП країн, %
Усього у світі	3 723 412	554,8	7,5
Північна Америка	1 258 301	3 804,0	8,7
Латинська Америка і Карибський басейн	71 428	126,7	2,4
Європа	1 484 881	1 745,7	8,3
Азія	800 819	205,0	6,6
Африка	49 667	53,6	4,8
Океанія	58 316	1 787,3	6,7

Ринок страхових послуг України знаходиться в умовах поступового інтегрування у світовий. Страховий ринок визнається найважливішим інструментом накопичення фінансового капіталу. Тому необхідним є розуміння його місця у структурі світового ринку. Страховий ринок визнається як сфера економічних відносин, у процесі яких формуються попит і пропозиція на страхові послуги та здійснюється акт їх купівлі-продажу [1].

Аналіз країн Східної Європи, до складу яких входить Україна, показує недостатній рівень розвитку українського страхування навіть серед пострадянських республік. Про це свідчить той факт, що у 2006 р. страхові ринки тільки двох країн – Росії і Польщі – у страховому ринку країн Східної Європи склали 77,7%. У той же час частка України дорівнювала лише 6,36% (рисунок).

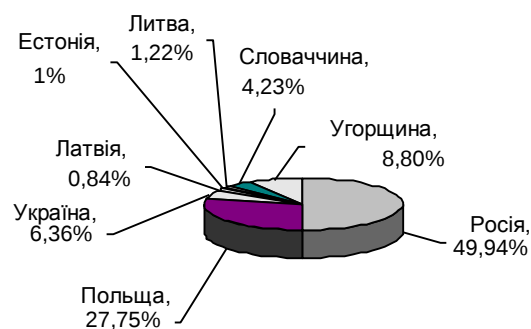


Рис. Структура ринку страхових послуг Східної Європи у 2006 р.

За результатами дослідження World Insurance in 2006, що було проведено швейцарською перестраховою компанією Swiss Re, рівень розвинутих країн для України залишається