

Summary. The prospects for further development of agribusiness in the significant change through the rapid progress of new technologies and event of a technological singularity in the article were viewed. The rapid growth of financing of creation and application of new agricultural technologies in the near future lead to a significant transformation in the industry and changes in the usual understanding of the field of food production was determined. The tendencies of growth of investment in recent years, and examples of innovations in agriculture was described. The changes in the form of full automation, to create closed production cycles, reducing the need to increase acreage and location directly to the consumer require a quick reassessment of many habitual patterns of perception of agribusiness and understanding of the nature of its development were proved.

Key words: agribusiness, technological singularity, information technology, innovation.

УДК 338.48

Горіна Г. О.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки та туризму
Донецького національного університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського*

Gorina G. O.

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of International Economics and Tourism Department
Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mikhail Tugan-Baranovsky*

ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРОСТОРОВОЇ ПОЛЯРИЗАЦІЇ СВІТОВОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

TRANSFORMATION OF SPATIAL POLARIZATION OF THE GLOBAL TOURIST MARKET

Анотація. У статті узагальнено сучасні моделі та концепції просторової поляризації світового туристичного ринку. Досліджено трансформаційні здвиги в поляризованій системі світового туристичного ринку на основі співвідношення двох ключових параметрів розвитку туристичної індустрії: інтенсивності туристичних потоків та надходжень від туристичної діяльності. Визначено сучасні тенденції в ієрархічній структурі світового туристичного ринку.

Ключові слова: просторова поляризація, туристичний ринок, туризм, туристичні потоки, мезорегіони туризму.

Вступ та постановка проблеми. Світовий туристичний ринок знаходиться у процесі постійного формування, який є одним з основних каталізаторів розвитку соціально-економічних процесів у світі. Масштабність, динамічність, гетерогенність розвитку світового туристичного ринку, посилення процесів транснаціоналізації туристичної діяльності в країнах – лідерах туризму та переважно елітарний характер туризму в країнах периферії, нерівномірність туристичного попиту в потенційно однакових туристичних дестинаціях, вплив туризму на соціально-економічний розвиток держав – все це спонукає до дослідження теоретичних та практичних аспектів розвитку поляризованої, ієрархічної, неоднорідної системи світового туристичного ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Конкуренція та конкурентоспроможність країн і регіонів на світовому туристичному ринку визначається їх місцем у просторовій поляризованій системі світового туристичного хазяйства. Закономірності просторової організації туризму, його поляризації й концентрації зображені в гіпотезах, моделях та концепціях дослідників світового туристичного ринку. А.Ю. Александрова [1; 2], В.І. Кру-

жалін [3], Д.Г. Решетникова [4] розділяють просторову структуру світового туристичного ринку як триярусна піраміда – центр, напівпериферія, периферія. І.І. Пирожник [5] пропонує модель просторової поляризації світового туристичного ринку, в основі якої є чотири типи туристичних мезорегіонів: центр, напівпериферія, периферія та зовнішні області. Концепція просторового зонування світового туристичного ринку О.О. Любіцевої [6] побудована на туристичному попиті та територіальній диференціації споживання.

Виділення невирішених раніше частин проблеми. Але, незважаючи на достатню увагу вчених до теоретичних основ просторової структури туристичного ринку, майже відсутні сучасні дослідження трансформаційних здвигів у поляризованій системі світового туристичного ринку, модифікації ієрархічної структури міжнародного туризму.

Метою статті є дослідження трансформаційних здвигів у поляризованій системі світового туристичного ринку, визначення сучасних тенденцій в ієрархічній структурі ринку.

Результати дослідження. Світовий туристичний ринок має неоднорідну просторову структуру, яка являє

собою ієрархічну систему. Так, А.Ю. Александрова наголошує, що модель просторової поляризації світового туристичного ринку «...зображає сучасні уявлення про територіальну структуру туризму в планетарних масштабах» [1, с. 77] і являє собою триярсну піраміду, на вершині якої знаходяться країни центру, в серединній частині – країни паівпериферії, а основу займають країни периферії, в якій виділяються «передова» периферія та «глибока» периферія [2]. В.І. Кружалін, погоджуючись із запропонованою моделлю, зауважує, що центр, напівпериферія і периферія «...знаходяться в постійній динаміці й пов'язані з потоками туристів, валютно-фінансовими відносинами, виробництвом туристських продуктів тощо» [3, с. 14].

Відповідно до моделі просторової поляризації світового туристичного ринку І.І. Пирожника [5] у світі сформувалося чотири типи туристичних мезорегіонів: центри розвитку міжнародного туризму, зона інтенсивного розвитку, периферійна зона екстенсивного розвитку, периферійна зона в стані стагнації.

О.О. Любіцевою [6] у якості критерію просторового зонування світового туристичного ринку було обрано туристичний попит та територіальну диференціацію споживання, що дало змогу визначити такі зони:

- формування інтенсивного попиту, яка охоплює високорозвинені країни північної півкулі з туристичними ринками інтенсивного типу;
- задоволення попиту, яка обмежена параметрами кліматичної комфортності;
- потенційного попиту, зображеного туристичними ринками країн, які мають субкомфортну погодно-кліматичну ситуацію та розвивають індустрію туризму за світовими стандартами обслуговування;
- екстремального попиту, що включає території, дисконфортні за погодно-кліматичними умовами.

На думку Д.Г. Решетникова, концепція просторової поляризації світового туристського ринку «...визначає закономірності його ієрархічної структури, протиставляючи центри розвитку з високою концентрацією інвестицій, інновацій, туристичних потоків і периферійні зони з низькою інтенсивністю туристичних потоків і фінансових надходжень, уповільненим сприйняттям інноваційних процесів» [4, с. 108].

Просторова поляризація світового туристичного ринку є еволюційним переходом від природно-ресурсної до інвестиційно-інноваційної моделі розвитку. Ці трансформації є «...результатом виникнення просторової передачі нововведення (інновації)» [3, с. 14].

Отже, формування геопросторових структур світового туристичного ринку є проявом його поляризації, яка виражена через поняття «центр – периферія». Централізація туристичного процесу проявляється у формуванні ядер (центрів) концентрації туристичної діяльності, масштаб яких зумовлений фінансовими, інвестиційними, інформаційно-технологічними можливостями індустрії туризму та динамікою туристичних потоків і надходженнями від туризму. Кумулятивна дія та динамічність зазначених факторів приводить до «...зміни положення ядра в ієрархічній структурі та взаємозв'язків між ними, що є основою формування просторового каркасу ринку туристичних послуг» [6].

Дослідження трансформаційних здвигов географічного мезорегіону в поляризованій системі світового туристичного ринку пропонується провести на основі співвідношення двох ключових параметрів розвитку туристичної індустрії: інтенсивності туристичних потоків (міжнародні туристичні відвідування) – вісь у та над-

ходжень від туристичної діяльності – вісь х. Кожна з цих осей умовно поділяється на три частини, відтворюючи таким чином поступовий перехід від периферії світового туристичного ринку до його центру. Поліпшення позицій мезорегіону в ієрархічній структурі світового туристичного ринку відбувається у міру його переміщення на матриці зліва на право, знизу в гору.

Дослідження трансформаційних здвигов у поляризованій системі світового туристичного ринку за вказаними вище параметрами було проведено з часовим лагом у 10 років (2004–2014 рр.) на мезорівні економіки туризму серед географічних субрегіонів, виділених Всесвітньою туристською організацією [7], а саме: Північна Європа, Західна Європа, Центральна/Східна Європа, Південна/Середземноморська Європа, Північно-Східна Азія, Південно-Східна Азія, Океанія, Південна Азія, Північна Америка, Карибський басейн, Центральна Америка, Південна Америка, Північна Африка, регіон пустелі Сахари, Близький Схід.

У 2004 р. в ієрархічній структурі світового туристичного ринку периферію утворювали такі субрегіони (див. рис. 1):

- Центральна Америка (міжнародні туристичні потоки – 5,8 млн осіб; надходженнями від туризму – 3,9 млрд дол. США);
- Південна Азія (7,5 млн осіб; 7,3 млрд дол. США);
- Північна Африка (12,8 млн осіб; 6,1 млрд дол. США);
- Південна Америка (16 млн осіб; 10,6 млрд дол. США);
- регіон пустелі Сахари (20,4 млн осіб; 12,2 млрд дол. США);
- Карибський басейн (18,2 млн осіб; 19,2 млрд дол. США);
- Океанія (10,2 млн осіб; 22,3 млрд дол. США).



Рис. 1. Просторове розташування географічних мезорегіонів у поляризованій структурі світового туристичного ринку, 2004 р.

Джерело: побудовано автором на основі [8]

Пограничне місце між периферією та полупериферією у поляризованому світовому туристичному просторі займали Південна Азія (35,4 млн осіб; 21 млрд дол. США) та Північно-Східна Азія (47,3 млн осіб; 31,8 млрд дол. США), розвиток туризму в яких мав позитивні тенденції, але відрізнявся нерівномірністю та нестабільністю.

Полупериферію утворювали країни субрегіонів Центральна/Східна Європа (78,4 млн осіб; 27,5 млрд дол. США), Північна Європа (48,4 млн осіб; 28,9 млрд дол. США), Північно-Східна Азія (87,6 млн осіб;

63,6 млрд дол. США), Північна Америка (85,8 млн осіб; 98,1 млрд дол. США).

Центр глобального туристського простору зі значним відривом у кількості туристичних потоків і надходжень від туризму утворювали країни Західної Європи (138,7 млн осіб; 98,1 млрд дол. США) та Південної/ Середземноморської Європи (150,9 млн осіб; 132,9 млрд дол. США), які відрізнялися диверсифікованим ринком туристських продуктів та високою інтенсивністю туристських обмінів.

Тому, проаналізувавши зазначені параметри розвитку туристичної індустрії у 2014 р., можемо стверджувати про наявність відносної стабільності у просторовій структурі світового туристичного ринку, яка зберігає ієрархічну побудову.

Склад периферії світового туристичного простору за аналізований період не зазнав значних змін, проте всі країни світу покращили свої показники. Отже, периферію утворюють країни Центральної Америки (міжнародні туристичні потоки – 9,6 млн осіб; надходженнями від туризму – 10,2 млрд дол. США), Південної Азії (17,1 млн осіб; 27,2 млрд дол. США), Північної Африки (19,8 млн осіб; 10,6 млрд дол. США), Південної Америки (22,6 млн осіб; 25,8 млрд дол. США), регіону пустелі Сахари (35,9 млн осіб; 25,9 млрд дол. США), Карибського басейну (22,4 млн осіб; 27,1 млрд дол. США) та Океанії (13,2 млн осіб; 44,8 млрд дол. США) (див. рис. 2). Характерною особливістю периферії світового туристського ринку є низький рівень надходжень від туризму на частку туристичних потоків.



Рис. 2. Просторове розташування географічних мезорегіонів у поляризованій структурі світового туристичного ринку, 2014 р.

Джерело: побудовано автором на основі [9]

Напівпериферія світового туристського простору суттєво зміцнила свої позиції на світовому туристичному ринку за останнє десятиріччя. Стрімким посиленням позицій на світовому туристичному ринку та формуванням сучасного ринку туризму характеризуються країни Південно-Східної Азії (96,7 млн осіб; 106,8 млрд дол. США), країни Центральної/Східної Європи демонструють інтенсивне збільшення туристичних потоків у стриманих надходженнях від туризму (121,1 млн осіб; 51,7 млрд дол. США).

Центр світового туристичного простору з великим відривом стабільно утворюють країни Південної/Середземноморської Європи (214,9 млн осіб; 199,2 млрд дол. США) та Західної Європи (174,5 млн осіб; 171,1 млрд дол. США). Для країн центру характерне генерування інновацій у сфері туризму, які у ході просторової дифузії отримують поширення в інших регіонах світу. У зв'язку з

прискореним розвитком туризму, стрімкого збільшення туристичних потоків та туристичних обмінів у середині регіону до центру приєдналася країна Північно-Східної Азії (136,3 млн осіб; 198,1 млрд дол. США). На протигагу великим об'ємам надходжень від туризму – 210,9 млрд дол. США, стримане зростання міжнародних туристичних потоків (120,4 млн осіб) не дає країнам Північної Америки змоги остаточно закріпити свої позиції серед країн центру світового туристичного простору.

Проведений аналіз дав можливість визначити наявність відносної стабільності у просторовій структурі ринку. При цьому в процесі розвитку міжнародного туризму відбулися трансформаційні здвиги в поляризації світового туристичного ринку, які характеризуються такими тенденціями:

- значне зміцнення позиції на світовому туристичному ринку країн напівпериферії;
- скорочення розриву між країнами центру й напівпериферії та збільшенням між країнами напівпериферії і периферії;
- приєднання країн Північно-Східної Азії до центру світового туристичного простору шляхом розвитку туристичного потенціалу, динамічності туристичних потоків та туристичних обмінів.

Стале збільшення інтенсивності туристичних потоків (міжнародних туристичних відвідувань) та надходжень від туристичної діяльності на всіх рівнях туристичного простору свідчать про неперервний розвиток світового туристичного ринку. Це також підтверджується перманентним збільшенням загальної кількості зайнятого населення на світовому та регіональних ринках туристичних послуг. Традиційно найбільша кількість зайнятого населення на ринку туристичних послуг спостерігається в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, що є можливим через великі обсяги та динаміку як зовнішні туристичних потоків, так і туристичних обмінів усередині регіону (див. рис. 3).

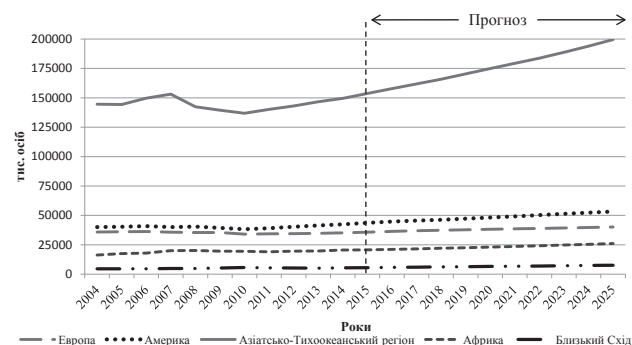


Рис. 3. Динаміка та прогноз загальної кількості зайнятого населення на світовому ринку туристичних послуг у 2004-2025 рр., тис. осіб

Джерело: побудовано автором на основі [10]

У 2014 р. на туристичному ринку Азіатсько-Тихоокеанського регіону було зайнято 149 566 тис. осіб, що на 107,12 тис. осіб більше, ніж на ринку Америки, яка посідає 2-ге місце за кількістю зайнятих – 42 440,2 тис. осіб. Туристичний ринок Європи обслуговує 35 213,8 тис. осіб, Африки – 20 481,4 тис. осіб і на останньому місці з великим відривом знаходиться регіон Близького Сходу – 5 330,2 тис. осіб.

Згідно з даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей, до 2025 р. позиції регіонів за кількістю зайнятого населення на ринках туристичних послуг не зміняться. При цьому найбільш потужне зростання кількості працевлаштованого насе-

лення в туристичній галузі відбудеться на Близькому Сході – 43,2% та Азіатсько-Тихоокеанському регіоні – 33,4%. Значні темпи збільшення спостерігатимуться в Африці – 27% та Америці – 25,6%, насичений європейський ринок продемонструє найповільніші результати – 13,8% [10].

За розміром внеску туристичної галузі до ВВП Азіатсько-Тихоокеанський регіон займає провідну позицію як у 2014 р., так і в 2025 р. (див. рис. 4).

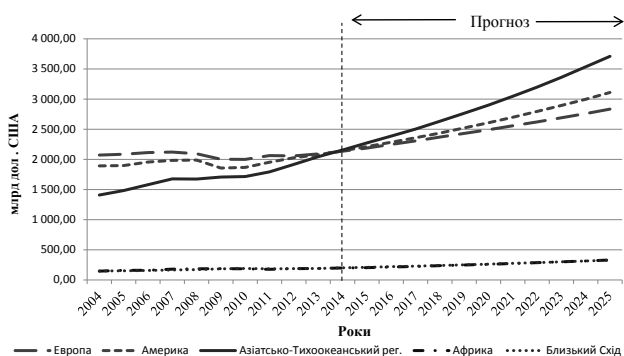


Рис. 4. Динаміка та прогноз внеску туризму до ВВП за регіонами світу у 2004–2025 рр., млрд дол. США

Джерело: побудовано автором на основі [10]

Дані рисунка свідчать, що за регіонами світу найбільший вклад від туризму до ВВП у 2014 р. спостерігався в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні – 2 153,93 млрд дол. США, найменші об'єми зафіксовано в Африці – 196,757 млрд дол. США. Азіатсько-Тихоокеанський регіоні також є лідером за темпом зростання аналізованого показника. Так, внесок від туризму до ВВП з 2004. до 2014 рр. збільшився на 52,8%, тоді як на Близькому Сході цей показник становить 36,4%, в Африці – 35,5%, в Америці – 13,1%, у Європі – 3,1%. Незважаючи на повільне зростання, Америка та Європа посідають відповідно 2-ге та 3-тє місця серед регіонів світу за фактичними обсягами внеску від туризму до ВВП – 2 141,17 млрд дол. США та 2 136,04 млрд дол. США відповідно.

Список використаних джерел:

1. Александрова, А.Ю. Пространственная поляризация мирового туристского рынка / А.Ю. Александрова // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: сборник III Междунар. науч.-практ. конф. МГУ им. М.В. Ломоносова (24–25 апреля 2008 г.). – М.: Диалог культур, 2008. – С. 69–77.
2. Александрова А.Ю. Структура туристского рынка / А.Ю. Александрова. – М.: Пресс-Соло, 2002. – 384 с.
3. Кружалин, В.И. Научное обоснование создания единой туристско-рекреационной системы / В.И. Кружалин // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: сборник III Междунар. науч.-практ. конф. МГУ им. М.В. Ломоносова (24–25 апреля 2008 г.). – М.: Диалог культур, 2008. – С. 13–17.
4. Решетников Д.Г. Факторы формирования конкурентоспособного туристского комплекса Беларуси / Д.Г. Решетников // Белорусский экономический журнал. – 2002. – № 2. – С. 108–116.
5. Пирожник И.И. Международный туризм в мировом хозяйстве: [учеб. пособие] / И.И. Пирожник. – Минск: БГУ, 1996. – 464 с.
6. Любіцева О.О. Геопросторова організація туристичного процесу: автореф. дис. ... докт. геогр. наук: спец. 11.00.02 / О.О. Любіцева; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2003. – 29 с.
7. The World Tourism Organization [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://unwto.org>.
8. UNWTO Tourism Highlights [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284411900>.
9. UNWTO Tourism Highlights [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284416899>.
10. The World Travel and Tourism Council [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wtcc.org>.

Аннотация. В статье обобщены современные модели и концепции пространственной поляризации мирового туристического рынка. Проведено исследование трансформационных сдвигов в поляризованной системе мирового туристического рынка на основе соотношения двух ключевых параметров развития туристической индустрии: интенсивности туристических потоков и поступлений от туристической деятельности. Определены современные тенденции в иерархической структуре мирового туристического рынка.

Ключевые слова: пространственная поляризация, туристический рынок, туризм, туристические потоки, мезорегионы туризма.

За прогнозами Всесвітньої ради з туризму та подорожей, до 2025 р. Азіатсько-Тихоокеанський регіон продемонструє беззаперечне лідерство та збільшить вклад від туристичної галузі до ВВП на 72,7% відносно 2014 р. і становитиме 3 709,7 млрд дол. США. Америка та Європа збережуть свої позиції, їх вклад у 2025 р. буде дорівнювати 3 109, млрд дол. США та 2 833,05 млрд дол. США відповідно [10].

Висновки. На світовому туристичному ринку центри концентрації та розвитку туризму виступають ядрами, в яких реалізується основний обсяг туристичного попиту, забезпечується висока якість обслуговування завдяки доступу до нових технологій і техніки, формуються принципи і стандарти роботи та задоволення відвідувачів, концентруються потоки туристів, мають широке розповсюдження транснаціональні корпорації в туристському секторі, стрімко розвивається туристська інфраструктура та супутні галузі.

Проведене дослідження трансформаційних здвигов у поляризованій системі світового туристичного ринку було здійснено з часовим лагом у 10 років (2004–2014 рр.) на основі співвідношення двох ключових параметрів розвитку туристичної індустрії: інтенсивності туристичних потоків та надходжень від туристичної діяльності. Опрацьовані результати дали змогу визначити три важливі тенденції:

- зміцнення позиції на світовому туристичному ринку країн напівпериферії;
- скорочення розриву між країнами центру й напівпериферією та збільшення між країнами напівпериферії і периферії;
- приєднання країни Північно-Східної Азії до центру світового туристичного простору.

Стрімкий розвиток туризму в Північно-Східній та Південно-Східній Азії є результатом упровадження інноваційних технологій, створення й просування туристичних продуктів, що супроводжується безпрецедентним ростом кількості зайнятого населення на ринку туристичних послуг та внеску туризму до ВВП у всьому Азіатсько-Тихоокеанському регіоні.

Summary. The article summarizes modern models and concepts of spatial polarization of the world tourism market. The research of transformational changes in the polarized system of the world tourism market is carried out. It was based on the ratio of two key parameters of development of the tourism industry: the intensity of tourist flows and tourism receipts. The current trends in the hierarchical structure of world tourism market are defined.

Key words: spatial polarization, tourism market, tourism, tourist flows, mesoregions of tourism.

УДК 336.7

Гребенюк Н. В.

аспірант

Буковинського державного фінансово-економічного університету

Grebeniuk N. V.

Postgraduate Student

Bukovyna State University of Finance and Economics

ФОРМУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ БАНКОМ, УРАХОВУЮЧИ ЙОГО ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ

DEVELOPMENT OF STRATEGIC BANK MANAGEMENT TECHNIQUES ACCORDING TO FUNCTIONAL PECULIARITIES

Анотація. Стаття присвячена вивченню формування технології стратегічного управління банком, ураховуючи його функціональні особливості. Розглянуто особливості банківського менеджменту за умов стратегічного планування. Обґрунтовано необхідність формування технологій управління банком новими запитами клієнтів, конкуренцією у сфері банківської діяльності. Формування стратегічної технології управління банком є безупинним творчим процесом підтримки стійкого режиму функціонування діяльності банку. Застосування технологій стратегічного управління банком приведе до вищого рівня управління.

Ключові слова: технологія, управління банком, зовнішнє мінливе середовище, стратегія, банківська діяльність.

Вступ та постановка проблеми. Банківський сектор України знаходиться в тяжкому стані й не виконує в повному обсязі функції перерозподілу фінансових ресурсів на міжгалузевому та міжрегіональному рівні. Зберігаються негативні тенденції у фінансовій сфері країни, зокрема, збільшується дефіцит бюджету в умовах спаду виробництва й переорієнтації господарських зв'язків, високий ріст цін та валютного курсу.

Надійність банків в Україні дуже низька, особливо під час військово-політичних потрясінь, у зв'язку з погіршенням структури їх балансів, що суттєво збільшує фінансові ризики.

Банк як економічне підприємство може ризикувати своїм капіталом й прибутком, але не капіталом та прибутком клієнта. За таких умов прийоми та методи банківської діяльності ускладнюються й набувають інших характеристик, які зображені в нових видах фінансових операцій та послуг.

Водночас збільшуються ризики пов'язані з банківською діяльністю, які є основою в управлінні банком. Суттєвими причинами зазначених недоліків у діяльності банків є низька якість технологій управління діяльністю банку й, насамперед, стратегічного управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інтерес до управління банківськими установами посилюється зі збільшенням втрат, до яких приводить така діяльність, або знехтуванням ситуацій від неефективного використання активів, а особливо в довгостроковому періоді. Дослі-

дженням управління банківськими установами в умовах невизначеності або нестійкості зовнішнього середовища займалися такі вітчизняні науковці, як В. Коваленко, Л. Примостка, Г. Карчева [1, с. 46; 2, с. 128; 3, с. 231]. Також завжди було актуальним дослідження умов ефективного управління банком з використанням сучасних підходів та технологій за мінімальних залученнях ресурсів та витрат. Зокрема, Н. Внукова, С. Колодізева, І. Борисенко [4, с. 60] досліджували організацію діяльності банків за логістичним підходом.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. На реалізацію чітко спланованої стратегії управління банком постійно впливає мінливе середовище. За таких умов менеджмент банку приймає управлінські рішення відповідно до наявної стратегії. Для підвищення ефективності реалізованих управлінських рішень необхідно сформулювати технології управління банком.

Метою статті є обґрунтування необхідності формування технологій стратегічного управління банком, ураховуючи функціональні особливості.

Результати дослідження. Досліджуючи досвід розвинених країн, необхідно зазначити, що ефективне стратегічне управління діяльністю окремого банку важливо для досягнення основної цілі банківського сектору – безперервного забезпечення грошовими коштами реальний сектор економіки.

За рівнем управління та реалізації прийнятих рішень виділяють технології стратегічного, тактичного та опера-