

РОЛЬ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ У ТУРИЗМІ

Останні десятиліття спостерігається постійне розширення зарубіжної присутності транснаціональних компаній (ТНК). Згідно з документами ООН до ТНК відносяться компанії, що мають філіали в двох або більше країнах незалежно від юридичної форми або сфери господарювання та здійснюють координацію їх діяльності. До створення ТНК приводять процеси концентрації виробництва і централізації капіталу. Для більшої ефективності ТНК переходять від експорту товарів та послуг до організації їх виробництва за кордоном, тим самим отримуючи доступ до місцевих ресурсів тих країн.

Транснаціональні корпорації проникли і в сектор індустрії туризму. Найбільш чітко процеси транснаціоналізації виявляються в секторі розміщення. Яскравим прикладом можуть бути готельні ланцюги Hyatt Hotels International (США), кількість охоплених країн – 45, Accor Group (Франція), кількість країн – 90, Marriott International має 3700 готелів, розташованих у 68 країнах світу.

В інших секторах індустрії туризму ТНК не менш поширені. Туроператор TUI Travel PLC продовжує проникати на національні ринки. У 2010 р. цей процес торкнувся й України, коли TUI спільно з Вояж-Київ організувала спільне підприємство. Компанія TUI Travel PLC працює у 180 країнах світу, тільки в Європі TUI має більш 3000 турагентств. Thomas Cook Group plc – британський туроператор, що має у власності авіакомпанію Thomas Cook Airlines та 3000 офісів по всьому світу придбав 50, 1% акцій російської туристичної компанії Інтурист. Це дозволило спільному підприємству розширити портфель пропонуваного туристичних продуктів і напрямів.

Географія штаб-квартир ТНК підтверджує той факт, що інтернаціоналізація туристичного бізнесу бере початок в країнах, що генерують туристичні потоки і що здійснюють зарубіжне інвестування. Більшість ТНК в туризмі базуються в США, Великобританії, Франції та Японії. ТНК проникають в ті країни, де місцеві компанії або відсутні, або не мають достатніх ресурсів. Поява ТНК у таких країнах дає поштовх до розвитку туристичної індустрії. Присутність туристичних ТНК посилює взаємозв'язок і взаємозалежність внутрішніх і зовнішніх ринків окремих країн, що є сегментами одного глобального туристичного ринку.

Але процесам транснаціоналізації у сучасних умовах неможливо дати однозначну оцінку. З одного боку завдяки ТНК відбувається збільшення притоку капіталу та експорту, модернізація методів управління маркетингу, більш швидке проникнення нових технологій, покращення поставок на внутрішній ринок. А з іншого боку треба згадати, що ТНК витісняють з ринкових ніш місцеві компанії, що не в змозі конкурувати з компаніями-гігантами, а через це встановлюються монопольні ціни, умови диктату, що обмежують інтереси країн, що розвиваються. Через ТНК погіршується екологічний стан територій через інтенсифікацію виробництва, а також надмірне використання природних ресурсів. Питання про недоліки та переваги ТНК залишається відкритим.

Науковий керівник – В.Ю.Пестушко, к.геогр.н., доц.