

ДИНАМІКА РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ТУРИЗМУ

Постановка проблеми. На початок ХХІ століття туризм досяг настільки великих масштабів, що по праву був визнаний «феноменом ХХІ століття».

Необхідність переміщатися і подорожувати виникла у людей з глибокої старовини. Часто переміщення ставало життєво важливим для виживання. Туризм зіграв величезну роль в становленні і розвитку людського суспільства, його культури і цивілізації. Так, подорожі Геродота, Піфагора, Демокрита, Аристотеля і багато інших мислителів того часу привели до інтенсивного обміну науковими знаннями і виникненню європейської філософії. Розвиток економіки також багато в чому зобов'язаний розвитку туризму. Морські подорожі з метою відкриття нових земель сприяли створенню світового економічного простору.

Сучасному стану розвитку світового туризму передувала довга історія його розвитку. Підходи до її описування неоднозначні.

Огляд (аналіз) останніх досліджень і публікацій. Так, Дж. Уокер у книзі «Введення в гостинність» виділяє «п'ять епох туризму»: передіндустріальний період (до 1840 р.); вік залізниць; вік автомобіля; вік реактивних авіалайнерів; вік круїзів і морських лайнерів. Таким чином, він зв'язує еволюцію відносин у сфері туризму перш за все з розвитком засобів транспорту.

Близьку точку зору щодо історії туризму висловлює польський дослідник І. Енджейчик, приводячи систематику, згідно якої в туристичному русі виділяють наступні фази: ранньоісторична фаза (до 1850 р.); початкова фаза (з 1850 р. по 1914 р.); фаза розвитку (з 1914 р. по 1945 р.); фаза масового туризму (після 1945 р.).[3,с.17]

Мають місце й інші підходи розвитку туризму, як розкриття історії туризму в контексті країнознавчих описів (Лінн ванн Дер Ваген). Деякі автори, зокрема, П. Ротоу, пов'язують економічні стадії розвитку країн і особливості розвитку в них туризму.

У книзі М.В. Соколової «Історія туризму», автор розглядає історію туризму перш за все в контексті еволюції суспільних відносин і зміни суспільно-економічних формацій. Схожий підхід був запропонований Зоріним І.В., Каверним Т.П., Квартальновим В.А. в книзі «Туризм як вид діяльності». У обох виданнях, з невеликою різницею, були запропоновані наступні етапи розвитку туризму: первісний світ; подорожі в давнину; подорожі в епоху Середньовіччя; розвиток туризму в Новий час; туризм в ХХ столітті.

Виклад основного матеріалу. На наш погляд, Л.Г. Григорьев в своїй книзі «Види і тенденції розвитку туризму» найповніше і найглибше розкриває вище представлені етапи, розділяючи історію розвитку туризму наступним чином:

І період — Період стародавнього світу (40 тисяч років назад до V століття н.е.)

1 Етап — переселенсько-кочовий (від 40 тисяч років назад до 2 тисячоліття до н.е.)

Пересування було характерною рисою способу життя того часу. Всі важливі сфери життя первісного колективу були пов'язані з міграційними процесами. Саме завдяки цьому процесу відбувалося заселення всіх материків.

Передумови для розвитку: Міграції і переселення з метою виживання, «Шлюбні подорожі», військові міграції.

2 Етап - торгово-дослідницький (2 тисячоліття до н.е. по VI ст. до н.е.)

Політика крупних держав того часу сприяла створенню і підтримці інфраструктури шляхів сполучення (дорогі, порти, заїжджі двори і так далі). Почали прийматися заходи по забезпеченню безпеки купців, торговців і безпосередньо торгових шляхів. У стародавніх законодавствах з'являлися статті, що оберігають життя і безпеку торговців. Крім того, розвиток прикладних наук сприяв розвитку кораблебудування, що дало поштовх для триваліших походів.

Фараони і царі споряджали цілі експедиції з метою отримання географічних, етнографічних, біологічних і інших знань.

Передумови для розвитку: розвиток торгівлі, військові походи та експедиції, поява дипломатії, розвиток науки.

3 Етап — колонізація (VI ст. до н.е. по I ст. до н.е.)

У епоху античності відбулася активізація туризму, чому сприяла грецька колонізація. У стародавній Греції інтенсивно розвивалися різні види туризму, організовувалися культурно-етнографічні експедиції, що переслідували торгові та культурні цілі. Почала зароджуватися курортологія, лікувальний туризм. На думку дослідників спортивний туризм також виник спортивний туризм також виник саме в цій країні. Раз на 4 роки проходили Олімпійські ігри, на які стікалася безліч людей. Під час Ігор проголошувався священний мир. Всі, хто відправлявся в Олімпію, визнавалися гостями Зевса. Стадіон вміщав до 40 тис. чоловік.

З нагоди Олімпіади завжди влаштовувався великий ярмарок, в зв'язку з чим можна зробити висновок про те, що розважальний бізнес був вже відомий. Споруджувалися величезні торгові ряди, гостям пропонувалося оглянути священні храми, за окрему платню надавалися послуги гідів.

Передумови для розвитку: освоєння нових територій, створення фінікійських і грецьких колоній, розвиток паломництва, зародження багатьох видів туризму: науковий, лікувальний, спортивний, морський і річковий, розважальний.

4 Етап — римський (I ст. до н.е. по IV ст. н.е.)

Перш за все римляни розвивали дорожню інфраструктуру в військових цілях, проте значущість цих доріг велика як для самої Римської цивілізації, так і для європейської цивілізації в цілому. Саме ці дороги в подальшому стануть основою для автомобільних і залізничних шляхів. У всіх населених пунктах впродовж дороги зводилися тротуари. Для подолання водних перешкод будувалися мости й віадуки. Розроблялися карти з позначенням поштових станцій, де можливо було зупинитися на нічліг. Була створена мережа державних готелів.

У стародавньому Римі існували путівники з описанням не тільки маршрутів, але й основних визначних пам'яток, помічалися готелі. В I столітті н.е. з'явилися туристичні бюро, що забезпечують путівниками і довідниками.

Після падіння Західної Римської імперії настає період стагнації і занепаду в розвитку туризму. Лише в період середньовіччя туристські поїздки знову починають активізуватися.

Передумови для розвитку: розвиток Римської цивілізації, що спричинило завойовницькі походи, освоєння нових територій, розвиток інфраструктури з метою відпочинку та розваг.

II період - Період Середньовіччя (з VIII ст. н.е. по XVI ст. н.е.)

1 Етап — паломницький (з VIII ст. н.е. по XII ст. н.е.)

Важливу роль в розвитку туризму зіграли хрестові походи. Епоха хрестових походів (1096 - 1270), можливо, є самою грандіозною та величною подією Середньовіччя. Люди, що збираються до Святої Землі для звільнення її від невірних - мусульман, говорили, що вони здійснюють «паломництво».

Один з головних підсумків хрестових походів - звільнення розумів європейців від деякої відсталості. Релігійні вірування перестали складати єдину сферу, в якій обертався людський розум.

Завдяки цим походам Європа змогла познайомитися з досягненнями науки і культури арабського світу, збагатитися пізнання в області точних наук: астрономії, географії, математики, хімії та ін.

Ісламські філософи перевели і зберегли на арабській мові багато творів античних авторів, зокрема Аристотеля. Розширилося загальне уявлення про світ, активніше стали контакти з народами Сходу.

Передумови для розвитку: розвиток паломництва, хрестові походи з військовими і паломницькими цілями.

2 Етап — торговий (з X по XV ст. н.е.)

Ганза переросла в міжнародний торговий союз, що охопив на початок XV ст. близько 160 міст Німеччини, а також ряду західнослов'янських.

Магістральним напрямом торгівлі був шлях, що сполучає Нижній Новгород із Західною Європою.

Переживши свій період розквіту, починаючи з XV ст. Ганза стала занепадати. Не встигнувши пристосуватися до нових віянь часу, популярність даного торгового напрямку почала в'янути. Крім того, географічні відкриття перемістили шляхи міжнародної морської торгівлі в Атлантичний океан. Передумови для розвитку: розвиток торгової діяльності генуезьких і венеціанських купців, формування найбільшого в Північній Європі торгово-купецького союзу Ганзи.

3 Етап — студентсько-науковий (з XIV по XVI ст.)

Після падіння Західної Римської імперії в 476 р. почався занепад освіти в Європі. З часом багато хто почав усвідомлювати значення писемності. Спочатку на базі монастирів, а потім і міст відроджувалася книжність та вченість, йшов процес створення шкіл, університетів. Студенти могли дозволити собі вже роз'їжджатися по різних містах та країнам.

Вчена ступінь, що присуджувалася університетами, повинна була визнаватися у всьому християнському світі. Гарантом виступало папство. Це дозволяло європейським студентам вчитися там, де вони вважали прийнятним для себе, ініціюючи «науковий або студентський туризм».

Передумови для розвитку: Розвиток освітнього і наукового туризму.

III період - Період Нового і Новітнього часу (з XV ст. по теперішній час)

1 Етап — епоха великих географічних відкриттів і формування колоніальних імперій (з XV по XIX ст.)

Епоха географічних відкриттів дала змогу освіті єдиного світового економічного простору та виникненню передумов для створення єдиної світової цивілізації. До причин, які привели до Великих географічних відкриттів можна віднести наступне:

- велика кількість посередників в торгівлі між Європою та Азією;
- недоступність віддалених східних ринків для більшості купців західноєвропейських країн;
- крайня небезпека торгівлі через Східне Середземномор'я;
- повна монополізація арабами єдиного можливого торгового шляху через Східне Середземномор'я.

В цілому, слід зазначити, що в цей період відбувається розвиток транспортної мережі, інфраструктури обслуговування, з'являються більш висококласні засоби розміщення і живлення (кафе, ресторани, трактири, таверни). Налагоджується омнібусне і диліжансне сполучення. Навіть ті, у кого немає коней, тепер можуть дозволити собі подорожувати. Налагоджуються морські пасажирські перевезення. Розвиток паперових грошей і валютних ринків, а також кредитно чекового обороту сприятливо позначається на кількості мандрівників та їх безпеці.

Передумови для розвитку: освоєння нових земель у військових, торгових, наукових цілях, нові географічні відкриття.

2 Етап — курортно-туристський (з XIX ст. по 70-і рр. XX ст.)

Промисловий переворот стає тією основою, на якій виникає сучасна світова цивілізація і є комплексом економічних, соціальних, політичних та ідеологічних зрушень.

Промисловий переворот почався в Англії в XVIII ст., а завершився в цій країні до середини XIX ст. Саме у цій країні з'являється новий вигляд транспорту - залізниця. У

1841г. Томасом Куком була організована масова поїздка «з метою прогулянки», в якій взяло участь 600 чоловік. З цієї миті починається розвиток сучасного туризму.

Вже через 3 роки ця заповзятлива людина укладає договори про оптові знижки на квитки для туристських груп, розробляються нові маршрути, включаючи паломницькі.

В кінці XIX ст. у всіх європейських країнах створюються численні суспільства, що спеціалізуються на турпослугах та їх рекламі.

Випуск путівників був також поставлений на потік.

На початок XX ст. туризм стає найважливішою частиною життя європейців.

Передумови для розвитку: Розвиток промисловості.

З 70-х років XX ст. починається сучасний етап розвитку туризму як явища, що набуває масового характеру.

Встигнувши стати масовим явищем, туризм став в ряд галузей національних і світових економік, що найбільш динамічно розвиваються. Його доходи порівнянні з доходами, що отримуються від нафтового і автомобільного бізнесу. Ця галузь допомагає не тільки забезпечувати культурне і економічне процвітання держав, але і знімає гострі соціальні проблеми. Індустрія туризму стає економічною ефективністю, що становить, забезпечує сприяння по проблемах регіонального розвитку, раціонального природокористування, збереження пам'яток історико-культурної спадщини і виступає як чинник зміцнення здоров'я нації.

За даними ВТО, на його частку в даний час доводиться біля 30 % всього світового імпорту та 10 % експорту послуг. [2, с.77]

В індустрії туризму на сьогоднішній день зайнято 200 млн. чоловік, що обслуговують 0,5 млрд. щорічних відвідувачів, які витрачають більше 1/3 трлн. доларів щорічно, проводячи свою відпустку. За підрахунками ВТО, ці витрати складають 5-10 % від сум всіх річних споживчих витрат. [2, с.80]

Вже сьогодні кожен 15 чоловік на планеті трудиться в сфері туризму. [1, с.47] Туризм створює величезну кількість робочих місць, що є одним з найважливіших позитивних чинників від цього виду діяльності.

Вплив туризму на показники зайнятості населення вельми яскраво виявляється в періоди різкого спаду активності. Наприклад, після терористичного акту в Нью-Йорку 11 вересня 2000 р. різко скоротилися туристські потоки, і лише в США роботу втратили більш 1,2 млн. чоловік службовців туристичної індустрії, одночасно у Великобританії втратили роботу 900 тис. чоловік, а в Європі більш за 1 млн. [1, с.47]

Кількість міжнародних приїздів збільшилася з 25 млн. чоловік в 1950 р. до 922 млн. чоловік у 2008 р., з щорічним зростанням близько 6,5 %.

Загальний прибуток від міжнародного туризму перевищив 1 трильйон доларів США в 2007р., або 3 млрд. доларів в на день.

З 1950 по 2005 рр. туристичний потік за основними світовими регіонами розподілявся наступним чином: найбільш динамічний розвиток туризму спостерігається в Африканському, Азійському і Тихоокеанському регіонах (13% зростання в рік) і Середньому Сході (порядку 10 % зростання в рік). В той же час Американський і Європейський регіони показують 5% і 6% щорічного зростання відповідно. В той час, як починають з'являтися все нові і нові туристські дестинації, які збільшують свою ринкову частку на світовому туристському ринку, знижується динаміка зростання туризму в Європейському та Американському регіонах.

З 1950 по 2000 рр. Європейський і Американський регіони були основними дестинаціями міжнародного туризму. Проте їх частка знижується. Так, в 1950 р. обидва регіони охоплювали понад 95% міжнародного туристичного ринку, через 40 років частка склала 82%, а в 2000 р. вже 72 %.

Згідно даних Міжнародної організації туризму, в 2007 р. частка туристів що відправляються на відпочинок і рекреацію складала близько 51% (458 млн. чоловік).

Бізнес сегмент склав 15% (138 млн. чоловік), а останні 27 % склали туристи, що цікавляться релігійними подорожами, відвідинами друзів і знайомих, а також зміцненням свого здоров'я (240 млн. чоловік).

Де б не подорожували туристи, вони витрачають кошти на проживання, їжу, сувеніри, магазини, місцевий транспорт і так далі. Це не тільки вносить значний внесок до місцевих забезпечує величезну кількість робочих місць. У зв'язку з цим достатньо показовим є збільшення прибутку від туризму з 264 млрд. доларів США в 10090 р. до 856 млрд. доларів США в 2007 р.

Практично половина міжнародного туристського потоку користується повітряним транспортом (47%), в той час як наземний та водний транспорт складає 53% (Залізничний (42%), автодорожній (4%), водний (7%)).

Не дивлячись на те, що цілі туристських відвідувань часто різняться в різних країнах, також як і тривалість перебування туристів, витрати на перебування та багато що інше, 8 країн із списку 10 країн-лідерів по відвідуванням залишаються в списку 10 країн-лідерів за прибутками від туризму.

Багато в чому прогнозовані плани з подальшого розвитку туризму були порушені через світову фінансову кризу 2008 року. Численні банкрутства у всьому світі, підвищення рівня безробіття, загострення криміногенної ситуації, скорочення, а часто і повне припинення фінансування туристичних проектів і багато що інше пригальмували зростання основних туристичних показників. Так, згідно інформації, представленою Світовою організацією туризму (World Tourism Organization), за перші чотири місяці 2008 р. зростання туризму продовжилося і досягло близько 5,7%, проте починаючи з червня знизився до менше 2%. Таким чином за 2008 р. кількість туристів збільшилася тільки на 1,9% до 922 млн. чоловік, а доходи від туризму збільшилися на 1,8% до 944 млрд. доларів США (642 млрд. євро).[4]

Негативний тренд продовжився і в 2009 р., коли за перших чотири місяці міжнародні туристичні відвідування знизилися на 8%.

У 2009 р. з січня по квітень кількість туристів досягла 247 млн. чоловік, у той час коли ця цифра складала 267 млн. чоловік в 2008 р. та 254 млн. чоловік в 2007 р. Таким чином, показники 2009 р. наблизилися до показників 2006 р.

Задовго до кризи, коли світовий туризм набрав свої обороти намітився ряд стійких тенденцій по ходу організації туристичного бізнесу. З метою швидкого виходу зі світової фінансової кризи, економії скорочених фінансових ресурсів, багато з цих тенденцій ретельно переосмислюватимуться і застосовуватимуться надалі. Підсилення конкуренції на світовому туристичному ринку змушуватиме застосовувати більш досконалі технології в туризмі, покращувати якість сервісу і т.д. з тим, щоб привернути і утримати свого клієнта. Можна виділити наступні тенденції розвитку світового туризму:

- державне сприяння в питаннях розвитку національного туризму. У таких країнах як США, Швейцарія, ОАЕ, Канада, Франція, Іспанія, Туреччина та ін., економіка і вся її система регулювання націлені на максимальне залучення туристських потоків на свої території. Державна підтримка може носити різний характер як спрощення візового режиму, зниження податкових ставок виділення дотацій, співфінансування крупних проектів і пр.;

- глобалізація і транснаціоналізація світової економіки. Індустрія гостинності вбудована в світову туристську інфраструктуру. Мова йде про міжнародні готельні, ресторани, бронювальні, транспортні, страхові, інформаційні, банківські та інші системи та альянси. Так, наприклад, якщо говорити про готельний бізнес, то основна причина не тільки в тому, що люди хочуть гарантовано отримувати необхідний рівень комфорту, але й існує ряд економічних причин. Згідно досліджень британських фахівців, при об'єднанні готелів в мережі прибутковість з одного номера в сім разів вище, ніж в незалежному готелі. Крім того індивідуальним готелям досить складно здійснювати самостійно розробку і впровадження новітніх дорогих технологій та глобальних маркетингових

програм. Готельні мережі, що мають розгалужену мережу готелів різних категорій найбільш захищені від сезонності і різних непередбачених форс мажорних обставин (Наприклад, світова фінансова криза).

За останні роки значно збільшилася кількість рестораних мереж у всьому світі, стала дуже популярна концепція створення ресторанів в торгових центрах. Різновидом даної концепції є створення різноманітних за своєю тематикою ресторанів на одному торговому майданчику. Процес взаємодії рестораних і готельних мереж також актуальний в даний час;

- використання світових стандартів взаємин між учасниками туристичного ринку, що ґрунтуються на міжнародній та нормативно-правовій базі;
- вдосконалення технологій практично у всіх напрямках організації туристського бізнесу, починаючи від основ містобудування, при створенні, розвитку або реконструкції цілих туристичних дестинацій, до використання програмних продуктів високого класу при прийомі й обслуговуванні туристів в місцях розміщення, живлення, торгівлі та інше;
- впровадження в міжнародний інформаційний простір. За кордоном створюються спеціалізовані організації, які рекламують туристичні ресурси окремих областей, регіонів і цілих країн на внутрішніх і зовнішніх туристичних ринках. До таких організацій відносяться туристичні інформаційні центри або офіси по туризму.

Туристичні інформаційні центри, як правило, розміщуються в центрі тієї або іншої туристичної дестинації, акумулюючи і надаючи інформацію про його туристичні ресурси. Частина послуг подібних центрів може бути надана на безкоштовній основі (інформаційне забезпечення туристів, роздача буклетів, карт місцевості з вказівкою визначних пам'яток та ін.), а також на платній основі (продаж дорогих книг з якої-небудь певної тематики даної дестинації та ін.). Крім інформаційних послуг, дані організації беруть на себе послуги із забезпечення маркетингової діяльності, а також часто сприяють місцевим адміністраціям в координації розвитку туризму;

- надання більшої уваги питанням екології та науки при розвитку туризму. Одним з прикладів може стати створення екологічних музеїв на територіях різних країн. Основна увага в них приділяється людині, її культурному та природному оточенню, як наприклад, екомuzeї в Норвегії, Швеції, Фінляндії й т.д.

З метою забезпечення успішного розвитку туризму, за кордоном набули поширення регіональні інститути туризму. На відміну від подібних навчальних закладів нашої країни, вони виконують не повчальні, а інформативні і науково-дослідні функції. Їх основною метою є акумуляція різноманітної інформації про місцеві туристичні ресурси, а також розробка туристичних маршрутів по різних регіонах.

- посилення значення підтримки здоров'я. Популярність центрів здоров'я, медичних фізико-терапевтичних центрів, курортно-рекреаційних центрів неухильно росте. Спа-центри, центри таласотерапії й безліч інших закладів з підтримки здоров'я пропонують свої послуги мільйонам туристів по всьому світу.

- розвиток центрів екстремального туризму. Частіше за все подібного типу центри створюються в місцях, де можливо запропонувати відразу декілька видів активного відпочинку, як каньйонінг, рафтинг, парашутинг і багато що інше. Подібного роду парення можуть включати як невелику виділену територію для парку з різними атракціонами, так і цілі маршрути на декілька днів, з відповідною інфраструктурою і необхідним набором послуг для проживання на природі (системи гірських бівуаків, притулків і багато що інше). вдосконалення дорожньої та транспортної інфраструктури. З метою забезпечення туристів найбільш комфортними умовами відпочинку, крім поліпшення дорожньої інфраструктури, на деяких курортах почали використовувати транспортні засоби на екологічно чистому паливі (наприклад, французький курорт Валь Дізер), розширюється асортимент по оренді транспортних засобів як, наприклад, автомобілі, скутери, велосипеди й ін., підвищується якість обслуговування. Так, залежно від рівня обслуговування залізничні вагони різного класу за рівнем своєї комфортності

вже здатні конкурувати з висококласними готелями (наприклад, туристичний поїзд в Китаї) та ін.

Висновки. Ці й багато інших тенденцій характеризують сьогоденний світовий туристичний бізнес, в якому Україна ще не зайняла гідної позиції. Постійний моніторинг, аналіз, осмислення і адаптація цих тенденцій повинні лежати в основі розвитку українського турбізнесу з метою забезпечення високих конкурентних позицій нашої країни в глобальному туристичному просторі.

Анотація

В статті описується етапність розвитку і сучасний стан світового й національного тур бізнесу. Розглядаються поняття туристичного центру світового рівня, туристичного інформаційного простору і туристично-інформаційного центру.

Ключові слова: український туризм, туристично-інформаційні центри, національний турпродукт, турпослуги, маркетингові стратегії.

Аннотация

В статье описывается этапность развития и современное состояние мирового и национального тур бизнеса. Рассматриваются понятия туристического центра мирового уровня, туристического информационного пространства и туристического информационного центра.

Ключевые слова: украинский туризм, туристическо-информационные центры, национальный турпродукт, туруслуги, маркетинговые стратегии.

Summary

In the article the stages of development and the modern condition of world and national tour business are regarded. The concepts of tour center of world level, tour information area and tour information center are considered.

Key words: Ukrainian tourism, tour information centers, national tour product, tour services, marketing strategies.

Список використаної літератури:

1. Виды и тенденции развития туризма: учебное пособие/ Григорьев Л.Г., Бохина М.В., Симонова Е.В., Федеральное агентство по образованию, Тверской гос.технический университет, каф.социологии и социальных технологий. - Изд.1-е Тверь: Тверской гос. технический ун-т, 2008 — 171 стр.
2. Крыжаноская О.А., Петрова СВ., Артеменко И.В. «Туризм как глобальное социально-экономическое явление» / Вестник Сочинского Государственного Университета Туризма и Курортного дела. Научный журнал. Издается с 2007 г. ISSN 1996-9005. Выпуск 1-2. Сентябрь - декабрь 2007 г. - 237 стр.
3. Международный туризм: учеб.пособие для студентов вузов/ В.Ю. Воскресенский. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 255 стр.
4. Официальный сайт Всемирной туристской организации URL: <http://www.unwto.org/facts/menu.html>