**Розділ 3. Розвиток світового туризму в умовах глобалізації та регіоналізації**

**3.1. Загальні тенденції розвитку світового туризму**

 Розвиток світового туризму в кінці ХХ – на початку ХХІ ст. мав деякі загальні тенденції.

**Перша тенденція** полягає у високих темпах розвитку туризму в цілому в світі. Це зумовлено декількома причинами. З одного боку, це значне підвищення рівня життя населення, особливо в Європі та Америці, виникнення потреб у туристичних послугах та створення великого попиту на туризм. З іншого, можливість забезпечити цей попит шляхом розвитку туризму та перетворення його у високоприбуткову галузь економіки.

**Друга тенденція** полягає у розвитку туризму на принципово нових ринкових засадах, які диктують нові умови та правила функціонування туризму. Роль держави у розвитку туризму значно зменшується, а приватних власників суттєво збільшується. На цій основі у світі сформувався новий сектор економіки – туристичний бізнес, який одержав значний розвиток. Власне завдяки бізнесу туризм перетворився у високоприбутковий вид економічної діяльності.

 **Третя тенденція** полягає в індустріалізації туризму. Це проявлялось у впровадженні в туризмі новітніх досягнень науки і техніки, що сприяло на базі туристичної діяльності сформувати потужну індустрію туризму. Вона передбачала впровадження нових видів транспортних засобів та шляхів сполучення, будівництво туристичних готелів і пансіонатів за новими проектами, індустрія будівництва, надання технічно нових видів розваг та спорту тощо.

 **Четверта тенденція** концентрації туризму. Ще в середині ХХ ст. власники туристичних компаній переконалися, що будувати великі туристичні підприємства економічно вигідніше, ніж малі, тому що від них вони одержували більший прибуток. Тому спостерігалась тенденція укрупнення дрібних туристичних підприємств шляхом їх розширення.

Не менш важливою є тенденція комплексоутворення в туризмі. Формування суспільних територіально-туристичних комплексів є прогресивною тенденцією, яка охопила не лише матеріальне виробництво, але й соціальну сферу. Причому в туризмі цей процес має свої особливості. В кінці ХХ ст. спостерігалося створення туристично-розважальних комплексів. Шоста тенденція полягає у значному підвищенні рівня комфорту туристичних підприємств та комплексів, а відповідно і якості туристичних послуг.

**3.2. Вплив глобалізації на розвиток світового туризму**

 За остання 50 років відбулися величезні зміни у світі. Сучасний світ став зовсім іншим, ніж, скажімо, у 2-й половині ХХ ст. За цей період відбувся значний економічний, соціальний та суспільний розвиток світу, який кардинально змінив сучасний світопорядок, міжнародні відносини та «обличчя» світу.

 В результаті науково-технічної революції, поглиблення міжнародного територіального поділу праці прискорилися темпи суспільного розвитку країн та регіонів світу, який набув глобальних масштабів. Цей всеохоплюючий процес вчені назвали глобальним розвитком, який охопив не лише всі країни, але і їх різні угрупування, а також світове співтовариство в цілому. Глобальний розвиток призвів до значних змін як у часі, так і у просторі, як кількісних, так і якісних. В умовах загострення конкуренції, посилення кризових явищ глобальний розвиток відбувався нерівномірно у вигляді певних циклів, або стадій. В результаті цього розвитку відбулася трансформація суспільних процесів та явищ, що характеризувались їх якісними змінами.

 В процесі свого розвитку світ глобалізується. Це дало підстави вченим виокремити новий суспільний процес глобальних масштабів, який назвали глобалізацією. Глобалізацією називають феномен світового розвитку кінця ХХ - початку ХХІ ст.

 Термін «глобалізація» походить від французького global. “Глобалізація” - це процес інтенсифікації взаємозв’язків між різними формами організації суспільного життя , що призводить до взаємозалежності між компонентами системи взаємозв’язків” .

 Людське суспільство розглядається вченими як динамічна система , що перебуває у постійному русі та змінах. Між окремими підсистемами та компонентами суспільства існують тісні взаємозв’язки.

 Основними формами організації суспільного життя є соціальні інститути, політичні партії, громадські організації, спортивні організації, професійні та творчі спілки. Глобалізація є комплексним суспільним явищем, яке охоплює всі сфери суспільного життя. У її складі виділяють економічну, політичну і культурну глобалізацію. Остання найбільше впливає на розвиток світового туризму. Міжнародні відносини у сфері культури характеризуються змінами інтересів, потреб та уподобань, виходом їх за межі державних кордонів. У цьому відношенні відбувається поглинання національних мов, культур, звичаїв, обрядів і традицій інтернаціональними.

 Оцінюючи вплив глобалізації на різні сфери суспільства, необхідно розуміти її неоднозначність. Для одних країн та регіонів світу глобалізація має позитивне значення , а для інших-негативне. Зокрема, позитивне значення вона має для високорозвинених країн, а негативне – для слабо розвинених.

 Одним із напрямів впливу глобалізації на світовий туризм є створення в ньому транснаціональних корпорацій (ТНС). Це форма туристичної діяльності, що базується на концентрації виробництва туристичного продукту, що виходить за межі національних кордонів . Основними напрямами формування ТНК в туризмі є: укрупнення готелів, злиття туристичних фірм, укрупнення туристичного ринку.

 В різних секторах індустрії туризму відбудувалося створення глобальних союзів. Яскравим прикладом діяльності союзів є глобальні комп'ютерні системи бронювання широкого спектру туристичних товарів і послуг- від авіаційних перельотів, переїздів залізницею і придбання пакет-турів, до оренди автомобілів, попереднього замовлення місця в готелі. Серед таких систем найбільш відомими є "Амадеус" та "Галілео", які присутні і на українському ринку транспортних і туристичних послуг.

 Окрім глобальних союзів, виникають стратегічні альянси, що формуються на домовленостях сторін і не зачіпають майнових питань. Формування стратегічних альянсів в індустрії туризму має на меті створення єдиної системи збуту туристичного продукту шляхом просування на ринку товарного знаку (марки) і розподілу фінансового ризику. За оцінками фахівців, альянси стануть основою стратегії розвитку готельних компаній у ХХІ столітті.

 Найбільшою мірою глобалізація торкнулася цивільної авіації. Провідні авіакомпанії світу віддають перевагу створенню стратегічних альянсів щоб обмежити ринкові можливості дрібніших перевізників.

 Для індустрії туризму головною площиною взаємодії є угоди між авіаперевізниками, які стосуються заохочувальних програм для постійних клієнтів. Вони спрямовані на закріплення пасажирів за певним перевізником шляхом надання їм суттєвих знижок. Це перешкоджає переходу пасажирів до інших авіакомпаній.

 Проявом глобалізаційних процесів у туризмі е здійснення спільних проектів, які передбачають залучення природних, культурно-історичних і матеріально-технічних ресурсів кількох країн. Наприклад, реалізація екотуристичного проекту "Світ Майя" завбачує участь у ньому майже всіх країн Центральної Америки.

 Глобалізація туризму несе з собою й негативні наслідки, що прямо чи опосередковано гальмують розвиток індустрії туризму. Йдеться про, екологічні проблеми, спалахи захворювань (епідемії) у різних куточках світу, загрози тероризму.

 Взаємопов'язаність екології та туризму є одним із визначальних моментів глобального розвитку туристичної індустрії і власне глобалізації та регіоналізації. 3 одного боку, транснаціональні корпорації освоюють країни із сприятливою екологічною ситуацією і унікальними природними ресурсами, залучаючи їх до туристичного використання. Це часто призводить до деградації вразливих екосистем і необхідності впроваджувати заходи щодо їх охорони і розвивати альтернативні види туризму, розвиток яких базується на принципах сталості- екологічного, наукового, сільського зеленого, пригодницького тощо. 3 іншого численні техногенні аварії і катастрофи в районах традиційного відпочинку, інтегрованих у світову індустрію туризму, виводять їх із рангу популярних і створюють низку проблем на шляху подальшого розвитку.

 Яскравим прикладом залежності виробників туристичного продукту від негативних тенденцій розвитку суспільства у глобальному масштабі с підсумки фінансової діяльності за 2002 рік однієї з найбільших європейських туристичних компаній "Томас Кук". У порівнянні з попереднім роком, прибутки компанії зменшилися на 10%. На думку аналітиків, головними причинами такого різкого падіння є трагічні події 11 вересня 2001 року у США i потенційна загроза інших терористичних актів, а також спалахи атипової

пневмонії (SARS) в азійському регіоні, які відлякують людей від мандрівок i купівлі турів. Такий стан речей змусив керівництво компанії вдатися до- безпрецедентних кроків, спрямованих на економію коштів. Одним із заходів став продаж 13 "Боїнгів", які обслуговували клієнтів компанії. Таким чином, події у США, Канаді, Східній і Південно-Східній Азії безпосередньо вплинули на ситуацію на туристичному ринку Європи.

**3.3. Вплив регіоналізації на розвиток світового туризму**

 Кримський географ Микола Багров відзначав: "Глобалізація і інтернаціоналізація відбуваються через поглиблену спеціалізацію". Це означає, що в епоху глобалізації світу відбувається процес протилежний йому, що одержав назву «регіоналізація».

Регіоналізація – це процес пріоритетного розвитку регіонів. Його досліджує наука – регіонознавство. Вживається також термін «регіонологія».

 Регіоналізація передбачає комплексний розвиток регіонів , який має враховувати територіальні відмінності природних умов і ресурсів, історичного, економічного, соціального і туристичного розвитку.

 Завдяки регіональному підходу вчені спромоглися визначити стратегічні напрями економічного та соціального розвитку регіонів.

 Професор Дмитро Стеченко вважає, що в сучасний період із туризмології виокремилася як самостійна наука регіонального туризму. На його думку, "регіонологія туризму - це науковий напрям про регіональну самоорганізацію упорядкованих часових і функціонально-простових структур" [11]. Під цим автор розуміє туристичні зони, регіони, райони і центри. Він вважає, що регіонологія туризму може успішно розвиватися у взаємозв’язку з туристичним країнознавством. В регіонології туризму як і у будь-якій науці слід виділити теоретичний та прикладний блоки. Стратегію регіонального розвитку туризму ми розглядаємо як складову регіонології туризму.

 Інший підхід до вивчення регіонального розвитку туризму започаткував польський вчений Мирослав Борущак. Він досліджував не всі регіони Польщі, а лише ті, які спеціалізуються на розвитку туризму. Вчений розробив стратегію розвитку туристичних регіонів. Він відносить до туристичного такий регіон, який має і використовує туристичні ресурси, виробляє туристичний продукт, має туристичну інфраструктуру і одержує прибутки від туристичної діяльності [1]. На думку вченого, досліджувати треба лише туристичні регіони.

 Ми дотримуємося іншої точки зору. Досліджувати у світі, на материку, чи в країні потрібно всі регіони. Ті регіони, в яких зараз не розвинений туризм, потрібно проаналізувати і з’ясувати причини, через які в них немає туризму і виявити ті позитивні чинники, які сприятимуть виникненню туризму при умові вкладення значних інвестицій.

 Головне в цьому дослідженні дати аналіз та оцінку позитивних та негативних чинників на регіональному рівні. Можливо один і той же чинник в одному регіоні впливає позитивно на розвиток туризму, а в іншому негативно . Окрім того слід дати оцінку можливих ризиків та викликів в разі розвитку туризму в тих чи інших регіонах.

**3.4. Наукові основи туристичного районування світу**

 Розробці стратегії регіонального розвитку світового туризму має передувати вирішення важливого завдання – визначення меж регіонів світу, за якими буде розроблятися стратегія розвитку туризму. Це завдання має вирішити проведення туристичного районування світу, яке ми розглядаємо як один із наукових методів вивчення світового туризму.

 Існує два види районування: загальне та галузеве. Туристичне районування належить до галузевого і повинно відповідати його науковим засадам.

 **Районування** – це процес поділу території світу, материка, чи країни на окремі частини за якимись ознаками. Результатом цього процесу є виділення районів, або регіонів.

Слід вирізняти два близьких, але різних за сутністю процеси: районування та районоформування Райони формуються об’єктивно внаслідок міжнародного територіального поділу праці та нерівномірного розміщення природних ресурсів. Районування здійснюють вчені і можуть в силу різних причин виділити різні райони, хоча в їх основі лежать об’єктивно сформовані райони.

 При здійсненні туристичного районування необхідно дотримуватися певних принципів. **Принципи районування** – це вихідні положення, правила поділу світу, материка, чи країни на територіальні частини. Принципи формулюють вчені в залежності від рівня пізнання ними об’єктивного процесу районоформування. Ось ці принципи районування:

 1. **Об’єктивність**. Існує об’єктивна основа районування на базі районоформування.

 2. **Динамічність**. Туристичні райони знаходяться у постійному розвитку, тобто динаміці. Тому районування повинно здійснюватися на певну дату.

 3. **Перспективність**. При районуванні потрібно враховувати території, чи місцевості, де виявлено нові види туристичних ресурсів, хоча вони ще не освоєні і не використовуються.

 4. **Територіальна єдність** району передбачає виділення цілісної території, яка не повинна мати відокремлені частини.

 5. **Наявність районоформуючого центру**. Район, чи регіон, як правило, формується навколо крупного, або великого міста, яке виконує функцію ядра районоформування.

 Наступним етапом районування є вибір показників та критеріїв районування, який здійснюється шляхом виділення великої кількості показників, що характеризують різні боки туристичної діяльності. Потім ці показники об’єднуються у декілька груп і по кожній групі відбираються головні показники, тобто критерії. Після вибору критеріїв за ними вимірюються різні аспекти туризму, аналізуються і здійснюється туристичне районування.

 Розглянемо деякі приклади і варіанти туристичного районування світу. Слід зазначити, що деякі зарубіжні та українські вчені за розміром території виділяють три типи регіонів: макрорегіони, мезорегіони та мікрорегіони.

 Так, Всесвітня туристична організація виділила шість великих туристичних макрорегіонів світу:

1. Європейській у складі 5 мезорегіонів:

 а) Східний, до якого віднесені Європейська частина Росії, країни Балтії, Білорусь, Україна, Молдова, Туреччина, Кіпр, Ізраїль, Закавказзя.

 б) Північний.

 в) Центральний : Нідерланди, Німеччина, Австрія, Швейцарія.

 г) Західний: Бельгія, Франція, Іспанія, Португалія.

 д) Південний: Від Італії до Болгарії.

2. Азійсько-Тихоокеанський, у складі 4 мезорегіонів:

 а) Східний: Монголія, Корея, Японія, Китай, Тайвань.

 б) Південно-Східний.

 в) Австралія.

 г) Океанія.

3. Південноазійський макрорегіон у складі 5 мезорегіонів.

 а) Індія б) Пакистан

 с) Шрі-Ланка г) Бангладеш

 д) Непал

4. Близький та Середній Схід у складів 7 мезорегіонів:

 а) Середня Азія б) Іран в) Афганістан г) Ірак

 д) Сирія, Ліван

 ж) С. Аравія, Ємен, ОАЕ.

 з) Єгипет, Лівія

5. Африканський макрорегіон , окрім Єгипту і Лівії.

6. Американський макрорегіон у складі:

а) Північна Америка.

б) Центральна Америка.

в) Острівні країни Карибського басейну.

г) Південна Америка.

 Іншу схему туристичного районування світу розробив український географ професор Олександр Бейдик. Він виділив 4- ступеневу систему одиниць районування: макрорайон – мезорайон – підрайон – мікрорайон. Він виділив у світі вісім макрорайонів у розрізі материків, кожний з яких поділяється на мезорайони. Схема районування має такий вигляд:

1. Європейський макрорайон включає 13 мезорайонів;

2. Азійський – 7 мезорайонів.

3. Африканський – 6 мезорайонів.

4. Північноамериканський – 2 мезорайони.

5. Центральноамериканський – 2 мезорайони.

6. Південноамериканський – 4 мезорайони.

7. Австралійсько-Океанійський – 2 мезорайони.

8. Антарктичний.

 Проаналізувавши схему туристичного районування світу ЮНВТО та Бейдика, ми зробили висновок, що вони нам не підходять.

 Наша земля поділяється на океани і материки . Останні є досить великими географічними частинами земної поверхні і не можуть бути названими макрорегіонами. Під макрорегіонами ми розуміємо певну групу країн у межах материка, об’єднаних географічним положенням. Тому виділені ЮНВТО та Бейдиком мезорегіони та мезорайони ми називаємо макрорегіонами, а запропонована ними кількість їх викликає у нас сумнів у правильності їх виділення. Під мезорегіонами ми розуміємо регіони, виділені у межах великих за територією країн.