

RECREATION AND TOURISM

Особливості розвитку міжнародного туризму в країнах Західної Європи

А. В. Сидорук, Ф. Ф. Товстоп'ятко

Запорізький національний університет, Запоріжжя, Україна
Corresponding author. E-mail: anna0956564651@gmail.com

Paper received 30.01.19; Accepted for publication 12.02.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-24>

Анотація. У статті схарактеризовано поняття «міжнародний туризм», його функції, чинники, складові і тенденції розвитку. Визначено країни, в яких саме міжнародний туризм знаходиться на найвищому рівні. Акцентовано увагу на тому, що залученню іноземних туристів сприяє розробка спеціального туристичного продукту, орієнтованого на конкретного споживача, з урахуванням представлених ресурсів і послуг країн, які відсутні в їх рідній країні. Виокремлено і проаналізовано країни Західної Європи, які мають багаті природні, історико-культурні ресурси та інші особливості, які користуються не аби якою популярністю у туристів, им самим впливають на розвиток міжнародного туризму в регіоні.

Ключові слова: міжнародний туризм, туристичні потенціал, природні ресурси, історико-культурні ресурси, туристичні потоки, туристи.

Вступ. Туризм на початку 21 століття став одним з провідних напрямків соціально-економічної діяльності більшості держав, а туристична індустрія - невід'ємним елементом споживчих моделей і соціальної поведінки значної частини населення. Важливим складовим елементом туризму є міжнародний туризм, який передбачає виїзд людей за межі місця постійного проживання в іншу країну з рекреаційною, пізнавальною, розважальною (тощо) метою.

Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму мають позитивний характер. Туристична галузь економіки активно розвивається: зростає кількість туристичних прибуттів у світі загалом і у всіх туристичних макрорегіонах зокрема, що сприяє створенню нових робочих місць у сфері туризму, а також збільшенню прибутків. Крім цього міжнародний туризм є ще й одним із могутніх чинників посилення престижу країни, зростання її значення в очах міжнародної спільноти та пересічних громадян.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань особливостей розвитку міжнародного туризму присвячені праці багатьох наукових діячів, а саме: Александрової А.Ю. [0], Великочого В.С [0], Мальської М.П. [0] та ін. Науковці визначають, що для міжнародного туризму характерно розробка спеціального туристичного продукту, орієнтованого на конкретного споживача, з урахуванням представлених ресурсів і послуг, які відсутні в їх рідній країні.

Міжнародний туризм у світі розвивається досить нерівномірно, що пояснюється в першу чергу різними рівнями соціально-економічного розвитку окремих країн і регіонів. Найбільшого розвитку міжнародний туризм набув у західноєвропейських країнах. Частка цього регіону складає більш як 70% світового туристичного ринку і близько 60% валютних надходжень. Приблизно 20% припадає на Америку і менше 10% - на Азію, Африку і Австралію.

Всесвітня організація туризму (ВОТ) у своїй класифікації виділяє країни, які переважно є постачальниками туристів (США, Бельгія, Данія, Німеччина, Нідерланди, Нова Зеландія, Швеція, Канада, Англія), і країни, які в основному приймають туристів (Австралія, Греція, Кіпр, Італія, Іспанія, Мексика, Туреччина, Португалія, Франція, Австрія, Швейцарія [0]).

Мета статті - аналіз туристичних ресурсів країн За-

хідної Європи як особливостей розвитку міжнародного туризму.

Виклад основного матеріалу та результати дослідження. Європа, що має вигідне економічно-географічне розташування, високий рівень економічного розвитку, зростаючу урбанізацію, зручні транспортні зв'язки з іншими країнами, розвинену рекреаційну інфраструктуру, й надалі залишається основним регіоном світу в сфері санаторно-курортного лікування, відпочинку та туризму. Ще одна причина популярності європейського регіону – це її високий рівень освіченості та культури завдяки наявності найбільшої кількості історичних і архітектурних пам'яток. Традиційно тут проводяться різні міжнародні заходи: конгреси, з'їзди, конференції, семінари, симпозіуми, фестивалі, спортивні змагання тощо, що сприяє розвитку туризму [0].

Європу вважають головним районом міжнародного туризму, що має країну-«рекордсмена світу» по туризму – Франція, яку щорічно відвідує понад 50 млн. туристів. До числа самих популярних туристських країн належать також Іспанія, Італія, Швейцарія, Австрія, Великобританія, Чехія, Угорщина, Португалія, Греція. А в таких мікродержавах, як Андорра, Сан-Марино і Монако, обслуговування туристів давно вже служить головним джерелом доходів.

У межах Європейського туристичного регіону провідну роль за рівнем розвитку міжнародного туризму відіграють саме Південна та Західна Європа, що обумовлено впливом кількох груп чинників:

- по-перше, потужний різноманітний туристичний природний і культурно-історичний потенціал: тисячі кілометрів морських пляжів, освоєні гірські системи, різноманітність ландшафтів, рясна річкова й озерна мережа, багаті бальнеологічні ресурси, значна кількість культурних, сакральних і техногенних атракцій (мегаліти, монастирі, церкви, музеї, тематичні парки, аквапарки, розважальні заклади тощо), а також численні події, що використовуються у туристичній індустрії, формують значні туристичні потоки [0];

- по-друге, сприятливі соціально-економічні та суспільно-географічні чинники: високий рівень економічного розвитку більшості країн регіону, якісна транспортна і соціальна інфраструктура, тісне сусідство держав, багаті культурні традиції, у тому числі напрацьована культура відпочинку і подорожі, релігійна й етнічна толерант-

ність, притаманна населенню більшості країн Європи, відносно низький рівень злочинності і висока безпека життя, якісні трудові ресурси, традиційно високий рівень розвитку туристичної індустрії та якості обслуговування;

- по-третє, сприятливий політичний клімат: давні демократичні традиції суспільно-політичних устроїв, стабільність політичної ситуації в більшості європейських країн, функціонування Європейського Союзу, формування єдиної Євразони і спрощення процедур в'їзду - виїзду туристів дозволяє безперешкодно відвідувати ряд країн.

Західна Європа - традиційний туристичний район світового рівня, індустрія туризму якого пропонує високоякісний і різнохарактерний туристичний продукт - від оздоровчо-рекреаційного відпочинку та гірськолижного туризму до паломництва й екологічних турів.

Висока матеріальна і духовна культура, яка проявляється у вмінні раціонально організувати життєвий простір, розмаїття природи, узвичаєна століттями система гостинності, високі гарантії особистої безпеки, політична стабільність, міжособистісна, міжетнічна і міжконфесійна толерантність, можливість вільного перетину державних кордонів перетворили Західну Європу на взірцевий туристичний простір. Безперечно лідерство за багатством туристичних ресурсів, їх різноманітністю і залученням до використання у туристичній галузі належить Франції, Іспанії та Німеччині [0]. Розглянемо їх більш детально.



Рис. 1 Туристичні центри Франції

Франція - одна із провідних туристичних країн світу. Географічне і геотуристичне положення країни надзвичайно вигідне. Країна займає західну частину континентальної Європи і острів Корсика та володіє надзвичайною природною різноманітністю, багатою культурною спадщиною, а також давніми традиціями гостинності. «Різноманітна» - ключове слово для характеристики туристичної Франції і підтвердженням цьому є розмаїття природних, культурних ландшафтів і традицій, багатство культурної спадщини якої налічує близько 40 тис. культурних пам'яток (із них більше 30 об'єктів занесені до Світової спадщини ЮНЕСКО), у тому числі - 10 тис. замків, абатств і садів, 6 тис. музеїв, де зберігаються найкращі твори мистецтва, а також історичні пам'ятники видатним діячам Франції.

Природна і культурна різноманітність та привабливість Франції підтверджується незмінним інтересом туристів - країна не один рік утримує європейське і світове лідерство за обсягом міжнародних прибуттів. Територія

всієї країни, кожен округ і кантон розрекламовані й освоєні туристами (рис.1). Та найбільш популярними туристичними центрами стали Париж, «візитні картки» якого: Нотр-Дам-де-Парі, Ейфелева вежа, Лувр, Монмартр, Єлисейські поля, центр мистецтв Жоржа Помпиду, «Блошиний ринок» в Сент-Уені, очолюють «топ-20» найбільш відвідуваних туристичних об'єктів Франції [0].



Рис. 2. Туристичні центри Німеччини

Геотуристичне положення країни Німеччини вважають досить вигідним за рахунок її центрального розміщення у межах Європи і близького розташування до головних районів зимового гірськолижного відпочинку й узбережжя теплого Середземного моря. Німеччина здавна має розвинуте санаторно-курортне господарство. Перші відомості про користь підземних водних джерел, розташованих на території сучасної Німеччини, належать до античних часів. Сьогодні ж курортна мережа країни налічує близько 300 курортів. Баден-Баден, Вісбаден, Бад Кіссінген, Бад-Хомбург, Бад Ельстер - одні з перших і найбільш відомих нині курортних центрів країни, де туристи отримують послуги високої якості та різної функціональної спрямованості (рис.2). Країна володіє широкою мережею гірськолижних курортів, які задовольняють широкий спектр потреб як масового пересічного споживача, так і професійних гірськолижників.

Німеччина - країна музеїв із багатими колекціями різноманітних творів мистецтва і свідчень розвитку матеріальної та духовної культури всього світу. В Берліні особливо виділяється «Музейний острів» - унікальний, у своєму масштабі та наповненні, історичний архітектурно-культурний простір, занесений до переліку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО, а на острові Шпрееінзель, що утворився на річці Шпрее, розмістилася низка музеїв, галерей і архітектурних пам'яток. Саме німецькі музеї одні з перших у світі почали освоювати Інтернет-простір, який дозволяє сьогодні здійснювати віртуальні подорожі їх залами і знайомитися з шедеврами світового мистецтва, розміщеними в них, не вирушаючи в дорогу.

Третя, із найбільш популярних туристичних країн, Іспанія розташована на південному заході Європи, яка займає 85 % території Піренейського півострова, має вихід до Атлантичного океану та омивається водами Біскайської затоки і Середземного моря. Загальна площа країни становить 504,8 тис. км², населення - 40,5 млн

осіб, з яких 77 % - мешканці міст.

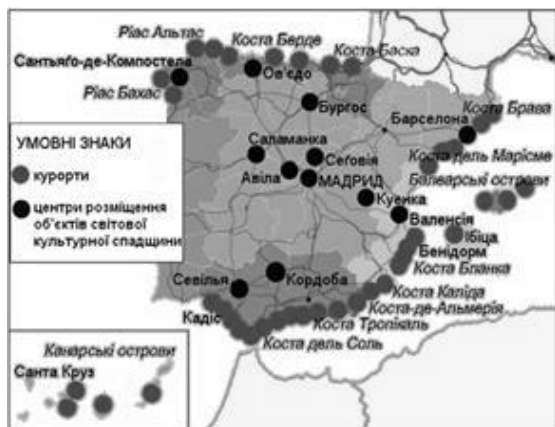


Рис. 3. Туристичні центри Іспанії

До специфічних рис геотуристичного положення Іспанії належить наявність двох міст на території Африки і острівних територій, природні умови яких дозволяють цілолітньо розвивати пляжно-купальний відпочинок. Королівство володіє унікальною культурною спадщиною, яка стала наслідком тривалої взаємодії християнського й ісламського світів [0].

Головний осередок природних туристичних ресурсів Іспанії - середземноморське узбережжя та острови (рис.3).

Середземноморське узбережжя включає відомі курортні зони: Коста Брава, Коста дель Маресме, Коста дель Гарраф, Коста Даурада, Коста Азаар, Коста Бланка, Коста дель Соль, а також острівну частину, до якої належать

Майорка, Ібіса, Гран Канарья, Тенеріфе, що користується великою популярністю серед туристів.

Розташовані у водах Середземного моря Балеарські острови мають низку рис, властивих тільки їм. Тут цікаве і різноманітне узбережжя, багатий світ птахів і вражаючі своєю красою пейзажі. Ібіса, третій за величиною острів Балеарського архіпелагу, визнаний у всьому світі як один із кращих курортів для молоді. Сюди в пошуках розваг з'їжджається молодь з усієї Європи. Майорка - найбільший острів Балеарського архіпелагу, який, завдяки сприятливому середземноморському клімату, туристи можуть відвідувати цілий рік.

На Балеарських островах зосереджено майже 25 % готельних місць Іспанії і щорічно тут відпочиває більше 10 млн туристів [0].

Висновки. Отже, міжнародний туризм має дуже важливе значення для формування світогляду народу, задоволення їх всебічних потреб, а також є одним із чинників розвитку економіки країн. Саме Європа має багатий туристично-рекреаційний потенціал для розвитку міжнародного туризму. А висока матеріальна і духовна культура, яка проявляється у вмінні оптимально організувати життєвий простір, розмаїття природи і узвичаєна століттями система гостинності, високі гарантії особистої безпеки, можливість вільного перетину державних кордонів перетворили західну її частину на взірцевий туристичний простір. Безперечно лідерство за багатством туристичних ресурсів, їх різноманітністю і залученням до використання належить Франції, Німеччині й Іспанії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Александрова А.Ю. Міжнародний туризм. М: Аспект Прес, 2002. 470 с.
2. Белоусов Д.С. Туризм и глобальный экономический кризис / материалы I междунар. науч. конф. «Глобализация и туризм: проблемы взаимодействия». 2009. №2. С.83-94.
3. Божидарнік Т. В. Міжнародний туризм. К. : «Центр учбової літератури», 2012. 312 с.
4. Великочий В.С., Дутчак О.І., Шикеринець В.В. Міжнародний туризм. Івано-Франківськ: «Кушнір», 2015. 254 с.
5. Куканов Д.С. «Сучасний міжнародний готельний ринок і перспективи його розвитку» / Збірник наукових статей «Економіка. Управління. Культура». Вип. 14. Частина 1. М. : ГУУ, 2006., С. 117-120.
6. Кусков А.С., Голубева В.Л. Туроперейтинг. М.: ФОРУМ, 2009. 400 с.
7. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг. К.: «Знання», 2008. 661 с.
8. Эджейчик И. Современный туристический бизнес. М: Финансы и статистика, 2005. 299 с.
9. Интернет-издание для самостоятельных путешественников от Confrancesarl. URL: <http://www.yougoto.ru/article/afisha/vse-gastronomicheskie-festivalievropyi-2014> (дата звернення 19.11.2018 року).
10. Пальчук М.І. Особливості туристичного маркетингу. «Сучасні аспекти економіки». 2007. №9. С.37-43.

REFERENCES

1. Aleksandrova A.YU. Mizhnarodnyy turizm. M: Aspekt Pres, 2002. 470 s.
2. Belousov D.S. Turizm y hlobal'nyy ekonomicheskyy kryzys / materyaly I mezhdunar. nauch. konf. «Hlobalyzatsyya y turizm: problemy vzaymodeystviya». 2009. №2. S.83-94.
3. Bozhydarnik T. V. Mizhnarodnyy turizm. K. : «Tsentr uchbovoyi literatury», 2012. 312 s.
4. Velykochyy V.S., Dutchak O.I., Shykerynets' V.V. Mizhnarodnyy turizm. Ivano-Frankiv'sk: «Kushnir», 2015. 254 s.
5. Kukanov D.S. «Suchasnyy mizhnarodnoyi hotel'nyy rynek i perspektivy yoho rozvytku» / Zbirnyk naukovykh statey «Ekonomika. Upravlinnya. Kul'tura». Vyp. 14. Chastyna 1. M. : GUU, 2006., S. 117-120.
6. Kuskov A.S., Holubeva V.L. Turopereytynh. M.: FORUM, 2009. 400 s.
7. Mal's'ka M.P. Mizhnarodnyy turizm i sfera posluh. K.: «Znannya», 2008. 661 s.
8. Édzheychyk Y. Sovremennyu turystichesky byznes. M: Fynansy y statystyka, 2005. 299 s.
9. Ynternet-yzdanye dlya samostoyatel'nykh puteshestvennykov ot Confrancesarl. URL: <http://www.yougoto.ru/article/afisha/vse-gastronomicheskie-festivalievropyi-2014> (data zvernennya 19.11.2018 roku).
10. Pal'chuk M.I. Osoblyvosti turystichnoho marketynhu. «Suchasni aspekty ekonomiky». 2007. №9. S.37-43.

Features of the development of international tourism in the countries of Western Europe

A. V. Sydoruk, F. F. Tovstopyatko

Abstract. The article describes the concept of "international tourism", its functions, factors, components and trends of development. There are countries where international tourism is at the highest level. The emphasis is placed on the fact that the attraction of foreign tourists is facilitated by the development of a special tourist product focused on a specific consumer, taking into account the presented resources and services of countries that are not in their home country. The countries of Western Europe, which have rich natural, historical and cultural resources and other features, which are not used by any popularity among tourists, have their own influence on the development of international tourism in the region, isolated and analyzed.

Keywords: international tourism, tourist potential, natural resources, historical and cultural resources, tourist flows, tourists.