**Розділ 4. Зарубіжні концепції та стратегії розвитку світового туризму**

 **4.1 Основні етапи прогнозування розвитку туризму**

 Довгострокове прогнозування розвитку туризму включає три послідовних етапи науково-дослідної роботи. Спочатку розробляється загальна концепція розвитку туризму. Потім на її базі та ідеях розробляється більш поглиблена стратегія і третім етапом є розборка прогнозу, в якому передбачаються істотні зміни туризму як у якісному, так і кількісному відношеннях. Останні передбачають розробку низки показників, які окреслюватимуть очікувану траєкторію розвитку туризму. Отже, ці три етапи є послідовними та взаємопов’язаними, не можна якийсь з них викинути, або обійти.

Від цього ми можемо знизити якість та вірогідність свого прогнозу. В той же час вченому може бути дано завдання розробити лише однин етап прогнозування. Наприклад, розробити лише концепцію, або стратегію. Якщо стратегію, то без концепції її не можна сформулювати. Отже в розробці стратегії має передувати розробка концепції (рис.2):



Рис.2. Основні етапи прогнозування розвитку туризму.

 Друге важливе методичне питання полягає в тому, що перед початком розробки концепції та стратегії розвитку світового туризму необхідно переконатися в тому, що подібні розробки не були раніше розроблені в нашій країні, чи в інших країнах світу. Тому необхідно уважно проаналізувати ці розробки і оцінити що можна і доцільно запозичити з них для вашого прогнозування.

 При ознайомленні з концепціями та стратегіями, зробленими попередниками, необхідно звернути увагу не лише на їх зміст, але й на форму. Ми маємо на увазі те, що деякі вчені розробили концепцію, але назвали її стратегією і навпаки. Тому ми подаємо аналіз їх за авторською назвою. Нам слід самим уточнити що це: концепція, чи стратегія.

**4.2. Зарубіжні концепції та стратегії розвитку світового туризму**

**Концепція стадійного розвитку туризму**

Ця концепціяпов’язана з розробленою американським економістом Уїльямом Ростоу концепцією стадій економічного зростання. Згідно з цією концепцією, суспільство налічує п’ять стадій зростання:

- традиційне суспільство;

- створення передумов для піднесення;

- стадія піднесення;

- стадія досягнення економічної зрілості і стабільності;

- стадія масового споживання.

 Розвинені країни пройшли стадії піднесення до економічної зрілості та знаходяться на стадії масового споживання, у тому числі й туристичних послуг. Країни, що розвиваються, перебувають на стадіях традиційного суспільства, або створення умов для зростання. Тому в них немає внутрішніх інвестицій для розвитку територій, багатих на туристичні ресурси і придатних для масового туризму. Розвиток туризму у цих країнах залежить від зовнішніх інвестицій, які можуть надати зацікавлені розвинені країни.

 До таких економічно слаборозвинених країн, які мають значні туристичні ресурси і використали великі іноземні інвестиції, належать туристично розвинені країни: Таїланд, Малайзія, Туреччина, Єгипет, Туніс, Марокко, Мексика.

**Концепція еволюції туристичного простору**

 Цю концепцію розробив учений Р. Батлер, який виділив шість етапів еволюції туристичного простору:

 Перший – етап розвідування, пов’язаний із відвідуванням туристичного регіону невеликою групою людей, яких зацікавили природні, чи історико-культурні туристичні ресурси.

 Другий – етап входження. Туристів значно побільшало в даному регіоні. Місцеве населення почало одержувати прибутки за послуги, які воно стало надавати туристам, продаж продуктів харчування, сувенірів тощо.

 Третій – етап еволюції туристичного простору. Туризм в регіоні набуває значного розвитку і стає галуззю його спеціалізації та основним джерелом надходжень до бюджету.

 Четвертий – етап консолідації. Туристична функція в регіоні одержує значний розвиток і починає превалювати над іншими функціями регіону. Економіка і соціальна сфера регіону працює на забезпечення різноманітних потреб туристів. Туристична інфраструктура досягає оптимального розвитку.

 П’ятий – етап стагнації, характеризується гальмуванням туристичних функцій. Зменшення кількості відпочиваючих і туристів зумовлює виникнення низки економічних та соціальних проблем. Зростає у регіоні соціальна напруга.

 Шостий – етап занепаду туристичних функцій, що зумовлює різке зменшення кількості туристів та відпочиваючих. Цей процес супроводжується закриттям турготелів, ресторанів, кафе, або їх перепрофілюванням.

**Концепція сприйняття туристичного простору**

 Автором її є Й. Міссек (1977р.), який обґрунтував туристичний простір та сприйняття його людиною з певною культурою. Центром сприйняття простору постає місто, мешканці якого задовольняють туристичні потреби за його межами через поступове освоєння навколишнього природного середовища. Ступінь сприйняття туристичного простору залежить від особливостей природнього середовища, транспортної доступності, антропогенного впливу міста на природу, географічного положення туристичного центру.

 Автор вважає, що схема сприйняття туристичного простору має концентрично-радіальний вигляд, де враховано попит туристів, сформований в залежності від сприйняття ними тих, чи інших територій. Ці визначені зони притягання туристів на приміській території. Важливу роль відіграє розташування їх поблизу узбережжя океану, моря, річки, озера, водосховища, які є засобом підвищення сприйняття туристичного простору.

 Польський вчений С. Ліщинський виділив 5 типів територіального простору, які по-різному сприймаються туристами:

1. Простір туристичного розвідування.

2. Простір туристичного проникнення.

3. Простір туристичної асиміляції.

4. Простір туристичної колонізації.

5. Простір туристичної урбанізації.

Два останніх типи відповідають етапу інтенсивного освоєння простору, коли масово будуються туристичні підприємства та об’єкти туристичної інфраструктури.

**Концепція туристичної урбанізації**

 Ця концепція ґрунтується на врахуванні процесу стрімкої урбанізації світу у ХХ ст. Виникнення в результаті урбанізації широкої мережі промислових міст, швидке зростання кількості міського населення, погіршення стану природного середовища зумовило значне збільшення захворюваності міського населення і пошуку різноманітних лікувальних засобів, як хімічних, так і природних. Серед останніх посилилась увага до курортної справи і туризму. На початку 20 ст. у мальовничих природних місцевостях, стали виникати міста і селища, які виконували рекреаційно туристичні функції.

 Згідно цієї концепції, створювання розгалуження мережі рекреаційних та туристичних населених пунктів вимагало певної якості природного середовища, екологічної, ситуації, рівня розвитку транспортної, інженерної та соціальної інфраструктури.

**Стратегія розвитку курортно-туристичних регіонів на засадах маркетингу**

 Розглянуті нами концепції розвитку світового туризму сформульовані у загальних рисах і не доведені до рівня стратегій. Польський вчений Мирослав Борущак, поглибивши свою концепцію розвитку туризму, розробив стратегію розвитку курортно-туристичних регіонів Польщі. Ця стратегія має дві особливості:

* вона орієнтована на два взаємопов’язаних об’єкти розробки стратегії: курорти і туризм;
* стратегія ґрунтується на засадах маркетингу, який розглядається як інструмент формування стратегії розвитку.

 Згідно М. Борущака, стратегія розвитку курортно-туристичних регіонів на засадах маркетингу включає шість компонентів:

1. Маркетингові дослідження розвитку курортного ринку.

2. Організація рекламної кампанії курортно-туристичного регіону.

3.Формування асортиментної політики та розробка нових курортно-туристичних продуктів.

4. Розробка маркетингово-інформаційних систем розвитку курорту.

5. Розробка заходів щодо підвищення якості та рівня обслуговування клієнтів курортних закладів.

6. Створення локального центру управління маркетингом [1].

 Зрозуміло, що в кожному рекреаційно- туристичному регіоні в залежності від ресурсного потенціалу, рівня економічного розвитку, соціально-демографічного стану стратегія розвитку туризму буде різною. Тому Борущак виділив 4 типи стратегії розвитку курортно-туристичних регіонів:

1. Стратегія кардинальних змін (значні інвестиції).

2. Стратегія збереження зростання (низькі темпи розвитку).

3. Стратегія досягнутого зростання (утримання досягнутих темпів зростання).

4. Стратегія вибіркового зростання (орієнтація на певний сегмент ринку).

**4.3. Радянські стратегії розвитку туризму**

**Стратегія формування територіальних рекреаційних систем**

У 1969 р. на Всесоюзній науковій конференції з географії туризму та відпочинку Володимир Преображенський вперше запропонував концепцію територіальної рекреаційної системи. Він дав таке визначення:

“Територіальна рекреаційна система – це соціально-географічне утворення, що складається із взаємопов’язаних природних та культурних комплексів, інженерних споруд, обслуговуючого персоналу, відпочиваючих, органу управління і характеризується функціональною та територіальною цілісністю”[8]. Як бачимо , ТРС - досить складне географічне утворення. Проте за 40 років відбулися величезні зміни як в рекреації, так і в туризмі. Туризм виокремився з рекреаційної системи і сформував свою систему.

 На нашу думку “територіальна рекреаційна система – складне суспільно-географічне утворення, в якому певним чином взаємопов’язані та взаємозалежні туристичні підприємства та туристична інфраструктура.”

Стратегія ґрунтується на системному підході до вивчення туризму, який передбачає розгляд туристичних об’єктів як взаємопов’язаних елементів великої складної туристичної системи, що динамічно і безперервно розвивається. Ця макросистема змінюється як у часі, так і у просторі. Завдання вченого виявити ці зміни та дати їм оцінку з сучасних позицій.

**Стратегія формування територіальних туристичних комплексів**

Ця стратегія ґрунтується на положенні про те, що територіальні туристичні системи в процесі свого розвитку і ускладнення об’єктивно перетворюються на нове суспільно-географічне утворення, назване комплексом.

Комплекс розглядається як вищий рівень розвитку туристичної системи.

Серед українських вчених існує три точки зору на сутність та місце в науці туристичного комплексу.

 Одні вчені заперечують існування туристичного комплексу і вважають, що він входить як складова частина у територіальний рекреаційний комплекс (О. Бейдик, Г. Чернова). На думку інших існує два підкомплекси рекреаційний та туристичний, які на рівних правах об’єднались у єдиний територіальний рекреаційно-туристичний комплекс.

Треті вважають, що в сучасний період об’єктивно сформувались близькі за формою, але різні за змістом два самостійних комплекси - рекреаційний та туристичний. В залежності від мети дослідження вчений може вивчати кожний з них окремо.

 На нашу думку “територіальна туристичний комплекс – це складне суспільно-географічне утворення, що сформувалось на базі потужного природного та історико - культурного потенціалу і функціонує як розвинена система туристичного та інфраструктурного об’єктів, об’єднаних інтенсивними зв’язками”.

 Стратегія комплексного розвитку туризму є найбільш раціональною щодо стратегічних пріоритетів розвитку туризму у будь-якому регіоні світу. Формування туристичних комплексів сприятиме підвищенню прибутковості та ефективності туризму у тих регіонах, в яких він досяг високого рівня розвитку.