Відкритий міжнародний університет розвитку людини

“Україна”

Доценко А. І.

Стратегія регіонального розвитку світового туризму

Навчальний посібник

Київ

2021

УДК

Рекомендовано до друку

Науково-методичною радою Університету “Україна”

(протокол № від 2021р.)

Рецензенти:

Доценко А.І.

Стратегія регіонального розвитку світового туризму: Навчальний посібник / Доценко А.І.

К.: Університет “Україна”, 2021

У навчальному посібнику розглянуто важливий етап прогнозування розвитку світового туризму , а саме розробку науково обґрунтованої стратегії його розвитку у регіональному розрізі. При цьому головна увага привертається на типах країн, по яких має розроблятись регіональна стратегія розвитку світового туризму на далеку перспективу.

 Посібник призначений для магістрів, аспірантів, викладачів, науковців, а також тих, хто цікавиться світовим туризмом.

**Зміст**

Передмова……………………………………………………………………………...

Частина I. Наукові основи стратегії розвитку туризму…………………………….

 Розділ 1. Основи теорії науки “Стратегія регіонального розвитку світового туризму”……………………………………………………………………………….

 1.1. Загальні положення…………………………………………………………..

 1.2. Об’єкт, предмет та методи дослідження науки «стратегія регіонального розвитку туризму»…………………………………………………………………..

 1.3. Місце науки “Стратегія регіонального розвитку світового туризму” в системі наук та її взаємозв’язки з іншими науками………………………………..

 1.4. Понятійно-термінологічний апарат………………………………………....

 1.5. Завдання та значення науки “Стратегія регіонального розвитку світового туризму”……………………………………………………………………

Розділ 2. Основні етапи та напрями становлення та розвитку світового туризму.

 2.1. Початок виникнення туризму в світі……………………………………….

 2.2. Становлення організованого туризму……………………………………...

 2.3. Формування індустрії туризму……………………………………………...

 2.4. Розвиток масового туризму…………………………………………………

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

 3.1. Загальні тенденції розвитку світового туризму……………………………

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

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

 3.4. Наукові основи туристичного районування світу…………………………

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

 4.1 Основні етапи прогнозування розвитку туризму ………………………….

 4.2 Зарубіжні концепції та стратегії розвитку туризму. ……………………….

 4.3 Радянські стратегії розвитку туризму………………………………………

Частина II. Регіональні стратегії розвитку туризму………………………………...

Розділ 5. Стратегія сталого розвитку туризму в країнах та регіонах світу………..

 5.1. Взаємозв’язки між людиною і природою в сучасному світі………………

 5.2. Стратегія сталого розвитку країн світу……………………………………..

 5.3. Концепція та стратегія сталого розвитку туризму в країнах та регіонах світу…………………………………………………………………………………….

Розділ 6. Формування стратегічного туристичного потенціалу країн світу та його раціональне використання……………………………………………………...

 6.1. Сутність та класифікація стратегічного туристичного потенціалу………..

 6.2 Стратегічний природно-ресурсний туристичний потенціал………………..

 6.3. Стратегічний історичний туристичний потенціал………………………….

 6.4. Стратегічний архітектурний туристичний потенціал………………………

 6.5. Стратегічний культурний туристичний потенціал………………………….

Розділ 7. Стратегія розвитку світового туризму та становлення світового ринку туристичних послуг…………………………………………………………………...

 7.1. Стратегічні пріоритети розвитку світового туризму……………………….

 7.2. Стратегія розвитку різних видів світового туризму………………………...

 7.3. Стратегія становлення світового ринку туристичних послуг……………...

Розділ 8. Стратегія регіонального розвитку світового туризму……………………

 8.1. Класифікація країн та регіонів світу…………………………………………

 8.2. Питання методики розробки регіональної стратегії розвитку світового туризму………………………………………………………………………………...

 8.3. Стратегія розвитку туризму єврорегіонів…………………………………...

 8.4. Стратегія розвитку туризму гірських регіонів……………………………...

 8.5. Стратегія розвитку туризму приморсько-приокеанських регіонів………..

 8.6. Стратегія розвитку туризму острівних країн світу…………………………

Післямова……………………………………………………………………………...

Література……………………………………………………………………………...

Передмова

Високий рівень світового туризму в сучасний період в умовах поглиблення конкурентної боротьби, посилення викликів та загроз у перспективі, непередбачуваності впливу деяких несприятливих чинників – все це зумовило актуальність розробки довгострокових прогнозів розвитку туризму як в цілому, так і окремих його секторів та видів.

Реальність таких прогнозів залежить від їх наукової обґрунтованості, яка передбачає три етапи прогнозування: спочатку має бути розроблена концепція розвитку туризму, потім стратегія і наостанок – власне прогноз. Другий етап є обов’язковим, надзвичайно важливим і складним. Значна увага вчених до розробки стратегії розвитку світового туризму зумовила формування в сучасній науці окремого наукового напряму та галузі туризмознавства. Важливо підкреслити, що єдиної стратегії розвитку світового туризму немає і не може бути. У своїй сутності ця стратегія має бути регіональною.

Студенти – магістри, які спеціалізуються як фахівці з міжнародного туризму, повинні вивчити цю навчальну дисципліну. Слід зазначити, що в Україні ще не видано жодного підручника, чи посібника з цієї дисципліни. Тому видання даного навчального посібника конче потрібне магістрам, для яких ця дисципліна вважається обов’язковою і нормативною. Навчальний посібник може бути використаний студентами-магістрами, аспірантами, викладачами, працівниками сфери туризму.

**Частина I. Наукові основи стратегії розвитку туризму**

**Розділ 1. Основи теорії науки “Стратегія регіонального розвитку світового туризму”**

**1.1. Загальні положення**

 Туризм розглядається в сучасному світі як феноменальне явище, яке має величезний вплив на економіку, культуру, екологію, суспільне життя людей. Туризм став розвиватися високими темпами і дуже нерівномірно. В одних країнах та регіонах він розвивався швидко, других - середніми темпами, третіх – повільно, а в четвертих зовсім немає туризму.

Туризм розвивався в умовах жорсткої конкуренції. Як залишатися в конкурентній боротьбі? Як забезпечити високі темпи розвитку туризму? Як досягти великих прибутків від туризму? На всі ці питання може дати відповідь наука. Прагнучи розвивати туризм як високоприбуткову галузь економіки, власники туристичних фірм обов’язково використовують наукові розробки та рекомендації , які стосуються різних аспектів туристичної діяльності. Лише спираючись на наукові здобутки, можна досягти високих темпів розвитку туризму та забезпечити великі прибутки від туризму.

**1.2. Об’єкт, предмет та методи дослідження науки «Стратегія регіонального розвитку туризму»**.

 Кожна наука вважається самостійною, якщо вона має власний об’єкт, предмет та методи дослідження.

 Стратегія регіонального розвитку світового туризму - це новий окремий і перспективний напрям туристичних досліджень, який має власний об’єкт і предмет наукових досліджень.

 Об’єкт науки – це предмети, явища, або процеси об’єктивної діяльності, що входять до сфери пізнавальної діяльності людини.

 Об’єктом нашої науки є туристичний процес у регіонах світу. Необхідність регіонального підходу до вивчення туризму надзвичайно важлива. Кожен материк світу має величезні відмінності природних та історико-культурних туристичних ресурсів, різні рівні розвитку та структури туризму. Звідси зрозуміло, що й перспективи розвитку туризму в кожному регіоні будуть різними.

 Об’єкт і предмет науки є близькими поняттями , але різними за своєю сутністю. Предмет науки більш вузьке поняття , ніж об’єкт. До предмету науки належать головні істотні властивості та відношення , на які спрямоване вивчення об’єкту науки.

 Предметом науки “Стратегія регіонального розвитку світового туризму” є розробка стратегічних напрямів розвитку туризму в країнах та регіонах світу на довгострокову перспективу. На основі аналізу особливостей розвитку туризму в минулому , сучасного стану його та особливостей структури вчений ставить перед собою завдання обгрунтувати і сформулювати стратегію , або точніше стратегічні вектори та пріоритети розвитку туризму в регіонах світу на віддалене майбутнє.

 Для вирішення цього завдання і досягнення мети вчений повинен використовувати різні методи наукових досліджень. Що таке науковий метод?

 Науковий метод – це сукупність правил та прийомів дослідження процесів і явищ природи і суспільства.

 Від правильності вибору методу залежить істинність отриманих знань. Існують певні вимоги до вибору методів дослідження. Слід пам’ятати, що ефективність застосування кожного методу лежить у певних межах , які вчений має визначити . Не може бути єдиного методу, за допомогою якого можна вирішити всі наукові завдання.

 Всі методи, які нами використані , ми об’єднуємо в 3 групи: філософські, загальнонаукові та конкретнонаукові.

До філософських відносяться:

1. метод логічного мислення;

б) метод аналізу та синтезу;

в) метод індукції та дедукції.

До загальнонаукових ми відносимо:

1. метод спостереження;

б) метод системного аналізу;

в) метод формалізації ( у знаковій формі).

Конкретнонаукові методи:

 1) Міждисциплінарні

1. статистичні; (індексний тощо)

б) математичні; ( моделювання, програмування тощо)

в) історичні;

г) географічні;

д) картографічні;

ж) соціальні.

 2) Спеціальні методи:

1. районування;

б) аерокосмічний.

**1.3 Місце науки “Стратегія регіонального розвитку світового туризму” в системі наук її взаємозв’язки з іншими науками**.

 Кожна наука посідає те місце , яке властиве лише їй в системі наукового знання. Наука “Стратегія регіонального розвитку світового туризму” як самостійний напрям науки сформувався на двох наук: туризмознавства та регіонознавства . Туризмознавство як узагальнююча наука про туризм об'єднала низку галузевих туристичних наук (рис.1):

 Рис.1. Місце науки «Стратегія регіонального розвитку світового туризму» в системі наук

 Наука “Стратегія регіонального розвитку світового туризму” розвивається не ізольовано від інших наук, а у взаємозвя'зку з ними, перш за все з системою туристичних наук.

 З туристичними науками зв'язок відбувається у таких напрямах:

 - економіка туризму : тенденції зміни обсягів туристичних потоків за напрямами та видами туризму, прибутку від туристичної діяльності, рентабельності туристичних підприємств та ціноутворення на тури;

 - маркетинг туризму: рекламна діяльність в туризмі та її вплив на розвиток туризму;

 - менеджмент туризму: організація і структура туристичної діяльності;

 - географія туризму: розміщення нових видів природних та історико-культурних туристичних ресурсів, формування туристично-рекреаційних систем та комплексів.

 “Стратегія регіонального розвитку світового туризму” має зв'язки також з іншими науками:

* з економікою: виявлення економічних чинників та закономірностей розвитку туризму, використання економічних методів прогнозування розвитку туризму на далеку перспективу;
* з математикою: використання статистичних та математичних методів прогнозування туризму, розробка математичних методів прогнозування туризму, розробка математичних моделей оптимального розвитку туризму;
* з географією: вирішення еколого-географічних та транспортно-географічних проблем розвитку туризму;
* з соціологією: демографічне прогнозування, прогнозування соціальних туристичних послуг.

**1.4. Понятійно-термінологічний апарат**

 Кожна наука складається з двох великих частин: теоретичної та прикладної. Теорія науки починається із визначення її основних понять і термінів , які в сукупності складають наукову базу, або понятійно-термінологічний апарат даної науки.

 Поняття – це форма мислення , в якій відображаються загальні, суттєві властивості чи відношення предметів, явищ і процесів реального світу. Поняття є вузловими елементами, або цеглинками наукового знання.

 Поняття характеруються їх обсягом. Обсяг поняття – це сукупність предметів, явищ чи процесів , які ним охоплюються. Наприклад, поняття “поселення” та “місто”.

 Для визначення поняття необхідні терміни. Термін – це слово, чи словосполучення, яким позначається поняття. Наприклад , “місто”, “селище” і “село”.

 В туризмознавстві та окремих наукових напрямах, у тому числі й “Стратегії регіонального розвитку світового туризму” застосовуються такі основні поняття:

 “**Туризм** – тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування ” (Закон України “Про туризм ”)

 **Регіон** – територія, яка відрізняється від інших територій певними ознаками і характеризується цілісністю та взаємозв’язками складових елементів.

 Поняття регіон є ключовим у регіонології. Основними ознаками регіону є спільність регіональних проблем, регіональних інтересів та завдань. Існують різні типи регіонів: економічний, соціальний, туристичний.

 Поняття регіон є синонімом терміну “район”.

 Термін “регіональний”означає, що відноситься до регіону.

 Від поняття “регіон” походить поняття «регіоналізація», що широко вживається у міжнародній економіці. Регіоналізація означає процес розвитку регіонів.

 Регіоналізм- широко вживається в Європі. В процесі прогнозування економічного, соціального та туристичного розвитку регіонів вчені використовують такі поняття:

 **Концепція** – це певний спосіб розуміння предметів, явищ чи процесів, система поглядів, понять. При розробці прогнозів розвитку регіонів на перспективу вчені спочатку формулюють концепцію розвитку. В ній мають бути викладені головні ідеї розвитку.

 **Доктрина** – сукупність узагальнених положень, провідних принципів, що визначають спосіб розуміння і дії у певній галузі знань.

 Наприклад, воєнна доктрина, освітня доктрина.

Поняття «**парадигма»** ввів у науку американський вчений Т. Кун. Парадигма – це система вихідних положень даної науки, яка є на даний час загальноприйнятою. Парадигма містить певний спосіб бачення об’єкта та предмета дослідження.

Тлумачний словник української мови дає таке визначення:

 “**Стратегія**: 1. Мистецтво воєнних дій. 2. Мистецтво економічного, суспільного і політичного керівництва масами, яке має визначити головний напрям їхніх дій, вчинків. 3.Спосіб дій, лінія поведінки кого-небудь.

Як бачимо, немає чіткого визначення, але головні риси цього складного поняття зрозумілі. Стосовно туризму стратегія полягає в обґрунтуванні пріоритетних, тобто стратегічних напрямів розвитку туризму. Головне завдання стратегії полягає у конкретизації нових ідей, векторів, траєкторій, чи сценаріїв розвитку туризму, запропонованих в концепції, яка схвалена державними органами. В стратегії більш глибоко розробляються головні напрями розвитку туризму не лише якісно, але й кількісно, тобто з допомогою цифр. Причому статистика подається дуже обмежено, лише по найголовніших позиціях кожного напряму розвитку туризму. Наприклад, загальна кількість туристів в країні, регіоні, з них внутрішніх та іноземних, кількість туристичних готелів та ліжко-місць в них. Проте в стратегії цифри не головне, вони лише окреслюють параметри розвитку різних сфер туристичної діяльності.

**Туристична дестинація** – обмежена територія, що може приваблювати та задовольняти туристичні потреби, якій притаманні такі риси, як зручне розташування, наявність визначних місць, розвинута інфраструктура, культурна цінність, ефективний менеджмент.

**1.5. Завдання та значення науки “Стратегія регіонального розвитку світового туризму”.**

 “Стратегія регіонального розвитку світового туризму” є досить молодою суспільною наукою, яка має розвиватися у двох головних напрямах:

а) дослідження теорії та методології науки;

б) розборка актуальних проблем, пов’язаних із перспективами розвитку туризму та обґрунтуванням шляхів їх вирішення.

В кожному з цих напрямів, можна визначити наукові завдання, які потрібно вирішити вченим.

 Що стосується теорії та методології то головними завданнями є:

 а) поглиблення сутності понять “об’єкт” та “предмет” науки «Стратегія регіонального розвитку світового туризму».

 б) виявлення закономірностей і тенденцій регіонального розвитку світового туризму;

 в) розробка нових методів дослідження та прогнозування розвитку світового туризму.

Завдання, які стосуються прикладної частини стратегії, полягають у розробці науково обґрунтованих напрямів ефективного використання туристичних напрямів та пріоритетних стратегічних напрямів розвитку туризму конкретного туристичного району, регіону, чи країни на чітко означену віддалену перспективу (20, 30, 50 років).

 Вивчення навчальної дисципліни “Стратегія регіонального розвитку світового туризму” має важливе суспільне значення, яке можна об'єднати у чотири напрями:

 1. Наукове значення полягає у посиленні уваги вчених до розробки теоретичних та прикладних проблем даної науки.

 2. Прикладне значення полягає у тому що органи центральної та місцевої влади країн, які належать до цих регіонів, по яких вчені розробили пропозиції щодо розвитку туризму, повинні реалізувати ці пропозиції та забезпечити відповідний розвиток туризму.

 3. Пізнавальне значення стосується студентів - магістрів, які, вивчивши дану дисципліну, повинні розглядати туризм не лише як сучасне, а як потужне у майбутньому суспільне явище, сформувати у себе прогностично-прагматичне мислення.

 4. Виховне значення полягає у поглибленні світових уявлень про єдність світу і його різноманітність. Це стосується виховання патріотичних, моральних, етичних та екологічних якостей, притаманних молодій плеяді української еліти.

Контрольні запитання:

 1. Об’єкт і предмет науки, дослідження теорії та методології науки; “Стратегія регіонального розвитку світового туризму”.

 2. Методи наукових досліджень стратегії регіонального розвитку туризму.

 3. Фундаментальні поняття науки “Стратегія регіонального розвитку світового туризму ”.

 4. Значення науки “Стратегія регіонального розвитку світового туризму”.

**Розділ 2. Основні етапи та напрями становлення та розвитку світового туризму.**

**2.1. Початок виникнення туризму в світі.**

Видатний український поет-академік Максим Рильський сказав: “Хто не знає свого минулого, той не вартий майбутнього ”.

 Стосовно нашої дисципліни цей вислів означає. Той, хто розробляє прогноз розвитку туризму на перспективу спочатку повинен зробити аналіз розвитку його у ретроспективі і виявити його головні тенденції та особливості.

Історію світового туризму досліджували українські вчені Леся Устименко, Андрій Кузишин, Ілля Афанасьєв. Леся Устименко виділила чотири основних етапи розвитку туризму:

* початок виникнення туризму в світі;
* становлення організованого туризму;
* формування індустрії туризму;
* розвиток масового туризму.

 Перший етап сягає з найдавніших часів до кінця ХVIII ст. Це початковий етап, коли люди стародавнього та античного світів здійснювали подорожі та мореплавства з метою пізнання навколишнього середовища, освоєння нових територій, придатних для проживання. В стародавній Греції на честь богів у містах Афіни, Дельфи та Олімпії влаштовували Свята із літературними фестивалями та спортивними змаганнями. Із Греції та інших країн Середземномор’я на фестивалі та змагання прибувала велика кількість відвідувачів, які були першими туристами в світі. В той же час учені письменники Греції відвідували Єгипет та Близький Схід. У Римській державі, яка військовим шляхом приєднала до своєї держави все Середземномор’я, багаті римляни здійснювали мандрівки в Іспанію, Галію, Данію, Грецію, Єгипет, на Близький Схід. Вони знайомилися з пам’ятками культури, архітектури, у римських провінціях лікувались у термальних мінеральних купелях. В епоху середньовіччя подорожі здійснювалися з метою торгівлі, релігійні подорожі, хрестові походи, мореплавство вікінгів та арабів.

 В епоху Великих географічних відкриттів активно розвивалось мореплавство європейців з метою відкриття нових материків, країн та земель, їх завоювання, розграблення та здійснювалось привласнення коштовностей стародавніх цивілізацій . Ці подорожі були з Іспанії та Португалії , потім Франції, Англії та Голандії.

 В епоху Відродження тривали географічні відкриття, подорожі з метою торгівлі, релігійних відправ, лікування та відпочинку. Створюється в Європі мережа престижних для відпочінку та лікування бальнеологічних, термальних курортів. Поширенню в Європі набула ярмаркова торгівля, яка сприяла становленню сфери гостинності. Для обслуговування подорожуючих в європейських містах створювались кав’ярні, постоялі двори і таверни. Проте гальмівним чинником були відсталі засоби пересування та погані дороги. Серед мандрівників переважали короновані особи, аристократи, дворяни.

**2.2. Становлення організованого туризму.**

Леся Устименко назвала другий етап етапом становлення організованого туризму, який почався у середині ХІХ ст. і тривав до початку ХХ ст. Він почався у 1841 р., коли англійський пастор Томас Кук , будучи головою “Товариства тверезих” у м. Лейстер , організував першу у світі масову подорож (570 осіб) своїх членів до м. Лафборо (20 миль) залізницею, із чаєм, випічкою та духовим оркестром. Цією акцією Кук прагнув закликати громадськість до культурної організації вільного часу.

 У 1851 р. Кук організував туристичну подорож членів товариства до Лондона на Міжнародну промислову виставку. Під час роботи виставки він організував поїздку 165 тис. відвідувачів.

 Бурхливий розвиток внутрішнього туризму привів Томаса Кука до необхідності організувати поїздки за кордон. Перша з них була здійснена в 1855 р. у зв’язку з Всесвітньою виставкою в Парижі. З 1856 р. Кук почав організацію регулярних туристичних поїздок в інші європейські країни. Величезна Британська імперія сприяла розвитку поїздок англійців за кордон. Туристські поїзди активно використовували для пошуку і вивчення нових ринків, встановлення ділових контактів. У 50-70-х роках ХІХ ст. англійці становили більшість іноземних туристів, що подорожували по Європі.

 Туристичний бізнес, започаткований Куком, набув значного поширення, яке почалось у ХІХ ст. в Європі не лише серед підприємців, але й інтелегенції. Так, відомі письменники: французький О. Дюма і Г. Флобер, російські О. Радіщев та М. Карамзін, американський Марк Твен здійснили туристичні мандрівки по різних регіонах Європи, Азії та Африки і результати їх описали в своїх книгах. Ці книги мали величезний попит у читачів. Наприкінці ХІХ ст. туристичні подорожі по країні і за кордоном набули у Великобританії масового характеру і вийшли за межі Європи. У 60-70-ті роки проводились туристичні поїздки в США. У 1878 р. на Всесвітню виставку в Парижі з Великобританії прибуло 75 тис. осіб. Те, що міжнародний туризм широко розвинувся у Великобританії раніше ніж в інших країнах пояснюється низкою причин, серед яких більш високий економічний рівень порівняно з іншими країнами і відповідно вищий рівень життя населення; швидка урбанізація; уведення загальної початкової і розвиток середньої та вищої освіти; передове трудове законодавство, що встановило для всіх найманих робітників щорічну оплачувану відпустку та обмежило робочий час. Мав значення і гарний розвиток на той час залізничного і морського транспорту, а також близькість до континентальної Європи, зручний зв’язок з нею через протоку Ла-Манш. До Другої світової війни внутрішній туризм у Великобританії значно перевищував міжнародний за кількістю людей, які беруть у ньому участь. На початку 30-х ХІХ ст. третина всіх мешканців країни проводила свою відпустку поза постійним місцем проживання в межах Великобританії, а в зарубіжні країни щорічно виїжджало до мільйона осіб.

 Розвиток туризму у ХІХ ст. був безпосередньо пов’язаний з науково-технічною революцією, та модернізацією транспортних засобів на новий технічний базі. На початку ХІХ ст. були винайдені паровоз і пароплав. У 1830 р. в Англії була збудована перша у світі залізниця, а перший пароплав здійснив своє плавання по Рейну у 1816 р. У 30-х роках ХІХ ст. в Англії почали курсувати автобуси, а пасажирські пароплави стали перетинати Атлантичний океан. Все це зумовило прискорення швидкостей на транспорті та збільшення кількості перевезених туристів. Кардинальні зміни в розвитку туризму та перетворення його в масовий вид відпочинку відбулися в кінці ХІХ ст. на початку ХХ ст. в результаті Другої науково-технічної революції у сфері транспорту. Винайдення двигуна внутрішнього згорання, автомобіля, тепловоза, електровоза, літака зумовило революційні зміни у автомобільному, річковому, морському та повітряного транспорті. Значно скоротився час перебування туристів в дорозі, підвищилася комфортність поїздок та масовість туризму. Приклад популярний у той час туристичний маршрут “Східний експрес ” (Лондон-Венеція).

 Це в свою чергу зумовило необхідність створення розвиненої туристичної інфраструктури, зокрема мережі комфортних готелів та ресторанів. Бурхливий розвиток автомобільного транспорту зумовив появу нового типу готелів для автотуристів – мотелі.

 На початку ХХ ст. популярності серед європейців та американців набули трансатлантичні туристичні поїздки на комфортабельних, швидких, великих лайнерах з Європи до США і Канади. Однак в круїзних суднах для туристів через Атлантику все більше переміщувались не туристи, а мігранти, які масово виїздили на роботу і проживання до Канади і США. Від таких : “ туристів ” туристичні компанії не мали очікуваних прибутків, а лише збитки. (трагедія “ Титаніка”)

**2.3. Формування індустрії туризму.**

 Третій етап розвитку світового туризму (1914-1945р.р.) Устименко назвала етапом формування індустрії туризму.

 Нові тенденції та напрями розвитку світового туризму. В 20-30-х роках

ХХ ст. були пов’язані із індустріальним розвитком економіки більшості європейських країн, Японії, США. Технічною базою цих кардинальних змін в економіці, особливо в промисловості, стала Друга науково-технічна революція, винайдення електроенергії, що стала основою проведення модернізації економіки. Ці зміни певним чином стосувалися й туризму.

 Перш за все із розвитком нових транспортних засобів виникають нові види туризму: автомобільний, авіаційний, політ на дирижаблі, або повітряній кулі. На цьому етапі значного розвитку набули й традиційні види туризму: морський, велосипедний , гірський, релігійний, оздоровчий, річковий.

 Проте темпи розвитку і обсяги міжнародного туризму у 1-й половині ХХ ст. значно зменшились. Причин цього негативного явища багато. Виникнення тоталітарних режимів (у 1917 р. Радянського Союзу , у 1933р. фашистської Німеччини) , з якими пов’язане винищення мільйонів населення Європи і Азії, глибока економічна криза у світі 1930 р., голодомори, Друга світова війна.

**2.4. Розвиток масового туризму.**

 Розвиток світового туризму у 2-й половині ХХ ст. Л. Устименко називає етапом масового туризму та глобалізації туристичної індустрії.

 У 2-й половині ХХ ст. відбулися значні зміни чинників , які істотно вплинули на розвиток світового туризму:

* стрімкий розвиток науково-технічного прогресу і зростання швидкостей автомобільному та авіаційному транспорті;
* високий рівень урбанізації;
* збільшення попиту міського населення на туристичні послуги;
* зростання рівня життя міського населення і збільшення вільного часу;
* автомобілізація світу.

Все це зумовило високі темпи розвитку економіки та стрімке зростання туристичного бізнесу. Виникли країни з високо розвиненим туризмом, де він став головним джерелом надходження у державний бюджет. У цих країнах розвиток господарства підпорядкований потребам туризму. Частка прибутків від іноземного туризму в Іспанії – 35% від загальної суми надходження від експорту товарів і послуг, на Кіпрі та в Польщі- 50%, Гаїті – 70%.

 2-й половині ХХ ст. відбулися суттєві зміни в структурі туризму. Відбулось формування масового туризму, який характеризувався його інтенсивністю. Цей показник розраховується як частка населення країни, яка щорічно здійснює хоча б одну туристичну поїздку.

 В структурі туризму сформулювалося два його види:

1. “Конвеєрний туризм”, спрямований на забезпечення якомога більшої кількості населення мінімальними послугами на низькому якісному рівні.

Цей туризм розрахований на людей із середніми та низькими прибутками. Для таких туристів була створена відповідна туристична інфраструктура. Це дешеві готелі та заклади харчування.

2. Не менш важливою тенденцією зміни структури масового туризму став перехід від конвеєрного до диференційованого туризму. Останній відрізняється поглибленням асортименту та підвищенням якості туристичних послуг, які надавались переважно заможним та багатим туристам. Спостерігалась спеціалізація туристичних послуг, можливість забезпечити самореалізацію особистості під час туристичної подорожі та активного відпочинку. Для цих туристів була створена відповідна інфраструктура, представлена дорогими готелями, ресторанами, спорткомплексами.

 Однією з важливих тенденцій розвитку світового туризму у 2-й половині ХХ ст. є формування світового ринку туристичних послуг. У розвинених країнах створена широка мережа туристичних підприємств, які спроможні забезпечити найвибагливіші потреби людей у туристичному продукті відповідного виду та якості.

 Революційним проривом у розвитку світового туризму стало впровадження сучасних інформаційних технологій на основі Internet. Через Internet можна замовити туристичний пакет, квиток на літак, чи автобус, забронювати місце у готелі.

Контрольні запитання

1. Початок виникнення туризму в світі.

2. Становлення організованого туризму.

3. Формування індустрії туризму.

4. Розвиток масового туризму.

**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.

**Контрольні запитання**:

1. Загальні тенденції розвитку світового туризму.

2. Вплив глобалізації на розвиток світового туризму.

3. Вплив регіоналізації на розвиток світового туризму.

4. Наукові основи туристичного районування світу.

**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.

**Контрольні запитання**

1. Основні етапи прогнозування розвитку туризму.

2. Зарубіжні концепції та стратегії розвитку світового туризму.

3. Стратегія розвитку курортно-туристичних регіонів Польщі М. Борущака.

4. Радянські стратегії розвитку світового туризму.

**Частина ІІ. Регіональні стратегії розвитку туризму**

**Розділ 5. Стратегія сталого розвитку туризму в країнах та регіонах світу**

**5.1 Взаємозв’язки між людиною і природою в сучасному світі**

Природа – середовище і основа життєдіяльності людства. В результаті науково-технічного прогресу, значного розвитку промисловості і транспорту, високих темпів відтворення населення і так званого «демографічного вибуху» у світі у 2-й половині ХХ ст. кардинально змінились взаємозв’язки між суспільством і природою. Створення потужного промислового потенціалу у розвинених країнах надзвичайно посилило техногенне навантаження на природне середовище.

 Окрім того виникли гострі екологічні проблеми, зумовлені значним забрудненням природи внаслідок промислових викидів, від житлово-комунального господарства, величезних потоків автотранспорту.

У 2-й половині ХХ ст. високих темпів набув процес урбанізації у світі, з яким пов’язано створення густої мережі міст, мегаполісів та міських агломерацій. Це призвело до зменшення площі природного середовища, посилення антропогенного навантаження на природу, погіршення стану природного середовища.

**5.2 Стратегія сталого розвитку країн світу**

Враховуючи загрози нормального стану природного середовища у світі, відповідальність людства перед майбутніми поколіннями за станом довкілля Організація Об’єднаних Націй провела у 1972р. в Стокгольмі першу Всесвітню конференцію з навколишнього середовища, якою привернула увагу міжнародного співтовариства до екологічних проблем.

У 1987р. Генеральна Асамблея ООН розглянула питання про стан природного середовища і визначила низку заходів, що сприятимуть регулюванню економічного, соціального, екологічного та демографічного розвитку країн. Асамблея прийняла декларацію « Наше спільне майбутнє», в якій вперше запропоновано державам здійснювати заходи з метою сталого розвитку.

Щодо сутності цього терміну. У декларації англійською мовою він називався « sustainable development». Sustain-підтримувати, підпирати, able-доступний. Російською його переклали як « устойчивое развитие», а українською «сталий розвиток». Термін «сталий» неточний і невдалий, тому що сталий це- топтання на місці і ніяк не розвиток. Тому деякі українські вчені замість «сталий» запропонували вживати термін «стійкий» та «збалансований». Це трохи краще, але неточний переклад англійського терміну.

Важливе значення у вирішенні екологічних проблем мала друга Всесвітня конференція з навколишнього середовища та розвитку, проведена у 1992р. в Ріо-де-Жанейро (Бразилія). Вона була більш представницькою. В ній взяли участь керівники 179 країн та представники 1600 неурядових організацій. Головним документом, який прийняла конференція, була Програма дій «Порядок денний на ХХІ століття».

У Програмі запропонована концепція економічного, соціального та екологічного збалансованого розвитку людства, яка одержала визначення як концепція сталого розвитку. У розділі 8 «Порядку денного…» міститься звернення до країн прийняти національні стратегії сталого розвитку, які повинні «розроблятися на основі різних секторальних економічних, соціальних і екологічних програм і планів, які реалізуються в країні»

Не менш важливим документом, прийнятим конференцією, стала Декларація « Про екологічний та економічний розвиток», яка визнає права та обов’язки держав у межах реалізації концепції сталого розвитку.

Декларація підтвердила відданість народів світу ідеї сталого розвитку. В ній ставляться основні завдання для досягнення сталого розвитку на місцевому, національному, регіональному та глобальному рівнях. В Декларації визначено 27 принципів, яких потрібно дотримуватися при розробці стратегії сталого розвитку країн та регіонів світу.

 Після прийняття доленосних рішень у Ріо світ сподівався на те, що, нарешті, світове співтовариство зробить важливі кроки, спрямовані на забезпечення сталого розвитку. Проте сподівання не виправдалися: тривало погіршення стану довкілля, поглиблення бідності людей, збільшилась захворюваність населення.

 На конференції в Ріо-де-Жанейро була створена комісія ООН зі сталого розвитку. Мета її діяльності проводити моніторинг країн, які реалізують стратегію сталого розвитку. Кожна країна повинна розробити, затвердити і реалізувати конкретний план дій у напряму поступового переходу на принципи сталого розвитку.

Через 10 років після конференції в Ріо екологічні, економічні, соціальні та демографічні проблеми у світі не лише не були вирішені, а навпаки загострилися. ООН була змушена у 2002р. провести світовий самміт Юганнесбурзі (Південно Африканська Республіка). На самміті було прийнято «Хартію Землі». Це декларація основних принципів побудови сталого збалансованого та мирного глобального суспільства у ХХІ ст.

У 2012р. ООН провела в Ріо-де-Жанейро нову Всесвітню конференцію зі сталого розвитку, яка прийняла документ Ріо + 20 «Майбутнє, якого ми хочемо», в якому посилено увагу країн світу на необхідність переходу до сталого розвитку заради майбутніх поколінь.

З метою реалізації стратегії сталого розвитку на регіональному рівні в Європі за останні 20 років прийнято декілька документів, Це «Стратегія розвитку країн-членів Європейського Союзу», прийнята у Ліссабоні 1995р., конвенція «Довкілля для Європи», прийнята у 1998р. у м. Оргус (Данія), «Рамкова конвенція про охорону і сталий розвиток Карпат». Хоча в цих документах туризм окремо не розглядається, але багато їхніх положень стосується соціального розвитку європейських країн, до якого належить туризм.

Реалізація ідей сталого розвитку передбачає дотримування двох головних принципів:

1. Забезпечення потреб життєдіяльності бідного населення світу.
2. Встановлення обмежень шляхом гармонізації економічного та соціального розвитку заради збереження довкілля.

 Існує суттєва різниця мети та завдань сталого розвитку для економічно розвинених країн та країн, що розвиваються. У розвинених країнах причиною погіршення довкілля є нераціональна структура споживання. Тому мета сталого розвитку- обмеження споживання природних ресурсів. У країнах, що розвиваються, мета сталого розвитку полягає у подоланні бідності, задоволенні потреб людей у продуктах харчування.

У 1996р. ВТО прийняла «Програму дій на ХХІ столітті для індустрії туризму і подорожей – назустріч екологічному сталому розвитку», яка визначила провідні шляхи розвитку туризму для урядів та неурядових органів. У ній перераховано 10 пріоритетних напрямів розвитку туризму з метою досягнення сталого розвитку. Принципи сталого розвитку туризму зведені до екологічної, культурної та економічної сталості. На практиці це означає, що всі туристичні кампанії повинні здійснювати запропоновані заходи для досягнення сталого розвитку.

Значний внесок в реалізацію стратегії сталого розвитку туризму зробила Рада Європи. При ній створено Комітет з розвитку туризму. Протягом 1994-1997рр. Радою Європи видано три рекомендації з питань сталого розвитку туризму:

* «Генеральний курс для сталого і екологічно безпечного розвитку туризму»;
* «Політика сталого розвитку туризму на природоохоронних територіях»;
* «Політика розвитку сталого і екологічно безпечного туризму на прибережних територіях».

У 1999р. Генеральна асамблея ВТО у м. Сантьяго (Чилі) прийняла важливий документ «Глобальний етичний кодекс туриста». В ньому розкривається сутність стратегії сталого розвитку туризму та встановлені орієнтири сталого розвитку світового туризму на початку ХХІ століття.

**5.3. Концепція та стратегія сталого розвитку туризму країн та регіонів світу**

Під концепцією сталого розвитку туризму в регіоні розуміється система уявлень, що визначає єдиний, загальний задум політики розвитку галузі, що ураховує стратегічну мету і пріоритети розвитку туризму, важливі напрями і засоби реалізації визначених цілей. Концепція відображає позицію регіону відносно стратегії розвитку туристичної галузі на довгострокову перспективу і включає конкретні заходи її реалізації.

 Основні складові концепції сталого розвитку туризму регіону представлено на рис.3

Стратегічною метою розробки концепції є визначення пріоритетів розвитку туризму, що забезпечують соціально-економічний розвиток регіону в цілому.

 Шляхи досягнення цієї мети:

* дослідження і оцінка туристичного потенціалу регіону;
* SWOT-аналіз туристичної інфраструктури регіону;
* формування туристичного іміджу регіону;
* інноваційно-інвестиційна політика;
* створення матеріальної бази туризму.

На основі дослідження проблем сталого розвитку туризму, а також вивчення досвіду деяких країн світу можна визначити основні методологічні принципи формування концепції сталого розвитку туризму регіону. До них відносяться:

1. Принцип комплексності та цілісності концепції сталого розвитку туризму регіону передбачає комплексний підхід як основу реалізації регіональної політики соціально-економічного розвитку регіону.
2. Принцип пріоритетності напрямів концепції сталого розвитку туризму регіону. Визначення пріоритетів стосується видів туризму, інвестицій, інфраструктури.
3. Принцип конкретності мети. Мета та завдання розвитку туризму є складовими соціально-економічної політики розвитку регіону. Вони формуються у межах прогнозів і програм соціально-економічного розвитку регіону.
4. Принцип диференціації об’єктів управління. Зміст його полягає в тому, що при використані єдиних механізмів регулювання туризму існує диференціація по відношенню до окремих суб’єктів.
5. Принцип забезпеченості всіх учасників туристичної діяльності в регіоні законодавчою базою.

 Дотримування розглянутих принципів формування концепції сталого розвитку туризму регіону дозволить забезпечити життєдіяльність і ефективне використання цієї концепції при реалізації регіональної політики соціально-економічного розвитку регіону.

Основними перешкодами для розвитку туризму регіону є економічна, політична і соціальна нестабільність. Однак розробка концепції сталого розвитку туризму регіону може збільшити потік туристів в регіон, тим самим забезпечити розвиток туризму та соціально-економічний розвиток регіону в цілому.

В процесі розробки концепції сталого розвитку туризму регіону з метою досягнення оптимального результату дуже важливо враховувати переваги і недоліки регіону, а також можливості та інтереси споживачів туристичного продукту. Врахування цих обставин дозволить правильно визначити пріоритети розвитку, форми та методи залучення інвестицій.

Наступним після концепцій етапом прогнозування туризму є розробка стратегії сталого розвитку туризму. Стратегія повинна базуватися на галузевих пріоритетах розвитку з урахуванням специфіки соціально-економічного розвитку регіону та його природно-рекреаційного потенціалу.

Стратегія, що пропонується нами, має за мету відповідні зрушення галузевої структури господарського комплексу регіону та передбачає виділення галузевих пріоритетів для фінансування на довгострокову перспективу. Сталий розвиток туризму розглядається в стратегії як довгострокова доктрина включення туризму регіону до глобальної економічної системи в якості рівноправних партнерів.

При розробці стратегії розвитку туризму країн та регіонів світу потрібно дотримуватися таких пріоритетних напрямів його розвитку:

1. Забезпечення безперервного та поступового зростання туризму. Це має досягатися хоча б повільним, але стабільним збільшенням темпів розвитку, а відповідно й зростанням доходів від туризму.
2. Регіоналізація туризму означає забезпечення зростання туризму власне за рахунок пріоритетного розвитку його регіональних напрямів та врахування регіональних особливостей використання природних та історико-культурних туристичних ресурсів. Регіональні відмінності не лише в темпах розвитку туризму, але й у його структурі. Кожен регіон має свої види туристичних ресурсів, що зумовлює спеціалізацію туризму за певними видами. Отже, регіоналізація призводить до поглиблення індивідуальних властивостей туристичних регіонів.

Наприклад, ви приїхали в Індію і захотіли познайомитися з місцевою флорою і фауною. Вас поведуть в заповідник, де ви побачите слонів, жираф, бегемотів, крокодилів, змій. Покажуть різноманітні атракціони з цими тваринами і плазунами.

Інша спеціалізація туризму в Фінляндії, де головним туристичним ресурсом є річки та озера. Вам запропонують ознайомитися з природою країни шляхом плавання на кораблях, яхтах, скутерах або рафтинг. Відвідати резиденцію Санта-Клауса у м. Рованіємі.

Третій туристичний регіон – Хорватія. В Дубровинку на узбережжі Адріатичного моря ви на чудовому піщаному пляжі: купаєтеся в морі, засмагаєте. А наступного дня на пароплані літаєте над Динарськими горами і любуєтеся чудовими гірськими ландшафтами.

 3. Екологізація туризму полягає у пріоритетному розвитку видів туризму, пов’язаних із використанням природних ресурсів: сільський, зелений, екологічний, екстремальний, екзотичний.

Тенденцією екологізації туристичної діяльності є розширення туристичного простору в сільській місцевості. Там туристи знайомляться із способом життя, ремеслами, звичаями та обрядами, культурою сільського населення. Особливо це цікаво в Африці, Азії та Америці, де туристи знайомляться з життям місцевих племен, їх ритуалами, танцями та релігійними віруваннями. Не менш важливим для міських туристів є знайомство з унікальною природою, яка у сільській місцевості збереглася у первозданному виді і не пошкоджена цивілізацією. Хіба що по сільській місцевості проходять сучасні автомобільні та залізничні шляхи із швидкісним рухом транспортних засобів.

 4. Соціологізація туризму полягає в тому, що сучасний туризм сприяє подоланню соціальної нерівності у світі. Для допомоги пенсіонерам та іншим небагатим верствам населення у здійсненні ними подорожей та відпочинку у світі створене бюро Міжнародного соціального туризму, яке частково фінансує подорожі бідних туристів. Туристичні компанії пропонують соціальним туристам місця в тур-готелях і кемпінгах у міжсезонний період за зниженими тарифами.

Так, британська компанія «Сага» пропонує одиноким людям похилого віку та інвалідам тури до Таїланду, Непалу та Китаю за зниженими тарифами протягом «мертвого сезону».

**Контрольні запитання**

1. Взаємозв’язки між суспільством і природою в сучасному світі.
2. Стратегія сталого розвитку країн світу.
3. Концепція та стратегія сталого розвитку туризму в країнах та регіонах світу.

**Розділ 6. Формування стратегічного туристичного потенціалу країн світу та його раціональне використання**

**6.1. Сутність та класифікація стратегічного туристичного потенціалу**

Виходячи із сутності поняття «стратегія», ми виділили три головних напрями стратегічного розвитку світового туризму:

1. Формування, розширення та раціональне використання туристичного потенціалу
2. Стратегічні пріоритети розвитку індустрії світового туризму.
3. Становлення світового ринку туристичних послуг.

У цій лекції ми розглянемо перший стратегічний напрям розвитку світового туризму.

Що ми розуміємо під поняттям «стратегічний потенціал»? Кожна країна розвиває туризм на базі використання своїх туристичних ресурсів (природних, історичних, культурних).

При цьому, як правило, використовуються різні види ресурсів, які можна поділити на групи за різними ознаками (старі та нові, багаті та бідні, вичерпні та невичерпні тощо).

Слід зазначити, що не весь існуючий зараз в регіонах туристичний потенціал є стратегічним. Одні його види, зокрема природні будуть вичерпані (наприклад, мінеральні води, лікувальні грязі), другі – забруднені, треті (історико-культурні (замки, пам’ятники)) – зруйновані. Слід також доповнити стратегічний потенціал туристичними об’єктами, які в перспективі будуть відкриті (нова печера, чи водоспад, нові пам’ятники чи храми).

При виділенні стратегічного потенціалу розвитку туризму ми повинні дати комплексну оцінку наявних туристичних ресурсів. Стратегічний потенціал туризму – це сукупність у конкретному регіоні таких видів туристичних ресурсів, які мають визначальний вплив на рівень розвитку і прибутковості туризму та туристичну привабливість регіону.

Для виявлення стратегічного туристичного потенціалу регіону необхідно:

а) зробити компонентний аналіз всіх видів туристичних ресурсів: (природних, історичних, культурних та соціально-економічних). При цій оцінці необхідно: враховувати такі характеристики: вичерпність (чи невичерпність) даного ресурсу, його потужність, унікальність, транспортну досяжність, технічний стан пам’ятки, необхідність її реставрації чи капітального ремонту, історичну, художню і естетичну цінність;

б) дати комплексну оцінку всіх видів туристичних ресурсів, на основі якої дослідник відбере ресурси, які слід віднести до стратегічного потенціалу.

 Для прогнозування стратегічного потенціалу необхідно здійснити його класифікацію: природно-ресурсний, історичний, архітектурний і культурний туристичний потенціал.

 **6.2. Стратегічний природно-ресурсний туристичний потенціал**

 При розробці стратегії розвитку туризму в регіонах світу на довгострокову перспективу необхідно перш за все спиратися на існуючий в кожному регіоні туристичний потенціал, і, головним чином, на природно-ресурсний, який визначатиме у майбутньому спеціалізацію та рівень розвитку туризму в регіоні. Слід враховувати, що не всі компоненти існуючого природно-ресурсного потенціалу будуть віднесені до стратегічного потенціалу. До останнього потрібно додатково включити нові види та компоненти природного середовища, які в перспективі матимуть туристичне значення.

 Серед компонентів природного середовища перш за все потрібно розглянути такий важливий як географічне положення.

 **Географічне положення** – це розміщення території країни, чи регіону відносно інших територій, країн, акваторій. Важливим його видом є фізико-географічне положення - це відношення країн та регіонів до природних об’єктів (материків, океанів, морів, річок).

 Країни і регіони, розташовані у субтропічній та тропічній кліматичних зонах, на узбережжі океанів та морів, досягли високого розвитку туризму завдяки сприятливому географічному положенню. І на майбутнє головним ресурсом для них буде водний і пляжний туризм (Іспанія, Італія, Греція).

 Такими ж сприятливими для розвитку туризму є острівні країни та регіони завдяки їх географічному положенню. Багамські, Канарські, Сейшельські та Мальдівські острови стали туристичними районами світового значення саме через розташування їх в Атлантичному та Індійському океанах. Ці види туризму будуть для них пріоритетними і у перспективі .

 При аналізі формування стратегічного природно-ресурсного туристичного потенціалу регіонів світу необхідно спочатку визначити стратегічні пріоритети використання кожного компонента природи, а потім зробити комплексну їх оцінку.

 Важливим компонентом природного середовища є **рельєф** земної поверхні. Головними структурними елементами рельєфу є рівнини та гори. На рівнинах найбільш сприятливі передумови для будівництва туристичних комплексів та центрів, створення туристичної інфраструктури. Це з точки зору власників туристичних об’єктів,чи будівельників, але для туристів одноманітна плоска рівнина є непривабливою. Туристів завжди приваблюють гори.

 Гірські туристичні регіони різноманітні в залежності від висоти гір та наявності в них туристичних об’єктів, У середньовисотних горах (Карпатські, Дінарські, Уральські) значний розвиток одержали пішохідний та автотуризм, відвідування водоспадів, печер, скель. Ці види туризму прогнозуються й на перспективу.

Іншу стратегію розвитку мають високогірні туристичні регіони (Альпійський, Кавказький, Гімалайський), в яких природний потенціал включає сходження на високі гори, або милування засніженими вершинами найвищих гір, відвідування високих водоспадів (Ігуасу, Вікторія), пішохідні походи гірськими долинами, альпінізм, зимовий гірськолижний туризм , відвідування льодовиків.

 Серед високогірних туристичних регіонів з великою кількістю потухлих та діючих вулканів (гори Центральної Америки, Анди, Індонезії). У пошуках екстремального туризму туристи піднімаються в гори, щоб спостерігати виверження вулканів. Низка високих потужних вулканів Мексики, чи Індонезії приваблює туристів своєю величчю, неповторністю та чарівністю.

 Серед унікальних природних об’єктів високогірних регіонів, які завжди приваблюватимуть туристів – романтиків, слід назвати глибокі каньйони в долинах гірських річок (як Гранд - Каньйон в горах Кордільєри, США на р. Колорадо), чудові гейзери (Великий Єллоустонський парк у США з долиною гейзерів) та унікальні останки гірських скель, розкиданих в долинах (Айрес-Рок в національному парку Улуру, висотою 348м, Австралія) , голова Сфінкса в Румунії.

**Водні ресурси** широко використовуються для туристичного розвитку регіонів світу. Води океанів і морів субарктичних та помірних широт використовуються для плавання туристів на кораблях з метою оглянути льодовик чи айсберг, побачити морських тварин ( китів, морських котиків, пінгвінів, дельфінів).

У субтропічних та тропічних зонах води океанів та морів в туристичних регіонах використовуються для купання, занять водними видами спорту (серфінг, рафтинг, дайвінг), ознайомлення з підводним рослинним і тваринним світом (акванавти).

Важливу роль в розвитку туризму відіграють великі судноплавні річки та великі озера, на берегах яких розташовані туристичні регіони. Рейн і Дунай, Хуансе і Янцзи, Інд і Ганг, Амазонка, Місісіпі з Міссурі, Великі озера Америки сформували особливі туристичні регіони, в яких водний туризм займатиме в майбутньому пріоритетне значення.

Нарешті, останню групу складають туристичні регіони, в яких головним ресурсом є потужні джерела цілющих мінеральних вод. Це район Кавказьких мінеральних вод, район Кутаїсі – (Цхалтуба, Боржомі), українське Закарпаття (Поляна, Синяк), чеські курорти (Карлови Вари, Маріанське – Лазнє), німецькі курорти Баден – Баден, – Вісбаден).

 **Ресурси рослинного і тваринного світу**. У майбутньому стратегічним потенціалом розвитку туризму будуть негусті прохідні ліси (сибірська тайга, джунглі Амазонії чи Південно-Східної Азії), природні заповідники та національні природні парки, в яких створена соціальна і транспортна інфраструктура. Як правило, на цих територіях, що знаходяться під обороною, окрім унікальних та ендемічних порід дерев (евкаліпт, хлібне дерево, секвоя, пальми) туристи знайомляться й із рідкісними видами ссавців та плазунів.

Більш привабливими для туристів є не джунглі, а савани з багатою фауною.

Стратегічними пріоритетами розвитку туризму, наприклад, в Індії буде катання туристів на слонах, різні шоу з крокодилами, або зміями, в Таїланді – петушині бої. В Іспанії – бій биків (Корида), в Об’єднаних Арабських Еміратах та Єгипті – катання туристів на верблюдах, в Аргентинській пампі (родео-приручення диких коней). Окремої уваги заслуговує Африка з її багатим і унікальним тваринним світом. Все більш популярними стають авто-сафарі по африканській саванні, де туристи спостерігають за левами, леопардами, антилопами, жирафами, бегемотами, крокодилами, фламінго, слонами, мавпами, папугами. Унікальність природи Австралії в тому, що лише тут турист може побачити сумчатих (кенгуру, мурахоїд, диявол).

Туристам, які живуть у зоні континентального клімату, дивним виявиться рослинність субтропіків та тропіків. Скрізь в цих регіонах він побачить екзотичні дерева: динне та хлібне дерева, бананові та бамбукові зарості, кокосові та фінікові пальми, прибережні мангрові ліси, баобаби саван, евкаліпти Австралії, чи секвої Америки.

Унікальність субтропічного і тропічного ландшафтів є стратегічним напрямом розвитку туризму регіонів розташованих, у цих природно-географічних зонах світу.

**6.3. Стратегічний історичний туристичний потенціал**

До стратегічного історичного потенціалу розвитку туризму регіонів світу ми відносимо численні пам’ятки історії, які поділяються за туристичним значенням, хронологією та історичними подіями.

1. До першої групи цих пам’яток слід віднести:
* археологічні пам’ятки, які експонуються в археологічних музеях, винайдені під час археологічних розкопок: артефакти (первісні знаряддя праці, керамічні побутові предмети тощо);
* розкопані руїни стародавніх міст і селищ. Вони будуть доповнюватися і зберігатися для майбутніх поколінь.
1. Другу групу становлять історичні пам’ятки, створені людьми, або збережені з минулого, які відображають певні історичні події, що відбулися в даній країні, чи регіоні.

Покажемо на прикладі Польщі чотири різних історичних пам’яток, в яких по-різному увічнилися певні періоди та події в історії країни. На захід від Варшави розташоване відновлене поселення давньослов’янського племені біскупів, яке називається Біскупське городище. Це дерев’яні хати обнесені високим частоколом із загострених стовпів, який був оточений глибоким ровом з водою.

Неподалік від городища створено меморіальний комплекс на місці Грюнвальдської битви у 1410р., в якій польське військо перемогло військо тевтонського ордену хрестоносців. Комплекс включає музей, обеліск рицарів, купу списів та викладену з каменів схему розташування військ перед боєм.

У Гданську на балтійському узбережжі відкрито пам’ятник героям Вестерплатте – польським прикордонникам , які перші захищали польську землю від вторгнення німецько – фашистських загарбників і всі загинули.

В Освенцимі створено меморіальний комплекс на місці фашистського концтабору, в якому мільйони людей загинули.

1. Пам’ятники видатним історичним та політичним діячам (королям, царям, генералам).

**6.4. Стратегічний архітектурний туристичний потенціал**

 До складу стратегічного архітектурного туристичного потенціалу ми відносимо 5 груп пам’яток:

1. Пам’ятки оборонної та палацової архітектури. В Європі найбільш відомі три регіони з такими пам’ятками: замки Чехії, замки Луари та замки Баварії. Найбільш величні і красиві замки Баварії, серед яких перлиною є замок Нойшванштайн ( в перекладі «Нова лебедина скеля»), збудований баварським королем Людвигом ІІ.

 Серед палаців чудову архітектуру мають Букінгемський палац у Лондоні, Луврський палац у Парижі, Зимовий палац у Санкт-Петербурзі, палац Бельведер у Відні.

1. Пам’ятки театральної архітектури. Шедеврами архітектури є будинки оперних театрів (Одеський оперний, оперні театри у Мілані, Парижі (grand opera), оригінальної архітектури у стилі модерн сіднейська опера).
2. Пам’ятки спортивної архітектури. Великий спорт увійшов у сучасне суспільство як невід’ємна складова його життєдіяльності. Для його розвитку створена потужна матеріальна база. У місцях проведення літніх та зимових олімпійських ігор створені олімпійські містечка у стилі модерн, чемпіонатів світу та Європи з футболу – стадіони, що вражають архітектурною структурою їх «Донбас – арена» в Донецьку.
3. Пам’ятки народної архітектури та побуту зосереджені у спеціальних музеях, створених у багатьох країнах Європи, Азії, Африки і Америки.
4. Пам’ятки культової архітектури пов’язані з географією світових та національних релігій. Найбільш поширені у світі пам’ятки християнства, представленого двома гілками – православне і католицьке, а також греко – католицьке. Серед православних і греко – католицьких храмів (собори, церкви, лаври, монастирі) є шедеври культової архітектури.

Це Михайлівський собор і Андріївська церква у Києві, Собор у Кельні, собор св. Петра у Ватикані.

Мусульманські мечеті в арабських країнах, буддійські пагоди і ступи в Азії, іудаїстські – синагоги, індуїстські – храми.

Всі ці пам’ятки культової архітектури становлять невід’ємну частину стратегічного туристичного потенціалу світу.

**6.5. Стратегічний культурний туристичний потенціал**

До стратегічного культурного потенціалу розвитку туризму регіонів світу ми відносимо:

1. Меморіальні будинки – музеї, в яких народилися і жили видатні національні діячі літератури, культури та мистецтва. В Іспанії, поблизу Барселони в с. Фігейрос створено театр-музей видатного художника, засновника сюрреалізму Сальвадора Далі на його малій батьківщині. У Бонні – будинок – музей видатного композитора Л. Бетховена. У Зальцбургу – будинок – музей композитора В. Моцарта.
2. Пам’ятники видатних діячів літератури, культури і мистецтва. Так, пам’ятник композитора Ф.Шопена є у Варшаві, Х. Колумба - у Генуї, Барселоні та Мадриді, Х. Анедрсен – у Копенгагені.
3. Пам’ятники героїв літературних творів. Так, у Мадриді – пам’ятник Дон Кіхота і Санчо Панса, у Києві – Паніковського, Проні Прокопівні та Голохвастова, у Миргороді – Івана Івановича та Івана Никифоровича, у Старобільську – Остапа Бендера.
4. Пам’ятники богів, апостолів, священників. Так, в В Афінах – пам’ятник богині Афіни, у Ватикані – апостола Петра, у Львові – папи Павла ІІ.

**Контрольні запитання**

1. Сутність та класифікація стратегічного туристичного потенціалу.
2. Стратегічний природно – ресурсний туристичний потенціал.
3. Стратегічний історичний туристичний потенціал.
4. Стратегічний архітектурний туристичний потенціал.
5. Стратегічний культурний туристичний потенціал.

**Розділ 7. Стратегія розвитку світового туризму та становлення світового ринку туристичних послуг**

**7.1. Стратегічні пріоритети розвитку світового туризму**

 Розробка стратегії розвитку світового туризму має здійснюватися у декілька етапів.

 **На першому етапі** визначається мета та завдання розвитку туризму на довгострокову перспективу.

 Метою розвитку світового туризму є забезпечення потреб населення в туристичних послугах та збільшення прибутків від туристичної діяльності. Для досягнення цієї мети необхідно вирішити такі завдання:

1. Збільшення природно-ресурсного туристичного потенціалу на основі повного і раціонального використання наявних та освоєння нових природних туристичних ресурсів.
2. Зміцнення історико-культурного туристичного потенціалу на основі відбудови та реставрації старих та спорудження нових пам’ятників та пам’ятних місць.
3. Розширення мережі та збільшення потужностей туристичних підприємств та комплексів.
4. Зміцнення туристичної та соціальної інфраструктури, підвищення якості туристичних послуг.
5. Підвищення комфортності туристичних об’єктів та привабливості туристичних міст, селищ та сіл.
6. Забезпечення прискореного розвитку розважально-відпочинкового сегменту туризму в залежності від природних та науково-технічних умов розвитку регіонів.
7. Здійснення комплексного розвитку туристичних регіонів на основі розширення видів туризму та їх взаємопов’язаного розвитку.

 **Другий етап** розробки стратегії розвитку світового туризму полягає у визначенні стратегічних орієнтирів розвитку на довгострокову перспективу.

 Для цього перш за все необхідно орієнтуватися на головні принципи, викладені у «Глобальному етичному кодексі туризму», затвердженому у 1999 році на Генеральній асамблеї ВТО у м. Сант-Яго (Чилі). Дотримання цих принципів дасть можливість сформулювати стратегічні пріоритети розвитку світового туризму.

 Для визначення стратегічних орієнтирів не менш важливо розробити прогноз у розрізі найважливіших показників розвитку туризму. Першим та найважливішим є показник загальної кількості туристів, які подорожували за рік. В статистиці прийнято рахувати лише кількість туристів, які в’їжджають в країну, розуміючи, що всі вони повертаються додому (так званий в’їзний туризм).

 При розробці стратегії розвитку світового туризму на далеку перспективу нас буде цікавити прогноз кількості туристів на перспективу до 2050року. Через відсутність офіційного прогнозу спробуємо самі зробити його спрощеними методами. При цьому скористаємося офіційним прогнозом на 2020-й рік. Але спочатку проаналізуємо динаміку світового туризму в минулому і виявимо деякі закономірності та тенденції.

 За даними міжнародної статистики, у 1950р. у світі було лише 25 млн. іноземних туристів, у 1972р. їх кількість досягла 168 млн. або збільшилась у 6,5 рази. У наступні 30 років темпи зростання туристичного потоку наполовину зменшилися. У 2000р. кількість туристів досягла уже 632млн. осіб, що у 3,7 рази більше, ніж у 1970р.

 Для аналізу сучасного стану туристичного процесу в світі за базовий нами взято 2010-й рік. У цьому році кількість туристів у світі досягла 1 млрд. 46 млн. осіб, що на 65% більше, ніж у 2000-му році. Як бачимо, головною тенденцією динаміки світового туризму у ретроспективі було зменшення темпів зростання кількості туристів.

 Скористаємося офіційним прогнозом, згідно якого у 2020р. очікується у світі 1,6 млрд. туристів, що на 53% більше, ніж у 2010році. Зберігаючи такі тенденції зменшення темпів, ми розрахували прогноз кількості туристів у світі на кінець 2050-го року у 4,6млрд. осіб, що у 4,4 рази більше порівняно з 2010 року.

 Через те, що наше завдання визначити стратегію розвитку світового туризму у розрізі регіонів зазначений прогноз світового туризму необхідно розподілити по макрорегіонах, або частинах світу. Ми розробили такий прогноз і спробуємо його проаналізувати (табл.1).

Таблиця 1.

Географія світового туризму

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Частини світу (макрорегіони)** | **2000** | **2016** | **2020** | **2050** | **Динаміка кількості туристів, %** |
| **млн., осіб** | **%** | **млн., осіб** | **%** | **млн., осіб** | **%** | **млн., осіб** | **%** | **2020 р. до 2000 р.** | **2050 р. до 2020 р.** |
| Європа | 366 | 56,1 | 608 | 49,9 | 717 | 44,9 | 1932 | 42,0 | 196 | 269 |
| Азія | 129 | 19,8 | 344 | 28,3 | 526 | 32,9 | 1748 | 38,0 | 407 | 332 |
| Африка | 25 | 3,8 | 63 | 5,2 | 69 | 4,3 | 230 | 5,0 | 276 | 333 |
| Америка | 130 | 19,9 | 199 | 16,3 | 280 | 17,6 | 685 | 14,9 | 215 | 244 |
| Австралія та Океанія | 3 | 0,4 | 4 | 0,3 | 4 | 0,3 | 5 | 0,1 | 133 | 125 |
| Весь світ | 653 | 100 | 1218 | 100 | 1596 | 100 | 4600 | 100 | 244 | 288 |

 Як видно з таблиці 1., у 2000 році більше половини туристів (56%) припадало на Європу, а у 2020 р. частка її зменшилась до 45%. Питома вага Азії та Америки була майже однаковою по 20%, але тенденції були різні. Через це у 2020р. питома вага Азії підвищилась до 32%, а Америки – знизилась до 17,6%. Причини цих змін полягають у змінах туристичної привабливості цих частин світу. Для європейців сучасна Америка вже не є такою привабливою як у ХІХ та ХХ століттях. Значно підвищилася привабливість Азії та Африки через екзотичність їх природи, унікальність історії та культури, загадковість звичаїв та обрядів.

 Ці тенденції ми враховували при розробці прогнозу розвитку туризму по частинах світу. За цим прогнозом, у 2050 р. найбільше туристів припаде на Європу (1,9млрд.осіб), хоча питома вага її істотно зменшиться до 42%. На друге місце вийде Азія (1,7млрд. осіб), питома вага якої суттєво підвищиться до 38%. Третє місце залишиться за Америкою (0,7млрд. осіб), хоча питома вага її помітно знизиться до 15%. Перед останнє місце як зараз, так і в перспективі буде займати Африка, питома вага якої хоч і підвищиться, але буде дуже низькою (5%). Останнє місце займатиме Австралія та Океанія, питома вага яких знизиться з 0,4% у 2000 р. до 0,1% - у 2050 р.

 Підтвердженням висновку, що в перспективі найбільш привабливими для туризму будуть Азія та Африка, свідчать дані табл.1. В перспективі до 2050р. найбільше збільшення кількості туристів порівняно з 2020 р. очікується в Азії та Африці (у 3,3 рази), а найменше в Європі (у 2,7рази) та Америці (у 2,4 рази).

 Для регіонального розвитку туризму немало важливе значення має аналіз розподілу туристів по головних країнах світу – лідерах туризму. За даними 2019 року, до таких лідерів віднесено п’ять країн, з них три європейські, одна азійська і одна американська. Перше місце за кількістю в’їзних туристів зайняла Франція, друге – Іспанія, третє –США, четверте – Китай і п’яте –. Італія.

 Згідно офіційного прогнозу, у 2020 році перше місце займе Китай, друге – США, і третє – Франція. Як бачимо, очікується значне збільшення туристичних потоків у загадковий Китай та екзотичну Францію. Лідерами туризму в перспективі будуть Іспанія, Франція, Італія, Велика Британія, США, Мексика, Таїланд, Китай, Японія та Малайзія. Всього 10 туристичних країн, які будуть приймати найбільшу кількість міжнародних туристів.

 Найбільша кількість туристів відправлятиметься із економічно високорозвинених країн. До першої п’ятірки країн, з яких відправляються туристи, належать Німеччина, США, Японія, Велика Британія та Франція.

7.2.Стратегія розвитку різних видів світового туризму

 **Третій етап** розробки стратегії розвитку світового туризму полягає у визначенні стратегічних напрямів розвитку кожного виду туризму. Нами виділено 20 поширених у світі видів туризму, але для розробки стратегій ми об’єднали їх у 5 груп.

 У 1999р. на конференції ВТО в Ліссабоні «Туризм – 2020» було проголошено 5 перспективних напрямів розвитку світового туризму:

1. Пригодницький, або екстремальний туризм. У світі зараз плаває у Світовому океані 25 туристичних підводних човнів. У перспективі їх кількість збільшиться. Почато виробництво батискафів та човнів з прозорим корпусом для огляду підводних глибин. В перспективі будуть організовані туристичні подорожі в Антарктиду та польоти на космічних кораблях в космос.
2. Круїзний туризм одержить подальший розвиток в перспективі. Круїзи будуть здійснюватися як по великих річках, так і по морях та океанах. Зараз розроблено проект величезного туристичного 8- палубного корабля для океанських та морських мандрівок, що міститиме 6 тис.осіб.
3. Екологічний туризм розвивається швидкими темпами. Його розвиток в перспективі буде пов’язаний з необхідністю захисту, охорони і збереження навколишнього середовища.
4. Культурно – пізнавальний туризм – це один із традиційних видів туризму, який активно розвивався у минулому і ще активніше буде розвиватися у майбутньому.
5. Тематичний туризм, під яким розуміють спеціалізований для різних категорій населення (дітей, молоді, осіб похилого віку, вчених, вчителів, лікарів).

Цими видами не обмежується розвиток світового туризму в перспективі. Існує багато інших видів туризму, які мають перспективне значення. Стратегія їх розвитку залежить від особливостей кожного з них:

1. Діловий туризм одержав значний розвиток у світі. Щороку у світі здійснюється понад 100млн. бізнес – поїздок. В їх структурі переважають відрядження бізнесменів, поїздки на виставки та ярмарки. Найбільша частина ділових поїздок здійснюється в Європу, зокрема в Німеччину, Бельгію, Францію та Великобританію. Стрімко розвивається діловий туризм в Америці, особливо у США, Канаді та Мексиці.

Найбільш динамічним сегментом ділового туризму є конгресово – виставковий туризм. В Ганновере проводяться всесвітні промислові виставки «Експо -2017», Дюсельдорфі – виставки – ярмарки світової моди чоловічого та жіночого одягу, у Лондоні та Парижі міжнародні авіасалони, у Мілані – міжнародна туристична біржа.

 Ці напрями ділового туризму одержать значний розвиток в перспективі.

1. Лікувально – оздоровчий туризм. У 1999р. на Міжнародному конгресі з лікувально-оздоровчого туризму в Іспанії підкреслювалася важливість розвитку цього виду туризму в перспективі. У зв’язку із збільшенням рівня захворюваності населення світу та значними природними лікувальними ресурсами в перспективі очікується значне розширення мережі курортів, де лікувальні підприємства поєднуються з туристичними і на їх базі формуються територіальні рекреаційно-туристичні комплекси (ТРТК). В цих комплексах курортне лікування поєднується з реабілітацією засобами туризму.
2. Відпочинково-розважальний туризм має значні перспективи розвитку. В сучасний період у зв’язку із зростанням рівня життя населення в економічно високорозвинених країнах та нових індустріальних країнах все більше туристів приїздить в екзотичні країни з метою відпочинку та розваг. Як показав аналіз географії цього виду туризму, переважають меридіональні поїздки. Так, мексиканці північних європейських країн надають перевагу туристичним поїздкам на відпочинок у субтропічні та тропічні країни і регіони світу, на береги та острови теплих південних морів та океанів. Мексиканці Канади та США люблять відпочивати на Багамських островах, Великих та Малих Антильських островах.
3. Спортивний туризм розвиватиметься в перспективі високими темпами. Він включатиме поїздки на спортивні літні та зимові олімпіади, чемпіонати світу з різних видів спорту (футболу, хокею), водний туризм, гірсько - лижний туризм, спелеотуризм, альпінізм тощо.
4. Науковий туризм
5. Релігійний туризм включає паломництво – поїздки вірян для поклоніння релігійним святиням. Вчені виділили 11 макрорайонів паломництва.
6. Сільський туризм

7.3.Стратегія становлення світового ринку туристичних послуг

 Ринок туристичних послуг – це система економічних відносин між виробниками та споживачами туристичного продукту на туристичному ринку.

 Світовий туристичний ринок – система економічних відносин між споживачами та виробниками туристичного продукту різних країн на основі міжнародних цін.

 Виділяють 3 типи світового туристичного ринку:

а) ринок основних туристичних послуг;

б) ринок додаткових туристичних послуг;

в) ринок супутних туристичних послуг.

 В стратегії розвитку світового ринку туристичних послуг має бути визначено пріоритетні напрями розвитку кожного типу послуг.

Головним стратегічним пріоритетом розвитку та інтеграції регіональних туристичних ринків стане формування на їх базі єдиного світового ринку туристичних послуг. Це процес складний тривалий і об’єктивний. Він проходить 3 етапи свого становлення:

**Перший етап** полягає в класифікації світового ринку туристичних послуг, яка дає уявлення про його географічну структуру. Світовий туристичний ринок поділяється на три групи за такими ознаками: регіональна приналежність, рівень економічного розвитку та місце країни на світовому туристичному ринку. За регіональною приналежністю слід виділити 6 типів туристичного ринку за материками. За рівнем економічного розвитку виділено 5 типів ринку: розвинених країн, країн з перехідною економікою, нових індустріальних країн, країн, що розвиваються та найменш розвинутих країн. Матеріально-технічні та фінансові можливості розвитку регіональних ринків туристичних послуг значною мірою залежать від рівня економічного розвитку країн. За третьою ознакою виділено дві групи туристичного ринку:

* туристичний ринок приймаючих країн;
* туристичний ринок країн, що генерують туристичні потоки.

Як бачимо, географічна структура світового туристичного ринку досить складна. Стратегію розвитку світового ринку туристичних послуг потрібно розробляти у зазначених трьох аспектах.

**Другий етап** розробки стратегії світового туристичного ринку полягає у його сегментуванні та позиціонуванні.

Сегментування туристичного ринку – це поділ потенційного ринку на сегменти, тобто виділення окремих груп споживачів у межах загального ринку, які характеризуються однорідною ринковою поведінкою. Метою сегментування є забезпечення адресності туристичного продукту, оскільки він не може відповідати запитам всіх споживачів. Виділяють такі сегменти туристичного ринку в залежності від віку, достатку та потреб споживачів: індивідуальний та груповий туризм, сімейний туризм, весільний туризм, туризм осіб третього віку (за 60років), елітарний туризм, SPA-туризм.

Позиціонування – визначення місця туристичної послуги певної фірми серед аналогічних послуг конкурентів, спрямоване на підвищення споживчого рейтингу туристичного підприємства, що забезпечує йому бажану позицію на туристичному ринку.

**Третій етап** визначення стратегії розвитку світового ринку туристичних послуг полягає у розробці перспективної моделі світового туристичного ринку. В цій моделі виділено три розділи: пропозиція, ринок та попит. В розділі «Пропозиція» виділено три групи підприємств відповідно до трьох типів світового туристичного ринку, які пов’язані з туристичною індустрією:

а) основні галузі туристичної індустрії;

б) додаткові галузі туристичної індустрії;

в) супутні галузі туристичної індустрії.

Другий розділ моделі включає три типи туристичного ринку світу:

а) ринок основних туристичних послуг;

б) ринок додаткових туристичних послуг;

в) ринок супутніх туристичних послуг.

Третій розділ «Попит» включає дві позиції:

а) подорожуючі:

- залежно від мотивації (відпочинок, ділова подорож);

- за зовнішніми ознаками ( індивідуальний туризм, вело туризм, автотуризм)

б) особи, які не подорожують.

Контрольні запитання

1. Стратегічні пріоритети розвитку світового туризму.
2. Стратегія розвитку різних видів туризму.
3. Стратегія становлення світового ринку туристичних послуг.

**Розділ 8. Стратегія регіонального розвитку світового туризму**

**8.1.Класифікація країн та регіонів світу**

 Для розробки стратегії регіонального розвитку світового туризму попередньо потрібно вирішити два важливих завдання:

1. Здійснити туристичне районування світу.
2. Розробити класифікацію країн та регіонів світу.

Вчені розробили декілька класифікацій країн та регіонів світу за різними ознаками:

а) за географічним положенням:

- прикордонні та внутрішні;

- тропічні (субтропічні) та екваторіальні;

- приморські (приокеанічні) та розташовані на суходолі;

- материкові та острівні (півострівні).

б) за природними умовами та ресурсами:

- рівнинні та гірські (передгірські, високо гірські);

- прирічні та приозерні;

- поліські, лісостепові та степові;

-пустельні та аридні.

в) за соціально-економічними ознаками:

- густозаселені та слабозаселені;

- поліетнічні та моноетнічні;

- високоурбанізовані та слабоурбанізовані;

- економічно високорозвинені та слаборозвинені з густою і рідкою транспортною мережею.

**8.2.Питання методики розробки регіональної стратегії розвитку світового туризму**

При розробці стратегії регіонального розвитку світового туризму необхідно дотримуватися методичних положень та рекомендацій, які викладені у логічній схемі послідовності розробки стратегії, розробленій Оксаною Пеньковою:

1. Діагностика туризму в регіоні, яка включає:

а) аналіз розвитку туризму в ретроспективі та виявлення головних тенденцій;

б) оцінка сучасного стану розвитку і структури туризму; при оцінці використовують різні методи (експертні оцінки, оцінки туристами, SWOT – аналіз (сильні та слабкі сторони, можливості та загрози);

в) виявлення актуальних проблем розвитку туризму.

1. Оцінка ресурсного потенціалу розвитку туризму регіону.
2. Оцінка впливу зовнішніх чинників (SWOT – аналіз).
3. Формування стратегічної мети, завдань та пріоритетів розвитку туризму .
4. Визначення стратегічних альтернатив (сценаріїв, варіантів) розвитку туризму ( оптимістичний та песимістичний).
5. Розробка стратегії розвитку туризму в регіоні на віддалену перспективу.
6. Моніторинг за ходом реалізації стратегії розвитку туризму регіону.
7. Розробка заходів з метою забезпечення виконання стратегії розвитку туризму регіону [14].

**8.3.Стратегія розвитку туризму єврорегіонів**

В процесі глобалізації у 2-й половині ХХ ст. одержало значний розвиток у світі транскордонне співробітництво. Найбільше пощирення воно має в Європі. Транскордонне співробітництво здійснюється між сусідніми країнами у межах їх прикордонних регіонів. Правовою основою його реалізації стали: «Європейська конвенція про транскордонне співробітництво» (1980р.) та «Декларація про транскордонне співробітництво» прийнята Радою Європи.

 Транскордонне співробітництво на регіональному рівні здійснюється у різних напрямах: економічному, соціальному, екологічному, науковому, освітньому, культурному, транспортному, рекреаційно-туристичному.

 Транскордонне співробітництво в Європі здійснюється у різних формах, серед яких найбільш поширеною є формування єврорегіонів. У єврорегіонах розвиток різних видів соціально-економічної та туристичної діяльності узгоджується та координується між органами центральної та місцевої влади держав –членів єврорегіону. Активізація та регулювання розвитку кожного єврорегіону здійснюється шляхом підписання міжурядових угод, затвердження спільних проектів та програм, створення єдиного міждержавного органу управління розвитком єврорегіону.

 В Європі зараз функціонує 40 єврорегіонів, з них найбільше створено в Німеччині на її кордонах з сусідніми країнами (21). Як правило, єврорегіони створені 2-3 сусідніми країнами, але може бути й 5-6. Наприклад, до єврорегіону «Карпати» належать території 5 країн, а «Балтики» - 6 країн. Коли в євро регіон входить багато країн, то складно розробляти та узгоджувати стратегію та перспективи його розвитку.

 Україна на західному кордоні бере участь у розвитку трьох єврорегіонів:

* «Карпати», створений у 1993р. Україною, Польщею, Словаччиною, Угорщиною та Румунією;
* «Буг» - у 1995р. у складі Україна, Польща, Білорусь;
* «Нижній Дунай» - Україна, Румунія, Молдова.

У програмах розвитку цих єврорегіонів на перспективу певне місце відведене й розвитку туризму.

 Серед цих єврорегіонів найбільше туристичне значення має Карпатський. Тому розглянемо стратегічні пріоритети розвитку туризму цього єврорегіону:

* розробка і реалізація програми охорони навколишнього середовища та створення екологічної мережі;
* розробка і облаштування нових туристичних транскордонних маршрутів;
* туристичне освоєння нових гірських територій, багатих на природні та історико-культурні туристичні ресурси;
* розширення мережі рекреаційних та туристичних підприємств, підвищення їх комфортності та туристичної привабливості;
* розширення та модернізація транспортної, соціальної і туристичної інфраструктури та підвищення якості надання туристичних послуг;
* розробка та впровадження єдиної рекламно – інформаційної системи туристичного призначення.

**8.4.Стратегія розвитку туризму гірських регіонів**

При розробці стратегії розвитку туризму гірських регіонів світу необхідно виділити головні типи цих регіонів. В географії гори поділяють на старі, чи давні за часом виникнення, які переважно низькі, або середні за висотою, та молоді, високі. Прикладом низьких гір є Уральські та Скандинавські, середніх – Карпати, високих – Альпи, Кавказ, Гімалаї, Кордильєри, Анди. Стратегічні пріоритети розвитку туризму цих типів гірських регіонів будуть різними.

 У низько – та середньогірних регіонах у перспективі буде поширений пішохідний туризм, спортивний туризм (особливо гірськолижний), автотуризм.

В цих регіонах туристи оглядатимуть окремі скелі, печери (Кунгурська на Уралі), водоспади, гірські озера (Синевир в Карпатах)

 Стратегія розвитку туризму високогірних регіонів світу буде зорієнтована на відвідування вулканів (діючих та потухлих), на вершинах деяких з них лежать вічні сніги (Кіліманджаро, Фудзіяма), сходження на вершини гір (альпіністи обирають сходження на п’яти – восьмитисячники), відвідування льодовиків, що повільно сповзають в озера, моря, чи океани.

 Окрім природної складової до стратегічних пріоритетів розвитку туризму гірських регіонів слід додати історико-культурну. Зокрема в Альпійському регіоні туристи не лише любуються горами, а й спускаються в долини, де знайомляться з розташованими в них містами і селами.

 В Австрії у м. Зальцбург туристи відвідують щорічний музичний фестиваль, присвячений видатному композитору В.Моцарту, а також будинок-музей, в якому він народився.

 Не менш цікавою є подорож у гірський край-провінцію Тіроль, де селяни заспівають туристам унікальні тірольські пісні, покажуть неповторний народний одяг, побут, звичаї та обряди. В Швейцарії ознайомлять туристів із секретами виготовлення знаменитих швейцарських сирів.

 Для порівняння візьмемо Гімалайський високогірний туристичний район. Європейський турист буде вражений великою кількістю буддійських храмів і монастирів у Непалі, ознайомиться з життям і побутом гірських непальців, а також відвідає м. Лхасу – духовну столицю далай – лами – верховного правителя ламаїзму, який є очільником буддизму.

 Третій високогірний туристичний регіон – це південноамериканські Анди. Європейському туристу надзвичайно цікаво ознайомитися з життям і побутом індіанців, з їх піснями і танцями. Пріоритетним напрямом туризму в цьому регіоні було і буде відвідування місць, які збереглися від середньовічної цивілізації інків, які по тому часові мали високий рівень матеріального і духовного розвитку.

 В Перу туристи відвідують єдине місто інків, що збереглося це Мачу – Пікчу, розташоване північніше Куско в долині р. Урумбамба. У самому Куско – колишній столиці імперії інків можна оглянути руїни фортеці та палацу, собор і церкву.

 У Мексиці туристи відвідують місця, де процвітали цивілізації ацтеків та майя і збереглися дотепер унікальні піраміди, що зовсім не схожі з єгипетськими. Туристи відвідують місто ацтеків Теотіуакан, розташоване неподалік Мехіко, та місто майя Чичен - Іца, що знаходиться на півострові Юкатан.

 Цей вид туризму є одним із стратегічних пріоритетів для зазначених гірських туристичних регіонів.

**8.5.Стратегія розвитку туризму приморсько-приокеанських регіонів**

 Окрему групу становлять регіони світу, розташовані у субтропічному та тропічному поясі на узбережжі океанів та морів. Ця група досить різноманітна і в свою чергу поділяється на дві підгрупи:

а) регіони, розташовані на берегах океанів та морів у материковій частині країни;

б) приморські та приокеанські регіони, розташовані на півостровах.

 Прикладом першої підгрупи можна назвати Лазурний берег Франції та Італії у Лігурійській затоці, Приморські курорти Болгарії та Румунії, Адріатичне узбережжя Хорватії та Чорногорії, Чорноморське узбережжя Росії та Грузії, Середземноморське узбережжя Туреччини, Приатлантичне узбережжя Марокко, район Ріо-де-Жанейро-Сан-Паулу.

 У цій підгрупі рівень розвитку туризму досить високий. Тут досить широка і розвинена туристична інфраструктура. Не менш важливо те, що ці регіони забезпечують туристичні потреби переважно багатих та заможних міських мешканців. Особливістю цих регіонів є значний попит на високоякісні туристичні послуги, різноманітний відпочинок та розваги.

 Яскравим прикладом туристичного регіону цієї підгрупи є Лазурний берег, або Французька Рів’єра, де окрім екзотики природи багатих туристів приваблюють розкішні палаци, театри, музеї, ігровий будинок у Монте-Карло. Приваблюють туристів також подієві види туризму (щорічний міжнародний кінофестиваль у Каннах, міжнародне авторалі «Формула-І» теж у Каннах.

 Розробляючи стратегію розвитку туризму в регіонах першої підгрупи необхідно передбачити збереження та подальший розвиток зазначених видів туризму.

 Стратегію розвитку туризму регіонів другої підгрупи розглянемо на прикладі Піренейського, Апеннінського, Балканського, Малаккського півостровів та півострова Флоріда. На Піренейському півострові туризм розвинений на Середземноморському узбережжі, яке функціонально поділено на три рекреаційно - туристичних зони (Коста-Брава («скелястий берег»)), Коста-Дорадо (від Барселони до Валенсії) та Коста-Бланку). Кожна зона має певні відмінності природних умов, пам’яток історії, культури та архітектури. На Апенінському півострові туристичний регіон розташований на західному узбережжі і включає Рим-Ватикан-Неаполь. Тут велика кількість пам’яток культури та архітектури давньоримської та середньовічної цивілізацій. На Балканському півострові в Греції окрім гірської природи туристичну привабливість мають пам’ятки історії, культури та архітектури давньогрецької цивілізації (храми і пам’ятники богам, унікальні спортивні споруди). На Флоріді через її заболоченість туристичне значення має лише східне узбережжя ( курорт Майямі-Біч).

 При розробці стратегії розвитку туризму регіонів другої підгрупи пріоритетний розвиток одержать зазначені види туризму.

**8.6.Стратегія розвитку туризму острівних країн світу**

 Велика кількість острівних країн світу має розвинений туризм. Перспективи його розвитку будуть різні, що залежить від багатьох чинників. Перш за все, якщо острівна країна велика за територією, або має значні природні ресурси, то туризм в ній розвивається як додаткове джерело поповнення бюджету країни. У цих країнах туризм розвивається на одному – двох невеликих островах (Індонезія, Нова Зеландія, Ірландія).

 Інший напрям розвитку туризму в невеликих, особливо «карликових» острівних країнах. Тут потрібно враховувати також географічне положення цих країн, чи регіонів. Так, в Ісландії переважає екстремальний туризм, куди за полярне коло приїздять за екзотикою (полярне сяйво, білі ночі, високі вулкани з білосніжними шапками, катання на снігоходах, собачих упряжках, оленях, оглядини льодовиків).

 Зовсім іншу стратегію розвитку туризму мають невеликі острівні країни, розташовані в субтропічній, тропічній та екваторіальний природно-кліматичних зонах світу. В них розвиватимуться такі види туризму, як плавання, купання, загоряння, водно-спортивний туризм (дайвінг, серфінг), прогулянки по морю на яхтах, скутерах, катамаранах.

 Слід зазначити, що острови, розташовані в «зоні вічного літа», мають деякі відмінності природних умов і туризму. Ми виділяємо дві групи островів. До першої відносимо коралові рівнинні острови з чудовими білосніжними пляжами, де туризм обмежений морем і пляжами (Багамські острови, Сейшельські та Мальдівські острови). До другої групи ми відносимо острівні країни та регіони, розташовані на високих гірських островах, де туристи окрім морського відпочинку, відвідують потужні вулкани, водоспади, оглядають скелі, озера. В цих регіонах унікальний рослинний та тваринний світ. Це джунглі з багатою флорою. Фауна представлена мавпами, мангустами, велетенськими черепахами, це Канарські острови, Маврікій, Кіпр.

 Контрольні запитання

1. Класифікації країн та регіонів світу.
2. Питання методики розробки регіональної стратегії розвитку світового туризму.
3. Стратегія розвитку туризму євро регіонів.
4. Стратегія розвитку туризму гірських регіонів.
5. Стратегія розвитку туризму приморсько-приокеанських регіонів.
6. Стратегія розвитку туризму острівних країн світу.

**Післямова**

 Розглянуті у даному навчальному посібнику матеріали показують всю багатоплановість і складність цієї науки, яка включає науково-теоретичний та регіонально-прикладний блоки. Викладений у посібнику зміст кожного з блоків звичайно не слід вважати завершеним. В процесі подальшого доопрацювання посібника вони можуть бути поглиблені та розширені.

 Свої зауваження та пропозиції щодо покращення даного навчального посібника ви можете подавати до Університету «Україна».

Література

1. Борущак Мирослав. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних районів. Львів: ІРД,2006.
2. Борущак Мирослав. Формування стратегії розвитку курортно-туристичних регіонів Польщі. / Регіональна економіка, Львів, 2006,-№1.
3. Борущак Мирослав. Стратегія розвитку туристичних районів. Автореф. дис. д. е. н., Львів: ІРД,2008,-35с.
4. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления. М,1999,-496с.
5. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К.: «Альтерпресс», 2003,- 436 с.
6. Мікула Н. Єврорегіони: досвід та перспективи. Львів: ІРД, 2003,-222с
7. Нездоймінов С.Г. Туризм як фактор регіонального розвитку. Одеса: Астропринт, 2009,-304с.
8. Преображенский В.С., Веденин Ю.А. География и отдых. М.: Знание, 1971, 47 с.
9. Регіональний туризм: стратегія, ресурси, перспективи розвитку. Дніпро: ДНД, 2016,-321с.
10. Сердюк О.М., Зайцева В.М., Пономаренко В.І., Кукліна Т.С. Аналіз та оцінка потенціалу туристських територій. Запоріжжя, НТУ, 2013,-336с.
11. Стеченко Д.М., Безуглий І.В., Туло Н.П., Мархонос С.М. Управління регіональним розвитком туризму. К.: «Знання», 2012, - 455 с.
12. Стратегія розвитку туризму у ХХІ ст. у контексті сталого розвитку. Матер. між. наук-практ. конф. Львів, 2016.
13. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. К.: КНТЕУ,-462с.
14. Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку. Харків: ХНУ, 268с.
15. Туризм островов и островных государств. Донецк, 2008.