Лекція № 1

на тему: Етапи розвитку туризму

План

1. Початковий етап розвитку туризму
2. Етап становлення організованого туризму
3. Формування індустрії туризму
4. Етап масового туризму та глобалізації туристичної індустрії

Вступ

Туризм відноситься до виду діяльності людства, чия історія розпочинається задовго до виникнення цивілізованого суспільства. Кожна історична епоха володіла певними елементами діяльності людини, що в тій чи іншій мірі відносилися до категорії туризму.

Протягом усього періоду розвитку туристичної галузі чітко простежується зв’язок та вплив туризму на економічний розвиток багатьох держав. Туризм відігравав величезну роль в становленні та розвитку як локальних цивілізацій давнини, так і світової цивілізації в цілому. Особливе місце в історії мандрівництва займають морські подорожі, завдяки яким з’явилися нові землі. Їхнє відкриття поступово сформувало світовий економічний простір як єдину систему (економічну, культурну, соціальну тощо). Важко також переоцінити вплив та внесок релігій, окремих всесвітньо відомих релігійних постатей на формування духовного світогляду мільйонів людей (Будда, Конфуцій, Макі та ін.). Вивчення історії туризму особливого значення набуває для кожного, хто має намір пов’язати своє майбутнє з туристичним бізнесом, не лише з точки зору наукової цінності, а й тому, що уроки, взяті з минулого, можна застосувати в сучасних умовах.

В історії розвитку Світового туризму дослідники виокремлюють чотири етапи:

1) до початку ХІХ ст. – передісторія туризму;

2) ХІХ – поч. ХХ ст. – елітний туризм; зародження цивілізованих корпорацій із надання туристичних послуг;

3) початок ХХ ст. – до Другої Світової війни – становлення соціального туризму;

4) після Другої світової війни – сучасний етап – масовий туризм, формування туристичної індустрії як комплексу послуг для туризму.

Кожен з цих етапів має власні особливості розвитку та наслідки. Саме перший період, хронологічно найдавніший та найбільший, характеризується великою кількістю інформації у формі описів, трактатів, літописів, книг тощо. Пристрасне бажання подорожувати у людини було завжди. Мандрівництво та туризм є нероздільно пов’язаними поняттями, вони описують певний вид діяльності людини. Мандрівки є індивідуальними і груповими. Іноді мандрівництво стає способом життя. Існує народ, в якого «подорожі» стали способом життя – це цигани. Окремі племена Америки та Євразії до цього часу ведуть, переважно, кочовий спосіб життя: африканські та аравійські бедуїни, племена, що займаються оленярством на півночі Євразії, кочівники – скотарі в Монголії тощо.

Туризм – одне з важливих соціально-економічних явищ сучасності, підпорядковане впливу об’єднаних законів розвитку людського суспільства. Як вид людської діяльності та галузі економіки він активно розвивається і в перспективі його значення лише зростатиме.

Перший етап

Процес пізнання людиною оточуючого світу в значній мірі пов'язаний з мандрівками. З найдавніших часів безліч людей вирушали подорожувати з торгівельною, дипломатичною, військовою, релігійною та іншими місіями. Подорожі не лише сприяли розвитку торгівлі, але й розширювали пізнання людьми навколишнього світу. Все це зумовило подальший прогрес в розвитку цивілізаційного процесу людства.

Міграція для первісних людей була звичним явищем. Переселення вважалися вкрай необхідними. Кліматичні умови носили, як правило, досить протилежний характер: наступ льодовиків або міжльодовикові періоди обраховувалися десятками або сотнями тисяч років. Вони призводили до поступової зміни флори та фауни. Проте були і раптові катаклізми, наприклад, землетруси, що змушували людей покидати територію.В результаті розвитку суспільства, виникнення товарно-грошових відносин, розподілу праці та виокремлення осіб, що не були зайняті в суспільному виробництві та управлінні, з'явилися категорії людей, які постійно подорожували. Для першого етапу розвитку подорожей і туризму були характерні такі риси:

- Розвиток торгівлі, що, в свою чергу, сприяє соціально-економічному розвиткові суспільства і задоволенню потреб людини в пізнанні оточуючого світу, інших народів, налагодженню економічних, культурних та політичних відносин між ними. З історії ми знаємо, що багато купців були водночас і мореплавцями, і вченими (зрозуміло, в тогочасному розумінні цього слова). Серед них можна назвати відомого мореплавця, венеціанського купця ХШ ст. Марко Поло, який залишив нащадкам книгу спогадів, що правдиво змальовувала культуру та побут народів Сходу та довгий час була керівництвом для складення географічних карт.

- Розвиток різних релігій також сприяв розвиткові подорожей в різні епохи, особливо в епоху Середньовіччя. Виконання віруючими релігійних призначень, прочанство сприяли тому, що для прочан створювалися необхідні умови для проживання, харчування, транспортування та ознайомлення зі святинями (своєрідне екскурсійне обслуговування). Тобто це були ті ж самі послуги, якими забезпечувалися в подальшому туристи. Прикладом цього може бути Києво-Печерська лавра, яка мала для обслуговування прочан у ХУП ст. аптеку, бібліотеку церковних книг, трапезну та "гостинні будинки", своєрідні готелі. Також прочани були однією з найбільш захищених категорій подорожуючих, у питаннях збереження здоров'я та життя. Цьому сприяли сам статус прочанина та різні заходи, до яких вдавалися організатори прочанства (різні релігійні ордени та місії; наприклад, організацією прочанства займався Мальтійський орден).

- Розвиток культури і мистецтва. Природно, що з'явилася певна категорія подорожуючих з метою ознайомитися зі звичаями, культурою та визначними пам'ятками мистецтва, а також дещо інша категорія мандрівників: ті, що прагнуть отримати освіту в інших країнах, вивчити або вдосконалити іноземні мови.

- Пізнання людиною природи призводить до відкриття нових земель, місць з унікальним кліматом, цілющих якостей мінеральних джерел, які можуть поліпшувати здоров'я людини. Це сприяло розвиткові подорожей з метою оздоровлення.

- Збільшення частки вільного часу в суспільстві є також важливим чинником, який сприяв появі туризму. Адже вільний час надає людині не тільки можливість відновлення своєї життєвої сили, а й змогу раціонально і корисно використати свій вільний час для пізнання оточуючого світу, займатись улюбленою справою та виховувати дітей та молодь, використовуючи досвід і досягнення минулих поколінь.

Характер подорожей на першому етапі розвитку був здебільшого стихійним і вимушеним.

Види подорожей на цьому етапі можна класифікувати за засобами пересування: пішохідні мандрівки; з використанням яті них транспортних засобів; з використанням тварин.

За мотивами подорожі поділялися на пізнавальні, розважальні, оздоровчі, торгові, дослідницькі, прочанство, військові походи, морські експедиції.

Незважаючи на розвиток окремих напрямків туризму, розширення спектру цілей подорожей і навіть на проведення окремих заходів та будівництво спеціальних об'єктів для відпочинку, лікування, харчування, розваг для подорожуючих, туризм на початковому етапі не був організованим, масовим явищем, а також не мав комерційної спрямованості. Деякі комерційні заходи окремих осіб та організацій, які допомагали у здійсненні подорожей, були відособленими. Системною організацією таких заходів ніхто не займався. З XVIII ст. епізодично туризм існував, але не був окремою галуззю цілеспрямованої діяльності. Така ситуація у розвитку туризму спостерігалася майже в усіх розвинених країнах до другої половини XIX століття. Але незважаючи на те, що туризм на першому етапі розвитку не був окремою галуззю економіки та всеохоплюючим масовим явищем в суспільстві, доступним більшості, все ж таки він виконував властиві йому суспільні функції.

Другий етап

Одним із напрямів розвитку сфери послуг став туристичний бізнес. Початком другого етапу розвитку туризму можна вважати 1841 р. Саме тоді англієць Томас Кук організував першу комерційну туристичну подорож із Лейстера в Лафборо, в якій взяли участь 570 членів товариства тверезості. У 1847 р. він створив туристичне товариство, яке розповсюджувало білети (путівки) не тільки в Англії, а й за її межами. У 1363 р. Т. Кук організував велику подорож англійців у Швейцарію, а у 1868 р. — у Північну Америку.

Знайшовши нову перспективну ринкову нішу для застосування своїх сил, Т. Кук активно почав розвивати цей новий напрям бізнесу. Він зрозумів, що, об'єднавши перевезення пасажирів і розміщення їх у готелях, можна отримувати чималі прибутки. Він першим запропонував туристам комплекс послуг: транспорт, нічліг, побут і розваги, а також створив специфічний туристичний продукт — тур, уклавши угоди зі залізничниками і пароплавними компаніями, готелями та ресторанами на обслуговування туристів.

Британський політик Вільям Гладстон писав: "Містер Кук створив систему, яка вперше дала змогу цілим соціальним класам без особливих проблем подорожувати до інших країн і знайомитися з ними. Туристичні мандрівки посприяли тому, що люди почали ставитись до чужих країв не з погордою, а, навпаки, з повагою".

Слідом за Т. Куком ідею підхопили багато підприємців з найбільш індустріально розвинених європейських країн, де в 40—50-ті роки XIX ст. почали відкриватися перші туристичні бюро. Зростанню попиту на послуги туристичних фірм у другій половині XIX ст. сприяли такі фактори, як підвищення рівня життя окремих груп населення, розвиток транспорту і зв'язку, впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу, процеси укрупнення, машинізації виробництва, поглиблення спеціалізації і посилення монотонності праці, розвиток реклами і сервісного обслуговування.

До 1860 р. у США вже діяло близько 30 тис. миль залізниць, будівництво нових продовжувалося швидкими темпами. Тільки в 70-ті роки XIX ст. у США було збудовано близько 70 тис. миль залізничного полотна. Інтенсивний розвиток залізничного транспорту зумовлювався величезними територіями країни.

Однак і в невеликих за площею країнах цей вид транспорту розвивався не менш інтенсивно. Наприклад, в Англії довжина залізниць з 1845 р. до 1885 р. зросла більше ніж у 10 разів і становила близько ЗО тис. миль. Призначена спочатку лише для перевезення вантажів, залізниця все швидше почала освоювати і пасажирські перевезення. Уже до середини XIX ст. кожен англієць у середньому 4—5 разів на рік ставав її пасажиром. Залізничний транспорт інтенсивно розвивається у багатьох країнах Америки, Європи та деяких азійських країнах.

Ефективність роботи туристичних бюро суттєво зросла з розвитком реклами і засобів зв'язку. Дедалі більше людей одержують можливість ознайомлення з різними куточками світу: визначними пам'ятками, курортами, природними ландшафтами, історичними пам'ятниками, художніми галереями, наявним рівнем сервісу тощо. Це значно розширило можливості туристичної пропозиції.

Із розвитком міжнародних курортів у Німеччині, Швейцарії, Франції, Італії ці країни нарівні з Англією стають міжнародними центрами туризму в Європі.

Значну роль у розвитку туризму відіграли нові географічні відкриття, подорожі мореплавців, освоєння Американського, Африканського й Австралійського континентів.

Поштовхом до розвитку туристичних подорожей стала поява нового виду транспорту — автомобільного. Однак до Першої світової війни більшість туристів і мандрівників усе ж користувалися залізничним або морським транспортом.

Третій етап

Зростання туристичної активності перервала Перша світова війна. Лише після її закінчення розпочався новий етап у розвитку міжнародного туризму — етап індустріалізації.

Комерційна спрямованість діяльності туристичних фірм дає підстави вважати туризм галуззю бізнесу. Дослідження багатьох аспектів, пов'язаних із залученням та обслуговуванням туристів — від планування і підготовки маршрутів до будівництва спеціалізованих комплексів, від роботи з клієнтами до розвитку інфраструктури окремих регіонів, дозволяє віднести туризм до сучасної індустрії відпочинку, лікування, розваг, бізнесу.

Туристична індустрія — це система виробничих, транспортних, торговельних, сервісних підприємств і засобів розміщення, призначена для задоволення попиту на туристичні товари і послуги, підготовку кадрів та процес виробництва, реалізації і споживання туристичного продукту на основі використання природних багатств, матеріальних і духовних цінностей суспільства.

Сприяв розвитку туризму в 20—30-х роках XX ст. бурхливий розвиток нових видів транспорту — автомобільного та авіаційного.

Однак цей період характеризується і низкою чинників, які гальмували розвиток туризму, зокрема міжнародного. Це, насамперед, світова економічна криза 1929—1933 рр. Обсяг міжнародного туризму різко скоротився з початком Другої світової війни. Уся Європа лежала в руїнах, треба було відновлювати дороги, залізниці, електростанції, вокзали, готелі тощо.

Разом з тим, саме в цей період з'являються елементи масового туризму, який досяг свого розквіту в повоєнні десятиліття. Наприклад, у Швейцарії виникає фірма «Отельплан», яка в даний час є одним з найбільших виробників турпослуг в цій країні. В основі утворення фірми в 1935 р. лежали ідеї її творця Р. Дуттвайлера про те, що втягнення «маленької людини» в туризм зробило б неоціненну допомогу готельного господарства. Масові дешеві турпоїздки стають основним продуктом фірми. Вже в першому фінансовому році фірма реалізувала більше 50 тисяч туристських путівок.

Четвертий етап

Четвертий етап називається етапом масового туризму. Саме в цей період туризм набуває масовий характер. З предмета розкоші він стає потребою для більшості населення індустріально розвинених країн. Формується індустрія відпочинку зі своїми інститутами, продуктом, виробничим циклом, методами організації і управління виробництвом.

В західноєвропейських країнах у цей період активно створюються туристські фірми, готелі, підприємства для атракціонів і розваг. Європейський туризм 50-х років був орієнтований переважно на американських туристів і був джерелом доларових надходжень. У 60-ті роки і до середини 70-х спостерігається швидке зростання як виїзного, так і в'їзного туризму, а також збільшення числа туристичних підприємств і обсяг їх виробництва.

Найважливішим показником завершення процесу формування масового туризму є інтенсивність туризму в тій чи іншій країні. Інтенсивність туризму показує, яка частина населення країни щорічно здійснює хоча б одну туристську поїздку і розраховується як процентне відношення до всього населення країни або до тієї його частини, яка старше 14 років. Коли інтенсивність туризму перевищує 50%, то можна говорити про сформованість масовому туризмі.

Після Другої світової війни в попиті і пропозиції на ринку туризму відбулися корінні зміни, які дають підставу говорити про те, що масовий конвеєрний туризм трансформувався в масовий диференційований туризм. І в першому, і в другому випадку мова йде про масовому туризмі, в якому беруть участь не тільки еліта, але й середній клас, а починаючи з 80-х років, - і населення з низьким рівнем доходів.

Конвеєрний туризм передбачає відносний примітивізм і однорідність потреб та мотивацій туристів і, відповідно, знеособлений конвеєрний характер вироблених послуг.

Диференційований туризм відрізняють різноманітність потреб і мотивацій туристів, множинність вузькоспеціалізованих сегментів в туристському попиті, різноманітність пропонованих послуг і яскраво виражена спеціалізація туристського пропозиції. Для диференційованого туризму характерний широкий асортимент послуг. Турфірма, як правило, пропонує певну кількість видів турпродукту, кожен з яких має безліч варіантів вибору. Перехід від конвеєрного до диференційованого туризму відбувався одночасно з переходом від ринку виробників до ринку споживачів.

Визначальним мотивом поведінки споживача туристських послуг в цей період був рекреаційний аспект туризму. Відпочинок розглядався як засіб відновлення фізичних сил з метою продовження праці. Розширення обсягів попиту на туристичному ринку супроводжувалося активним ростом підприємств туризму. Туристські послуги стандартизуються і пропонуються у вигляді комбінованих «пекідж-турів».

На рубежі 60 - 70 рр. формується суспільство споживання матеріальних благ, тобто споживання заради споживання. Ринок виробників змінюється ринком споживачів. Ускладнюється мотивація туристського попиту. Поряд з рекреаційним туризмом все більшого значення набувають освітній, комунікативний і інвестиційний аспекти туризму.

Внаслідок розширення обсягів туристського попиту і пропозиції в туристську галузь надходить капітал з інших галузей народного господарства. Особливу активність виявляють транспортні підприємства і торгові фірми. Таким чином, з другої половини 70-х років XX ст. можна говорити про розквіт конвеєрного туризму, який в даний час поступово трансформується в диференційований туризм.

Простеживши закономірності розвитку туризму, можна помітити, що чим вищий рівень добробуту і культури суспільства, тим більше його членів віддають перевагу туризму як засобу використання свого вільного часу.

Сьогодні від туризму певною мірою залежить економіка більш як 125 країн. Розвиток малих і середніх центрів обслуговування туристів є одним із факторів зменшення бідності, бо дає змогу створювати нові робочі місця та сприяє зростанню екологічної, культурної та соціальної освіченості.

Отже, розвитку туризму в світі сприяли політичні, економічні, технічні, культурологічні та соціальні фактори. Інтенсивний розвиток туризму спостерігається в країнах зі сприятливою внутрішньою і зовнішньою політикою, стійким економічним розвитком, високим рівнем культури, спільною підтримкою громадян.

**Питання для самоперевірки**

1.Назвіть основні терміни історії туризму?

2. Назвіть історичні етапи розвитку туризму?

3.Чинники які вплинули на розвиток туризму?

Література

 1.Устименко Л.М., Афенасьєв І.Ю. Історія туризму.-К.:

Альтерпрес, 2005.-320с..

2. М. Мальська, Н.Паньків, А.Ховалко, Історія розвитку туризму, Навч. посібник, 2011.

3.Макаренко С.М., Саак А.Є. Історія туризму