

*Тугеева Карина Маратовна
студентка 2 курса магистратуры
Факультет социально-культурных технологий
Санкт-Петербургский государственный институт культуры
Россия, г. Санкт-Петербург
e-mail: karina.tugeeva@yandex.ru*

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ. МОДЕЛЬ Р.БАТЛЕРА

***Аннотация:** В XXI веке туризм стал одним из приоритетов развития культурно-экономической сферы жизни большинства стран мира. Позиционирование, продвижение и управление туристской дестинацией является одной из главных задач, когда касается вопроса привлекательности того или иного региона с туристской точки зрения. В данной статье проведен анализ модели концепции жизненного цикла дестинации Р. Батлера, выявлены факторы, влияющие на эволюцию туристской дестинации с целью управления ее развитием.*

Ключевые слова: туристская дестинация, жизненный цикл, метод, модель Р. Батлера.

*Tugeeva Karina Maratovna
2nd year master student
faculty of social and cultural technologies
Saint Petersburg state Institute of culture
Russia, Saint Petersburg*

THE LIFE CYCLE OF A TOURIST DESTINATION. R. BUTLER's MODEL

***Abstract:** In the XXI century, tourism has become one of the priorities for the development of the cultural and economic sphere of life in most countries of the world. Positioning, promotion and management of a tourist destination is one of the main tasks when it comes to the attractiveness of a particular region from a tourist point of view. This article analyzes the model of the concept of the life cycle of the destination of R. Butler, and identifies factors that affect the evolution of a tourist destination in order to manage its development.*

Keyword: tourist destination, life cycle, method, model of R. Butler.

Туристской дестинации, как и любой системе в нашем мире, свойственно сохранение постоянного темпа экономического роста. Но, как и другая система,

она зависима от внешних политических, экономических, социальных факторов и компонентов (вооруженные конфликты, санкции, эпидемии, природные катаклизмы и др.), соответственно, ее динамика не стабильна. Однако стагнационные этапы не стоит выделять, как неизбежные провалы, это способ подстроиться под быстроразвивающуюся цивилизацию, оптимизировать свои технологии и управленческие решения для дальнейшего роста и желаемых результатов. И поэтому следует считать, что туристская дестинация живет 20-25 лет.

Уже во второй половине XX века в научной литературе прослеживались предпосылки для анализа динамических процессов дестинации.

Известный учёный С. Плог построил свою теорию о динамическом развитии дестинации. Он считал, что характер и типы человеческого поведения - важнейшие показатели в анализе востребованности той или иной территории. Первоначально, основными посетителями были самоуверенные, любознательные люди-аллоцентрики, затем, повышая тем самым уровень привлекательности дестинации, их вытесняют среднецентрики. Территория теряет туристскую привлекательность, начинается период стагнации. С появлением замкнутых людей, интровертов – психоцентриков можно считать, что дестинация прошла полный цикл и находится в завершающей стадии.

На сегодняшний день одной из самых распространённых моделей по анализу динамического развития дестинации, принято считать модель Батлера Р.

Она представляет собой кривую с 5 главными элементами своего цикла, а также три сценария развития при стагнации (рис. 1.)

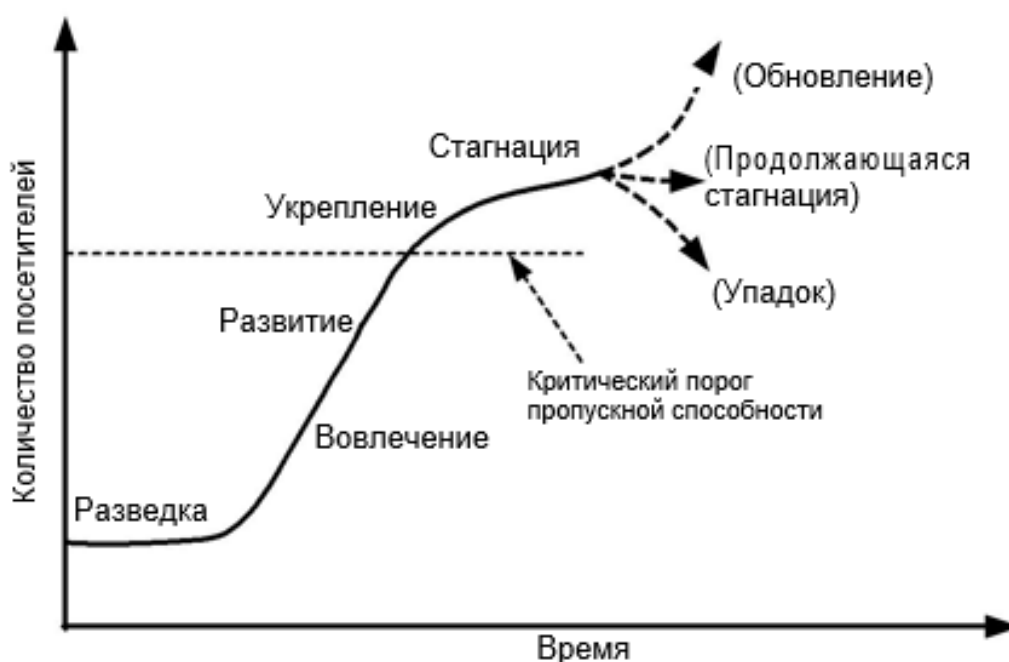


Рисунок 1. Модель Батлера Р.

Основным показателем динамики туристской дестинации от одного цикла к другому является процент прибывших туристов и соотношение жителей той дестинации к туристам.

Анализируя первый этап «Разведка» в модели кривой Батлера Р., отмечается невысокий коэффициент посещаемости среди туристов, люди (возможно, это жители соседних городов или деревень) остаются на территории данной дестинации в течение продолжительного времени, демонстрируя небольшой спрос на локальный турпродукт. Однако получается, что на данном этапе туристская индустрия практически не работает, нет никакого развития инфраструктуры, культурной и экономической сред дестинации.

На этапе «Вовлечение» уже видна небольшая положительная динамика коэффициента прибывших туристов, а также туристской индустрии, поскольку локальные жители начинают с ними сотрудничать (открываются сувенирные лавки, кафе и рестораны). Начинают формироваться экономические блага для региона и рынок туризма, хоть, конечно, он и незначителен, и туристы – жители соседних дестинаций.

Факторами развития данного этапа являются: локальные предприниматели, неформальная передача интересной информации об этом месте по средствам коммуникации с другими людьми, таргетированная реклама, веб-блоги в интернете или посты в социальных сетях, важное событие, о котором транслировали в СМИ: концерты, фестивали, визит важной персоны и т.д.

Рассматривая этап «Развитие», уже четко виден прогрессирующий рост за относительно короткое время туристского рынка, его компонентов. Ощутим приход новых субъектов туристической индустрии (крупные информационные системы бронирования и резервирования, туроператоры начинают более тесное сотрудничество с дестинацией), расширяется и район происхождения туристов (прибывают из других регионов, стран), создаются новые законо-правовые нормы.

Среди прочих изменений меняется и сама территория дестинации, появляются крупные порой иностранные инвесторы, все больше разыгрывают тендеров на облагораживание местности, постройку огромных развлекательных объектов, жилых комплексов и бизнес-центров, на рынок приходят крупные сети ресторанного бизнеса, отелей, магазинов. По мимо всего прочего, меняется и отношение со стороны местных, поскольку пришло понимание того, что туристы приносят доход, также все чаще наблюдается тенденция смены профессии, перехода людей-местных с производственных или агропромышленных отраслей в сферы услуг, туризма.

Одним из негативных факторов является постепенная унификация уникальности данной местности и дальнейшая стандартизация субъектов и объектов туристской системы, оглядываясь на примеры других развитых территорий или государств.

На этапе «Укрепление» очевидна глобальная интеграция отдельной туристской индустрии в «первую скрипку» дохода экономического сектора территории, то есть глобальную туристскую дестинацию. Происходит перегрев системы - дисбаланс в нагрузке многих сфер деятельности дестинации в периоды сезонности (ухудшается качество услуг и турпродукта, не справляются

субъекты-поставщики туристской системы –отели , рестораны и т.д.), появляются негативный настрой к туристам , поскольку их процент намного выше процента локальных жителей. И наступает тот момент , как говорил в своей теории С. Плог, когда общество все-таки разделяется на два типа людей : кто подстраивается под текущее положение в дестинации и кто мигрирует.

И наступает стадия «Стагнация», от результата и принятых мер которой зависит существование самой дестинации. Данный этап характерен жесткими мерами, унификацией дестнации, как глобальной ТД, оптимизацией и реструктуризацией своих бизнесов, всецело направленных на туристов, сокращение рабочих мест из-за туристского спада, а также отсутствием временных рамок самого этапа.

Финалом «стагнации» являются либо окончательный упадок, либо обновление.

При этапе «упадок» возможен крайне пессимистический вариант развития событий, когда самые крупные игроки-международные компании покинули рынок, а у крупных отелей, компаний наблюдается стремительное угасание и унификация , когда не только уровень дестинации, но и уровень дохода местных упал , начинается полный хаос.

Противоположным сценарием является этап «обновление», когда на этапе «стагнация», благодаря грамотной работе высших руководящих составов не только на уровне данной территории, но и отраслей, компаний, и даже на уровне простых граждан (исключая массовую миграцию), сферы деятельности подстраиваются под стремительное изменение новых условий, производя эффективную реструктуризацию и оптимизацию структур дестинации, придумывая конкурентоспособный новый или измененный турпродукт.

Проанализировав несколько важных теорий динамического развития туристской дестинации, хочется отметить их эффективность и актуальность и по сей день. Они являются устойчивым трамплином для новых научных теорий и моделей цикла ТД, поскольку после каждого поколения цикла у любых систем появляются новые аспекты, технологии и задачи.

Список литературы:

1. Александрова А.Ю. Сущность и особенности туристских кластеров // Рекреационное природопользование, туризм и устойчивое развитие регионов. Барнаул: Изд-во Алтайского гос. ун-та, 2007. 392,
2. Гончарова Н.А. Организации по менеджменту дестинаций (DMOs) как система управления туризмом на национальном, региональном и локальном уровнях: зарубежный опыт [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://uecs.ru/index.php?option=com_flexicontent&view=items&id=2569:-dmos- (дата обращения: 31.05.2020 г.)
3. Мансуров Т. Становление и развитие евразийской интеграции // Международная экономика. 2013. № 12. С. 87-92.