

**В.И. Кружалин, Н.С. Мироненко,  
Н.В. Зигерн-Корн, Н.В. Шабалина**

# **ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА**

Рекомендовано

Федеральным агентством по туризму  
в качестве **учебника** для обучения студентов вузов  
по направлениям подготовки  
«Сервис», «Туризм», «Гостиничное дело»

Рекомендовано

УМО учебных заведений Российской Федерации  
по образованию в области сервиса и туризма  
в качестве **учебника** для обучения студентов  
высших учебных заведений по направлениям подготовки  
«Сервис», «Туризм», «Гостиничное дело»

*Второе издание, переработанное и дополненное*

**МОСКВА  
2017**

УДК 379.85(075.8)  
ББК 65.43я73  
К84

*Издается в рамках Федеральной целевой программы  
«Развитие внутреннего и въездного туризма  
в Российской Федерации (2011–2018 гг.)»*

**Рецензенты:**

**П. Я. Бакланов**, директор Тихоокеанского института географии ДВО РАН, акад.,  
**Ю. А. Барзыкин**, председатель Комитета по предпринимательству в сфере туризма  
ТПП, вице-президент РСТ, канд. экон. наук,  
**А. И. Зырянов**, декан географического факультета, заведующий кафедрой туризма  
Пермского государственного национального исследовательского университета, д-р  
геогр. наук, проф.

**Кружалин, Виктор Иванович.**

**К84** География туризма : учебник / В.И. Кружалин, Н.С. Мироненко, Н.В. Зигерн-Корн, Н.В. Шабалина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2017. — 340 с.

**ISBN 978-5-4365-2250-0**

В учебнике изложены представления авторов о географии туризма, которая является самостоятельной научной и учебной дисциплиной, имеет свои объект, предмет, задачи и методы исследования, изучает пространственно-временную организацию деятельности людей в свободное время на основе формирования, функционирования и развития территориальных туристско-рекреационных систем. Приводятся теоретические основы научной и учебной дисциплины, современные методы исследования и факторы, определяющие пространственное развитие туризма. Даются характеристика и методы оценки туристско-рекреационного потенциала, анализируется формирование основных туристских потоков в мире и в России, оцениваются современные формы организации туризма, анализируются принципы и методы районообразования и районирования.

*Для студентов, обучающихся по направлениям «Туризм», «Сервис», «Гостиничное дело», «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм», «География», «Экология и природопользование», а также для преподавателей вузов, работников турбизнеса и турадминистраций.*

**УДК 379.85(075.8)  
ББК 65.43я73**

Кружалин Виктор Иванович  
Мироненко Николай Семенович  
Зигерн-Корн Наталия Всеволодовна  
Шабалина Наталия Владимировна

**ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА**

Изд. № 16900. Подписано в печать 09.12.2017.  
Формат 60×90/16. Гарнитура «PetersburgС». Печать офсетная.  
Усл. печ. л. 21,5. Уч.-изд. л. 18,0.

**ISBN 978-5-4365-2250-0**

© Кружалин В.И., Мироненко Н.С.,  
Зигерн-Корн Н.В., Шабалина Н.В., 2017  
© Федеральное агентство по туризму, 2017

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение</b> .....	5
<b>Глава 1. География туризма как научная дисциплина</b> .....	8
1.1. Объект, предмет и задачи географии туризма .....	8
1.2. География туризма и рекреационная география: соотношение понятий .....	20
1.3. Взаимодействие географии туризма с другими науками .....	22
1.4. Мировой и отечественный опыт развития географии туризма как научной дисциплины .....	25
Контрольные вопросы и задания .....	33
<b>Глава 2. Факторы, определяющие пространственные особенности развития туризма</b> .....	34
2.1. Генерирующие и лимитирующие факторы .....	34
2.2. Статические и динамические факторы .....	36
2.3. Природные факторы .....	38
2.4. Культурно-исторические факторы .....	47
2.5. Социально-экономические факторы .....	50
Контрольные задания .....	52
<b>Глава 3. Туристско-рекреационный потенциал территории и методы его оценки</b> .....	54
3.1. Туристско-рекреационные ресурсы и туристско-рекреационный потенциал .....	55
3.2. Понятие туристско-рекреационного потенциала территории .....	67
3.3. Процедура и методы оценки туристско-рекреационного потенциала территории .....	74
Контрольные вопросы и задания .....	92
<b>Глава 4. Современные методы исследования географии туризма</b> .....	93
4.1. Системный метод .....	93
4.2. Социологический метод .....	95
4.3. Оценочный метод .....	96
4.4. Метод типологии и классификации .....	103
4.5. Картографический метод и ГИС-технологии .....	106
Контрольные вопросы и задания .....	117
<b>Глава 5. География туристских потоков в мире</b> .....	119
5.1. Туристско-рекреационные потребности и мотивы в туристской деятельности .....	119
5.2. Методы учета туристских потоков .....	130
5.3. Географические закономерности формирования и распространения мировых туристских потоков .....	133
Контрольные вопросы и задания .....	140

<b>Глава 6. Туристско-рекреационное районообразование и районирование</b> .....	142
6.1. Факторы и этапы туристско-рекреационного районообразования ...	142
6.2. Исторические подходы к проведению туристско-рекреационного районирования .....	149
6.3. Принципы и методы районирования .....	153
6.4. Туристские макрорегионы мира .....	159
6.5. Туристско-рекреационные районы России .....	177
Контрольные вопросы и задания .....	199
<b>Глава 7. Развитие туризма в странах и регионах мира</b> .....	201
7.1. Характеристика туристских макрорегионов мира .....	201
7.2. Страны — лидеры на международном туристском рынке .....	219
7.3. Туризм в странах Европы .....	226
7.4. Регионы и центры туризма Америки .....	232
7.5. Международный туризм в странах Азии .....	235
7.6. Особенности развития туризма в Африке .....	241
7.7. Международный туризм в Австралии и Океании .....	243
Контрольные вопросы и задания .....	245
<b>Глава 8. Развитие туризма в Российской Федерации</b> .....	247
8.1. Россия на мировом туристском рынке .....	247
8.2. Основные туристско-рекреационные зоны и центры РФ .....	252
Контрольные вопросы и задания .....	267
<b>Глава 9. Современные формы пространственной организации туризма</b> .....	268
9.1. Туристские дестинации .....	269
9.2. Туристско-рекреационные кластеры: отечественный и зарубежный опыт .....	286
9.3. Особые экономические зоны туристско-рекреационного типа .....	306
9.4. Брендовые туристские маршруты .....	318
Контрольные вопросы и задания .....	329
<b>Заключение</b> .....	331
<b>Литература</b> .....	333

## **ВВЕДЕНИЕ**

Современный туризм — глобальное явление XXI века, являющееся не только формой отдыха и проведения досуга, но и одной из наиболее активных форм общения людей, освоения новых территорий и ключевым сектором экономики. Туризм характеризуется избирательностью пространств, зависящей от особенностей и свойств территории, так и от современных мотивов туристско-рекреационной деятельности. Современные потребности туристов лежат в основе формирования специализированных территориальных туристско-рекреационных систем, видоизменяющихся в пространстве и во времени.

География туризма — самостоятельная научная дисциплина, изучающая пространственно-временную организацию туризма, особенности формирования, функционирования и развития территориальных туристско-рекреационных систем. Современные тенденции в спросе на туристско-рекреационные услуги, характер их территориального проявления, новые формы организации отдыха и досуга, национальные и региональные особенности формирования и развития туристских рынков требуют от профессионалов туристского бизнеса углубленных географических знаний, как общего, так и специализированного характера, включающих в себя ресурсную базу и факторы формирования и развития территориальных туристско-рекреационных систем.

География туризма, как самостоятельная научная дисциплина, ставит перед собой цель — дать целостное представление о пространственных и временных закономерностях и тенденциях развития рекреации и туризма в странах и регионах мира, о территориальных туристско-рекреационных системах, условиях и факторах их формирования.

Содержание учебника «География туризма» предусматривает получение студентами профессиональных знаний по современной географии мирового туристского рынка, пространственной организации рекреации и туризма в странах и регионах мира, овладение навыками проектирования и управления новыми пространственно-организационными формами развития рекреации и туризма на национальном, региональном и локальном уровнях.

Подобные теоретические знания и практические навыки необходимы в научно-исследовательской, педагогической, в проектно-производственной деятельности выпускников. Они формируют такие предметные компетенции как: способность выявлять и оценивать туристско-рекреационный потенциал территорий; способность проводить мониторинговые исследования туристского рынка; способность к ориентации в организации

туристско-рекреационного пространства и ряд других компетенций формируемых в системе европейских образовательных программ предметной области «Туризм».

География туризма концентрирует внимание студентов на анализе международных туристских связей, выявлении зон притяжения туристов, причинах формирования специализированных территориальных туристско-рекреационных систем, факторах их эффективного развития. География туризма позволяет изучать туристско-рекреационный потенциал и ресурсы развития туризма отдельных стран и регионов, на базе которых развивается как международный, так и внутренний туризм, происходит формирование основных туристских потоков, анализируются международные, национальные и региональные особенности развития туризма.

Настоящий учебник предназначен для реализации учебной дисциплины «География туризма», которая является составной частью профессиональной подготовки кадров для сферы туризма широкого профиля. Программа курса рассчитана на студентов, обучающихся по направлению подготовки 100400 «Туризм». Дисциплина «География туризма» входит в базовую часть программы бакалавриата, в цикл общепрофессиональных дисциплин, рекомендована к изучению на 2 курсе. Курс нацелен на формирование основных знаний, навыков и умений, необходимых для выполнения должностных обязанностей, установленных моделью подготовки выпускников по направлению «Туризм» с учетом квалификационных требований (профессиональных стандартов) к основным должностям туристской индустрии. Этот учебник также можно использовать для подготовки кадров по направлению «География», «Экология и природопользование», «Сервис», «Гостиничное дело», «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм».

Авторы выражают искреннюю благодарность сотрудникам кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова: Е.В. Аигиной (соавтор глав 5, 7), Т.М. Вальковой (соавтор главы 9), Ю.Н. Голубчикову (соавтор главы 2), Н.И. Тульской (соавтор глав 4, 7), А.В. Сониной (соавтор параграфа 9.4), В.В. Вальковой, А.Г. Сарафановой (подготовка учебника к изданию).

В настоящей работе применены следующие термины с соответствующими определениями.

**География туризма** — научная дисциплина, изучающая пространственно-временную организацию туризма, особенности формирования, функционирования и развития территориальных туристско-рекреационных систем.

**Рекреационная география** — научная дисциплина, изучающая пространственно-временную организацию деятельности человека в свободное время, особенности формирования и функционирования территориальных рекреационных систем.

**Территориальная рекреационная система** — социальная геосистема, характеризующаяся функциональной и территориальной целостностью и представляющая собой совокупность взаимосвязанных подсистем (группа отдыхающих, культурные и природные комплексы, технические системы, обслуживающий персонал, орган управления).

**Туристская дестинация** — это территория, обладающая определенной привлекательностью для туристов, и удовлетворяющая следующим условиям: 1) наличие географических и административных границ; 2) наличие определенного набора туристско-рекреационных продуктов и услуг, 3) привлекательность ресурсов; 4) доступность (экономическая, транспортная и др.); 5) имидж и репутация, влияющие на ее конкурентоспособность на туристском рынке.

**Туристский поток** — пространственная, количественная и временная характеристика туристских прибытий.

**Туристско-рекреационные ресурсы** — природные, культурно-исторические, социально-экономические устойчивые в пространстве и во времени характеристики территории, способные удовлетворять потребности людей в туризме и отдыхе.

**Туристско-рекреационный потенциал территории** — совокупность туристско-рекреационных ресурсов, их территориальных сочетаний и условий реализации, способствующих удовлетворению туристско-рекреационных потребностей людей.

**Туристско-рекреационное пространство** — часть социо-культурного пространства, связанного с организацией туристско-рекреационной деятельности.

**Туристско-рекреационный район** — целостная часть туристско-рекреационного пространства, обладающая индивидуальными признаками привлекательности туристско-рекреационного потенциала, туристских продуктов и услуг для рекреантов, туристов и предпринимателей.

**Туристско-рекреационное районирование** — разделение (членение) территории на определенные территориальные единицы (таксоны), характеризующиеся внутренним единством туристско-рекреационных свойств и продуктов территории.

**Туристско-рекреационный кластер** — группа географически соседствующих и взаимодействующих на принципах государственно-частного партнерства компаний, научно-образовательных и общественных организаций, органов государственного управления, формирующих и реализующих туристские продукты и услуги на основе использования туристско-рекреационного потенциала территории.

**ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА КАК НАУЧНАЯ ДИСЦИПЛИНА**

Изучение географии туризма, как научной дисциплины предполагает определение ее объекта, предмета, целей и задач, формирование понятийного аппарата и обоснование причин и факторов выделения в самостоятельное учебно-научное направление. Анализируется соотношение понятий рекреационной географии и географии туризма, их трансформация на протяжении последних десятилетий в результате активного роста выездного туризма. За этот период более четко обозначилась востребованность в развитии географии туризма. Дается представление о взаимодействии географии туризма с другими науками и анализируется мировой и отечественный опыт ее развития.

**1.1. Объект, предмет и задачи географии туризма**

Туризм превратился в один из важнейших социально-экономических феноменов современности. Сформировалась глобальная сфера хозяйственной деятельности, включающая транснациональные корпорации, опирающиеся на определенное сочетание ресурсов, имеющие свои кадры, связи с другими отраслями и корпорациями, свою логистику и обладающая неоспоримой социально-экономической эффективностью. Современный туризм превратился в сложное многогранное явление, занимающее важное место в жизнеобеспечении деятельности человека.

Туризм превратился в один из важнейших социально-экономических феноменов современности. Сформировалась глобальная сфера хозяйственной деятельности, включающая транснациональные корпорации, опирающиеся на определенное сочетание ресурсов, имеющие свои кадры, связи с другими отраслями и корпорациями, свою логистику и обладающая неоспоримой социально-экономической эффективностью. Современный туризм превратился в сложное многогранное явление, занимающее важное место в жизнеобеспечении деятельности человека.

Процесс формирования географии туризма в бывшем СССР начался примерно с 1960-х гг. С этого времени происходило становление совершенно нового для отечественной географии научного движения, в центре внимания которого стояла деятельность людей в свободное время и соответствующая ей предметная и социально-психологическая среда.

Под влиянием процесса саморазвития и изменений в окружающей формируемую науку среде (социальную, экономическую и политическую) происходила эволюция ее содержания и уровня институализации. Существенное влияние на построение и методик зарождающейся дисциплины оказало широкое распространение в то время общенаучного системно-структурного подхода.

Период наиболее активной работы в данной области продолжался от возникновения движения с 1960-х гг. до середины 1980-х гг. Процесс шел настолько интенсивно, что можно говорить с определенной уверенностью о смене парадигм в понимании Т. Куна, когда наука во главу угла активно ставит нахождение новых фактов, связей между ними или теоретический поиск. Подчеркнем главное: в сущности науки **ресурсно-географический подход первых лет быстро сменился социально-географическим**, а позднее стали вестись поиски теоретических обоснований, связанных с экономическими, управленческими, гуманистическими и другими аспектами рекреации и туризма [Кун, 1977]. Ключевая идея тех времен заключалась в том, что причиной (основой) формирования, функционирования, эволюции рекреационных систем являются **рекреационные мотивации и потребности человека** и определяемые ими особенности поведения человека и его сообществ. Формирование потребностей рассматривалось как естественноисторический результат достигнутого уровня и качества жизни, уровня либерализации международных отношений и т.п., который необходимо с помощью социологии, специалистов маркетинга и других специалистов подвергать периодически всестороннему эмпирическому анализу, прежде всего в рамках социально-территориальных общностей различного таксономического уровня.

Достаточно стремительное развитие туристско-рекреационной деятельности и большая сложность проблем, связанных с этим глобальным явлением, потребовали привлечения представителей разных наук, в том числе и географов, для изучения туризма с целью получения фундаментальных знаний и выработки практических рекомендаций.

Организация туристско-рекреационной деятельности носит комплексный характер, так как в любой туристско-рекреационной системе подсистемами взаимодействия выступают: потоки туристов, природные комплексы, техническая инфраструктура, сфера обслуживания, производственная сфера, трудовые ресурсы, системы расселения и т.д. В ходе развертывания научных исследований все более отчетливо выявлялись проблемы рекреации и туризма и их «географичность», поскольку рекреационная деятельность дифференцирована территориально и органически связана со свойствами географической среды. Досуг, миграционная рекреация в самом широком смысле сопрягаются с обширными сферами жизнедеятельности общества — от социально-экономических отношений до сугубо личной

жизни человека. Изменения в теоретических, эмпирических исследованиях и реалиях в сфере рекреации и туризма в настоящее время обусловлены рядом общецивилизационных факторов: деидеологизацией и гуманизацией межгосударственных отношений, а, главное, — признанием приоритетов общечеловеческих интересов.

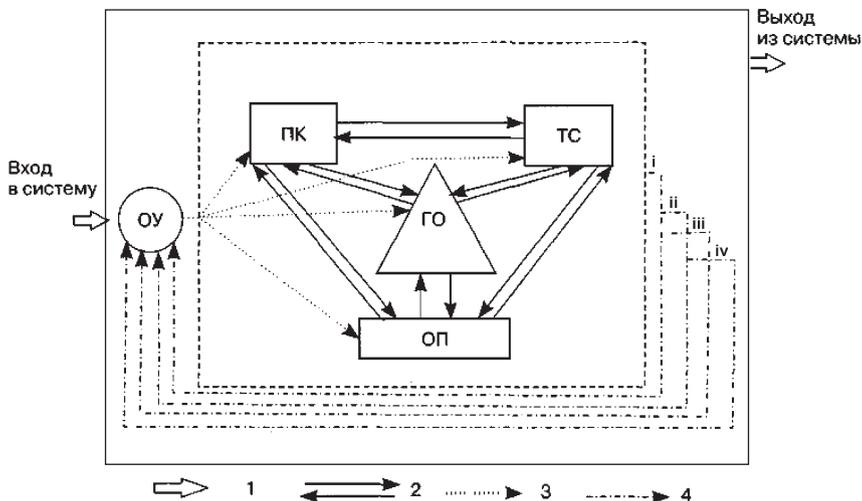
Широкий диапазон географических рекреационных проблем обусловил такое положение, при котором их изучение и накопление фактического материала развернулось одновременно в рамках таких дисциплин, как физическая, экономическая география, демографическая, медицинская география и страноведение, не говоря уже о сугубо общественных науках — социологии, социальной психологии, а также инженерно-архитектурных, в частности районно-планировочных дисциплин.

Междисциплинарные исследования рекреационных проблем в современных условиях интеграции научных знаний из тенденции в закономерность ускорили процесс выявления специфического объекта научного познания и формирования на его основе предметной сущности новой географической дисциплины — рекреационной географии и ее ведущей части — географии туризма, которая в настоящее время трансформировалась в самостоятельную научную и учебную дисциплину.

Первым крупным шагом на пути становления рекреационной географии и географии туризма явилось выдвинутое В. С. Преображенским **представление о рекреационной системе** как объективном и социальном по своей функциональной сущности образовании. В системе народного хозяйства эта система составляет одну из подсистем, выступающую как нечто целое, обладающее определенным набором общественно необходимых рекреационных функций. В этом плане рекреационная система выступает как равнозначная с системами материального производства (промышленная, аграрно-промышленная, транспортная) и системами непроизводственной сферы. Но в то же время научная общественность осознавала, что такой «равноправный» подход неестественен, так как здесь в центре стояли не «госплановые» императивы, а человек, для которого все это планирование, нормирование и «организация» замышлялись. Стала зарождаться подлинная социальная географическая дисциплина — одна из ветвей социальной географии.

**Предметом изучения рекреационной географии** стали территориальные рекреационные системы (рис. 1.1.1).

**Территориальная рекреационная система** — социальная географическая система, состоящая из взаимосвязанных подсистем: отдыхающих (рекреантов/туристов), природных и культурных комплексов, инженерных сооружений, обслуживающего персонала, органа управления. При этом она характеризуется как функциональной целостностью (состояние подсистем определяется социальной функцией системы в целом), так и территориальной.



**Рис. 1.1.1.** Схема рекреационной системы (Теоретические основы рекреационной географии, 1975; составил В.С. Преображенский, С. 23): ГО – группа отдыхающих, ПК – природные и культурные комплексы, ТС – технические сооружения (системы), ОП – группа обслуживающего персонала, ОУ – орган управления; 1 – внешние связи системы, 2 – связи между подсистемами, 3 – команды управления, 4 – информация о состоянии подсистем: I – об удовлетворенности отдыхающих, II – о степени сохранения соответствия природных комплексов требованиям отдыха, III – о степени сохранения полезных свойств и возможностей технических систем, IV – о состоянии обслуживающего персонала

**Подсистема «отдыхающие»/туристы** определяет требования к другим подсистемам в зависимости от социальных, возрастных, национальных, региональных и индивидуальных особенностей рекреантов (местных жителей) и туристов.

**Подсистема «природные и культурные комплексы»** выступает в качестве ресурсов и условий удовлетворения рекреационных потребностей. Природные и культурные комплексы обладают определенной комфортностью, емкостью, устойчивостью, разнообразием и т.д. Поскольку в конце 1970-х гг. под давлением быстро увеличивающихся туристских потоков и бурного развития (для того времени) пригородного отдыха в стране происходил переход от освоения лучших в рекреационном отношении к освоению менее благоприятных территорий, то менялось и понятие о рекреационных ресурсах. Если в 1960-х гг. оно безоговорочно приравнивалось практически к даровым природным рекреационным ресурсам, то уже в конце 1970-х гг. в их

трактовке стали учитываться не только естественные качества, но также условия их освоения, включая экономические. В наше время формируются рыночные оценки рекреационных земель с серьезными юридическими противоречиями и социальными конфликтами. В 1970-е гг. была сформулирована идея последовательности преобразования природных тел в ТРС в основные экономические фонды, что соответствовало тогда необходимости перехода от экстенсивного использования ресурсов к интенсивному, в частности к их конструированию в природно-технические геосистемы. Это был очень прогрессивный процесс в мышлении относительно общественной ценности туристско-рекреационных ресурсов. Во многих западных странах учеными также было осознано, что эти ресурсы должны быть общенациональными.

**Подсистема «инженерные сооружения»** обеспечивает, с одной стороны, обычную жизнедеятельность отдыхающих и обслуживающего персонала, а с другой удовлетворение специфических рекреационных потребностей отдыхающих. Характеризуются они с помощью показателей емкости, комфортности, надежности, инженерно-строительных и эксплуатационных характеристик (норм, отражающих технологию их создания и эксплуатации). К материально-технической базе туризма относятся: туристские фирмы (туроператоры и турагенты), гостиницы, туристские базы, предприятия питания и торговли, автотранспортные предприятия, пункты проката туристского снаряжения и инвентаря, бюро реализации туристских путевок, контрольно-спасательные службы (посты), туристские клубы, станции и т.п. В рыночных условиях существенную роль играют виды собственности хозяйствующих субъектов.

Функции **подсистемы «обслуживающий персонал»** направлены преимущественно на обслуживание туристов. Сегодня для России — это практически главный вопрос развития отрасли: знание маркетинга, менеджмента, иностранных языков и т.д.

**Орган управления** следит за оптимальными соотношениями между всеми подсистемами, для чего он должен получать, информацию о свойствах и емкости подсистем, о наличии материальных и финансовых резервов. Обязательным условием устойчивого действия рекреационной системы является реализация прогнозирования, оптимально налаженного маркетинга и менеджмента. Как видно, эта подсистема неразрывна с подсистемой «обслуживающий персонал».

Ключевая идея возникающей в 1960-е гг. науки заключалась в том, что основой формирования, функционирования и эволюции рекреационных систем являются мотивы рекреационной деятельности (это ясно даже с точки зрения здравого смысла)<sup>1</sup> и определяемые ими (в общих, разумеется,

---

<sup>1</sup> «Мотивацию можно определить как некую силу, которая толкает человека добиваться определенных целей в связи с существующими у него потребностями» [Голд, 1990, с.45].

чертах) потребности человека в использовании свободного времени человека. Формирование рекреационных потребностей и реализующих их рекреационных занятий рассматривалось как естественноисторический процесс, подлежащий всестороннему теоретическому осмыслению и практически отсутствующих эмпирических исследований. Таким образом, интерес к поведению человека в процессе досуга означал обретение новой парадигмы для географии в целом.

**Антропоцентрическая модель** перестроила рекреационно-оценочное направление, т.е. критериальный аппарат самих оценок. Крупным шагом, определившим подходы и методы оценок, стала работа Л.И. Мухиной [Мухина, 1973]. Оценки более или менее удачно строились на объективных знаниях требований человека (его организма, психологии, уровня воспитания, социальной принадлежности и т.п.) к свойствам компонентов природной среды, ландшафтов, а позже — и культурно-исторических объектов. Стали учитываться физиологическая комфортность природной среды (в отечественной курортологии накопилась огромная база исследований по этой проблеме), социально-психологическая привлекательность ландшафтов и культурно-исторических мест и объектов.

Постепенно на базе модели ТРС стали проводиться конкретные территориальные исследования таких важных для практики свойств рекреационных систем, как технологичность, экологичность, экономическая целесообразность вовлечения тех или иных ресурсов в использование и т.д. В таблице 1.1.1 систематизированы указанные свойства.

В 1980-е гг. содержание объекта и предмета рекреационной географии и географии туризма существенно углубляются. В эти годы важным теоретическим достижением стала разработка пространственно-временного подхода и выдвижение представления **о субъект — и объект-центрированных моделях ТРС** [Веденин, 1982; Кавалюскас, 1989].

Подразделение двух указанных моделей рекреационных систем было связано с двумя теоретически противоположными представлениями о ведущих факторах, определяющих тип, целостность, ведущие функции и всю структуру ТРС.

*В субъект-центрированных* (или, как ближе к действительности назвал их П. Кавалюскас — демо-географических) в роли ведущего фактора (определяющей причины) выступают циклы деятельности туристов, их избирательность к местам отдыха. Центром таких систем являются, как правило, места генерирования потребностей. Данный тип моделей эффективен для исследования ареалов мест отдыха, формирующихся вокруг крупных и средних городов. *В объект-центрированных ТРС* (по П. Кавалюскасу — ресурсно-географических) целостность функций ТРС задается наличием значимого для страны и мирового спроса рекреационного потенциала (природных и культурно-исторических ресурсов).

Таблица 1.1.1

## Матрица связей подсистем территориальной рекреационной системы

Подсистемы	Состояние подсистем				
	Группы отдыхающих	Природные и культурные комплексы	Технические сооружения	Обслуживающий персонал	Орган управления
Группы отдыхающих	—	Емкость Устойчивость Комфортность Аттрактивность	Разнообразие Емкость Комфортность	Профессионализм	Информированность
Природные и культурные комплексы	Ритмичность. Избирательность	—	Экологичность	Регуляция. Рекультивация	Нормативное обеспечение
Технические сооружения	Гомогенность	Ресурсообеспеченность Надежность	—	Трудообеспеченность Занятость	Фондообеспеченность
Обслуживающий персонал	Технологичность	Комфортность	Фондовооруженность	—	Профилактичность

Источник: Пирожник, 1985.

На современном этапе развития рыночных отношений широкое распространение получила **техноэкономическая** концепция туристской деятельности. Непрерывный рост туристских потребностей населения, рост спроса на разнообразие видов досуговых/туристских занятий неизбежно требуют создания высокотехнологичных систем, позволяющих оказывать высококачественные и высокооплачиваемые услуги. Данная концепция, ставящая в центр рентабельность оказываемых услуг, носит коммерческий характер, но это вовсе не означает, что концепция лишена социального и гуманистического начала. В условиях рынка центральным звеном ТРС становится человек, обеспечивающий доход и прибыль. Это нормальный закон рыночной экономики. Однако опыт высокоразвитых стран показывает, как государственным, общественным, коммерческим структурам удается гуманизировать техноэкономическую концепцию [Дуликов, 2003]. И как широко и всестороннее гражданское общество добивается определенной социальной справедливости в условиях нормальной рыночной экономики. Однако нельзя обольщаться, известный социолог Герберт Маркузе в своих многочисленных научных работах

справедливо считал, что в целом досуг несвободен, социально резко дифференцирован. [Маркузе, 2003]. Он регулируется бизнесом, достатком. Главным ограничителем свободы туризма (если отвлечься от геополитических факторов) является материальное неравенство. Материальные затруднения становятся преградой релаксации, увеличения объема своих знаний о мире, создания условий для игры эмоций и памяти, в расширении участия в спонтанном социальном действии и непосредственном межиндивидуальном общении, о чем мечтал французский исследователь рекреации Дж. Дюмазедье [Dumazedier, 1974].

Следующее существенное достижение в развитии рекреационной географии — **обоснование концепции о территориальном рекреационно-хозяйственном комплексе, прикладная цель которого заключалась в совершенствовании системы взаимосвязей между рекреационным хозяйством и другими отраслями народнохозяйственного комплекса** района, страны [Котляров, 1978]. Тем самым был сделан шаг от «отраслевой» модели ТРС к понятию **рекреационного района**, в составе которого рекреационная система (при превалировании рекреационной функции) рассматривается как ядро, а другие экономические, социальные и институциональные компоненты территории в качестве среды существования ТРС. Процесс районообразования выходит за рамки ТРС. Ведь на территории происходят не только рекреационные «технологические» процессы, а межсистемные взаимодействия, отражающие противоречия между интересами «гостей» (туристов), с одной стороны, и «хозяев» (местного населения).

В конце 1980-х гг. В.С. Преображенский обратил внимание на необходимость дополнить и обогатить социально-географический подход гуманистическим в положительном и отрицательном его проявлениях [Преображенский, Квартальный, 1989]. Опыт ранее проведенных исследований показал, что при рассмотрении географических закономерностей организации рекреационных систем, отчетливо выступает необходимость исследования влияния идей, идеалов, идеальных моделей на их формирование.

Одновременно он также обратил внимание на слабую разработанность проблем самоорганизации рекреационной деятельности, в то время как в мировой практике уже приступили к включению туризма в широкую социально-культурную концепцию с целью обеспечить человеку роль протагониста, т.е. основного лица, организатора и ведущего субъекта туристской практики, а в России стал зарождаться туристский рынок. Таким образом, к концу 1980-х гг. стала все острее ощущаться не только необходимость дополнения и развития признанной теории ТРС, а разработка новых гипотез и концепций. При этом сформулированные ранее узкие места в теории — недостаточная гуманизация и гуманитаризация, слабая эмпирическая изученность аспектов самоорганизации туристской деятельности (за исключением того туризма, который Б.Б. Родоман назвал «туризмом

вне государства» [Родоман, 2005]), незавершенность формирования проблемного рекреологического (междисциплинарного) подхода — стали отправным пунктом дальнейших поисков. К сожалению, рекреология (туризмология) как универсальное научное направление, увязывающее разноплановые объекты исследования, осталась незавершенным проектом.

Однако, после почти двадцатилетнего интенсивного теоретического штурма и постоянно расширяющегося спектра эмпирических исследований туризма с конца 1980-х гг. наступил период «теоретического» затишья. Рекреационная география и ее составная часть география туризма превратилась, по Т. Куну, в «нормальную» науку. Это подтвердило, что прогресс в науке не носит линейный характер, а длительность периода «интенсивной» науки зависит от многих внутринаучных и внешних причин. В связи с рассуждениями о динамике туристско-географической научной мысли обязательно необходимо отметить, что на нее очень сильно повлиял изменившийся в стране социальный (в широком смысле слова) контекст с 1991 г. (по-существу, смена уклада общественного строя). Начался период реинтеграции России в систему мирового хозяйства, включая свободу туристского перемещения. Однако в связи с понижением жизненного уровня населения в так называемую первую фазу трансформационного периода проблемы свободного времени для многих социальных слоев отошли на задний план. Туризм переживал «эффект перевала».

И опять-таки, происходящая демократизация общества и постепенное формирование среднего социального страта в этот период уточняются и конкретизируются некоторые основные понятия. Так, И.В. Зорин внес разграничения в понимании понятия «туризм», выделив **четыре основные его трактовки**: как отрасли экономики; как межотраслевого комплекса (туристского рынка); как экономической деятельности туристского предприятия; как деятельности самого туриста. В 2004 г. был выпущен труд «Энциклопедия туризма: справочник» [Зорин, Квартальнов, 2004]. Быстро развивающиеся в стране рыночные отношения потребовали перехода от плановых нормативных подходов в исследовании и организации туризма к поисковым. В свое время В.С. Преображенский отмечал такой недостаток нормативных моделей (в том числе модели ТРС), как «факультативное» внимание в ней к процессам самоорганизации. В открытом обществе, которым становилось российское общество, вектор во всех сферах рекреационной деятельности (включая свободу выбора) смещался к процессам самоорганизации, чему стал посвящаться ряд исследований ученых МГУ, Института географии (Москва) и Вильнюсского университета [Преображенский, Квартальнов, 1989].

Движущей силой самоорганизации ТРС выступает, безусловно, **процесс адаптации**, имеющий самые разные проявления, в том числе территориальные. Это не только свобода выбора из систем предложения, но и такая

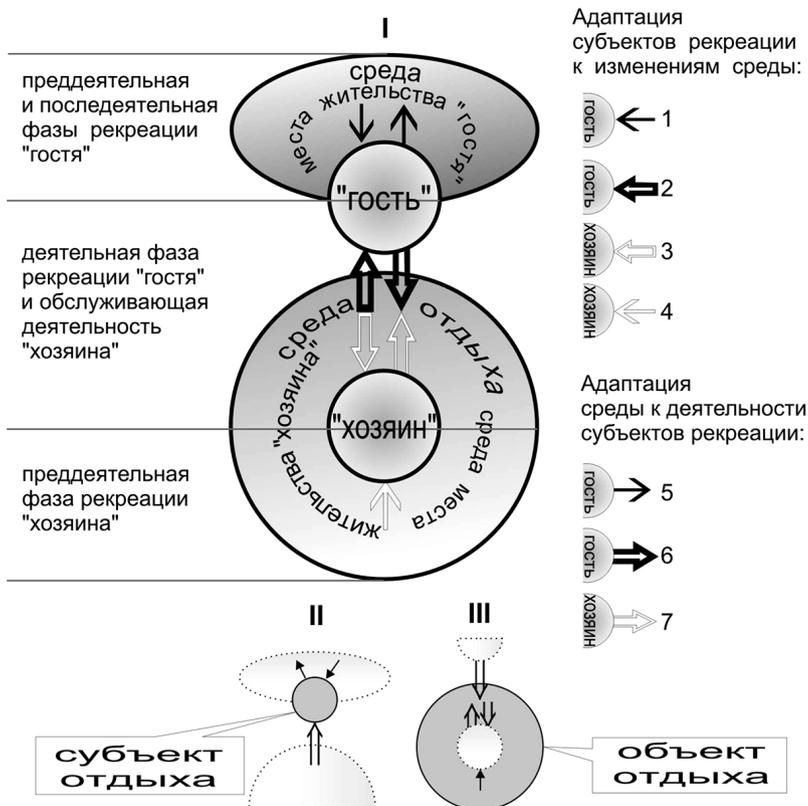
ведущая для географии проблема, как адаптация (согласование, гармонизация) интересов «гостей» и «хозяев» по поводу ресурсов среды места отдыха.

В развитие идей ТРС была разработана **адаптационная модель ТРС** [Мироненко, Эльдаров, 1998]. В структуре данной модели выделены *три основные функциональные стадии* в связи осуществлением туристической деятельности в местах формирования потребностей (местах постоянного проживания) и местах отдыха (дестинаций): 1) преддеятельная (в месте постоянного проживания идет формирование образа дестинации); 2) деятельная (ситуационная); 3) последеятельная, опять-таки в месте постоянного проживания, (эффект, «след» ситуационной стадии). Преддеятельная стадия отражает характер и структуру рекреационных мотиваций и потребностей. В этот период зарождаются образы дестинации<sup>1</sup> и предполагаемые циклы рекреационных занятий. Вторая стадия — это и есть процесс осуществления этих занятий как особых форм взаимодействия туристов со средой отдыха (рис. 1.1.2).

В этой модели роль главных носителей целей рекреационного системобразования выполняют две стороны — субъект отдыха («гость» или «отправляющее место проживания») и субъект территории («хозяин» или «принимающее место»). Основные аспекты изучения структуры туристского рынка при этом сводятся к анализу адаптационных связей и отношений субъектов («гостя» и «хозяина») с элементами окружающей среды, которая, в свою очередь, также делится на два типа: среда проживания «гостя» и среда проживания «хозяина» рекреационной территории (дестинации).

Таким образом, с помощью адаптационной модели туризма исследуются механизмы взаимной адаптации субъектов туристского рынка, ориентированные на интересы, с одной стороны, «гостя» (субъект-ориентированные интересы), а с другой — «хозяина» (объект-ориентированные интересы). Подобным образом формируются и представления о двух пространственно-временных типах рекреационных систем — «закрытом» или «открытом» (рис. 1.1.2, II и III). Сущность и структура этих двух направлений эволюции территориальных рекреационных систем раскрывается в работе Ю.А. Веденина (1982 г.). При этом, безусловно, туризм способствует увеличению регионального дохода, создает новые рабочие места, способствует созданию обслуживающих туризм отраслей, развитию в целом культурной среды, производственной и социальной инфраструктуры, активизирует народные промыслы, а также увеличивает валютные поступления (в международном туризме) и, в конечном счете, обеспечивает рост уровня жизни местного населения.

<sup>1</sup> После 1970-х гг. появилось понятие «дестинации» — туристские территории, отличающиеся от привычного местообитания человека. И в течение последующих 20 лет ученые США изучали развитие и особенности дестинаций мира. Наиболее известной пространственной моделью развития туризма стала модель жизненного цикла туристской дестинации Р. Ф. Батлер.



**Рис. 1.1.2.** Адаптивная модель территориальной рекреационной системы (по [2]):

I — общая схема модели, II — «закрытый» тип рекреационной системы с основным аспектом исследования — адаптацией субъекта отдыха в процессе его рекреационной деятельности, III — «открытый» тип рекреационной системы с основным аспектом исследования — адаптацией объекта отдыха (дестинации) к рекреационной деятельности гостей);

1 — адаптация «гостя» на предварительной стадии своей рекреации,

2 — адаптация «гостя» на деятельной стадии своей рекреации,

3 — адаптация «хозяина» к рекреационной деятельности «гостя»,

4 — адаптация «хозяина» на предварительной стадии своей рекреации,

5 — адаптация среды проживания «гостя» на последовательной стадии его рекреации, 6 — адаптация рекреационной среды (дестинации) к деятельности «гостя», 7 — адаптация рекреационной среды (дестинации) к деятельности «хозяина» в процессе обслуживания им «гостя»

Весьма сходная модель в принципе, а не в деталях была разработана географами Р. Батлером и Т. Хинчем [Butler, Hinch, 2006]. Как и в охарактеризованной адаптационной ТРС в предложенной «туристской системе» обращается внимание на взаимосвязи туристских потоков и дестинаций (мест проживания «хозяина»). В этой работе целенаправленно изучаются последствия развития туризма на места проживания «хозяев». Исследуются воздействия на экономику, социальную и физическую среду, возникающие кросс-культурные взаимосвязи и фильтры, потоки информации, включая образы и представления, роль средств массовой информации, местного управления (правительства).

В связи с раскрываемой темой «гость-хозяин» американский исследователь С. Бак Рой в статье «О теоретическом синтезе в туризме» тонко подметил, что в направлениях развития обобщающей теории туризма существует два различных и относительно изолированных лагеря. Один из них ориентирован на решение бизнес-задач развития туризма как отрасли, в то время как второй тяготеет к изучению позитивных и негативных последствий туристской деятельности для общества, культуры и окружающей среды. От выбора направления, как он отмечает, зависит характер и компетенции обучения специалистов.

Подведем некоторые итоги определения основных задач и функций географии туризма. Она выявляет следующие закономерности: формирования, динамики, развития, разнообразия, распространения ТРС; их морфологической структуры; территориальной дифференциации и интеграции; внутренних взаимосвязей (структур), обуславливающих целостность ТРС; связи между ТРС; взаимодействие ТРС с другими географическими системами; прогнозирует; изучает спонтанные (самопроизвольные) и целенаправленные действия; разрабатывает систему методов познания.

Совместно с другими, науками география туризма разрабатывает предложения по: а) оптимальному функционированию систем; б) проектированию систем с заданными свойствами: определяет рекреационные потребности; прогнозирует последствия создания и функционирования систем; разрабатывает территориально-дифференцированные нормы, а также систему методов, изучения и проектирования ТРС. Снабжает общественную практику информацией о региональных особенностях ТРС.

В науке и практике рекреация и туризм за последнее десятилетие стали рассматриваться в качестве интегрального объекта исследования, что привело к активному употреблению словосочетания «туристско-рекреационный», как понятия, характеризующего многогранную деятельность на территориях разного уровня организации туризма и отдыха. Термин «туристско-рекреационный» прочно вошел в научный оборот, стал основой понятия «территориальная туристско-рекреационная система» (ТТРС) и активно используется в исследованиях по географии туризма [Мажар, 2008].

География туризма принадлежит к семейству общественных, специальных географических наук наряду с географией культуры, образования, здравоохранения и другими дисциплинами, в которых целевая функция объекта и предмета изучения может быть определена как социальная.

**География туризма** ранее, рассматриваемая как часть рекреационной географии, превратилась в самостоятельную научно-учебную дисциплину, изучающую пространственно-временную организацию туризма на основе учения о формировании, функционировании и развитии территориальных туристско-рекреационных систем.

**Объектом исследования географии туризма** является соответствующее туристско-рекреационное пространство, рассматриваемое как часть социо-культурного пространства.

**Предметом исследования географии туризма** является территориальная организация деятельности людей, приводящая к формированию туристско-рекреационных систем разного ранга (от локальных до глобальных).

## **1.2. География туризма и рекреационная география: соотношение понятий**

Определить соотношение близких наук можно через анализ понятий, которыми оперируют дисциплины, часто очень близких, но все же разграничивающих предметы исследования. К основополагающим понятиям рекреационной географии относятся, прежде всего, такие, как свободное время, отдых, рекреация и туризм. *Свободное время* — необходимое условие развития рекреационного процесса. Свободное время — динамичная категория, носящая черты определенной эпохи, а в своей эпохе — социального страта и т.д.; оно изменяется как по объему, так и по содержанию. Свободное время нельзя отождествлять с внерабочим временем. Свободное время является частью внерабочего (свободного от производственной деятельности) времени. Расширенное толкование свободного времени, т. е. отождествление его с внерабочим временем, не только неверно с теоретической точки зрения, но и практически, бесполезно, так как не позволяет искать резервы для увеличения свободного времени в рамках внерабочего времени. Внерабочее время состоит из четырех функциональных различных групп:

- 1) время для поездки на место работы;
- 2) время для удовлетворения естественных потребностей (сон, питание, личная гигиена);
- 3) время для домашнего труда и бытовых потребностей;
- 4) время для физического, интеллектуального развития и отдыха, которое и является свободным временем по существу.

Структура использования внерабочего времени меняется. Существует устойчивая тенденция уменьшения времени снятия производственного

утомления за счет самого процесса производства, а также за счет уменьшения затрат времени на домашний труд с развитием сферы обслуживания. В результате все больше времени остается на всестороннее саморазвитие личности и на одну из его важнейших форм — отдых. Однако этот процесс не так прост, как это может показаться на первый взгляд. В обществе развиваются два параллельных, но противоположно направленных процесса. Определенные функции вне рабочего времени, в частности домашнее хозяйство, отходят в материальное и нематериальное производство, т. е. в рабочее время, а другие функции выходят из рамок рабочего времени и уходят в свободное. Развитие общественного питания, например, освобождает в какой-то степени от приготовления пищи в домашних условиях. В результате освобождается значительная доля времени, которая по своему характеру становится свободным временем и может использоваться для творческой деятельности или для отдыха. А вот обратный процесс можно наблюдать в связи с повышением уровня квалификации работников. Из-за высокого ритма работы и получения обширной информации само повышение квалификации как процесс выходит за рамки рабочего времени и превращается в составную часть свободного времени.

Отдых, восстанавливает работоспособность человека, снижает нервное, психическое и физическое напряжение. Отдых в широком смысле слова — это любая человеческая деятельность, которая не направлена на удовлетворение насущных нужд. Отдых выступает в качестве избирательной формы жизнедеятельности человека в аспекте физиологии, психологии и гигиены. Вместе с тем отдых является частью общественной жизни, что позволяет определить его как социальную категорию. Деятельность человека во время отдыха может быть классифицирована следующим образом:

- 1) деятельность, связанная с определенной физической нагрузкой (занятия спортом, прогулки);
- 2) любительские занятия — охота, рыбная ловля, сбор ягод и грибов, коллекционирование и пр.;
- 3) приобщение к миру искусства (посещение театров, концертных залов, художественных галерей и др., а также творчество в сфере искусства — художественная самодеятельность, занятия живописью, чеканкой и пр.);
- 4) интеллектуальная деятельность (самообразование, чтение литературы, газет, журналов);
- 5) общение по интересам и свободному выбору;
- 6) развлечения, носящие либо активный (игры, танцы), либо пассивный характер (посещение зрелищ);
- 7) путешествие ради удовольствия.

Многие из перечисленных видов отдыха проявляются комплексно, в сложной взаимосвязи между собой. Особенно во время путешествия.

Для рекреационной географии важно раскрыть характер и содержание деятельности человека во время отдыха. Именно понятие «рекреация» лучше и полнее отражает содержание этого рода избирательной жизнедеятельности людей в свободное время. «Рекреация» представляет собой совокупность этимологических значений: *rescreation* (лат.) — восстановление; *recreation* (франц.) — развлечение, отдых, перемена действия, исключающие трудовую деятельность и характеризующие пространство, связанное с этими действиями.

Но если рекреация, как понятие, включает достаточно огромный вид деятельности, то туризм — это та же рекреационная деятельность, но обязательно связанная с миграцией. Можно дать достаточно лаконичное определение: ***туризм — это миграционная рекреация.*** Это рекреационная форма путешествия, о чем будет более подробно сказано далее.

Таким образом, туризм — это совокупность явлений и отношений, возникающих в процессе использования свободного времени для оздоровительной, познавательной, спортивной, культурно-развлекательной и иной деятельности людей на специализированных территориях, находящихся вне места их постоянного проживания. Развитие туристической индустрии способствовало возникновению и интенсивному развитию новых видов туризма, таких как деловой, научный, учебный, событийный и ряд других, где совмещаются профессиональная деятельность и отдых. Феномен туризма охватил более 5 млрд человек и стал важнейшим фактором жизнеобеспечения деятельности людей, познания природы, истории и культуры стран и народов мира.

### **1.3. Взаимодействие географии туризма с другими науками**

География туризма выявляет закономерности: формирования, динамики, развития, разнообразия, распространения ТРС; их морфологической структуры; территориальной дифференциации и интеграции; внутренних взаимосвязей (структур), обуславливающих целостность ТРС; связи между различной специализацией ТРС; взаимодействие ТРС с другими географическими системами; прогнозирует; спонтанные (самопроизвольные) и целенаправленные действия; разрабатывает систему методов познания. В первую очередь эта дисциплина взаимодействует со смежными географическими науками (таблица 1.3.1).

Совместно с другими (негеографическими) науками география разрабатывает предложения по: а) оптимальному функционированию систем; б) проектированию систем с заданными свойствами: определяет рекреационные потребности; прогнозирует последствия создания и функционирования систем; разрабатывает территориально-дифференцированные нормы, а также систему методов, изучения и проектирования ТРС. Снабжает общественную практику информацией о региональных особенностях ТРС.

**Генерализованное представление о разделении функций в исследовании ТРС между географическими дисциплинами**

Дисциплины	Аспекты исследования и решаемые задачи			Информационный
	Теоретический	Теоретико-методический	Конструктивный	
Общая рекреационная география, включающая географию туризма	Выявляет закономерности формирования, развития и динамики, морфологической структуры, территориальной дифференциации, концентрации, интеграции ТРС	Разрабатывает систему теории, методологии и методов познания ТРС, включая оценки природных и культурно-исторических ресурсов	Прогнозирует спонтанные и целенаправленные изменения, стадии эволюции ТРС	Передаёт информацию о своей теории другим наукам
Региональная география туризма	Разрабатывает представления о туристско-рекреационном районе как предмете исследования и формулирует принципы туристско-рекреационного районирования	Выявляет факторы (движущие силы) и анализирует условия формирования туристско-рекреационных районов; разрабатывает планы региональных характеристик по научно-обоснованным признакам	Разрабатывает сетку туристско-рекреационных районов и сценарии их развития и трансформации	Характеризует туристско-рекреационные районы, анализирует проблемы и перспективы их развития
Отраслевые географические дисциплины (экономическая, социальная и политическая география, физическая география и др.)		Разрабатывает методику влияния адаптации изучаемых объектов к туристской деятельности		Разрабатывают нормативную базу и обосновывают ограничения на туристско-рекреационную деятельность и формирование ТРС

География туризма принадлежит к семейству общественных, специальных географических наук наряду с географией культуры, образования, здравоохранения и другими дисциплинами, в которых целевая функция объекта и предмета изучения может быть определена как социальная.

Отечественная география туризма генетически была связана с социологией. Социологи и географы выступили лидерами и непосредственно взаимодействовали в исследовании деятельности людей из различных социальных групп и слоев в свободное (точнее, рекреационное) время. В своих лекциях и воспоминаниях В.С. Преображенский неоднократно утверждал, что географические работы о пространственном поведении людей в свободное время строилось на книгах социологов [Грушин, 1966; 1967; Гордон, Клопов, 1972; Орлов, 1973].

Место социологии и социальной психологии досуга в исследованиях последних лет в географии туризма не потеряло своего значения. Обе дисциплины обладают междисциплинарным подходом, что дает географии возможность использования их эмпирических материалов и теоретических обобщений.

По Т.А. Акимовой, изучение специфики досуговой деятельности требует определения ее структурных компонентов, например, типов и форм деятельности, их моделей и функций; соотношение видов и форм деятельности технолога (в широком понимании — от агента до оператора) и потребителя; качества деятельности — познавательной, созидательно-творческой и т.п.; объектно-субъектных отношений в различных видах досуговой деятельности; синтетического характера досуговой деятельности, в которой органически слиты познавательный, ценностно-ориентационный, коммуникативный и созидательный характер; ценностно-ориентационные оценки, которые в игровой, воспитательной и социально-преобразующей деятельности изменяют сознание и совершенствуют человека [Акимова, 2003].

Прослеживается связь и со многими другими науками, среди которых наиболее продуктивными оказались связи с районной планировкой, курортологией, физиологией человека, общей экологией и геоэкологией, социальной экологией, с историей, архитектурой, культурологией (эстетикой) прикладным менеджментом и маркетингом, а также, разумеется, с экономикой и статистикой туризма. Были попытки математического моделирования ТРС.

Взаимодействия географии туризма с другими географическими дисциплинами и рядом негеографических наук носили прямой и пересекающийся характер, случайный и закономерный, краткосрочный и долгосрочный. В таком переплетении трудно выделить первостепенные и второстепенные связи.

#### 1.4. Мировой и отечественный опыт развития географии туризма как научной дисциплины

Известный американский географ П. Хаггет по форме организации научных исследований выделяет: 1) самостоятельные исследования отдельных ученых; 2) целенаправленные коллективные научные изыскания; 3) исследовательские работы на уровне государств или международных организаций. Эта классификация может быть отнесена и к географии туризма. [Хаггет, 1979]. Далее здесь предпринята попытка дать краткий обзор эволюции идей в географии туризма с момента появления профессиональных туристских исследований как географами, так и другими специалистами, идеи которых направляли научный поиск в географии. Среди них это прежде всего социологи и экономисты, а в последние годы специалисты в области управления (менеджмента), логистики и др. Естественно, развитие научной мысли общественного явления (туризма) чаще всего связано с контекстом состояния и развития самого явления. Поэтому в учебнике делается попытка анализа исследований в указанном контексте.

Рост туристских путешествий в конце XIX — начале XX веков в Европе, привел к изучению ресурсов и условий и их использования преимущественно в Альпах, на Средиземноморском побережье Франции, Италии и Хорватии (тогда она входила в состав Австро-Венгрии), известных курортов Виши (Франция), Карловы Вары (Австро-Венгрия), Бат (Великобритания), Баден-Баден (Германия) и некоторых других.

Изучение туризма как научного направления началось в Германии и Швейцарии, что объяснялось наибольшей интенсивностью туристской деятельности в этой части Европы. В 1841 г. появился труд немецкого ученого И.Г. Коля, одна из частей которого — «Другое общественное движение и созданные им поселения развлечений, услуг и водные курорты» [Апостолов, 2003] была посвящена туристскому *движению* (термин того времени) и его влиянию на развитие местности. Ученые стали использовать статистику прибытий туристов как основной источник информации о масштабах туристической деятельности.

Первая строго научная публикация «Туризм» появилась в 1905 г. в г. Граце. Ее автор Йозеф Штраднер [Stadner, 1984]. В ней автор рассматривает туристические потоки (движения), а также влияние туризма на экономику Австрии. Он впервые ввел понятия *«география туризма»*, *«туристический район»*. В работе немецкого географа К. Хассерта «География городов» (1907 г.), кроме поселений со стационарным туризмом, были выделены центры кратковременного туристского пребывания: исторические города и поселения с развитыми культурными функциями и насыщенные памятниками прошлого [Соколова, 2002].

В работе австрийского ученого К. Шпютца «Географические условия и последствия туризма в Тироле» (1919 г.) впервые был представлен экономический аспект туристской деятельности. В ней подчеркивалась большая роль туризма в преобразовании экономических, общественных и культурных отношений в странах и регионах, принимающих туристов. К. Шпютц продолжил начатое в XIX веке изучение пространственного развития туристской поселенческой сети и изменений облика поселений под влиянием «гостевого промысла». Он также отметил необходимость исследования воздействий туристского движения на природный и культурный ландшафт.

Другие географы, в частности австрийский ученый Р. Энгельманн, углубили работы К. Шпютца благодаря более широкому использованию в географическом анализе статистики туризма как основного источника информации о масштабах туристской деятельности.

С конца 20-х гг. XX века шло постепенное расширение диапазона географических исследований по туристской проблематике. Наряду с местностями, посещаемыми туристами, называлось много других объектов и явлений, которые были связаны с туристским движением и должны были изучаться географами. Закладывались теоретические основы такой науки как география туризма.

В конце 1920-х гг. шел интенсивный процесс накопления знаний о туризме, особенно в Германии. Происходит организационное оформление научной деятельности немецких географов, занимающихся туристской проблематикой. В 1929 г. в Берлине при Высшей торговой школе создается Исследовательский институт туризма, первым директором которого стал Р. Глюксманн. В задачи института входило изучение туризма «с экономической, организационной, социологической, правовой, географической, метеорологической и медицинской сторон». Институт издавал специализированный журнал «Archiv für Fremdenverkehr» («Туристский архив»), туристские карты, описания курортов.

Тогда же появился труд г. Вегенера «Изучение туризма с позиций географии» (к сожалению, в нашей литературе имеется только рецензия на этот труд). В нем обращается особое внимание на взаимосвязь развития туризма и природно-культурного потенциала территории, анализируются мотивы выбора туристами мест отдыха и последствия туристского движения для природного и культурного ландшафта. Это был новаторский труд для того времени, но ставил сложные вопросы при неразвитой теории науки о туризме.

В начале XX века было зарегистрировано определение туризма. В швейцарском справочнике по народному хозяйству за 1905 г. отмечено: «Туризм — феномен новейшего времени, возникший вследствие усиления потребности в восстановлении сил и перемене климата, пробуждении эстетического интереса к произведениям искусства и природным ландшафтам,

стремление к общению с природой». В то же время наметилась специализация поселений в зависимости от характера туристских потоков в них, что нашло отражение в географической литературе.

Кроме Германии, Австрии и Швейцарии в межвоенный период во Франции работал Альпийский институт географии в Гренобле, изучавший развитие туризма в Савойских Альпах. Рауль Бланшар впервые ввел и обосновал термин «индустрия туризма» (*industrie du tourisme*), издал несколько выдающихся работ по географии туризма Альп, Фландрии, Канады, Западной Азии, Корсики [Blanchard, 1906; 1943-1956; 1960]. Другой Географ этого института Ж. Мьеж — автор работы «Туризм в Савойе» впервые предложил **понятие территориальных структур туризма**, обратив внимание на неправильность точечно-линейного подхода к оценке туристских районов, особенно для территорий с высоким уровнем туристских потоков [Апостолов, 2003]. Примерно в эти же годы в Берне функционировал Исследовательский институт туризма, возглавляемый Куртом Крапфом, включавший специалистов разного профиля и ставивший своей задачей комплексное изучение туризма. А параллельно работавший Институт туризма и экономики транспорта в Санкт-Галлене под руководством Вальтера Хунцикера также занимался теоретическими проблемами туризма. Согласно определению В. Хунцикера и К. Крапфа, туризм — это система явлений и отношений, возникающих в результате путешествий людей до тех пор, пока это не приводит к постоянному переселению и не связано с получением какой-либо экономической выгоды [Hunziker, Krapf, 1942] (определение в Ясвоей базовой основе функционирует до сих пор во всех официальных мировых статистических справочниках по международному туризму).

В начале 1930-х гг. появляются первые научные работы по географии туризма в США. Приоритетными направлениями исследований были оценки природно-рекреационных ресурсов и попытки территориального планирования их использования. В 1930 г. американец К.С. Мак-Мерри исследовал использование земель для рекреации. Интересно отметить, что он впервые употребил термин **«рекреационная география»**. А другой географ Р.М. Браун одним из первых привнес экономическую и прикладную составляющую, которая возродилась и хорошо развивается в США и Канаде с середины XX века [Соколова, 2002].

В это же время в Европе, в Янгелонском университете (Краков), активно работала лаборатория по туризму под руководством С. Лещицкого над проблемами комплексного планирования туристских территорий. Эта лаборатория по туризму постепенно стала составной частью географического факультета Янгелонского университета. Основные полевые исследования проводились в Карпатах. Всего было выпущено 6 томов «Труды Лаборатории туризма Янгелонского университета», а также другие издания [Leszczycski, 2000].

*Особый этап* развития географии туризма как науки совпадает с так называемым «золотым веком туризма», охвативший период с 1950-х до нефтяного кризиса 1973–1974 гг. «Временной отрезок 1950–1973 гг. был "золотой эрой" беспрецедентного роста мирового хозяйства: мировой ВВП в среднем каждый год рос — на 5%, а экспорт — на 8%. Во всех регионах экономические результаты были лучше, чем когда-либо в прошлом» [Мэддисон, 2012, с.116]. Под влиянием беспрецедентного процветания с 1950-х гг. наблюдался туристический бум как внутри стран, так и международный. Практически повсеместно занятые по найму получили ежегодный отпуск (минимум 2–3 недели). В США в конце XIX века был введен нормированный рабочий день, два выходных дня в неделю; многие страны после Второй мировой войны ввели второй выходной день (в бывшем СССР — в 1967 г.), летний отпуск<sup>1</sup>. Представители среднего класса и рабочие стали жить в относительном достатке, позволившем выделять средства на рекреацию, в том числе миграционную, связанную с путешествиями в целях отдыха. В 1950-х гг. на волне молодежного демографического взрыва возникает самостоятельное социокультурное явление молодежное свободное время. Речь идет о том, что впервые за всю историю послевоенный западный мир и к 1970-м гг. социалистический лагерь стали более или менее универсально «сытыми», что породило новое отношение к труду, который оставался, разумеется, необходимым, но для значительного населения, в том числе и для молодежи, перестал быть принудительно неизбежным. Международным путешествиям способствовал прогресс на транспорте, особенно авиационном. Реактивные пассажирские самолеты открыли возможности осуществлять трансконтинентальные перелеты. Стали доступны в очень короткие сроки возможности посещения практически любых мест мира.

Вначале бурными темпами развивался внутренний туризм, а затем и международный. Активизируются научные исследования, на которых необходимо остановиться. Быстрыми темпами происходит институализация международного туризма. В 1947 г. как неправительственная организация созданы МСОТО (Международный союз официальных туристских организаций), преобразованная во Всемирную туристскую организацию в 1975 г.), АИЕСТ (Международная ассоциация научных экспертов в области туризма) и Международная академия туризма в Монте-Карло.

В 1972 г. на Всемирном географическом конгрессе в Монреале создана Рабочая группа по географии туризма (председатель Йозеф Матцнеттер, Германия; он известен своей статьей «Границы и туризм: фундаментальные связи») [Matznetter, 1979]. Проводятся периодические научные форумы. Около 40 научных центров Франции объединяются в Комиссию

---

<sup>1</sup> В США в 90-е годы XIX в. был введен нормированный рабочий день, второй выходной и летний отпуск.

по географии туризма и рекреации. Во Франции активно работают три крупных центра — Гренобль, Экс-ан-Прованс и центр на гуманитарном факультете в Сорбонне. В Гренобле в основном занимаются изучением горного туризма в Альпах. В Эксан — Провансе занимались бальнеологическим, горным туризмом, а также решением проблем депопуляции горных альпийских поселений с помощью туризма. Сорбонна исследовала проблемы и формы развития прибрежных районов Средиземного и Черноморского побережья. В Германии исследования велись отдельно в ФРГ (Мюнхен, Штуттгарт) и ГДР (Грейфсвальд на балтийском побережье и Дрезден). В Великобритании в 1970-е гг. оформились две группы: английская и шотландская. Английские исследователи занимались изучением туризма в городской среде, критериями выбора «панорамных» маршрутов. Шотландские географы исследовали проблемы второго жилища. В Италии в это же время занимались туристическим районированием, а также пространственными проблемами туристического менеджмента. В США вышли обобщающие работы по социологии и географии туризма Р. Паркера [Parker, 1976], Д. Пирса [Pearce, 1979] в Великобритании М.А. Смита «Досуг и общество в Британии» (1973) [по: Соколова, 2002].

Но наибольшего расцвета и размаха получают исследования рекреации и туризма во Франции. Выходит очень близкая к географии работа социолога Дж. Дюмазедье «Эмпирическая социология досуга» [Dumazedier, 1974; Дюмазедье, 1993]. К сожалению, эта книга не переведена на русский язык, как и многие другие книги французских авторов, включая основные работы Ж. Фурастье, в частности основной его труд в области свободного времени «40 000 часов» [Fourastie, 1965]. В 1964-1965 гг. в рамках изучения бюджетов времени было проведено международное обследование городского населения 13 стран, включая США и СССР, в том числе по использованию свободного времени. С 1969 г до 1976 г. издавался международный журнал «Общество и досуг» с начала в Праге, а затем в Квебеке.

Массовый характер внутренних и международных рекреационных миграций потребовал теоретических подходов и обобщений. Основоположителем такого подхода стал В.С. Преображенский. Его группой в Институте географии АН СССР с 1960-х гг. разрабатывались проблемы системно-структурного подхода (основное понятие — «территориальная рекреационная система»). По его инициативе в 1960-е и в начале 1970-х гг. было проведено около 20 научных совещаний и конференций по географии туризма и отдыха. Рекреационная география рассматривалась как социально-географическая наука. Для школы В.С. Преображенского характерен макроподход, в котором в центре стоял человек (турист), а не ресурсы. Использование ресурсов зависело от иерархии и интенсивности проявления туристских потребностей человека и его платежеспособной составляющей — спроса. Развивался и так называемый социальный туризм,

не входящий в сферу рыночных отношений, тем более в социалистических странах. Интересно, что параллельно в социологии западных стран, переходящих к постиндустриальному обществу тоже развивался макроподход, но не в рамках географии, а социологии. Он был осуществлен авторами концепций постиндустриального общества, теории «массовой культуры» и наиболее полно воплотился в идее «цивилизации досуга» (Ж. Дюмазедье и Ж. Фурастье), согласно которой досуг, начиная с некоторого уровня экономического развития, приобретает все большую автономию от труда и становится самодовлеющей ценностью. Развернулась дискуссия вокруг термина «цивилизация досуга» и времени ее наступления. Большинство исследователей, признавая особую роль досуга в современном обществе, предпочитали, *однако, подобно известному социологу С. Паркеру, говорить лишь об обществе с развитым досугом, что, видимо, правомерно.* Реальное положение показало, что соотношение «труд — досуг» даже с приходом «микропроцессорной революции» не вносит настолько изменения и в труд, и в досуг, как это утверждали в своих трудах Ж. Дюмазедье («Цивилизация досуга») и Ж. Фурастье («40 000 часов»). В книге Фурастье говорится, что средняя продолжительность трудовой жизни будет составлять 33 года, 40 рабочих недель в году, по 30 часов в неделю. Западными социологами в то время предлагалась также концепция «революции избираемого времени», согласно которой общество должно изменить характер использования и рабочего и свободного времени. По Фурастье, чем меньше рабочее время, тем больше у человека вариантов его распределения, как в течение жизни, так и на протяжении года и даже недели. Вполне возможно, отмечал он, что люди будут работать 25 часов в неделю, иметь три месяца отпуска в году, а из 40 лет их трудового стажа 5 лет будут отведены на повышение квалификации и переквалификацию. Согласно Дюмазедье, свободное время (досуг) по ценности, предпочтительности и привлекательности имеет уже большую значимость, чем труд, так как многие предпочитают меньше зарабатывать, но иметь больше свободного времени. Если Ж. Фурастье говорил о приходе «цивилизации досуга» в будущем, то Ж. Дюмазедье полагал, что это время уже наступило. На самом деле сегодня и труд, и досуг достаточно дегуманизированы, задача же состоит в том, чтобы распространить на все социальное время принципы избирательности и свободы использования. Опыт показывает, что рост производительности труда, вопреки взглядам Дюмазедье и Фурастье, приводит не только к сокращению рабочего времени. Пока большая часть его обращена на повышение уровня жизни и повышение квалификации (труд становится все более сложным и сложность его нарастает в связи с очень высокими темпами интеллектуализации), и лишь меньшая часть — на увеличение свободного времени. Проще говоря, дополнительное свободное время имеет вполне конкретную цену, и работник не всегда готов отказаться от заработной платы в пользу увеличения свободного времени.

Если, например, приобретение нескольких часов дополнительного времени в неделю равносильно отказу от 10–20 долларов заработка, а затем, использование этого дополнительного времени в качестве досуга для развлечения, может повлечь расходы вдвое и втрое большие, то добровольно многие работники от этого свободного времени откажутся.

В США с 1979 г. в Ассоциации американских географов существует специальная группа по рекреации, туризму и спорту. Основные темы исследований (активных исследователей не более 30 человек): туристические путешествия внутри страны; связи между штатами с остальной частью страны и странами мира; аттрактивность туристических объектов; планирование туризма, математическое моделирование локальных туристских явлений и др. В середине 1990-х гг. на Западе издано несколько первых крупных учебников и монографий по географии туризма. Среди них выделялся учебник Р. Бартона [«Travel Geography», 1995]. Этот труд включает три части в таком порядке: 1) теоретические подходы и определение понятий; 2) оценка рекреационных ресурсов; 3) туристическое страноведение. Крупный недостаток этого произведения — очень слабое освещение сущности туризма как реализации социальных и личностных потребностей.

Канадские географы Р. Батлер и Я. Лундгрэн [Butler, Lundgren, 1984] разработали модель развития туристского места. Развитие циклично и имеет шесть последовательных циклов: 1) ввод в эксплуатацию; 2) вовлечение, 3) развитие, 4) консолидация; 5) стагнация; 6) шестой цикл может быть одним из следующих вариантов — упадок, быстрый упадок, стабилизация, незначительный рост; инновация предоставляемого продукта; последующее новое быстрое развитие.

В странах Центрально-Восточной Европы очень активно развивались туристско-географические исследования в Польше: М. Милеска — туристическое районирование [Mileska, 1963]; Я. Варшинска — оценка туристических ресурсов [Warszynska, 1996], А. Яцковский — теоретические исследования, в которых глубоко раскрыт понятийно-терминологический аппарат, история географических исследований туризма, экономико-географические аспекты туризма, туристическая картография [Warszynska, Jackowski, 1979] В бывшей Чехословакии теоретическими вопросами географии туризма занимался П. Мариот [Mariot, 1977], а также Ст. Шпринцова — туристическое страноведение/краеведение и проблемы туристического районирования [Sprincova, 1977]. В бывшей Югославии выделялись работы таких географов, как Ж. Йовичича — туристическое районирование, туристические потоки и бальнеолечебный туризм [Jovicic, 1981] и З. Пепеоник (приморский и городской туризм) [Pepconik, 1978]. Однако на фоне других стран региона самые крупные исследования и развитие высшего образования в сфере туризма развернулись в Болгарии. В Софийском университете в 1967 г. по инициативе Л. Динева была открыта специальность

«география туризма», а в 1973 г. организована самостоятельная кафедра, первоначальным объектом исследования закономерно стал, как его называли в Болгарии, «валютный цех» страны (место развития иностранного туризма) — Причерноморье, затем туристско-рекреационные ресурсы: туристическое районирование — Л. Денев (1975 г.); теоретические проблемы и рекреационное страноведение — М. Бъчваров (1985 г.); влияние социально-экономических и природных факторов на развитие туризма — М. Воденска (2001 г.); природные и культурно-исторические предпосылки развития туризма, изучение туристских потоков — Н. Попова (1989 г.); исследование влияния туристских потребностей и социально-экономических и культурных факторов на развитие туризма — В. Маринов (1999 г.) и др. С кафедрой тесно сотрудничал географ из Варненского института народного хозяйства Н. Апостолов, которому принадлежат многочисленные теоретические работы по географии туризма, сетка туристических районов, 1982 г. (совместно с М. Бъчваровым), а также теоретическая монография об исследованиях в области географии туризма в различных странах мира, в частности в изучении природных туристских ресурсов [Апостолов, 2003].

*Новейший этап развития географии туризма* приходится на конец XX века и продолжается уже в условиях мира с более открытыми государственными границами (в большинстве бывших социалистических стран граждане получили право на выезд за рубеж) и в условиях перехода экономики большинства бывших социалистических стран от плановой к рыночной. В США вышел новый фундаментальный учебник К. Колнера и Дж. Ритчи «Туризм: принципы, практика, философия» [Goelner, Ritchie, 2009].

В России написаны многочисленные монографии, учебники и учебные пособия по географии туризма или близким к ней дисциплинам. Среди учебников, написанных с рыночных позиций, выделяется учебник И.В. Зорина, Т.П. Кавериной, В.А. Квартального «Туризм как вид деятельности». Ценность его в том, что в нем сохранилось социально-географическое ядро. Серьезное теоретическое обобщение географических и негеографических идей проведено коллективом авторов учебника «География туризма» под редакцией А.Ю. Александровой (2016 г.). Следует также отметить работы А.И. Зырянова, С.Р. Ердавлетова и П.Я. Бакланова (2010 г.). Существенную роль в активизации исследований по изучению туризма и рекреации внесли ежегодные (начиная с 2006 г.) Международные научно-практические конференции «Туризм и рекреация: фундаментальные и практические исследования», проводимые по инициативе географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова. Эта конференция и ряд других, проводимых периодически высшими учебными заведениями Санкт-Петербурга, Смоленска, Тольятти, Сочи, Перми, Барнаула, Улан-Удэ, Хабаровска, Владивостока, Архангельска и других городов, способство-

вали укреплению междисциплинарных контактов ученых из различных регионов России, стран ближнего и дальнего зарубежья, активизировали теоретические и прикладные исследования по рекреации и туризму.

### **Контрольные вопросы и задания**

1. Дайте определение объекту, предмету географии туризма и перечислите ее основные задачи.
2. Какую роль в развитии географии туризма сыграл переход от ресурсной парадигмы к социально-географической?
3. Объясните роль мотиваций и рекреационных потребностей во взаимоотношениях туриста и окружающей среды?
4. В чем заключается научный смысл выделения субъект- и объектцентрированных моделей территориальных рекреационных систем?
5. Какие ученые впервые ввели термины «география туризма» и «рекреационная география»? В чем заключается основное различие понятий «туризм» и «рекреация»?
6. Задание: раскройте смысл и практическую значимость адаптационной туристско-рекреационной системы.
7. Задание: раскройте сущность междисциплинарного подхода в географии туризма как научной дисциплины.
8. Задание: объясните принципиальную сущность понятия «территориальная рекреационная система» и дайте краткую характеристику ее подсистем.
9. Задание: определите, какой из компонентов территориально-рекреационной системы В.С. Преображенского является центральным и обоснуйте свой ответ:
  - природные и культурные комплексы;
  - обслуживающий персонал;
  - группа отдыхающих;
  - орган управления;
  - технические системы.
10. Задание: определите и охарактеризуйте «прямые» и «обратные» связи между компонентами территориальной рекреационной системы.
11. Задание: определите, каким образом география туризма взаимодействует с другими науками?
12. Задание: перечислите основные этапы развития географии туризма и рекреационной географии за рубежом и в нашей стране, дайте им характеристику.

## ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОСТРАНСТВЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Факторы, воздействующие на развитие и пространственную организацию туристской деятельности, формирование туристских потоков являются одним из основных предметов исследований в географии туризма. Генерирующие факторы способствуют возрастанию объемов туристских путешествий. Лимитирующие факторы ограничивают туристскую деятельность, снижают туристский поток. Статические факторы имеют неизменное во времени значение. К этой группе относятся рекреационно-географическое положение, природно-климатические условия, культурно-историческое наследие. К динамическим факторам относятся: политическая обстановка в стране, демографические, финансово-экономические, социальные, инновационные, международные факторы, сезонность. Создание и использование благоприятных факторов для развития туризма на уровне отдельных регионов является одной из самых актуальных проблем управления. Сочетание благоприятных природных, культурно-исторических и социально-экономических факторов определяет пространственные особенности туризма и его эффективное развитие. Учет этих факторов позволяет выявить и устранить недостатки региональной туристской инфраструктуры, повысить известность и узнаваемость туристских регионов, упорядочить местный туристский рынок.

### 2.1. Генерирующие и лимитирующие факторы

Применительно к географии туризма факторы (лат. factor — делатель, творец чего-нибудь) носят характер предпосылок или ограничений для организации туристской деятельности. Это те причины, которые оказывают содействие или накладывают ограничения на развитие туристской индустрии. Благоприятные факторы означают дополнительные возможности для привлечения инвестиций, увеличения занятости и решения других региональных проблем. В отличие от туристско-рекреационных ресурсов факторы имеют управленческий смысл. Создание благоприятных факторов приводит к лидерству отдельных регионов и стран в мировом туризме, и наоборот, возникновение нежелательных факторов снижает туристский поток.

В отличие от факторов понятие «ресурсы» несет более постоянный смысл. Ресурсы не создаются трудом человека. Они существуют независимо от него, но в той или иной степени используются или могут быть использованы для производства туристских продуктов и услуг.

Ресурсами в туризме является не только то, что фактически используется в туристско-рекреационной деятельности, но и те объекты туристского интереса, которые могут потенциально удовлетворять потребности людей. Туристские ресурсы выступают как факторы производства туристского продукта.

Генерирующие факторы способствуют возрастанию объемов туристских путешествий. Лимитирующие факторы ограничивают туристскую деятельность, снижают туристский поток.

Генерирующими или лимитирующими факторами могут служить:

1. Рекреационно-географическое положение страны и стран-дестинаций.
2. Политика государственных органов по развитию туризма. Основными задачами государства в сфере туризма являются создание благоприятных условий для туризма, строительство новых объектов туристской инфраструктуры и техническое совершенствование материальной базы на основе внедрения достижений научно-технического прогресса, инновационных технологий развития регионального туризма, формирование привлекательного образа страны. Особенно важны финансово-экономические меры государства по поддержанию и развитию туристской инфраструктуры. В то же время отрицательно влияют на развитие туристского региона кризисы, политическая и финансовая нестабильность, безработица, рост цен и сокращение объемов потребления, ужесточение туристских формальностей.
3. Безопасность путешествий (природные катаклизмы, угроза терроризма, наличие или отсутствие преступности и эпидемий вирусных заболеваний).
4. Рост общественного богатства и доходов населения, сокращение рабочего времени и общий рост общественного богатства и материального благосостояния граждан ведут к увеличению количества туристских поездок, поскольку туризм относится к потребностям высокого уровня, которые возникают, когда базовые потребности человека уже удовлетворены.
5. Урбанизация. Большие стрессовые нагрузки современного общества обуславливают необходимость в отдыхе, рекреации, восстановительной активности, в том числе с помощью туризма. Поэтому городское население активнее путешествует, чем сельское. Чем больше город, тем большее количество жителей предпочитают путешествия.

6. Наличие богатого культурного и/или природного наследия притягивает туристов.
7. Инфраструктурное развитие определяет либо положительную динамику отрасли туризма, либо ограничивают ее. Особенно важны интеграционный характер транспортных сетей, пропускная способность аэропортов и автодорог.
8. Информационные технологии, используемые в индустрии гостеприимства, особенно наличие систем онлайн-бронирования мест в режиме реального времени.
9. Уровень гостиничного и ресторанного сервиса, развитость предприятий досуга, розничной торговли, общественного питания, рекреационной сферы предназначенной для повышения уровня комфортности путешествия и его безопасности.
10. Использование человеческих ресурсов. Уровень работы персонала туристских и гостиничных предприятий, его профессионально-квалификационная подготовка, организация труда.
11. Качество, характер и совершенство туристского продукта, услуг и цен. Соотношение между уровнем цен на турпродукты и спросом на них. Создание условий, при которых на рынке действует ограниченное число больших транснациональных операторов и значительное количество малых предприятий.
12. Роль средств массовой информации в продвижении, рекламе и реализации турпродуктов.

Некоторые лимитирующие факторы рекреационной деятельности (санитарные и охранные зоны, объекты природно-заповедного фонда, местообитания редких видов растений и животных и проч.) и вовсе могут полностью исключать туристско-рекреационную деятельность.

## **2.2. Статические и динамические факторы**

Основные факторы, влияющие на развитие туризма, разделяют на две группы: статические и динамические.

Статические факторы имеют неизменное во времени значение и совпадают по смыслу с понятием туристско-рекреационные ресурсы. Однако туриндустрия приспособливает их к туристским потребностям, делает их более доступными для использования. К этой группе относятся рекреационно-географическое положение, природно-климатические условия, культурно-историческое наследие.

К динамическим факторам относятся:

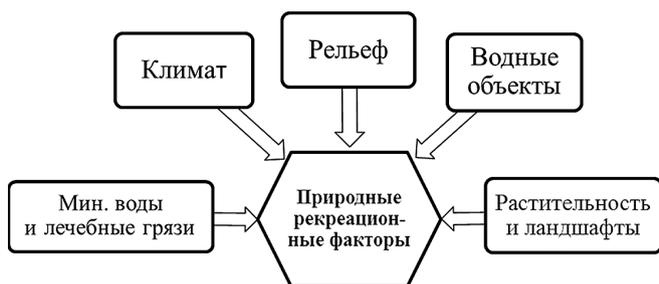
1. Политическая обстановка в стране. Кризисы, политическая нестабильность, милитаризация экономики или политика открытия границ; смягчение административного контроля в сфере туризма;

- унификация налоговой и денежной политики все это напрямую определяет возможности путешествий по стране [Чудновский, Жукова, Сенин, 2005].
2. Демографические факторы. Возраст и занятость населения степень урбанизации определяют общую туристскую подвижность людей. Она достигает пика в возрасте 30–50 лет. В богатых странах среди туристов немало вышедших на пенсию людей. Такая возрастная группа отличается значительным количеством свободного времени, достаточной материальной обеспеченностью, а также заинтересованностью в общеоздоровительных туристических маршрутах, которые характеризуются комфортными объектами размещения (гостиницами) и богатыми познавательными ресурсами.
  3. Финансово-экономические факторы. Развитие туризма очень чувствительно к экономической стабильности, от которой зависят покупательная способность туристов, объем средств, вкладываемых в развитие туристской инфраструктуры. Важна также фаза экономического цикла (подъема или спада), в котором находится национальная экономика.
  4. Социальные факторы. Увеличение продолжительности свободного времени и продолжительности оплачиваемого отпуска определяют продолжительность и частоту туристских поездок. К числу социальных факторов развития туризма относятся также приоритеты в системе духовных ценностей общества, культурный уровень населения, его образованность, что обуславливает стремление к ознакомлению с природными и культурными ценностями.
  5. Инновационные факторы создают необходимые условия для развития массового туризма. Их связывают с совершенствованием транспорта, использованием электронных средств связи, телекоммуникаций, созданием компьютерных систем бронирования мест, что значительно повышает роль индивидуума в распоряжении своим свободным временем [Новиков, 2007].
  6. Международные факторы, степень взаимопонимания между отдельными государствами сильно влияют на конъюнктуру туристских потоков. Большинство стран, принимающих международных туристов, пытаются их привлечь не только комфортными условиями пребывания, но и упрощением визового режима.
  7. Сезонность. В большинстве регионов мира погодные условия для путешествий, отдыха, лечения, занятий спортом различаются по месяцам года, что ведет к колебаниям спроса на туристские услуги в течение года и удорожает содержание предприятий размещения и питания.

### 2.3. Природные факторы

Природные факторы исторически являются основой развития рекреации и туризма. Большинство туристов отдыхает и восстанавливает свои физические и духовные силы в местах с комфортным климатом, на берегах морей, рек и озер, на территории с разнообразным рельефом, формирующим живописные ландшафты. Туристов привлекает наличие минеральных источников, лечебных грязей, пещер и иных геолого-геоморфологических объектов; разнообразие растительного и животного мира; наличие природных памятников и особо охраняемых природных территорий.

Природные факторы имеют пространственную дифференциацию, как в пределах территории России, так и в других регионах мира. Их сочетание определяет степень благоприятности для развития туристско-рекреационной деятельности. Основные природные факторы, влияющие на развитие рекреации и туризма представлены на рис. 2.3.1.



**Рис. 2.3.1.** Основные природные факторы, влияющие на развитие рекреации и туризма

Каждый из природных факторов может обладать, как генерирующими, так и лимитирующими свойствами в зависимости от потребностей в развитии тех или иных видов туризма. Например, наличие на реке порожистых участков препятствуют развитию круизного туризма, но с успехом в этих условиях может быть реализован экстремальный водный туризм.

Природные факторы обладают также статическими и динамическими свойствами, что влияет на выбор места расположения туристско-рекреационных объектов, на формирование потоков туристов в зависимости от сезона, на степень риска и обеспечение безопасности туристов. На эффективность использования природных факторов особое влияние оказывает рекреационно-географическое положение мест туризма и рекреации по отношению к горам, лесам, водным объектам; характер береговой линии; положение страны по отношению к основным поставщикам туристов; нахождение региона на важных транзитных путях и т.д. Популярностью

пользуются районы со сложным и, как правило, живописным рельефом. Горы располагают большим запасом рекреационных ресурсов благодаря чистоте горного воздуха, повышенному уровню ультрафиолетового излучения, возможности организации горнолыжных и альпинистских центров и т.д. В последние десятилетия возрос интерес туристов к экзотическим уголкам земного шара. Люди все более стремятся к разнообразию и новым нестандартным путешествиям в места с уникальной природой. [Романов, Саакянц, 2002; Косолапов, 2011].

К одному из основных природных факторов относится **рельеф**, который является не только основой (базисом) ландшафта, но и ареной жизнедеятельности людей. Он влияет на все остальные компоненты природы — климат, воды, растительный и животный мир и определяет возможности развития всех основных видов туристско-рекреационной деятельности. Рельеф характеризуется абсолютной и относительной высотой, вертикальной и горизонтальной расчлененностью, разнообразием положительных и отрицательных форм и процессов его преобразующих. Основными формами рельефа земной поверхности являются равнины и горы. Фактор рельефа по отношению к системе туризма и рекреации выступает в различных качествах: как природные условия, как природный ресурс, как информационный ресурс. Геоморфологические условия определяют емкость туристско-рекреационной территории и ее специализацию по формированию турпотоков. Наиболее ярко это зависимость от рельефа проявляется для пляжно-купального и горнолыжного туризма.

Привлекательность рельефа для рекреации и туризма характеризуется рядом его свойств: устойчивость, уникальность, разнообразие, пейзажная привлекательность, культурно-историческая ценность, комфортность. В настоящее время проведена оценка влияния рельефа на формирование и функционирование различных типов территориальных туристско-рекреационных систем [А.В.Бредихин, 2010]. К ним относятся: *рекреационно-лечебный тип* (включает три подтипа — климатический, грязевой и бальнеологический); *рекреационно-оздоровительный тип* (включает два подтипа — купально-пляжный и прогулочно-созерцательный); *рекреационно-спортивный тип* (включает четыре подтипа — горнолыжный, дайвинг, сплавы по рекам, рыболовно-охотничий); *рекреационно-познавательный тип*, учитывающий базовое положение рельефа в природном комплексе, что требует особого внимания к туристско-рекреационным свойствам рельефа и отбору специфических показателей этих свойств.

**Климат** оказывает как положительное, так и отрицательное влияние на организацию туристско-рекреационной деятельности. Использование климатических факторов имеет решающее оздоровительное значение для стимуляции механизмов жизнедеятельности человека в определенных биоклиматических условиях.

Основными характеристиками климата по их воздействию на организм человека является солнечная радиация, характеризующаяся ее световым и ультрафиолетовым режимом (таблицы 2.3.1, 2.3.2).

Таблица 2.3.1

### Медико-климатическая характеристика светового режима

Параметр	Режим воздействия		
	раздражающий (1 балл)	тренирующий (2 балла)	щадящий (3 балла)
Число часов солнечного сияния за год	Менее 1 700	1 700–2 000; более 2 500	2 000–2 500
Число часов солнечного сияния за июль	Менее 280	280–300; более 340	300–340
Число дней без солнца за год	Более 140	100–140; менее 60	60–100
Число дней без солнца за июль	Более 3	2–3;	1–2
Число дней без солнца за январь	Более 25	20–25; менее 10	10–20

Источник: Кусков А.С. и др. 2010.

Таблица 2.3.2

### Медико-климатическая характеристика ультрафиолетового режима

Широта местности, град.	Медико-климатическая характеристика УФ режима	Степень комфортности
Более 67,5° с.ш.	Длительный период с УФ дефицитом	Раздражающий режим, активный дискомфорт УФ дефицита
67,5–62,5° с.ш.	Недостаток УФ зимой	Тренирующий режим, зимний дискомфорт УФ дефицита
57,5–62,5° с.ш.	Следы УФ дефицита зимой	Щадящий режим, незначительный дискомфорт УФ зимой
52,5–57,5° с.ш.	Оптимальный	Щадящий режим, комфортный УФ режим
47,5–52,5° с.ш.	Следы УФ избытка летом	Щадящий режим, незначительный дискомфорт УФ летом
42,5–47,5° с.ш.	Избыток УФ летом	Тренирующий режим, летний дискомфорт УФ избытка
Менее 42,5° с.ш.	Чрезмерный избыток УФ	Раздражающий режим, активный дискомфорт УФ избытка

Источник: Кусков А.С. и др. 2010.

Важнейшими метеорогическими характеристиками по воздействию на организм человека являются температура, влажность воздуха, атмосферное давление, направление и скорость ветра, осадки. Эти элементы имеют свои количественные единицы измерения. Температура воздуха характеризует термический режим территории и используется в туристско-рекреационных целях, для выделения продолжительности различных периодов: безморозного; благоприятного для летней рекреации; благоприятного для купального периода и др. (таблица 2.3.3).

Таблица 2.3.3

## Медико-климатическая характеристика термического режима

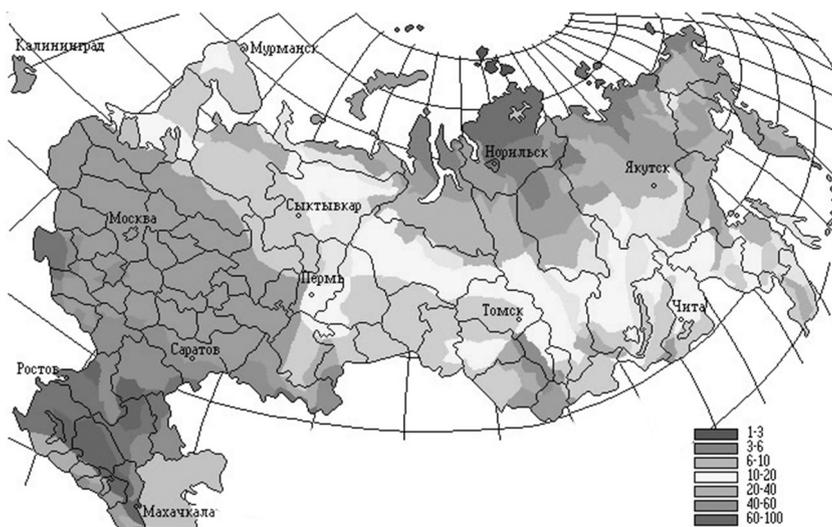
Параметр	Режим воздействия		
	раздражающий	тренирующий	щадящий
Продолжительность безморозного периода (в днях)	Менее 90	90–180; Более 240	180–240
Продолжительность зимнего периода (в днях)	Менее 60	90–120; Более 150	120–150
Продолжительность периода с дискомфортом переохлаждения (в днях)	Более 20	10–20	Менее 10
Продолжительность летнего периода (в днях)	Менее 60	60–90	Более 90
Продолжительность периода с дискомфортом перегревом (в днях)	Более 20	15–20	Менее 15
Обеспеченность теплом: повторяемость (%) комфортных условий за летний период ( $\text{ЭЭТ} = 17\text{--}22^\circ$ )	Менее 11; Более 30	11–20	21–30
Продолжительность купального сезона (в днях)	Менее 60	60–90	Более 90

Источник: Кусков А.С. и др. 2010.

Все биоклиматические параметры по степени благоприятности влияния на организм человека разделены на *раздражающие*, *тренирующие* и *щадящие*. Это следует учитывать при освоении новых туристско-рекреационных территорий, при планировании и проектировании профиля курортно-рекреационных зон, для повышения эффективности организации санаторно-курортного лечения. Биоклиматические параметры включены в биоклиматический паспорт курортов и территорий. На основе расчетов проводится зонирование территорий по степени комфортности для туризма, отдыха и лечения. Выделяются следующие зоны комфортности: комфортная (щадящий и щадяще-тренирующий режим); относительно комфортная

(падающий и раздражающий режимы); дискомфортный (раздражающий режим), экстремальная (раздражающий режим во все сезоны года).

Большая часть территории России располагается выше  $60^{\circ}$  с.ш., являющейся северной границы умеренного пояса. Более 60% ее площади занято вечной мерзлотой, а 10% страны — заболоченные местности. Географическое положение России определяет ее как северную страну, что, безусловно, отражается на развитии туризма и разнообразии его видов. На большей части территории России наблюдается длительная холодная зима, короткое лето с непродолжительным сроком купания в открытых водоемах. Наша страна расположена в трех климатических поясах: арктическом, субарктическом и умеренном, сформировавших четыре основных типа климатов: умеренно-континентальный, континентальный, резко-континентальный и муссонный. Это отражается на комфортности климатических условий туристско-рекреационной деятельности (рис. 2.3.2). Незначительная часть Черноморского побережья находится в пределах Краснодарского края в субтропическом климатическом поясе, который является наиболее привлекательным для массового оздоровительного туризма.



**Рис. 2.3.2.** Комфортность климатических условий России (в баллах)

*Источник:* <http://refoteka.ru/r-121003.html>

К **ВОДНЫМ ОБЪЕКТАМ** относятся моря, реки, озера, пруды и им принадлежит особая роль в организации туризма и отдыха населения. Наиболее массовыми видами отдыха на берегах водоемов в летний период является купание, принятие солнечных и воздушных ванн, а на акваториях развит

морской и речной круизный туризм, парусный и водномоторный отдых, сплавы по рекам и др. Система водных объектов способствует превращению рек, озер и водохранилищ в туристско-рекреационный каркас, который определяет местоположения многочисленных объектов туристско-рекреационной деятельности (курорты, дома отдыха, турбазы и др.). Для водных объектов характерно наличие живописных прибрежных ландшафтов, что оказывает эстетическое воздействие на отдыхающих. Этот факт является решающим при выборе мест кратковременного и пригородного отдыха непосредственно на берегах водотоков и водоемов.

Береговые и аквальные комплексы обладают рекреационной емкостью, оцениваемой количеством отдыхающих, использующих данный комплекс в рекреационных целях, без проявления процессов деградации. Емкость комплексов зависит от их рекреационной устойчивости, характеризуемой способностью природного комплекса выдерживать определенные рекреационные нагрузки, не теряя при этом способности к самовосстановлению.

Туристско-рекреационную деятельность в пределах береговой зоны и акватории разделяется на две группы: 1) виды отдыха с преимущественным использованием территории береговой зоны (стационарный организованный отдых, неорганизованный отдых — пеший и с использованием мото и авто транспорта и т.п.); 2) виды отдыха с преимущественным использованием акватории (купание, катание на маломерных судах, яхтах, байдарках, виндсерфинг, подводное плавание, рыболовство и т.п.). Наиболее массовым является пляжно-купальный отдых, который организуется практически на всех водных объектах (таблица 2.3.4).

Наиболее популярными видами водного туризма в России являются яхтинг и сплавы на лодках, байдарках и плотах. Для организации яхтинга требуется наличие акватории площадью более 400 га, глубиной не менее 3-х метров и значительной изрезанностью береговой линии. Емкость акваторий для парусного спорта учитывает технологические (1 га на 1–2 яхты) и психологические (1 яхта на 5–10 га) критерии туристских нагрузок. Развитие яхтенга наблюдается, прежде всего, в морских заливах, на крупных озерах и водохранилищах

Водный фактор обеспечивает функционирование трех направлений туристско-рекреационной деятельности: курортно-бальнеологическое, спортивно-туристское и рыболовно-охотничье.

**Растительность и ландшафты.** Значение этих природных факторов на развитие туризма и рекреации очень велико, так как с ними связано оздоровительное влияние ландшафта благодаря ионизационным и фитонцидным свойствам растений. Главную роль играют лесные массивы, способствующие повышению содержания кислорода в воздухе. Установлено, что оптимальной ионизацией обладают смешанные леса и сосновые боры. Леса, выполняя рекреационную функцию, определяют санитарно-гигиеническую

обстановку местности. Они поглощают углекислый газ, очищают воздух от различных видов загрязнения, например шумового, влияют на радиационный и термические режимы. Общая рекреационная характеристика растительного покрова представлена в таблице 2.3.5.

Таблица 2.3.4

## Характеристика водных объектов для пляжно-купального отдыха

Параметр	Степень благоприятности		
	<i>благоприятные</i>	<i>относительно благоприятные</i>	<i>неблагоприятные</i>
<b>Берега</b>	Сухие террасированные, без крутых спусков, пригодные для освоения в естественном состоянии	Сухие, но крутосклонные, часто обрывистые, освоение которых требует несложных сооружений для спуска к пляжу	Берега либо заболочены, либо очень крутые с высоким клифом или обрывом.
<b>Подходы к воде</b>	Открытые	Требуют небольшой расчистки	Тонкие, закустаренные, закрытые
<b>Пляжи</b>	Песок, мелкая галька	Трава, крупная галька	Глина, торф, крупный камень
<b>Протяженность отмели</b>	20–100 м (на море) 20–50 м (на реке и озере)	< 100 м (на море) < 20 м; > 50 м (на реке и озере)	Отмель отсутствует
<b>Характер дна</b>	Песок и мелкая галька	Крупная галька, заиленные пески, валуны	Ил, камень, глина, крупный острый камень, большие плиты, покрытые водными микроорганизмами
<b>Скорость течения реки</b>	< 0,3 м/с	0,3–0,5 м/с	> 0,5 м/с
<b>Температура воды, в °С</b>	18° – 24°	16°–17°; 25°–26°	<16°; > 26°
<b>Санитарно-гигиенические условия</b>	Чистые, источников загрязнения нет	Легко устранимые источники загрязнения, вода самоочищается	Загрязнения превышают ПДК и источники загрязнения не устранимы

Таблица 2.3.5

## Рекреационная оценка растительного покрова

Параметр	Степень благоприятности		
	<i>благоприятные</i>	<i>относительно благоприятные</i>	<i>неблагоприятные</i>
<i>Тип угодий</i>	Смешанные свет-лохвойные и широколиственные леса	Темнохвойные леса в сочетании с лиственными	Темнохвойные березово-осиновые сырые леса
<i>Бонитет</i>	I, II класс	<b>III, IV класс</b>	V класс
<i>Залуженность</i>	15–25%	<b>10–15%; &gt;25%</b>	<10%
<i>Заболоченность</i>	1–3%	<b>3–5%</b>	>5%
<i>Распаханность</i>	<20%	<b>20–30%</b>	>30%

Источник: Кусков А.С. и др. 2010.

Рекреационная ценность лесов характеризуется следующими основными факторами.

1. Типы ландшафта: а) закрытый (плотность растительного покрова более 60%); б) полуоткрытый (плотность, 10–60%); в) открытый (менее 10%).
2. Многообразие ландшафтов оценивается процентным распределением ландшафтов разного типа (закрытый, полуоткрытый, открытый).
3. Эстетическая ценность ландшафтов подразделяется на три класса ценностей. Первый класс обладает самой высокой эстетической ценностью и характеризуется разнообразным видовым составом, хорошей проходимостью и высоким уровнем санитарно-гигиенического благополучия. К третьему классу относятся труднопроходимые, заболоченные ландшафты, неблагоприятные для туризма и рекреации. Второй класс занимает промежуточное положение.
4. Санитарно-гигиеническое состояние ландшафта, для организации отдыха и туризма имеет три оценки — высокая, средняя и низкая.

Для туристско-рекреационного использования территории наиболее важное значение имеет эстетичность природных ландшафтов. Живописность местности определяется сочетанием нескольких компонентов ландшафта (пересеченный рельеф, водные объекты, разнообразный растительный покров), чередованием открытых и закрытых пространств (лес, пашня, луг, болото), наличием видовых панорам, обеспечивающих обзорность максимального разнообразия пейзажей.

Для оценки эстетических свойств ландшафта широкое использование получил метод бальной оценки, который анализирует все компоненты

ландшафта (рельеф, растительность, водные объекты, климат). Интегральная оценка ценности изучаемого ландшафта, позволяет определить рекреационный потенциал территории и его пространственную дифференциацию. Результатом ландшафтно-рекреационного зонирования является установление границ благоприятных рекреационных территорий, относительно благоприятных и неблагоприятных.

**Минеральные воды и лечебные грязи** являются важным природным фактором для развития лечебно-оздоровительного туризма. Они составляют основу природных лечебных ресурсов, называемых бальнеологическими. Минеральные водные источники представляют собой естественные выходы минеральных вод на земную поверхность. К лечебным относятся только те минеральные воды, которые благодаря повышенному содержанию минеральных компонентов оказывают лечебные воздействие на организм человека. Эти воды классифицируются по температуре, кислотности, содержанию минеральных веществ и газов. В практике использования выделяют восемь типов минеральных вод: хлоридно-натриевые, сульфидные, углекислые, радоновые, йодо-бромные, азотно-кремнистые термальные, мышьяковистые, пресные органико-содержащие воды типа «Нафтуса».

Лечебные грязи представляют собой осадки различных водоемов, торфяные отложения болот, извержение грязевых вулканов и других, состоящих их воды, минеральных и органических веществ природных образований. Как правило, лечебные грязи представляют собой однородную, пластичную тонкодисперсную массу, применяемую для грязелечения. По происхождению лечебные грязи подразделяются на пять типов: торфяные, сапропель, иловые сульфидные, сопочные, гидротермальные.

Необходимо отметить, что наличие минеральных лечебных вод и грязей характерно для многих регионов России и их месторождения часто определяют местоположение объектов туристско-рекреационной инфраструктуры для реализации лечебно-оздоровительного туризма.

При оценке природных условий следует учитывать различные значения одних и тех же факторов для летних и зимних видов туризма. Для летних видов туризма и отдыха оцениваются следующие природные факторы: продолжительность благоприятных температурных условий, продолжительность солнечного сияния, термическая характеристика водных объектов, относительная влажность воздуха, рельеф, обводненность, растительность, заболоченность. Для зимних видов туризма и отдыха оцениваются: продолжительных благоприятных температурных условий, продолжительность солнечного сияния, ветровой режим, снежный покров, рельеф, растительность. Установлено, что природные факторы влияют, прежде всего, на физиологическое состояние человека во время отдыха и организацию мест туристско-рекреационной деятельности.

Комплексный анализ природных факторов позволил создать карту оценки их влияния на степень благоприятности для проживания человека и его рекреационной деятельности и выделить пять ареалов (рис. 2.3.3):

- 1) наиболее благоприятные территории;
- 2) благоприятные;
- 3) малоблагоприятные;
- 4) неблагоприятные;
- 5) крайне неблагоприятные.

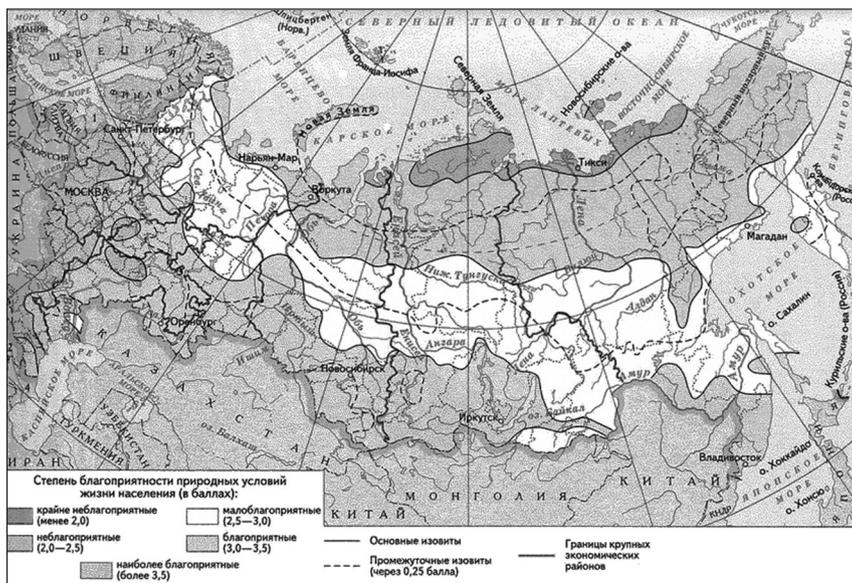


Рис. 2.3.3. Оценка природных условий России по степени благоприятности проживания человека

Источник: <http://d-prospero.livejournal.com/140062>

Такое сочетание природных факторов способствует формированию туристско-рекреационной инфраструктуры и потоков туристов в регионы, комплексно использующие весь набор природных, оздоровительных и лечебных факторов, характерных для этих территорий.

## 2.4. Культурно-исторические факторы

Культурно-исторические факторы — это разнообразные исторические и архитектурные памятники, высокий уровень духовной и материальной культуры, мозаичность национального и конфессионального состава населения, высокий уровень образования, давние традиции культурных и иных

связей, как в пределах региона, так и с другими крупными регионами мира [Дурович, Кабушкин, Сергеева, 2005].

Для многих российских регионов использование историко-культурного наследия становится одной из реальных возможностей экономического, социального и культурного подъема. В число объектов культурного туризма входят как культурно-историческое наследие (исторические территории, архитектурные сооружения и комплексы, зоны археологических раскопок, художественные и исторические музеи, народные промыслы, праздники, бытовые обряды, выступления фольклорных коллективов), так и актуальная культура сегодняшнего дня (преимущественно художественная, но также и образ жизни населения: кухня, костюм, особенности гостеприимства). К культурно-историческим предпосылкам рекреационной отрасли можно отнести и другие объекты, связанные с историей, культурой и современной деятельностью людей: оригинальные предприятия промышленности, сельского хозяйства, транспорта, театры, научные и образовательные учреждения, спортивные сооружения, ботанические сады, зоопарки, этнографические и фольклорные достопримечательности, кустарные промыслы, народные обычаи, праздничные обряды и т.д. [Веденин, 2001; Красная, 2006].

В отличие от природных факторов, историко-культурный фактор сочетает характерные черты движимости и недвижимости [Кусков, Голубева Одинцова, 2010]. Движимую группу составляют памятники искусства, археологические находки, минералогические, ботанические и зоологические коллекции, документальные памятники и другие вещи, предметы и документы, которые можно легко перемещать. Потребление рекреационных ресурсов этой группы связано с посещением музеев, библиотек и архивов, где они обычно концентрируются. К недвижимой группе относятся памятники истории, градостроительства и архитектуры, археологии и монументального искусства и другие сооружения, в том числе и те памятники искусства, которые составляют неотъемлемую часть архитектуры. С позиций познавательно-культурной рекреации важно то обстоятельство, что объекты этой группы представляют собой самостоятельные одиночные или групповые образования.

Воздействие чужой страны и ее культуры может сказаться на расстройстве здоровья туриста в большей степени, чем перемена климата, отсутствие привычной пищи и санитарных условий [Чудновский, Жукова, Сенин, 2005]. Также на психическое состояние туриста оказывают влияние его контакты с местными жителями. Отмечается, что разница в культурах национальностей обратно пропорциональна приспособляемости к новой культуре. Так, туризм между странами Северной Америки и Западной Европы практически безболезненный с точки зрения воздействия на психическое состояние прибывшего иностранца, тогда как туристы из стран Дальнего Востока уже менее приспособлены, а из Африки и Латинской

Америки имеют еще меньшую степень приспособляемости к традициям стран Западной Европы [Чудновский, Жукова, Сенин, 2005].

Важнейшим культурно-историческим фактором развития туризма является международный имидж территории. Россия, к сожалению, не относится к странам с высоким международным имиджем, который привлекает потоки иностранных туристов. Об этом свидетельствует статистика въездного и выездного международного туризма. По данным Росстата в 2012 г. страны дальнего зарубежья посетило 15,3 млн человек, а Россию с туристскими целями посетило всего 2,57 млн человек [Российский статистический ежегодник, 2013].

По оценкам международных экспертов при должном уровне развития туристической инфраструктуры Россия могла бы принимать до 40 млн туристов в год. Россия занимает 63-е место из 140 стран по индексу конкурентоспособности в туристическом секторе; доля туризма в ВВП России составляет всего 6,7%, а в среднем в мире этот показатель — 9,4% [Власова, 2012].

Россия в 2009 г. вошла в число десяти стран лидеров по уровню туристических расходов населения во время отдыха. За период туристских поездок россияне вывезли в 2009 г. из страны 25 млрд долл. США [Лысыкова, 2012], а поступления от иностранного туризма в Россию составили всего лишь 3–4 млрд долл. в год. В последние годы вывоз капитала из России посредством туризма продолжает расти, в то время как ввоз, остается стабильно низким. Очевидно, что благодаря туризму, Россия, стала одним из крупных финансовых доноров для многих стран мира.

В мировой практике для реализации продукции огромное значение придается рекламе. Например, по данным за 2012г., Турция выделила для продвижения турпродуктов за рубежом 118 мил. евро, а Россия на рекламу отечественного туризма за рубежом выделила лишь 2,5 млн евро. Для сравнения: средний бюджет на рекламу туризма в европейских странах составляет 31 млн евро [Власова, 2012].

Конструирование положительного образа государства важно также для создания благоприятной среды его населению. Тут «не только наличие каких-либо природных и культурных богатств, но и различия их от места к месту сами по себе являются важными ресурсами» [Родоман, 2002]. Как писал французский эколог Ф. Сен-Марк (1977 г.), цена жизненного пространства растет гораздо быстрее добываемого посредством его разрушения сырья. Сырье можно будет заменить другим сырьем, пространство заменить будет нечем.

Информационная освещенность о возможностях современного состояния туризма и отдыха в различных регионах России недостаточна и заметна дифференцирована. В СМИ как правило, выделяются Краснодарский край, Кавказ, Дальний Восток, Москва, Санкт-Петербург, Московская область, города «Золотого Кольца», а также города Поволжья, Кавказских Минеральных вод и Северо-запада России. К этим туристско-

рекреационным территориям наблюдается стабильно повышенный интерес российских и зарубежных туристов.

Однако появляются и другие территории, характеризующиеся активным развитием туризма и рекреации. Это Алтай, Байкальский регион, Западная Сибирь, Ярославская, Костромская, Калужская области и ряд других регионов России, которые получили финансовую поддержку в соответствии с ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2012 годы)».

## **2.5. Социально-экономические факторы**

Современные достижения науки и техники, бурное развитие информационно-коммуникационных технологий, транспортная доступность (прежде всего авиационная) отдаленных регионов, стран и континентов мира от места массового проживания, процессы глобализации мировой экономики, несомненно, способствовали феномену развития туризма.

Сегодня каждый человек обладает высокой степенью личной свободы, мобильности, автономности и имеет возможность реализовать свои индивидуальные запросы и потребности в туризме и отдыхе. Мобильность и материальные возможности позволяют человеку все в большей степени работать, пребывая в путешествии, где он находит такой же комфорт, которым пользуется в повседневной жизни. Стало реальностью совершать путешествия, совмещая их с работой.

Современное телевидение позволяет нам путешествовать во времени и пространстве, переключая один канал за другим, не покидая своего уютного кресла, а в ближайшем будущем в режиме реального времени можно будет совершать виртуальные путешествия по всему миру. По мнению Жака Атали, эти удобства куда радикальнее изменят жизнь в третьем тысячелетии, чем это удалось сделать автомобилю и телевидению в XX веке [Атали, 1993].

Такие факторы размещения производства как географическая близость к источникам сырья и районам сбыта продукции отходят на второй план, уступая место главному комфортности среды обитания [Блануца, 2012]. Потоки информации, знаний, капиталов, туристов, иммигрантов, беженцев перемещаются во все большем объеме и все быстрее на все более дальние расстояния, теряя все меньше времени «на дорогу».

В 1950 г. в мире было зарегистрировано 25 млн туристских прибытий, в 2004 г. их число возросло до 760 млн, в 2012 г. до 1035 млн, к 2020 г. их число прогнозируется 1600 млн прибытий [Szerszynski, Urry, 2006].

Все больший интерес к путешествиям проявляют слои населения со средним достатком: служащие, молодежь, интеллигенция, представители мелкого и среднего бизнеса. Международные туристские связи

стали важной составной частью мирового процесса интернационализации социально-экономических отношений. Во многих странах сложилась и стабильно развивается индустрия туризма, располагающая солидной материальной базой, предоставляющая рабочие места миллионам людей и взаимодействующая практически со всеми отраслями хозяйства.

К социально-экономическим факторам, влияющим на развитие туризма, можно отнести:

- 1) экономико-географическое положение принимающей территории (положение по отношению к туристским рынкам, транзитные возможности);
- 2) экономический уровень принимающей страны и стран, являющихся для нее основными поставщиками туристов;
- 3) социальный и профессиональный состав населения, определяющий достаточное число квалифицированных кадров для организации приема туристов;
- 4) наличие туристской инфраструктуры и фондов размещения, развитие международных и внутренних коммуникаций, совершенствование транспортных средств;
- 5) конкретный для данной территории уровень цен на рекреационные ресурсы, услуги средств размещения, транспорта, общественного питания и т.д.;
- 6) реальные денежные доходы населения;
- 7) длительность отпусков;
- 8) постановка рекламы и информации о рекреационных районах и туристских маршрутах.

Туризм оказывает большое влияние на социально-экономическую инфраструктуру регионов и такие важнейшие отрасли экономики, как транспорт и связь, сельское хозяйство, строительство, производство товаров народного потребления и другие, т.е. выступает катализатором экономического развития. Это связано с тем, что современная туристская индустрия предоставляет большой объем услуг, потребляемых туристами в ходе заграничного путешествия. А.А. Романов и Р.Г. Саакянц (2002 г.) выделяют среди них услуги:

- 1) по доставке туристов в страну и по перемещению туристов по стране посещения (транспорт). Особенно важно обеспечение связей между местными и международными средствами передвижениями, чтобы туристское передвижение не имело разрывов транспортных сообщений;
- 2) по размещению туристов (гостиницы, мотели, кемпинги и т.д.);
- 3) по обеспечению туристов питанием (рестораны, кафе, бары и т.д.);
- 4) по рекламе туристского продукта;

- 5) по сбыту туристского продукта — услуги туристских агентств (разработка маршрутов путешествия, бронирование мест на транспорте и в гостиницах);
- 6) по удовлетворению культурных потребностей туристов (посещение достопримечательностей, музеев, выставок и т.д.);
- 7) по удовлетворению деловых и научных интересов туристов (участие в научных конференциях, различных совещаниях);
- 8) торговых предприятий как общего, так и специального назначения (продажа сувениров, буклетов, открыток, путеводителей, предметов туристского снаряжения);
- 9) контрольно-административных органов (оформление документов, пограничный, таможенный контроль);
- 10) служб охраны природы, памятников, музеев;
- 11) информационных служб для туристов;
- 12) по обеспечению туристов средствами связи (почта, телеграф, телефон, факс);
- 13) средств информации (телевидение, газеты, журналы);
- 14) государственных туристских органов;
- 15) иностранных юридических лиц и общественных туристских организаций;
- 16) страховых компаний;
- 17) по удовлетворению потребностей в развлечениях (казино, аттракционы, ночные клубы и т.д.).

Как главный социально-экономический фактор развития туризма страны используется инновационная активность [Новиков, 2007]. Новейшие технологии способствуют внедрению e-туризма (e-tourism) и e-путешествий (e-travel). Эти онлайн-информационные службы обеспечивают прямые продажи туристских услуг конечным потребителям. Информация, получаемая из этих источников, может служить исходной точкой для планирования путешествий, сопоставления цен и динамической компоновки туров. Туризм становится все в большей степени индивидуализированным и освобожденным от диктата производителей, турагентств и посредников. Параллельно происходит развитие предприятий общественного питания, розничной торговли, спортивных объектов, индустрии развлечений, модернизация и реконструкция объектов, внедрение новейших технических средств и информационных технологий.

### **Контрольные задания**

1. Перечислите факторы, влияющие на развитие туризма, дайте подробную характеристику каждому из них.
2. Укажите направления государственного влияния на развитие туризма.

3. Проанализируйте все факторы, определяющие пространственные особенности развития туризма и укажите, как каждый из них влияет на повышение конкурентоспособности национального туристского комплекса
4. Перечислите факторы, реализующие рекреационные потребности человека в туризме, приведите конкретные примеры.
5. Перечислите факторы, в наибольшей степени влияющие на динамику развития и направления въездных и выездных международных туристских потоков в РФ.
6. Раскройте содержание понятий «туристско-рекреационные факторы и ресурсы», перечислите основные отличия.
7. Задание: перечислите социально-экономические факторы развития туризма и покажите, как каждый из них влияет на увеличение въездного потока китайских туристов в Россию.
8. Задание: выявите факторы, влияющие на современное состояние внутреннего туризма в России, аргументируйте свой ответ.
9. Задание: перечислите факторы, влияющие на сезонность туристских потоков, приведите конкретные примеры.
10. Задание: оцените природные факторы туристских регионов и укажите, для каких видов туризма они благоприятны:
  - Московская область;
  - Архангельская область;
  - Республика Адыгея;
  - Пермский край;
  - Кемеровская область;
  - Сахалинская область.
11. Задание: проанализируйте факторы, определяющие доступность туристско-рекреационных объектов, приведите конкретные примеры.
12. Задание: оцените значение каждого из описанных в данной главе факторов, определяющих пространственные особенности развития туризма, для следующих видов туризма:
  - культурно-познавательный;
  - пляжно-купальный;
  - горнолыжный;
  - деловой;
  - событийный
  - образовательный.

---

**ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ  
ПОТЕНЦИАЛ ТЕРРИТОРИИ  
И МЕТОДЫ ЕГО ОЦЕНКИ**

Пространственное выражение рекреации и туризма неоднородно. В основе неоднородности туристско-рекреационного освоения территорий лежат потребности отдыхающих, которые меняются с течением времени и находятся в непосредственной зависимости от уровня развития общества, дохода населения, социальной структуры отдыхающих, уровня развития материально-технической базы туризма и т.д. Территории обладают различной туристско-рекреационной привлекательностью. В основе туристско-рекреационной привлекательности территории лежит совокупность факторов, определяющих ее историческую и хозяйственную специализацию, уровень развития материальных благ, природные особенности, культурное наследие и просто самобытность. Указанные факторы могут носить объективный и субъективный характер. К основным объективным факторам, определяющим туристско-рекреационную привлекательность территории, относится туристско-рекреационный потенциал, определяемый как совокупность туристско-рекреационных ресурсов, их территориальных сочетаний и условий реализации. Туристско-рекреационный потенциал следует рассматривать в качестве исходной базы для оценки предпосылок и перспектив развития отдыха.

Понятия «туристско-рекреационный потенциал» и «туристско-рекреационные ресурсы» претерпели существенные изменения по мере эволюции научных представлений о предмете исследования рекреационной географии и географии туризма. По мере информатизации общества, появления новых научных методов возникли и новые подходы к оценке туристско-рекреационного потенциала территории. В этой связи видится целесообразным остановиться на ключевых понятиях «туристско-рекреационный потенциал», «туристско-рекреационные ресурсы», определить алгоритм процедуры и методологические особенности их оценки.

### 3.1. Туристско-рекреационные ресурсы и туристско-рекреационный потенциал

#### Эволюция представлений о туристско-рекреационных ресурсах

В научных публикациях 70-х — 80-х годов понятие «рекреационный потенциал» нередко отождествлялись с понятиями «рекреационные ресурсы» и «рекреационные условия». Причина видится в основополагающем месте ресурсов в системе географических знаний. Ресурсной проблематикой занимались многие советские ученые — основоположники теории рекреационной географии. Определение «рекреационных ресурсов» приводится в трудах В.С. Преображенского, Н.В. Багрова, Л.А. Багровой, Ю.А. Веденина, В.А.Квартального, И.В.Зорина, Н.С.Мироненко, И.Т. Твердохлебова и др.

Одной из первых работ, в которой рассматривается методологическая сущность понятия «рекреационные ресурсы», является статья Л.А. Багровой, Н.В. Багрова и В.С. Преображенского «Рекреационные ресурсы: подходы к анализу понятия» [Багрова и др., 1977]. «Рекреационные ресурсы — это природные, природно-технические и социально-экономических геосистемы и их элементы, которые могут быть использованы при существующих технических и материальных возможностях для организации рекреационного хозяйства» [Багрова и др., 1977]. Авторы выделяют две качественно различные составляющие рекреационных ресурсов — природно-технические и социально-экономические. Природные факторы развития рекреации могут рассматриваться как условия рекреационной деятельности или как ресурсы. Как рекреационный ресурс природный фактор выступает в том случае, когда рассматриваются не только качественные характеристики природных условий рекреации, но и их физические величины, прежде всего площадь, а также длительность периода, в течение которого эти качества проявляют свое действие [Багрова и др., 1977]. В фундаментальном исследовании по рекреационной географии Н.С. Мироненко и И.Т. Твердохлебов трактуют рекреационные ресурсы как «компоненты географической среды и объекты антропогенной деятельности, которые благодаря таким свойствам, как уникальность, историческая или художественная ценность, оригинальность, эстетическая привлекательность и целебно-оздоровительная значимость, могут быть использованы для организации различных видов и форм рекреационных занятий» [Мироненко, Твердохлебов, 1981].

В дальнейшем в ходе теоретического и прикладного развития самой науки, совершенствования законодательной базы туристско-рекреационной сферы деятельности основные понятия рекреационной географии постоянно уточнялись. В «Энциклопедии туризма» (2004 г.) В.А. Квартальный и И.В. Зорин приводят такое определение: «Рекреационные ресурсы — природные и антропогенные геосистемы, тела и явления природы, арте-

факты, которые обладают комфортными свойствами и потребительской стоимостью для рекреационной деятельности и могут быть использованы для организации отдыха и оздоровления определенного контингента людей в фиксированное время с помощью существующей технологии и имеющихся материальных возможностей».

Анализируя предложенные в научной литературе определения «рекреационных ресурсов» и обобщая подходы в рекреационно-географических исследованиях, можно отметить следующее:

1. «Рекреационные ресурсы» — неоднозначное и собирательное понятие. В зависимости от набора рассматриваемых компонентов, целей исследования, авторской позиции в научных публикациях встречаются различные трактовки этого базисного определения.
2. «Рекреационные ресурсы» — понятие историческое. На протяжении времени меняется роль отдельных видов ресурсов в развитии туристско-рекреационного хозяйства. Так, учитывая современные потребности отдыхающих, все большее значение в настоящее время уделяется социально-экономической ресурсной составляющей, а исторически рекреационные территории формировались исходя из благоприятных природных факторов среды (например, Средиземноморская Ривьера).
3. «Рекреационные ресурсы» характеризуются разнородным составом, что определяется их генезисом.
4. Одни и те же природные и антропогенные объекты и явления могут выступать то в виде условий, то в виде ресурсов рекреации. Например, для водных видов рекреации основные ресурсы — гидрологические, включающие в себя характеристики конкретных водных объектов. Биологические особенности территории, обуславливающие характер растительного и животного мира природных комплексов, выступают в роли дополнительных условий развития данного вида рекреационных занятий.
5. Природные и антропогенные объекты и явления выступают в качестве рекреационных ресурсов только тогда, когда они рассматриваются с позиции организаторов отдыха, а их свойства проявляются в пространстве и во времени.
6. «Рекреационные ресурсы» характеризуются системностью при эксплуатации. Опираясь на традиционное представление о рекреационных ресурсах, нашедшее отражение в базисной модели рекреационной системы, можно классифицировать их по критериям обязательности для организации рекреационного хозяйства в регионе и характеру использования. Рекреационные ресурсы оказывают влияние на территориальную организацию рекреационной деятельности, на формирование рекреационных районов и центров, на их специализацию и экономическую эффективность. Но это влияние

непрямое. Оно опосредуется социально-экономическими факторами и, прежде всего, объемом и структурой рекреационных потребностей.

7. «Рекреационные ресурсы» характеризуются определенными параметрами и, прежде всего, длительностью комфортного периода времени для рекреационной деятельности, территориальным сочетанием, величиной рекреационной емкости территории, качественной и количественной исчерпаемостью (в большинстве случаев), частичной возобновимостью и определенным временем на их вовлечение в эксплуатацию (производство).

По мере интеграции Российской Федерации в международное туристское пространство, все больше научных работ стало касаться вопросов развития туризма и рекреации. Это повлекло за собой научное обоснования формирования туристских систем и изучения их ресурсной составляющей.

В соответствии с Федеральным законом №132 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», «туристские ресурсы — это природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворять духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил».

В научной литературе [Боголюбов, Орловская, 2005] под туристскими ресурсами понимается «совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, пригодных для использования в процессе и в целях туризма».

Необходимо отметить, что территорию следует рассматривать комплексно, анализируя возможности организации отдыха, как местных жителей, так и гостей. Опираясь на системный подход в исследованиях, видится целесообразным расширить научную трактовку ресурсов развития рекреации и туризма, и в дальнейшем использовать понятие туристско-рекреационные ресурсы территории

Под **«туристско-рекреационными ресурсами»** следует понимать компоненты географической среды, объекты антропогенной деятельности, природные явления, которые могут быть использованы для организации различных видов туризма и рекреационных занятий.

## **Классификация туристско-рекреационных ресурсов**

Классификация объектов изучения в любой научной и практической деятельности имеет огромное значение. Рассматривая международный туризм как ведущий сектор мирового хозяйства, основывающийся на производстве и потреблении туристских продуктов и услуг, в научных подходах следует учитывать классические экономические трактовки. Так, под ресурсами производства в экономической науке понимаются элементы,

которые могут быть использованы для создания ценностей: земля (природные ресурсы), труд (рабочая сила) и капитал [Экономическая теория, 2002]. В настоящее время информатизация общества стала своего рода еще одним ресурсом, необходимым для создания продуктов и услуг. Таким образом, в соответствии с положениями современной экономической теории, к ресурсам или факторам производства следует относить землю (природные ресурсы), капитал (материальные и финансовые ресурсы), трудовые ресурсы, информационные ресурсы. Для совмещения всех указанных ресурсов воедино требуется энергия предпринимательской деятельности, предпринимательская способность. Поэтому предпринимательство может рассматриваться как еще один дополнительный ресурс. Таким образом, рассматривая туризм как социально-экономическую геосистему, производящую определенные продукты и услуги, можно выделить следующие категории ключевых туристско-рекреационных ресурсов: природные, культурно-исторические, социально-экономические и информационные.

### Природные туристско-рекреационные ресурсы

В последние годы в научной литературе под *природными туристско-рекреационными ресурсами понимается* комплекс физических и биологических элементов и сил природы, которые используются в процессе восстановления и развития физических и духовных сил человека, его трудоспособности и здоровья.

Согласно принятым в экономике природопользования классификациям, основанным на двойственном характере понятия «природные ресурсы», отражающем их природное происхождение с одной стороны и экономическую значимость с другой, природные туристско-рекреационные ресурсы можно классифицировать следующим образом [Мазуров, Пакина, 2003]:

- по происхождению;
- по видам туристско-рекреационного использования;
- по скорости исчерпания (быстро исчерпаемые, медленно исчерпаемые, неисчерпаемые);
- по возможности самовосстановления и культивирования (возобновимые, относительно возобновимые и невозобновимые);
- по возможности экономического восполнения (восполнимые, невозполнимые);
- по возможности замены одних ресурсов другими.

Вовлечение природных ресурсов в процесс туристско-рекреационной деятельности может быть различным по характеру:

- 1) восприниматься зрительно — пейзажи, экскурсионные объекты;
- 2) использоваться без прямого расходования;
- 3) непосредственно расходоваться в процессе рекреации.

В первом случае туристско-рекреационная деятельность не оказывает негативного воздействия на природную среду, во втором — природные туристско-рекреационные ресурсы подвергаются воздействию, изменению и деградации (например, лесной массив, который посещают туристы), в третьем случае природные туристско-рекреационные ресурсы могут истощаться и даже исчезать при нерациональном использовании.

Градация природных туристско-рекреационных ресурсов по их использованию соответственно определяет степень их необходимого восстановления. В первом случае восстановление природных туристско-рекреационных ресурсов не требуется, во втором — требуется частичное восстановление, в третьем — полное воспроизводство. В этой связи важными признаками природных туристско-рекреационных ресурсов являются их исчерпаемость, самовозобновимость и экономическое воспроизводство.

Как известно, исчерпаемые природные ресурсы делятся на возобновимые и невозобновимые. К возобновимым ресурсам, в целом, относятся лес, вода, почва. Однако, возобновимость ресурсов — понятие относительное. Так, лесные туристско-рекреационные ресурсы, если их рассматривать в целом как природный ресурс — самовозобновимы. С другой стороны, если это туристско-рекреационный ресурс, то самовозобновление лесного массива в течение 50 лет (именно столько времени требуется для восстановления даже самых быстрорастущих древостоев) резко снижает туристско-рекреационный потенциал территории, и, следовательно, приводит к экономическим издержкам.

По своему происхождению природные туристско-рекреационные ресурсы подразделяются на физические и биологические (рис. 3.1.1).

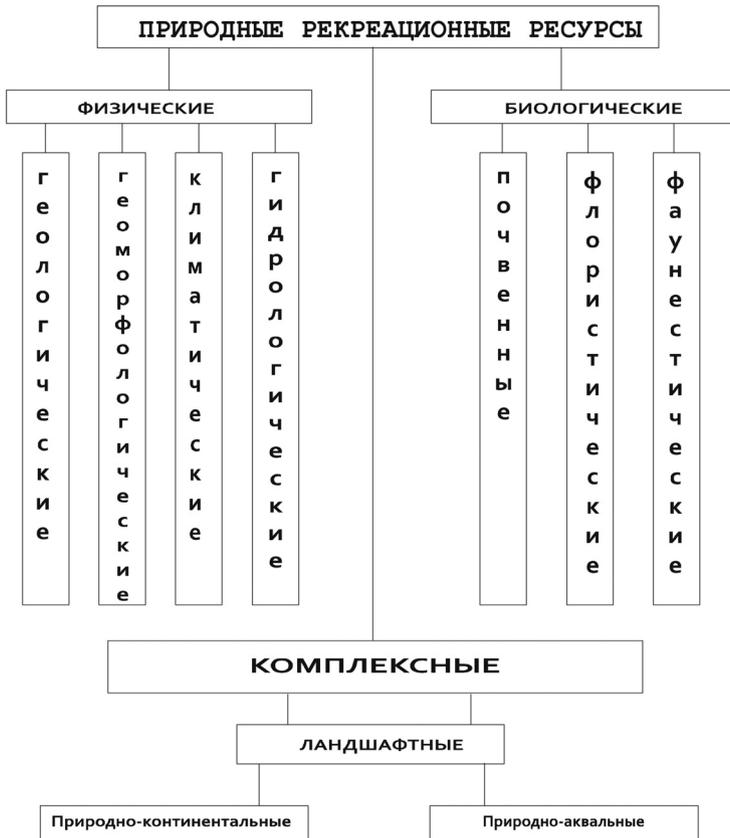
Физическими туристско-рекреационными ресурсами являются все компоненты неживой природы, отнесенные к физико-географическим ресурсам (геологические, геоморфологические, климатические, гидрологические, включая термальные).

Биологические туристско-рекреационные ресурсы — это все компоненты живой природы, включая почвенные, фаунистические и флористические.

Существуют специфические разновидности природных туристско-рекреационных ресурсов, имеющих смешанное происхождение, но являющиеся основой формирования туристско-рекреационных систем. Так, лечебные грязи можно отнести как к группе геоморфологических, так и геологических туристско-рекреационных ресурсов. Минеральные воды — имеют геолого-гидрологический генезис.

Все природные туристско-рекреационные ресурсы — физические и биологические, органически объединенные между собой и неразрывно связанные потоками вещества и энергии, формируют комплексные туристско-рекреационные ресурсы, или ресурсы природных территориальных туристско-рекреационных систем (комплексов), которые могут быть представлены как природно-континентальные и природно-аквальные комплексы.

## Классификация природных рекреационных ресурсов



**Рис. 3.1.1.** Классификация природных туристско-рекреационных ресурсов

Каждый тип природных туристско-рекреационных ресурсов (климатические, гидрологические, биологические и т.д.) обладает собственными, присущими только им признаками и свойствами, на основе которых выделяются виды:

- 1) по возможности использования (прямые и опосредованные);
- 2) по степени аттрактивности;
- 3) по лечебно-оздоровительным свойствам;
- 4) по исторической и эволюционной уникальности (памятники природы, эндемичные и реликтовые формы);
- 5) по экологическим критериям.

Природные туристско-рекреационные ресурсы является основой природно-ресурсного потенциала территории.

### **Культурно-исторические туристско-рекреационные ресурсы**

Культурно-исторические туристско-рекреационные ресурсы, представленные объектами и явлениями социокультурной среды, очень сложны и многогранны. Они наиболее тесно связаны с историческими этапами и культурными процессами жизни общества и не всегда выражены в материальной форме. Это могут быть устные народные сказания, частушки, легенды, танцы и другие элементы национального фольклора; произведения прикладного искусства, письменности. Культурно-исторические ресурсы служат предпосылкой для организации культурно-познавательных видов туризма и рекреационных занятий. Образуемые культурно-историческими объектами пространства в известной мере определяют локализацию туристских потоков и направления туристско-экскурсионных маршрутов.

Наиболее значимые из материальных объектов — религиозные святыни, монастыри, культовые сооружения, дома-музеи, мемориальные квартиры — все, что связано с культурной жизнью прошлого и настоящего. В зависимости от их основных признаков культурно-исторические ресурсы подразделяются на пять видов: истории, археологии, градостроительства и архитектуры, искусства, документальные памятники [Колотова, 1999].

К культурно-историческим ресурсам можно отнести и другие объекты, связанные с историей, культурой и современной деятельностью людей: предприятия промышленности, сельского хозяйства, транспорта, научные учреждения, высшие учебные заведения, театры, спортивные сооружения, ботанические сады, зоопарки, океанарии, этнографические и фольклорные достопримечательности, народные промыслы, а также сохранившиеся обычаи, обряды и т.д.

Все объекты, используемые в культурно-познавательной рекреации и различных видах культурного и научного туризма, подразделяются на две группы — недвижимые и движимые.

Первую группу составляют памятники истории, градостроительства и архитектуры, археологии и монументального искусства и другие сооружения, в том числе и те памятники искусства, которые составляют неотъемлемую часть архитектуры. С позиций познавательной рекреации важно то обстоятельство, что объекты этой группы представляют собой самостоятельные одиночные и групповые образования.

Ко второй группе относятся памятники искусства, археологические находки, минералогические, ботанические и зоологические коллекции, документальные памятники и другие вещи, предметы и документы, которые можно легко перемещать. Потребление туристско-рекреационных ресурсов

этой группы связано с посещением музеев, библиотек и архивов, где они обычно концентрируются.

Анализ огромного количества разнородных объектов, составляющих культурно-исторические туристско-рекреационные ресурсы, с позиций рекреационного хозяйства и туристского сектора экономики, включает их учет, характеристику и типологию.

Особую категорию туристско-рекреационных ресурсов составляют объекты культурного наследия. В соответствии со ст. 3 Федерального закона от 25 июля 2002 г. № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (в редакции от 29 июля 2017 г.):

«К объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации (далее — объекты культурного наследия) в целях настоящего Федерального закона относятся объекты недвижимого имущества (включая объекты археологического наследия) и иные объекты с исторически связанными с ними территориями, произведениями живописи, скульптуры, декоративно-прикладного искусства, объектами науки и техники и иными предметами материальной культуры, возникшие в результате исторических событий, представляющие собой ценность с точки зрения истории, археологии, архитектуры, градостроительства, искусства, науки и техники, эстетики, этнологии или антропологии, социальной культуры и являющиеся свидетельством эпох и цивилизаций, подлинными источниками информации о зарождении и развитии культуры».

Все объекты культурного наследия подразделяются на:

- объекты федерального значения — объекты, обладающие историко-архитектурной, художественной, научной и мемориальной ценностью, имеющие особое значение для истории и культуры РФ, а также объекты археологического наследия;
- объекты культурного наследия регионального значения — объекты, обладающие историко-архитектурной, художественной, научной и мемориальной ценностью, имеющие особое значение для истории и культуры субъекта РФ;
- объекты культурного наследия местного (муниципального) значения — объекты, обладающие историко-архитектурной, художественной, научной и мемориальной ценностью, имеющие особое значение для истории и культуры муниципального образования.
- В 1972 году ЮНЕСКО приняла Конвенцию об охране всемирного культурного и природного наследия. Ежегодно Комитет всемирного наследия проводит сессии, на которых присуждается «статус объекта Всемирного наследия». По состоянию на 1 января 2017 г. в Списке всемирного наследия 1073 объекта, из которых 832 являются культурными, 206 — природными и 35 — смешанными,

на территории Российской Федерации на 2017 г. насчитывается 28 объектов, включенных в Список наследия ЮНЕСКО. [Список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО на официальном сайте <http://whc.unesco.org/en/list>].

## Социально-экономические туристско-рекреационные ресурсы

Социально-экономические ресурсы — наиболее спорная разновидность туристско-рекреационных ресурсов. Но сегодня в рыночных условиях развития туризма и рекреации роль социально-экономических ресурсов очевидна, и значение этой категории ресурсов порой является первоочередным для формирования специализированных туристско-рекреационных систем.

Согласно экономической теории, к экономическим ресурсам следует относить капитал. Сущность капитала, помимо его представления в виде денежной массы, можно характеризовать как совокупность средств производства. Капиталом считают те блага, которые обладают стоимостью, покупательной способностью и которые приносят доход. Специфика туризма состоит в том, что так называемая пассивная часть фондов, т. е. в данном случае средства размещения, гостиничный комплекс, является по существу их активной частью. Средства размещения не только создают условия для производственного процесса в сфере туризма, но они являются материальной базой самого этого процесса. На их базе производятся прибавочная стоимость и туристский продукт. В этой связи для сферы туризма можно капитал представить как финансово-инвестиционные ресурсы и инфраструктурные ресурсы.

Таким образом, с учетом положений экономической теории, нематериального характера туристского продукта, а также сформировавшихся подходов в рекреационной географии и географии туризма к категории **социально-экономических ресурсов** следует относить инфраструктурные ресурсы, финансово-инвестиционные ресурсы и трудовые ресурсы. [Экономическая теория, 2002].

Трудовые ресурсы — представляют собой трудоспособную часть населения страны, которая в силу психофизиологических и интеллектуальных качеств способна производить материальные блага или услуги. К трудовым ресурсам относятся люди как занятые в экономике, так и не занятые, но способные трудиться. Понятие «трудовые ресурсы» используется для характеристики трудоспособного населения в масштабах всей страны, региона, отрасли экономики, либо в рамках какой-либо профессиональной группы или предприятия.

Обеспеченность предприятия трудовыми ресурсами, их рациональное использование являются ключевыми факторами успешной работы туристских компаний и туристско-рекреационной сферы в целом.

По предварительным оценкам Всемирной туристской организации, к 2020 г. будет создано более 21 млн новых рабочих мест непосредственно в отрасли, и доля туризма в занятости также приблизится к 10% (325 млн занятых). Сфера туризма и гостеприимства — трудоемкий сектор экономики, который на сегодняшний день испытывает резкий дефицит квалифицированных кадров различного уровня профессиональной подготовки. Проблема наличия трудовых ресурсов может существенно снизить приток туристов и сократить величину доходов в бюджет страны (региона) [www.unwto.org].

Инфраструктурные туристско-рекреационные ресурсы представляют собой объекты общей и специализированной инфраструктуры, вовлеченные в формирование, продвижение и реализацию туристских продуктов и рекреационных услуг. Именно инфраструктура в значительной степени определяет привлекательность и емкость туристско-рекреационных территорий. Основу туристско-рекреационной инфраструктуры составляют гостиничные предприятия.

Финансово-инвестиционные ресурсы — это все средства производства (орудия труда и предметы труда), включая денежные средства, на которые закупается оборудование, осуществляется наем рабочей силы и т.д. Инвестирование в туризме — это размещение капитала инвесторов в туристском бизнесе с целью получения прибыли. На уровне отдельного туристского предприятия (фирмы) инвестиции представляют собой финансовые вложения конкретных физических или юридических лиц в развитие данного предприятия.

Поэтому в самом упрощенном значении, финансово-инвестиционные ресурсы — деньги, пущенные в оборот и приносящие доходы. Оборот денег может выступать, например, в виде ссудного капитала, переданного инвестором во временное пользование предприятиям туристской индустрии с целью получения дохода. При этом вкладываться могут как собственные, так и заемные средства [Артемьева, 2013].

## **Информационные туристско-рекреационные ресурсы**

В информационном обществе все большее внимание уделяется не традиционным видам ресурсов (природные, трудовые, финансовые и т.д.), а информационным, которые приобретают первостепенную значимость. Сегодня овладение информационными ресурсами рассматривается как экономическая категория [Кузик, 2011]. Введение термина «информационный ресурс» вызвало достаточно много дискуссий. С принятием Федерального закона «Об информации, информатизации и защите информации» большая часть неопределенности была снята. Сегодня принято следующее определение понятия «информационные ресурсы»:

Информационные ресурсы — это совокупность данных, организованных для получения достоверной информации в самых разных областях знаний и практической деятельности. Законодательство Российской Федерации под информационными ресурсами подразумевает отдельные документы и отдельные массивы документов в информационных системах.

В настоящее время существуют следующие виды информационных ресурсов.

1. Средства массовой информации.
2. Электронные библиотеки.
3. Электронные базы данных.
4. Сайты и сервисы.
5. Информационные и геоинформационные порталы.

Информационные туристско-рекреационные ресурсы — информация о территории, ее истории, культуре, природе, хозяйстве и людях, полученная рекреантами/туристами непосредственно во время путешествия, в ходе подготовки к нему или по прошествии некоторого времени.

По мнению Ю.А. Веденина (2004), говоря о туристско-рекреационном потенциале, нужно не забывать об информационной насыщенности территории, которая определяется числом объектов (природных и культурно-исторических, зрелищных заведений и т.д.), которые могут быть предоставлены туристу и рекреанту, для обеспечения их познавательных интересов.

Информационные ресурсы территории требуют особой оценки, существенно влияющей на конечную величину туристско-рекреационной привлекательности региона. Ю.А. Веденин вводит понятие «мифологический» ресурс, который можно рассматривать как определенный имидж, образ территории.

Проблемам формирования «образа территории» посвящено множество работ по экономике, социологии, психологии, маркетингу туризма. Публикации последних лет подтвердили заинтересованность данной темой и представителей географической науки (Д.Н. Замятин, Е.А. Джанджугазова, А.П. Панкрухин и др.).

Туристский образ страны — своего рода «визитная карточка» территории. Развивая и модифицируя «схемы Баранского», разработанные для комплексного страноведческого исследования, Я.Г. Машбиц (1995) особое место при географической характеристике потенциала территории уделял ее своеобразию [География туризма, 2016]. У большинства людей туристский образ страны (территории) связан с образом пространства (реальным или виртуальным, сформированным средствами массовой информации, телевизионными передачами, фильмами, собственным опытом освоения) и генерализованным историческим опытом его использования. Образ страны обладает своей особой структурой, напоминающей «матрешку»: в центре — стержневой образ, т.е. набор наиболее характерных природных, экономических, политических,

культурных и других особенностей страны. Далее, стержневой образ предполагает определенное «ветвление» и появление вторичных и «поддерживающих» образов. Туристский образ не только обязательно является наглядным, узнаваемым, но и широко тиражируемым. В отличие от географического образа, который, как правило, отражает характерные, иногда даже типологические черты страны, туристский образ, обращает внимание на ее уникальные черты или объекты, способствуя возникновению представлений не обо всей стране в целом, а о ее фрагменте, подчас в максималистском выражении. Крайняя степень максимализма и коммерциализация образа территории связана с формированием бренда туристского направления.

Изучение механизма формирования туристского бренда территории чрезвычайно важно, так как бренд территории делает ее узнаваемой на внутреннем и международном рынках, имеет определенную стоимость и информационную нагрузку, определяемую через элементы природы, общества и хозяйства.

Информатизация в туризме связана с использованием ресурсов Интернета, внедрением компьютерных систем. Это коренным образом изменило процесс развития туристских компаний. Например, внедрение в гостиничный комплекс современных информационных технологий значительно упростило бронирование мест, совершенствовало процедуру расчетов с клиентами, усилило контроль за доходами, оплатой труда, занятостью, улучшило сведения о транспортных средствах и т.п.

Всемирная туристская организация пытается создать единую мировую унифицированную информационную систему для туризма.

Первичной базой для такой информационной системы, могут служить туристско-информационные центры, созданные в большинстве городов, которые отличаются наличием полной и достоверной информации о туристско-рекреационных ресурсах территории.

Основными задачами системы туристской ориентирующей информации являются:

- 1) информационное сопровождение туристских возможностей региона;
- 2) повышение качества туристского обслуживания до уровня международных стандартов;
- 3) создание информационной комфортности туристов.

Таким образом, информационные ресурсы, сегодня, представленные в виде баз данных, геоинформационных туристско-рекреационных систем, виртуальных туров, туристских информационных центров, систем дистрибуции и брендов туристских компаний и туристских территорий в целом представляют уникальные возможности организации туристско-рекреационной деятельности, как производителей, так и потребителей туристских продуктов и услуг. В этой связи их значение в анализе туристско-рекреационного потенциала бесспорно.

### 3.2. Понятие туристско-рекреационного потенциала территории

История развития рекреации и туризма в Российской Федерации теснейшим образом связана с отдельными этапами в формировании рекреационных пространств, освоением рекреационных ресурсов на основе централизованного планового развития хозяйства страны. Директивность создания рекреационных центров не позволяла реально оценить потенциал территории для развития отдыха и туризма. Научное обеспечение развития рекреации и туризма стало формироваться лишь в 60-е гг., когда коллектив авторов во главе с В.С. Преображенским разработали базисную модель территориальной рекреационной системы (ТРС), ставшую предметом исследования зарождавшейся науки — рекреационной географии. Существенное влияние на строение новой дисциплины оказало широкое распространение в то время системного подхода в науке, а также представление о конструктивном характере географии. Как и любая система, рекреационная система характеризовалась своим потенциалом.

В толковых и энциклопедических словарях термином «потенциал» (от латинского *potentia* — сила) обозначаются «возможности, средства, запасы, которые могут быть использованы для решения какой-либо задачи» [Толковый словарь русского языка, 2008]. Это достаточно емкое и вместе с тем универсальное определение, безусловно, может быть принято за основу. Необходимо только наполнять его конкретным содержанием в зависимости от типа объекта, потенциал которого характеризуется, и задач, для решения которых этот потенциал может быть использован.

Одним из весьма значимых в этом определении является слово «совокупность». Именно поэтому термин «потенциал», при всей его близости термину «ресурс», отличается от последнего тем, что хотя и применяется в форме единственного числа, но всегда подразумевает совокупность характеристик, предметов, явлений.

Еще одно отличие потенциала от ресурсов состоит в том, что потенциал достаточно четко связан с конкретной задачей, для решения которой он определяется. Так, например, водные ресурсы территории могут использоваться и туристами, и промышленностью, и сельским хозяйством. То же самое относится и к лесным ресурсам. Если же мы говорим о рекреационном потенциале территории и оцениваем при этом его гидрологический компонент, то сразу подразумеваем именно те свойства водоема, которые существенны для использования в целях отдыха и туризма.

Наконец, описание потенциала какого-либо объекта, как правило, предполагает и оценку этого потенциала, и последующее сравнение полученных результатов с потенциалом другого объекта (территории).

Таким образом, на ранних этапах развития рекреационной географии при переходе от понятия «рекреационные ресурсы» к «рекреационному

потенциалу территории», в потенциале видели производную ресурсной базы, где в качестве катализатора развития выступают существующие социально-экономические условия, а также организационно-правовые условия и экологическая ситуация на территории.

В этой связи рекреационный потенциал определялся как совокупность рекреационных ресурсов территории (природных, культурно-исторических), их территориальных сочетаний и условий, активизирующих или лимитирующих развития рекреации. К условиям развития рекреации и туризма относили общественно-географическую ситуацию (собственно рекреационно-географическое положение; наличие общехозяйственной инфраструктуры, включая социальную; наличие рекреационной инфраструктуры (сферы услуг); анализ места рекреационных ресурсов в хозяйственном комплексе территории; наличие трудовых ресурсов для туризма; атмосферу гостеприимства и т.д.), организационно-правовые и экологические условия.

В 80-е годы XX века в рекреационной географии выделяются две модели территориальных рекреационных систем: субъект-центрированные и объект-центрированные. Формирование двух указанных моделей рекреационных систем было связано с разработкой пространственно-временного подхода в рекреационной географии и различными представлениями о ведущих факторах и процессах, определяющих целостность и структуру системы.

*В субъектно-центрированных (или, как удачно назвал их литовский географ П.С.Кавалюскас, — демогеографических) ТРС* в роли главного фактора выступали циклы деятельности отдыхающих, их избирательность к местам отдыха. Центром таких систем являются, как правило, места формирования и генерирования потребностей. Во втором типе моделей — *объективно-центрированных (или, по П.С.Кавалюскасу, ресурсно-географических)* целостность системы задавалась технологией процессов, определяемых особенностями функционирования и развития самой территории, ее ресурсами и материально-технической базой [Мироненко, 2006].

Таким образом, субъект-центрированные системы формируются, главным образом, для удовлетворения потребностей собственного населения (в пределах региона выбираются наиболее подходящие для местных условий территории). Второй тип ТРС — объект-центрированные — формируются в качестве рекреационных систем именно в силу их богатого и уникального ресурсного потенциала, в силу чего они являются привлекательными для рекреантов за пределами границ региона, т.е. для туристов.

В этой связи стало целесообразным рассматривать рекреационный потенциал территории как комплекс объективных и субъективных предпосылок развития рекреации и туризма в существующих и перспективных территориально-рекреационных системах.

Потенциал составляют те элементы территориальной туристско-рекреационной системы, которые призваны обеспечить удовлетворение

потребностей рекреантов. Часть этого потенциала предназначена для удовлетворения рекреационных потребностей собственно населения региона, и лишь оставшаяся часть может выступать в качестве «товарной», обеспечивающей приток доходов со стороны в регион от приезжих туристов.

Соответственно, под **«туристско-рекреационным потенциалом территории»** понимается совокупность туристско-рекреационных ресурсов, их территориальных сочетаний и условий, способствующих удовлетворению потребностей населения в туристской и рекреационной деятельности» (рис. 3.2.2.).

Условия для развития рекреации и туризма на исследуемой территории в первую очередь определяются общественно-географической ситуацией, при анализе которой учитываются: рекреационно-географическое положение, доступностью территории потребителям туристско-рекреационных услуг; общим уровнем социально-экономического развития территории; наличием общехозяйственной инфраструктуры, включая социальную; местом туристско-рекреационного комплекса в хозяйственном комплексе территории; атмосферой гостеприимства.

Рекреационно-географическое положение необходимо выделить как частный вид экономико-географического положения (ЭГП). Оно характеризует положение данного района отдыха по отношению к сгусткам спроса на туризм и рекреацию в этом районе и вне него. Это очень важный компонент туристско-рекреационного потенциала в ряде случаев может рассматриваться в виде ресурса территории, так как рекреационно-географическое положение при прочих равных условиях определяет величину туристского потока на территорию.

Общий уровень социально-экономического развития территории связан как с наличием у потребителей платежеспособного спроса на услуги предприятий туристской индустрии, так и с возможностью развития общей и туристской инфраструктуры с использованием механизмов государственно-частного партнерства.

Доступность территории потребителям туристско-рекреационных услуг определяется на основе внешней и внутренней транспортной доступности, отсутствием формальных препятствий для посещения объектов туристского показа (например, природных ограничений), ценовой доступностью туристско-рекреационных услуг.

Важным параметром общественно-географической ситуации в регионе является определение места туристско-рекреационного комплекса в хозяйственном комплексе региона на основе вклада туризма в валовой региональный продукт, доли в экспорте услуг региона, анализа структуры занятости населения. В случае, если туризм и рекреация являются ключевой функцией, отраслью специализации региона, то условия использования имеющихся туристско-рекреационных ресурсов будут наиболее благоприятны.



Рис. 3.2.1. Туристско-рекреационный потенциал территории

Зарубежные исследователи в понятие туристско-рекреационного потенциала, как правило, включают наличие атмосферы гостеприимства в районе по отношению к туристам, тем более что нередко возникают очень серьезные конфликтные ситуации между интересами туристского комплекса и интересами местного населения, что находит проявление в негативном отношении населения к приезжим отдыхающим.

Второй блок условий эффективной реализации туристско-рекреационного потенциала включает в себя характеристику геополитической ситуации: безопасность территории и отсутствие пограничных конфликтных зон; экономическую и политическую стабильность; низкую криминогенность. Указанные характеристики в полной степени отражают потребности отдыхающих в безопасности, которые в настоящее время часто остаются неудовлетворенными в силу неспокойной ситуации в ряде стран (политические вооруженные конфликты в Египте, Тунисе, преступность в Румынии и т.д.)

Третий блок характеризует организационно-правовые условия реализации туристско-рекреационной деятельности, к которым следует отнести: государственное регулирование и стимулирование развития туристской отрасли; разработанность и сопряженность региональных и федеральных законодательных актов; инвестиционная и предпринимательская привлекательность территории; экономические механизмы стимулирования туристско-рекреационной деятельности; упрощение туристских формальностей; регулирование конфликтных ситуаций при столкновении интересов различных природопользователей.

В Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» и в государственной программе Российской Федерации «Развитие культуры и туризма на 2013–2020 годы» значительное внимание уделяется вопросам повышению качества государственного управления и эффективности расходования бюджетных средств, достижения необходимого уровня эффективности государственно-правового регулирования сфер культуры и туризма. Но уже сейчас на местах можно оценить эффективность государственного регулирования туристско-рекреационной деятельности, которая определяется через принятые и реализуемые программы регионального развития туризма, разрабатываемые и внедряемые проекты туристско-рекреационных кластеров и особых экономических зон туристско-рекреационного типа на принципах государственно-частного партнерства, созданные туристские информационные центры, наличие или отсутствие брендов туристско-рекреационных территорий и продуктов.

С точки зрения въездного туризма, первоочередной мерой по привлечению иностранных гостей в Россию следует считать упрощение туристских формальной (визовых, таможенных). Введения в 2012 г. в Санкт-

Петербурге безвизового режима для пассажиров круизных судов на 72 часа значительно сказалось на объеме въездного потока. Так, в результате отмены виз, число финских туристов в Санкт-Петербурге увеличилось в течение года на 10%, в том числе возросла популярность круизных паромных маршрутов из Финляндии и Швеции в Россию. В настоящий момент обсуждается вопрос о предоставлении возможности 72-часового безвизового пребывания для пассажиров воздушных судов.

Основным элементом, отражающим организационно-правовые условия для развития туризма и рекреации, является прежде всего наличие разработанной и сопряженной на различных уровнях законодательной базы развития туристско-рекреационного комплекса, создание системы особо охраняемых природных территорий, а также туристско-рекреационных территорий, имеющих особый экономический статус.

В России наиболее традиционными формами особо охраняемых природных территорий (ООПТ) являются заповедники, заказники, национальные и природные парки, памятники природы, а также территории запретных и защитных зон по берегам рек и озер, вдоль дорог, вокруг населенных пунктов и т.д. Наметившаяся в последние годы тенденция к увеличению площадей национальных и природных парков способствует решению как рекреационных, так и природоохранных проблем, предотвращению потенциальных конфликтов между различными природопользователями. В связи с тем, что рекреационное природопользование относится к категории ресурсоемких видов деятельности, основные конфликты могут возникать при столкновении интересов лесозаготовителей, представителей сельскохозяйственного комплекса, добывающей и перерабатывающей промышленности с интересами туристов и рекреантов. При этом научно обоснованная организация потоков отдыхающих и концентрация их в определенных зонах в границах ООПТ, предназначенных для удовлетворения рекреационных потребностей населения, обеспечивает репродукцию природной среды, сохранение биологического разнообразия и способствует уменьшению остроты конфликтов.

Развитие системы ООПТ чрезвычайно важно для поддержания чистоты экологической среды. В настоящее время на фоне нарастания экологических проблем все более серьезным вопросом становится взаимозависимость «экономическое состояние территории — экологическое состояние территории». Данная проблематика особенно важна для регионов, в деятельности которых чистота окружающей природной среды является объективным условием развития рекреационного хозяйства и туризма. При этом экологические условия территории часто становятся первостепенными и требуют исследования, как в части определения индикаторов экологической обстановки, так и механизмов их воздействия на рекреантов [Кружалин, Шабалина, 2006].

В этой связи четвертый блок условий эффективного использования туристско-рекреационного потенциала будет включать экологические условия, определяемые через совокупную характеристику экологической обстановки на исследуемой территории, а также площади, разнообразия и рекреационного освоения системы особо охраняемых природных территорий в регионе.

Таким образом, эффективная реализация туристско-рекреационного потенциала территории возможна при комплексном анализе его ресурсной составляющей, территориальном сочетании ресурсов и условий их реализации.

Возвращаясь к рассмотрению особенностей функционирования социально-экономической туристско-рекреационной геосистемы и применяя системный подход, можно рассматривать туристско-рекреационный потенциал как совокупность частных потенциалов: природного, культурно-исторического, социально-экономического, информационного и других потенциалов, возникающих в результате хозяйственного освоения ресурсов территории и определяющих возможности и условия их туристско-рекреационного использования.

В результате можно выделить несколько основных этапов научных представлений о туристско-рекреационном потенциале (таблица 3.2.1).

Таблица 3.2.1

**Методические подходы к определению  
«Туристско-рекреационный потенциал» территории**

<b>Основные научные подходы</b>	<b>Содержание понятия</b>
Отождествление понятий	Рекреационный потенциал подменяется понятием рекреационные ресурсы
Ресурсный подход	Рекреационный потенциал – совокупность рекреационных ресурсов территории (природных, культурно-исторических), их территориальных сочетаний и условий, активизирующих или лимитирующих развития рекреации. Туристско-рекреационный потенциал – совокупность туристско-рекреационных ресурсов, их территориальных сочетаний и условий, способствующих удовлетворению потребностей населения в туристской и рекреационной деятельности
Системный подход	Туристско-рекреационный потенциал – совокупность частных потенциалов (природного, культурно-исторического, социально-экономического, информационного), а также других потенциалов, возникающих в результате хозяйственного освоения ресурсов территории и определяющих возможности и условия их туристско-рекреационного использования.

Туристско-рекреационный потенциал территории включает в себя ряд «частных» потенциалов:

1. Природный потенциал — определяется как туристско-рекреационными ресурсами природного генезиса, так придельным уровнем посещаемости объекта или территории, превышение которого приводит к неприемлемым экологическим последствиям, нарушением взаимосвязей между компонентами геосистемы либо в результате действий самих туристов, либо вследствие функционирования обслуживающей туризм инфраструктуры.
2. Культурно-исторический потенциал раскрывает емкость объектов культурно-познавательного туризма, характер их использования, значимость, семантическую ценность и доступность для аудитории.
3. Социально-экономический потенциал — предполагает анализ уровня посещаемости территории туристами и рекреантами исходя из наличия или проектной мощности инфраструктурных объектов, инвестиционных туристско-рекреационных проектов, кадровой обеспеченности.
4. Информационный потенциал — складывается из различных видов информации, информационных технологических систем и каналов, специализированный туристских информационных центров и созданных и имеющие коммерческую стоимость брендов.

Таким образом, эволюция представлений о территориально-рекреационных системах подвела к целесообразности введения термина «туристско-рекреационный потенциал», так как он более полно отражает категорию основных потребителей рекреационных ресурсов территории — туристов и рекреантов.

### **3.3. Процедура и методы оценки туристско-рекреационного потенциала территории**

Оценка туристско-рекреационного потенциала территории является важной основой оптимизации проектирования, размещения и развития туристско-рекреационных систем, определения их ключевых функций на основе ценности отдельных ресурсов и их сочетаний, устойчивого развития туризма и рекреации. Однако, несмотря на сорокалетнюю историю развития данного научного направления в отечественной науке (начало положили работы В.С. Преображенского, А.А. Минца, Ю.А. Веденина, Л.И. Мухиной, В.Б. Нефедовой, Н.Н. Мирошниченко, Б.Б. Родомана и др.), применение оценочного подхода сдерживается слабой проработанностью многих его теоретических и методологических проблем.

В отечественной школе рекреационной географии выделяется четыре основных типа оценки туристско-рекреационного потенциала территории:

функционально-технологический, медико-биологический, психолого-эстетический и экономический [Мироненко, Твердохлебов, 1981; Мухина, 1973; Теоретические основы рекреационной географии, 1975].

Функционально-технологическая оценка отражает взаимодействие человека и природной среды посредством «технологии организации» туристско-рекреационной деятельности в рамках соответствующей отрасли хозяйства. Таким образом, оценка производится с позиции развития рекреационного хозяйства и туризма как сектора экономики, которые выступают в качестве субъекта оценки. В данном типе оценки выделяется два аспекта: с одной стороны, выявляется пригодность ресурсов для организации различных видов туристско-рекреационной деятельности или целой туристско-рекреационной системы, с другой — возможности туристско-рекреационного инженерно-строительного освоения территории. С точки зрения субъекта оценки ресурсы, представленные на территории, должны обладать высокими качествами (комфортностью, целебными свойствами и т.п.), необходимыми и достаточными для организации отдыха и туризма некоего массового контингента населения, а также запасами и площадями, продолжительным с экономической точки зрения периодом эксплуатации.

Медико-биологический тип оценки отражает влияние на человека факторов окружающей среды, прежде всего, природных климатических. Воздействие климата на организм человека принято рассматривать биоклиматическое воздействие [Колотова, 1999]. Биоклиматические исследования человека проводят с целью определения реакций организма человека на различные условия среды, с одной стороны, и выявления требований человека к окружающей среде для поддержания нормальной физиологической активности организма — с другой. Предмет исследования составляют условия биоклимата на открытой местности, типы погод, контрастность погод и т.д. Основная цель этих исследований заключается в установлении влияния заданных условий на теплообмен организма человека и в связи с этим на его самочувствие.

Медико-биологический тип оценки включает также анализ и географию распространения природно-очаговых заболеваний на территории. Развитие медицинской географии в последние десятилетия нашло существенный отклик среди организаторов туристско-рекреационной деятельности, так как информация об ареалах распространения природно-очаговых заболеваний и принятые профилактические меры (в первую очередь вакцинация) способны обеспечить безопасность туристов во время путешествия.

Изначальный перекоп в отечественной рекреационной географии в сторону физико-географических исследований, привел к недоучету факторов и условий создания комфортной среды для туристов/рекреантов при помощи технических средств (дизайн помещений, температура, влажность, запахи т.п.). В подобном аспекте подход можно назвать и антропо-

экологическим, и в его рамках должны учитываться и факторы экологической составляющей окружающей среды, воздействующей на туриста/рекреанта [Мироненко, 2006].

Психолого-эстетический тип оценки весьма сложен, так как связан с нравственным отношением отдельного человека и общества к природе, с культурно-историческими представлениями о человеке, с подчас противоречивыми представлениями об идеале окружающей человека среды. Очевидна тенденция в расширении подходов к красоте и эстетики пространства. Ландшафтная архитектура и оценка ландшафтов играет все более заметную роль в обществе, так как некоторые ландшафты должны быть признаны как имеющие значение уникальных духовных и моральных ценностей, а оценка ландшафтов должна, следовательно, стать важным компонентом не только рекреации и туризма, но и повседневной жизни общества, экономики и политики.

Для туризма и рекреации эстетическая ценность ландшафтов и их отдельных компонентов является важнейшим туристско-рекреационным ресурсом и условием для организации туристско-рекреационной деятельности в пределах территории. В основу восприятия ландшафта могут быть положены объективные и субъективные подходы или объект-центрированные и субъект-центрированные методики. К объективным критериям эстетической привлекательности ландшафтов следует отнести их уникальность, экзотичность, внешнее и внутреннее пейзажное разнообразие. Объективность оценки достигается путем анализа, подсчета конкретных элементов ландшафта (например, анализ характера растительности, количество более низких по таксону типов природно-территориальных комплексов, расчлененность территории и т.д.). Определение объективных показателей эстетической привлекательности ландшафтов лежит в основе объект-центрированных методик.

Субъект-центрированные методики определения красоты пейзажей строятся на основе различных форм опросов экспертов и самих отдыхающих. Так, изучение распределения потоков туристов по участкам национальных парков показало, что наиболее высокое притяжение имеют краевые зоны и фокусные пункты. Именно эти территории были отмечены как наиболее привлекательные. Под краевыми зонами понимаются пограничные полосы между двумя разнородными средами, например, вода — суша, горы — равнина и другие «пары» с сильным, средним или слабым эффектом для восприятия.

Существуют еще и смешанные типы оценок эстетической привлекательности ландшафта. Они обычно проводятся по аналогии с субъект-ориентированными оценками на первом этапе, однако на втором этапе с помощью математико-статистических процедур выявляются зависимости между свойствами ландшафта и его компонентов и результатами

субъективной оценки. В результате получается математико-статистическая модель (регрессионной, дискриминантной и т.п.), по которой и рассчитывается итоговая визуально-эстетическая ценность ландшафтов и/или их компонентов [Саранча, 2011].

Экономическая оценка туристско-рекреационного потенциала территории предполагает оценку объекта исходя из эффективности вложения в него капитала, при этом ценность объекта на «выходе» имеет денежное выражение. Выделяют несколько основных подходов к экономической оценке туристско-рекреационных ресурсов и туристско-рекреационного потенциала территории [Саранча, 2011].

1. Затратный подход основывается на определении величины понесенных или необходимых затрат факторов производства на воспроизводство/ восстановление или замещение туристско-рекреационных ресурсов. При этом необходимо отметить, что замещение ресурса может рассматриваться как с позиций инвестора, так и с позиций рекреанта/туриста. Данный подход применим лишь к небольшому ряду туристско-рекреационных ресурсов, кроме того он не учитывает эффективности их использования.
2. Доходный подход заключается в определении стоимости объекта оценки исходя из ожидаемых от него размеров доходов, времени их поступления и рисков. Основными принципами оценки выступают принципы ожидания, замещения и спроса и предложения. Для оценки необходимо определение чистого операционного дохода от объекта оценки и коэффициента капитализации или дисконтирования, соотношение которых и позволяет оценить объект.
3. Сравнительный подход базируется на сравнении оцениваемого объекта с аналогичными по полезности объектами (уже оцененными, недавно проданными и т.п.) с внесением поправок, учитывающих различия между ними.
4. Рентный подход к оценке туристско-рекреационных ресурсов и потенциала территории основывается на дифференциальной ренте — это добавочный доход, получаемый предпринимателем сверх определенной прибыли на затраченные факторы производства. Образование дифференциальной ренты в туристско-рекреационной сфере связано с ограниченностью лучших источников факторов производства, особенно аттракций. Следовательно, рентный подход к оценке основан на выявлении дополнительного экономического эффекта от использования определенных источников ресурсов по сравнению с худшими (соотношения замыкающих и индивидуальных затрат).
5. Вне рыночные подходы к оценке заключаются в определении суммы, которую общество, социум или человек готовы потратить за сохранение объекта оценки и (или) пользование им.

При спорности и неоднозначности подходов, экономическая оценка туристско-рекреационных ресурсов и потенциала территории имеет важное хозяйственное значение в функционировании и развитии подсистем туристско-рекреационной геосистемы и поэтому нуждается в своем дальнейшем развитии. При этом особое место должно быть отведено формированию и развитию туристско-рекреационного паспорта территории, включающего кадастр туристско-рекреационных ресурсов и их экономическую кадастровую оценку.

Методы качественной оценки туристско-рекреационного потенциала территории основываются на классификации/типологии оцениваемых объектов по признаку величины их потенциала или отдельных составляющих потенциала, а результаты оценки имеют качественное выражение (измеряются по порядковой шкале). Для оценки используются экспертные методы, кластерный анализ (иерархический и метод «К средних»), деревья классификации, дискриминантный анализ, многомерное масштабирование и т.д.

Количественная и смешанная оценка туристско-рекреационного потенциала территории в технологическом плане имеет множество вариаций, которые разнятся по способу решения ключевых проблем, соответствующих основным этапам ее проведения (рис. 3.3.1).

На предварительных этапах оценки туристско-рекреационного потенциала территории производится анализ методов и путей ее оценки, проводится исследование туристско-рекреационных потребностей населения и гостей территории на основе выборочных социологических исследований и метода интервьюирования.

Выделение **«объекта оценки»** — того, что будет оцениваться. В географических исследованиях регионального уровня чаще всего в качестве объектов оценки выступают геосистемы и их отдельные элементы. Одной из ключевых проблем этапа выступает обоснованная дифференциация исследуемой территории на ОТЕ (операционные территориальные единицы), которая зависит как от цели исследования, так и от специфики оцениваемой территории. Используемая для оценки сетка ОТЕ напрямую влияет на качество результатов оценки. Исследования А.Ф. Кудрявцева, В.П. Сидорова и О.А. Скобелевой (2006) показали, что для оценки туристско-рекреационного потенциала территории в отечественных исследованиях используются в 56% случаев административно-территориальное деление, в 16% — природно-территориальные комплексы, в 12% — специально выделенные регулярные территориальные ячейки.

Следующим ключевым моментом оценки ТРП территории является выделение **«субъекта оценки»** и соответственно тесно связанного с ним набора оценочных критериев. Оценка территории для развития туристско-рекреационной деятельности предполагает изучение потенциала

территории исходя из потребностей жителей территории и гостей, с использованием системного подхода и определяющей позиции организаторов отдыха, профессиональных экспертов.



**Рис. 3.3.1.** Процедура оценки туристско-рекреационного потенциала

В качестве субъекта оценки может выступать абстрактный среднестатистический турист/рекреант или туристская индустрия в целом. Основными достоинствами указанного варианта выбора субъекта и критериев оценки является методологическая простота и оперативность ее проведения. Однако такой подход декларативен и весьма поверхностен, так как каждый вид туристско-рекреационной деятельности характеризуется разными и часто даже противоположными требованиями к туристско-рекреационному потенциалу территории.

В качестве субъекта оценки также можно рассматривать различные виды туристско-рекреационной деятельности (культурно-познавательный

туризм, лечебно-оздоровительный, спортивного и т.д.). Данный вариант оценки является более рациональным и методологически верным. Но возникает проблема с методическим обоснованием создания объединенных групп туристско-рекреационной деятельности.

Определение **«критериев оценки»** объекта (факторов и условий), которые существенны для определения его ценности исходя из сформулированной цели оценки. Критерии определяются свойствами объектов оценки для разных видов туристско-рекреационной деятельности, для разных возрастов, для внутреннего или международного туризма и т.п. Фактически перечень критериев в большинстве случаев устанавливается на основе анализа решаемой проблемы и мнения экспертной группы. В качестве критериев оценки обычно используют объединенные группы показателей, характеризующие частные ресурсные потенциалы территории: природный, культурно-исторический, социально-экономический, информационный.

Разработка **«параметров оценки»** — показателей, отражающих качественные и количественные характеристики укрупненных групп факторов и условий развития туризма и рекреации на исследуемой территории. В настоящее время в научных трудах все чаще используются интегральные показатели (например, показатель ИРЧП), представляющие собой обобщение ряда ключевых характеристик.

После определения объекта, субъекта и критериев оценки становится возможной непосредственно **получение частных и итоговых оценок туристско-рекреационного потенциала территории**, которая в настоящее время производится на основе метода классификации.

В качестве основного метода оценки будет использован метод классификации.

Классификация — это «группировка изучаемых объектов по совокупностям (классам), различающимся между собой преимущественно количественными признаками, а наблюдаемое при этом качественное различие между соседними классами отражает, как правило, динамику развития объектов или их иерархический порядок» [Тикунов, 2008]. Суть метода заключается в разделении набора объектов на группы, в которых объекты максимально «похожи» друг на друга. Количество групп при таком подходе может быть, как задано заранее, так и определяться в процессе анализа данных путем выделения «естественных» групп. Синонимами понятия «группа» являются понятия класса, кластера и таксона, а методы разделения на группы называют методами классификации, кластерного анализа, числовой таксономии или распознавания образов. Практика создания мировых и национальных рейтингов показывает, что наиболее оптимальным является выделение 5 категорий, характеризующих различия в совокупности анализируемых данных — от высокой до низкой. В случае составления рейтингов представляется также целесообразным выделение

5 уровней состояния индустрии туризма: высокий — относительно высокий — средний — относительно низкий — низкий.

Классификация предполагает выполнение четырех правил:

1. Соразмерности деления. Сумма выделенных классов должна равняться объему делимого понятия.
2. Единства основания деления. В процессе деления не допускается смена классификационного признака.
3. Непересекаемости классов. Каждый выделенный класс должен исключать другой, то есть не пересекаться с ним и не быть его частью.
4. Непрерывности деления. Деление следует проводить с охватом всех логических ступеней.

Классификация ОТЕ (обычно административным единицам) осуществляется в несколько этапов. На первом операционно-территориальные единицы характеризуются разнообразными показателями, большая часть из которых количественные (продолжительность безморозного периода, средняя доходность гостиничного номера и т.п.). В случае качественных или порядковых характеристик (например, инвестиционный климат регионов отражает инвестиционный риск и инвестиционный потенциал территории, оцениваемые категориями «высокий», «средний» и т.д.) они должны быть также приведены к числовому виду (например, путем перевода качественных характеристик в баллы).

На втором этапе классификации для объективного сравнения ОТЕ абсолютные количественные показатели необходимо перевести в относительные единицы (например, «общая протяженность автодорог» в «плотность автодорог», «площадь ООПТ» в «доля площади ООПТ от общей площади регионов», «количество памятников истории и культуры» в «количество памятников истории и культуры на 1000 кв. км», «количество койко-мест в гостиницах и аналогичных средствах размещения» в «количество койко-мест в гостиницах и аналогичных средствах размещения на 100 тыс. человек» и т.п.). Однако в ряде случаев это не представляется целесообразным (например, количество объектов Всемирного Наследия ЮНЕСКО) или возможным (в случае комплексных показателей, таких как индекс развития человеческого потенциала и др.).

Результатом этого этапа является массив данных для  $N$  объектов (83 субъектов РФ) по  $M$  показателям:

$$X = \begin{pmatrix} o_1 \\ \dots \\ o_N \end{pmatrix} = (o^{(1)}, \dots, o^{(M)}) = \begin{pmatrix} o_1^{(1)} & \dots & o_1^{(j)} & \dots & o_1^{(M)} \\ o_2^{(1)} & \dots & o_2^{(j)} & \dots & o_2^{(M)} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ o_{N-1}^{(1)} & \dots & o_{N-1}^{(j)} & \dots & o_{N-1}^{(M)} \\ o_N^{(1)} & \dots & o_N^{(j)} & \dots & o_N^{(M)} \end{pmatrix},$$

где  $\sigma_i = (\sigma_i^{(1)}, \dots, \sigma_i^{(M)})$  —  $i$ -ый объект с  $M$  показателями,  
 $\sigma_i^{(j)}$  —  $j$ -й показатель,  $\sigma^{(j)} = (\sigma_1^{(j)}, \dots, \sigma_N^{(j)})^T$ ,  
 $\sigma_i^{(j)}$  — значение  $j$ -го показателя у  $i$ -го объекта,  
 $i \in \{1, \dots, N\}, j \in \{1, \dots, M\}$ .

Иначе говоря, мы получаем таблицу исходных данных, по одной оси которой располагаются ОТЕ, а по другой — численные характеристики показателей.

Третий этап заключается в нормировке полученных выше показателей, которая производится для последующего сравнения разноразмерных и разномасштабных показателей:

$$\sigma_i^{(j)} = \frac{\sigma_i^{(j)} - \Delta_1}{\Delta_2} \cdot \forall j \in \{1, \dots, M\}, i \in \{1, \dots, N\}.$$

В качестве  $\Delta_1$  принимается величина, отклонения от которой наиболее интересны — наихудшее или наилучшее значение  $\Delta_2$  представляет величину разброса значений. Таким образом, параметры переводятся в проценты отклонений от заданного наилучшего или наихудшего значения с:

$$\begin{aligned} \sigma_{\min}^{(j)} &= \min \{ \sigma_i^{(j)} \mid i \in 1, \dots, N \}, \\ \sigma_{\max}^{(j)} &= \max \{ \sigma_i^{(j)} \mid i \in 1, \dots, N \}, \\ c &\in [\sigma_{\min}^{(j)}, \sigma_{\max}^{(j)}]. \end{aligned}$$

Тогда  $\Delta_1 = c$ ,  $\Delta_2 = \sigma_{\max}^{(j)} - \sigma_{\min}^{(j)}$ .

В большинстве случаев процедура осуществляется следующим образом:

- 1) находится минимальное (наихудшее) значение показателя  $\sigma_{\min}^{(j)}$ ;
- 2) эта величина вычитается из каждого значения  $\sigma_i^{(j)}$ ;
- 3) находится максимальное значение из получившихся;
- 4) все величины делятся на это максимальное значение.

В результате численные характеристики переводятся в интервал от 0 до 1 (или от 0 до 100%). Нуль — соответствует наихудшей комплексной оценке, а единица — наилучшей.

В ряде случаев считается отклонение от условного наилучшего или наихудшего значения. Так, при оценке заболеваемости или криминальной ситуации наилучшее значение — нуль, т.е. можно положить  $c = 0 \notin [\sigma_{\min}^{(j)}, \sigma_{\max}^{(j)}]$ .

Для корректного проведения классификаций при разной значимости можно применять операцию «взвешивания» показателей. Такая операция допустима, когда критерии оценки можно разделить на первостепенные и второстепенные. Однако здесь часто возникает проблема объективности

введения «весов», поскольку однозначных методов их определения практически не существует, и чаще всего используют экспертные оценки.

В большинстве случаев при комплексной аналитической оценке все параметры можно рассматривать как равнозначные, и их вес принимается за 1. Однако, как отмечалось в предыдущих разделах, из-за сложностей со сбором статистических материалов структура базы данных и набор параметров должен быть сокращен и оптимизирован. В связи с этим, для параметров, характеризующих, например, социально-экономический потенциал, на основе экспертной оценке были введены веса от 1 до 3. Так, показателям, отражающим безопасность туристской деятельности, состояние профессиональной подготовки в области туризма, транспортную доступность и др., может быть присвоен вес 3. Кроме того, веса вводятся на этапе агрегирования результатов аналитической оценки и экспертного.

При создании оценочных классификаций по множеству показателей требуется процедура агрегирования для перехода от множества исходных показателей к единственному. Как правило, последний трактуется следующим образом: минимальные значения свидетельствуют о «плохом» состоянии, а максимальные — о «хорошем». Для получения единственного показателя для каждого объекта нами используется метод суммирования значений предварительно нормированных показателей:

$$o_i^{(\text{arg})} = \sum_{j=1}^M o_i^{(j)}.$$

Таким образом, вычисляется сумма по каждому из предложенных блоков оценки. Каждая из этих сумм, в свою очередь, нормируется, и получается интегральная оценка по каждому из блоков —  $o_i^{\text{norm}(\text{arg})}$ .

Поскольку интегральные оценки по разным блокам получены в отдельных единицах, это дает возможность проводить с ними дальнейшие операции и получить более сложные показатели. Так, на основе суммирования оценок блоков природного, культурно-исторического, социально-экономического, информационного потенциалов можно сформировать комплексный показатель туристско-рекреационного потенциала регионов. В связи с тем, что из-за объективных сложностей со сбором полноценной статистической информации при оценке туристско-рекреационного потенциала используется два подхода (оптимизированный набор статистических показателей и экспертный опрос), возникает задача сопоставления двух показателей.

Решение этой задачи возможно также двумя методами.

#### *1. Метод сравнения итоговых результатов.*

В качестве итога математической обработки статистических данных и экспертного опроса можно рассматривать ранжированный список ОТЕ. Сопоставив два списка, можно выявить между ними корреляцию. С одной

стороны, это позволит косвенно определить репрезентативность предложенной методики оценки, оценив совпадение результатов статистической обработки и экспертной оценки. С другой стороны, такое сопоставление имеет и практический результат. Так, например, попадание ОТЕ в топ-лист обоих рейтингов однозначно констатирует высокий уровень туристско-рекреационного потенциала территории, и наоборот.

В случае несовпадения рейтинговых мест (речь идет о больших разбросах в позициях ОТЕ) необходим анализ ситуации, который может показать несоответствие в экспертных и объективных оценках.

На основе информации можно получить целую серию частных оценок, которые могут быть обобщены в итоговой. На завершающем этапе оценки туристско-рекреационного потенциала производится **интерпретация и картирование полученных частных и итоговых оценок**.

В дальнейших исследованиях развития туризма и рекреации на территории для совместного анализа реализации и возможностей туристско-рекреационной деятельности можно составить матрицу, по одной оси которой располагается комплексный туристско-рекреационный потенциал региона (учитывающий природный, культурно-исторический, социально-экономический, информационный потенциалы), а по другой — уровень реализации туристской деятельности (таблица 3.3.1).

Таблица 3.3.1

**Матрица соотношения туристско-рекреационного потенциала и уровня реализации туристской деятельности в регионах**

Туристско-рекреационный потенциал \ Уровень реализации туристской деятельности	Высокий	Относительно высокий	Средний	Относительно низкий	Низкий
Высокий					Регион 5
относительно высокий				Регион 4	
Средний			Регион 2 Регион 3		
относительно низкий					
Низкий	Регион 1				

Анализ такой матрицы позволяет оценить усилия регионов по реализации туристско-рекреационного потенциала. Например, в случае высокого потенциала региона и низкого уровня развития индустрии туризма

(регион 5) можно говорить по аналогии с экономическими терминами об «упущенной выгоде» от туристско-рекреационной деятельности. Обратная ситуация (регион 1) характеризует высокую активность региона в продвижении туризма и рекреации.

Таким образом, не смотря на то, что интегральная оценка туристско-рекреационного потенциала территории имеет высокую практическую ценность, в ней существует еще множество недостаточно проработанных теоретических и методологических вопросов, что актуализирует развитие имеющихся и разработку новых подходов к оценке туристско-рекреационного потенциала территории.

### **Оценка туристско-рекреационного потенциала регионов Центрального Федерального округа (2010 г.) (пример)**

Оценка туристско-рекреационного потенциала регионов ЦФО была проведена в несколько этапов с использованием методов классификации. На начальных этапах определены объект оценки — операционно-территориальные единицы — субъекты ЦФО, и субъект-оценки — представители региональных администраций. Далее был произведен отбор критериев оценки и показателей.

Все регионов ЦФО характеризуются разнообразными показателями, большая часть из которых количественные. В случае качественных или порядковых характеристик (например, инвестиционный климат регионов) они должны быть также приведены к числовому виду. Для объективного сравнения регионов абсолютные количественные показатели переведены в относительные единицы (например, «общая протяженность автодорог» в «плотность автодорог»). Однако в ряде случаев это не представляется целесообразным (например, количество объектов Всемирного Наследия ЮНЕСКО) или возможным (в случае комплексных показателей, таких как индекс развития человеческого потенциала и др.).

В представленном исследовании отбор показателей проводился с целью всестороннего охвата ресурсов, факторов и условий развития туризма в регионах ЦФО. Выбор показателей осуществлялся исходя из следующих принципов:

- 1) показатели должны отражать сущность исследуемого явления — туристско-рекреационного потенциала;
- 2) все показатели должны быть относительными (доля в %, душевые показатели или в расчете на единицу площади территории), поскольку только они позволяют проводить сравнения между субъектами;
- 3) показатели должны носить репрезентативный характер и поддаваться количественной обработке.

Показатели разбиты на три блока, характеризующие природный, культурно-исторический и социально-экономический потенциалы.

При оценке природного потенциала ЦФО использовались следующие показатели: глубина расчленения рельефа; преобладающие абсолютные высоты; площадь поражения опасными экзогенными процессами; число часов солнечного сияния за год; продолжительность безморозного периода; продолжительность залегания устойчивого снежного покрова; количество дней с осадками более 0.1 мм; густота речной сети; наличие судоходных рек и озер; периодичность и площадь поражения опасными гидрологическими явлениями; лесистость; площади ООПТ; ландшафтное разнообразие.

Представленные параметры можно разделить на активизирующие и лимитирующие туристско-рекреационное освоение территории (продолжительность безморозного периода, ландшафтное разнообразие территории и др.). Причем, есть прямая зависимость от величины значения параметра и степени благоприятности показателя для целей рекреации и туризма. Так, чем больше доля солнечных дней, тем более широкий набор рекреационных занятий (циклов рекреационной деятельности) можно осуществить на территории субъекта.

Кроме показателей, активизирующих туристско-рекреационную деятельность, нами учитывались показатели, ограничивающие возможности территории с точки зрения рекреации и туризма. Так, особое внимание было уделено опасным экзогенным процессам — оползневым и карстовым процессам, которые широко представлены на территории ЦФО.

Наиболее высокие значения получили Воронежская и Тверская областями, где наблюдаются значительное количество сохранившихся и экологически чистых ландшафтов, большие площади обводненных и залесенных территорий, значительные для округа перепады абсолютных высот. Для Тверской области характерная самая большая площадь водного бассейна, она же первая область в ЦФО по протяженности речной сети. Воронежская область является абсолютным лидером среди субъектов ЦФО по показателям биоклимата, т.е. благоприятному воздействию климата на организм человека.

Наихудшие показатели по природному блоку относятся к Тульской, Костромской, Ивановской областям. Территории субъектов характеризуются сильной трансформацией природных ландшафтов в результате хозяйственной деятельности, высоким процентом нарушенных земель и низкими показателями экологического благополучия.

Москва, наряду с Московской, Владимирской, Калужской, Рязанской, Курской областями, располагается в середине оценочной таблицы. Как крупный мегаполис Москва имеет сильно трансформированные ландшафты, однако наличие в городской черте лесопарковых рекреационных зон,

водных объектов пригодных и для купания и для занятий водными видами спорта свидетельствует о значительном весе и природной составляющей в итоговой оценке туристско-рекреационного потенциала субъекта.

Оценка культурно-исторического потенциала регионов ЦФО проводилась на основе следующих показателей: количество музеев и выставочных комплексов; средняя посещаемость музеев; количество культурно-досуговых предприятий; число спортивных сооружений; количество памятников истории, культуры, архитектуры; количество культовых объектов; наличие объектов Всемирного культурного наследия.

В результате проведенной интегральной оценки регионы ЦФО были разделены на 5 групп. Высокий уровень культурно-исторического потенциала (0,6–1,0) характерен для одного субъекта — Москвы, исторического и культурного центра РФ. Вторая группа регионов характеризуется относительно высоким культурно-историческим потенциалом (0,4–0,6) и включает Владимирскую, Ярославскую и Московскую области. Третья группа регионов включает Тверскую и Костромскую области и характеризуется средним культурно-историческим потенциалом (0,25 — 0,4). Четвертая группа состоит из 5 субъектов — Ивановской, Смоленской, Калужской, Тульской и Рязанской областей с относительно низким уровнем культурно-исторического потенциала (0,2–0,25). Последняя группа характеризуется низким уровнем культурно-исторического потенциала (0–0,1) и состоит из 7 субъектов: Брянской, Липецкой, Орловской, Тамбовской, Курской, Воронежской, Белгородской областей.

Анализ культурно-исторического потенциала регионов ЦФО позволяет судить об уменьшении значений потенциала с севера на юг. Так, наиболее высокие значения культурно-исторического потенциала характерны для субъектов, расположенных в непосредственной близости от Москвы — Московская область и к северу от столицы — Тверская, Ярославская, Костромская области. К югу — юго-западу от Москвы протянулась «буферная» зона — зона субъектов, которые имеют относительно низкий показатель культурно-исторического потенциала. Вероятно, на это влияет сосредоточение культурно-исторических объектов в зоне транспортного коридора, соединяющего Москву и С.-Петербург, и в регионах, города которых входят в туристский маршрут «Золотое кольцо России».

Социально-экономическая ситуация в регионах ЦФО различна. Для дифференциации регионов по социально-экономическому потенциалу следующие показатели: ИРЧП; инвестиционный климат территории; транспортная доступность; текущие затраты на охрану окружающей среды; криминогенная ситуация в регионе; количество койко-мест в санаторно-курортных учреждениях и в гостиницах и аналогичных средствах размещения; количество мест в объектах общественного питания; кадровое обеспечение индустрии туризма

На основе полученной интегральной оценки были выделены 5 групп регионов по уровню социально-экономического потенциала. В число «лидеров» входят Москва, Московская область и с небольшим отрывом Белгородская область. Москва и Московская область по социально-экономическим связям давно уже сформировали Московский столичный регион. Белгородская область характеризуется хорошими базовыми социально-экономическими условиями. ИРЧП составляет 0,84, что выше показателя для Московской области. Здесь также достаточно благоприятный инвестиционный климат. По ряду социально-экономических показателей Белгородская область уступает лишь Москве и Московской области: плотность автомобильных дорог, текущие затраты на охрану окружающей среды и т.д.

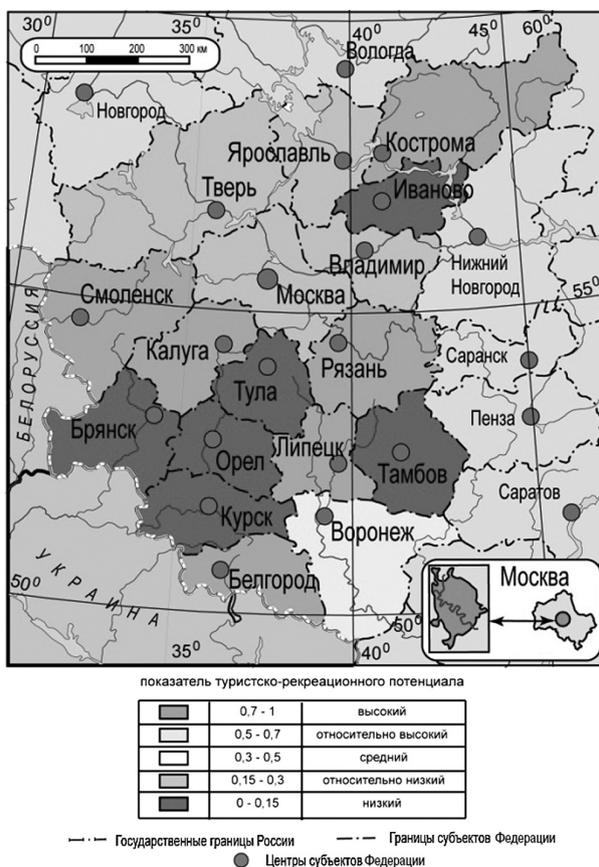
В число аутсайдеров попали Тамбовская и Ивановская области, что обусловлено низким уровнем развития инфраструктуры. Характерно, что на долю регионов с высоким и относительно высоким уровнем социально-экономического развития приходится около 15% площади Центрального Федерального округа. Более 50% территории ЦФО составляют регионы с низким и относительно низким уровнем социально-экономического развития.

Как уже отмечалось, в классическом понимании туристско-рекреационный потенциал может быть представлен тремя блоками: природным потенциалом, культурно-историческим потенциалом, а также социально-экономическим потенциалом территории. В результате предыдущих этапов исследования были получены значения природного, культурно-исторического и социально-экономического потенциалов для регионов ЦФО. Используя описанный выше алгоритм, нами получены интегральные значения для каждого субъекта ЦФО по совокупному туристско-рекреационному потенциалу и выделены 5 групп регионов по совокупному туристско-рекреационному потенциалу (рис. 3.3.1).

Высокий уровень туристско-рекреационного потенциала (0,7–1,0) характерен для одного субъекта — Москвы. Вторая группа регионов характеризуется относительно высоким туристско-рекреационным потенциалом (0,5–0,7) и включает Ярославскую, Тверскую, Владимирскую и Московскую области. Третья группа регионов состоит из Воронежской области и характеризуется средним туристско-рекреационным потенциалом (0,3–0,5). Четвертая группа состоит из 6 субъектов — Костромской, Смоленской, Калужской, Липецкой, Белгородской, Рязанской областей с относительно низким уровнем туристско-рекреационного потенциала (0,1–0,3). Последняя группа характеризуется низким туристско-рекреационным потенциалом (0–0,1) и состоит из 5 субъектов: Брянской, Орловской, Курской, Тульской, Тамбовской, Ивановской областей.

Распределение регионов с различным уровнем туристско-рекреационного потенциала по территории ЦФО имеет определенные пространственные закономерности. Только 1/3 часть территории Центрального Федерального

округа имеет высокий или относительно высокий туристско-рекреационный потенциал. Большинство регионов с относительно высокими показателями туристско-рекреационного потенциала сосредоточено в центральной и северной зоне ЦФО — в зоне транспортного коридора «Москва — С.-Петербург» и в регионах, города которых входят в туристский маршрут «Золотое кольцо России».



**Рис. 3.3.1.** Типология регионов ЦФО по туристско-рекреационному потенциалу

Понятие туристско-рекреационного потенциала и туристско-рекреационных ресурсов его определяющих претерпело существенные изменения по мере эволюции научных представлений о предмете исследования рекреационной географии и географии туризма.

На первоначальных этапах развития рекреационной географии «рекреационный потенциал» нередко отождествлялись с понятиями «рекреационные ресурсы» и «рекреационные условия (предпосылки)». Причина видится в основополагающем месте ресурсов в системе географических знаний. Основу рекреационных ресурсов составляли природные и культурно-исторические ресурсы. В настоящее время в связи с развитием туризма как социально-экономической системы в нормативно-правовых документах и научной литературе все больше используется термин «туристские ресурсы».

Рассматривая ресурсные возможности территории для организации отдыха, как местного населения, так и гостей, необходимо расширить научную трактовку рекреационных ресурсов, включив в анализ социально-экономические ресурсы. Данное обстоятельство делает целесообразным использовать понятие туристско-рекреационные ресурсы территории. Под «туристско-рекреационными ресурсами» следует понимать компоненты географической среды, объекты антропогенной деятельности, природные явления, которые могут быть использованы для организации различных видов туризма и рекреационных занятий. Выделяются следующие категории ключевых туристско-рекреационных ресурсов: природные, культурно-исторические, социально-экономические и информационные.

Природные туристско-рекреационные ресурсы подразделяются на физические и биологические. Физическими туристско-рекреационными ресурсами являются все компоненты неживой природы, отнесенные к физико-географическим ресурсам (геологические, геоморфологические, климатические, гидрологические, включая термальные). Биологические туристско-рекреационные ресурсы — это все компоненты живой природы, включая почвенные, фаунистические и флористические.

Культурно-исторические туристско-рекреационные ресурсы — объекты и явления социо-культурной среды. Культурно-исторические ресурсы подразделяются на пять основных видов: истории, археологии, градостроительства и архитектуры, искусства, документальные памятники. Особую категорию туристско-рекреационных ресурсов составляют объекты культурного наследия разных уровней.

Социально-экономические ресурсы — наиболее спорная разновидность туристско-рекреационных ресурсов. К категории социально-экономических ресурсов следует относить инфраструктурные ресурсы, финансово-инвестиционные ресурсы и трудовые ресурсы.

Информационные туристско-рекреационные ресурсы — информация о территории, ее истории, культуре, природе и людях, полученная рекреантами / туристами непосредственно во время путешествия, в ходе подготовки к нему или по прошествии некоторого времени.

На ранних этапах развития рекреационной географии при переходе от понятия «рекреационные ресурсы» к «рекреационному потенциалу

территории», рекреационный потенциал определялся как совокупность рекреационных ресурсов территории (природных, культурно-исторических), их территориальных сочетаний и условий, активизирующих или лимитирующих развития рекреации.

В настоящее время под «туристско-рекреационным потенциалом территории» понимается совокупность туристско-рекреационных ресурсов, их территориальных сочетаний и условий, способствующих удовлетворению потребностей населения в туристской и рекреационной деятельности.

Используя системный подход, туристско-рекреационный потенциал может быть представлен как совокупность частных потенциалов: природного, культурно-исторического, социально-экономического, информационного и других потенциалов, возникающих в результате хозяйственного освоения ресурсов территории и определяющих возможности и условия их туристско-рекреационного использования.

Оценка туристско-рекреационного потенциала (ТРП) территории состоит из нескольких взаимосвязанных этапов: выделения объекта оценки; выделение субъекта оценки; разработки критериев оценки (факторов и условий); разработка параметров оценки; приведение параметров оценки в рамках критериев к единой системе измерения; разработка оценочных шкал, получение частных и итоговой оценки туристско-рекреационного потенциала территории; картирование и интерпретация полученных результатов оценки туристско-рекреационного потенциала территории.

В качестве объекты оценки выступают отдельные операционные территориальные единицы (ОТЕ) — единицы, выделенные исходя из цели исследований и специфики изучаемой геосистемы. В качестве субъекта оценки могут выступать как рекреанты/туристы, так и отдельные виды туристско-рекреационной деятельности.

В отечественной школе рекреационной географии выделяется четыре основных типа оценки туристско-рекреационного потенциала территории: функционально-технологический, медико-биологический, психолого-эстетический и экономический.

Методы качественной оценки туристско-рекреационного потенциала территории основываются на классификации/типологии оцениваемых объектов по признаку величины их потенциала или отдельных составляющих потенциала, а результаты оценки имеют качественное выражение (измеряются по порядковой шкале). Для оценки используются экспертные методы, кластерный анализ (иерархический и метод «К средних»), деревья классификации, дискриминантный анализ, многомерное масштабирование и т.д.

Количественная и смешанная оценка ТРП территории в технологическом плане имеет множество вариаций, которые разнятся по способу решения ключевых проблем, соответствующих основным этапам ее проведения.

Оценка туристско-рекреационного потенциала территории является важной основой оптимизации проектирования, размещения и развития туристско-рекреационных геосистем, определения их ключевых функций на основе ценности отдельных ресурсов и их сочетаний, устойчивого развития туризма и рекреации.

### Контрольные вопросы и задания

1. Дайте определение понятиям «туристско-рекреационные ресурсы» и «туристско-рекреационный потенциал территории». Как соотносятся эти понятия?
2. Дайте характеристику туристско-рекреационным ресурсам территории и приведите примеры их классификации.
3. Охарактеризуйте природные туристско-рекреационные ресурсы.
4. Охарактеризуйте культурно-исторические туристско-рекреационные ресурсы.
5. Охарактеризуйте социально-экономические туристско-рекреационные ресурсы.
6. Охарактеризуйте эволюцию научных представлений о туристско-рекреационном потенциале территории. Дайте характеристику современной трактовке туристско-рекреационного потенциала территории на основе ресурсного и системного подходов.
7. Задание: укажите основные этапы оценки туристско-рекреационного потенциала территории.
8. Задание: укажите название 4-го этапа оценки туристско-рекреационных ресурсов и обоснуйте, в чем заключается сложность данного этапа.



9. Задание: определите основные принципы оценки пейзажного разнообразия территории и укажите, какие параметры можно отнести к «объективным», а какие — к «субъективным».
10. Задание: разработайте параметры оценки территории для развития пляжного туризма.
11. Задание: разработайте параметры оценки территории для развития горнолыжного туризма.
12. Задание: разработайте параметры оценки территории для культурно-познавательного туризма.
13. Задание: разработайте параметры оценки территории для делового туризма.

## СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ГЕОГРАФИИ ТУРИЗМА

В географии туризма используются обширный комплекс методов, применяемых в современной географии. В практике исследований рекреации и туризма наиболее часто используется системный метод, позволяющий наиболее эффективно изучать туристско-рекреационное пространство, имеющее свою структуру, состоящую из взаимосвязанных элементов и обладающую разной степенью сложности. Активно используется социологический метод, позволяющий выявить интересы рекреантов и туристов для определения путей развития туризма в регионе. Широкое применение получил оценочный метод, позволяющий выявить пространственную дифференциацию туристско-рекреационных ресурсов. Важным является знакомство с методами типологии и классификации, картографическим методом и ГИС-технологиями.

### 4.1. Системный метод

В качестве основоположника системной теории западные исследователи чаще всего называют эмигрировавшего в США австрийского ученого Людвиг фон Берталанфи, работы которого в этой области получили широкое признание в научных кругах. Однако это не означает, что системный подход не существовал раньше. Специально проблемам системной теории была посвящена изданная в 1920-е гг. двухтомная работа русского ученого А.А. Богданова «Тектология: всеобщая организационная наука», в которой были проанализированы такие основополагающие понятия системного подхода, как «система», «элементы», «связи», «структура», «среда», «устойчивость», сформулированы идеи относительно системных противоречий, законов функционирования и трансформации сложных систем и другие положения, которые в последующие годы, особенно в период бурного развития системной теории в середине XX века, нашли свое подтверждение и получили дальнейшее развитие [Богданов, 1989].

Основными понятиями системной теории являются понятия: 1) «Система», которое Л. фон Берталанфи определяет как «совокупность элементов, находящихся во взаимодействии друг с другом». 2) «Элементы» как составные части системы. Причем, исследуя развитие сложных систем,

как, например, общество исследователь сталкивается с очень сложной проблемой обоснованного подбора их элементов. Для очень сложных социальных систем в целях более глубокого анализа приходится осуществлять процедуру деления (разложения, по Берталанфи) элементов на элементы второго порядка. В этом смысле каждый элемент системы может выступать как «подсистема», обладающая своей совокупностью элементов. Это одна из спорных сторон системного подхода. 3) «Среда» — это сложнейшее по своему составу и свойствам окружение, которое влияет на систему и с которым она взаимодействует. Различают два вида среды: внешняя (окружение системы) и внутренняя (контекст, по Берталанфи). 4) Содержание понятия «структура» имеет несколько аспектов, отражающих различные степени сложности системы: а) соотношение элементов системы; б) способ организации элементов в систему; в) совокупность ограничений, которые вытекают из существования системы для ее элементов. 5) В свою очередь, «функция» системы это ее реакция на воздействия среды, направленная на сохранение определенного типа отношений между элементами системы, то есть сохранения ее «устойчивости» [Берталанфи, 1969].

В применении к географии туризма (а шире — рекреологии), ТРС рассматривается в ней в виде определенной совокупности отношений, находящейся в непрерывном взаимодействии со своей внешней средой через механизмы «входов» и «выходов», в соответствии с базовыми идеями кибернетики. На «входах» система получает извне импульсы — рекреационные потребности, которые в условиях рыночной экономики принимают форму туристского платежеспособного спроса. Источником туристских потребностей являются, с одной стороны, такие элементы внешней среды, как уровень социально-экономического развития и в основных своих особенностях зависящие от этого уровня уровень благосостояния, прежде всего для широких слоев населения — заработная плата, величина, структура и аксиология свободного времени (т.е. ценность его для общества, для социальных, гендерных, возрастных групп и личностей), а также особенности труда в обществе (индустриальное, постиндустриальное, распределение по отраслям, например, промышленность — сельское хозяйство), уровень урбанизации, состояние экологической системы, площадь территории страны с экстремальными для жизни человека среды и многое другое. Все эти потоки, поступающие на «входах» из глобальной окружающей среды, перерабатываются внутри территориально-рекреационной системы путем реагирования всех ее составных элементов и вызывают, в конечном счете, совокупную ответную реакцию системы, при помощи которой она адаптируется к среде и выполняет на выходе с определенной эффективностью (оздоровительной, экономической, просветительской и т.д.) свою функцию. В свою очередь, эта обратная реакция системы является началом нового цикла ее взаимодействий с рекреационными потребностями, способствует

определенным изменениям, как в окружающей среде, так и в самоорганизации и организации «внутренней» части туристско-рекреационной системы.

## 4.2. Социологический метод

В социологии туризма деятельность является методологической основой исследования процессов и их характеристик и видов активности. Основное внимание в социологии туристской деятельности уделяется следующим понятиям: 1) кто является субъектом деятельности; 2) на что направлена туристская деятельность (объект и предмет туристской деятельности); 3) проявления туристской активности (деятельности) в форме занятий, циклов, проявляемых в самостоятельной или организованной сферах; 4) наконец, оценка эффекта туристской деятельности. Если проблему упростить, то социология отвечает географии туризма на два основных вопроса: «От чего (каких условий жизни) человек отдыхает?», «Каков эффект отдыха человека?». Вопрос «доволен ли своим досугом человек?» является здесь наиболее важным по сравнению с любой другой формой эффективности. Итак, главное условие туризма — поиск состояния удовлетворенности. Но много, разумеется, и промежуточных вопросов, которые могут возникнуть в ходе исследовательской работы.

Специфика социологии рекреации и туризма всегда связана с социально-политической и экономической структурой общества и социальными взаимоотношениями в нем. Система, содержание и функции досуга, его учреждений и организаций определяются политической системой, общей и политической культурой, общественной моралью. Культура общества в целом формирует духовно-нравственные представления ценностных ориентаций людей, их соответствие общественным потребностям.

Таким образом, прикладная социология туризма и рекреации в целом (речь идет о методах) изучает (а географы при этом «присутствуют» реально или виртуально): поведение индивидов и групп в свободное время; способы удовлетворения потребности в отдыхе (рекреации); уровень развития личности при участии в туристской деятельности и т.д. Обычно применяются методы анкетирования.

Теория социологии досуга пытается выявить: эволюцию и особенности современного досуга (историческая дифференциация досуговой деятельности и ее воплощения, в основе которой лежит закон возвышения потребностей и возникновения все новых видов и форм деятельности); соотношения досуга с *трудом, социальной структурой, семьей, стадиями жизненного цикла, способами проживания* (городской и сельской жизни), а также роли досуга в формировании образа жизни.

Социология досуга как метод получения информации о негативных и позитивных тенденциях и процессах туристской деятельности является

источником социальной диагностики, ее последующего моделирования и проектирования.

Процесс социологизации рекреационно-географических исследований шел с конца 1940-х г. в США. С 1947 г. такие опросы проводились в штатах Нью-Йорк, Миннесота, Висконсин, Массачусетс, Вашингтон. В 1962 г. прошел первый общенациональный опрос о туризме. Его результаты были представлены в 27 томах.

### 4.3. Оценочный метод

Оценка в методологическом плане — это способ установления значимости чего-либо для действующего и познающего субъекта. Наиболее употребляемый метод в туристско-географических работах «ресурсного» профиля.

Это общее определение ведет за собой огромное количество подходов и конкретных методов в географии туризма. Чисто условно их можно разделить на два типа: 1) Анализ объект-субъектных в туризме отношений по методу «стимул-реакция».<sup>1</sup> 2) Социально-экономические методы оценки туристской деятельности в различных ее аспектах: от ресурсов до эффективности их использования в целях реализации мотиваций и досуговых потребностей. При этом форма отражения полученных результатов оценок колеблется в широком диапазоне от простейших балльных оценок до экономических и математических.

**Методика балльной оценки.** Данная методика широко, иногда неоправданно, распространена. Она представляется легко доступной и осуществимой, однако, это глубочайшее заблуждение. За «баллами» стоят в каждом рекреационно- и туристско-географическом исследовании фундаментальные и прикладные исследования по типу «стимул-реакция», что, по возможности.

Основные этапы балльных оценок выдерживаются для всех видов балльных оценок: 1) определение задач исследования; 2) выявление оценочных показателей; 3) разработка оценочных шкал, как правило, на базе концепции «стимул — реакция»; 4) получение частных оценок (по отдельным показателям); 5) получение интегральных оценок (на основе научно обоснованных критериях обобщения); 6) анализ оценок.

Рассмотрим методические проблемы каждого из 6-ти выделенных этапов.

<sup>1</sup> Концепция «стимул-реакция» вошла в практику географии туризма из бихевиористской географии (англ. — *behavior* — поведение) — науки о пространственном поведении. В науке наиболее важными являются два понятия «стимул» и «реакция». Стимул — воздействие на организм, а реакция — это ответ человека на стимул. Во второй половине XX в. бихевиористская психология была замещена когнитивной психологией, хотя теория «стимуло-реакция» не утратила свой конструктивный характер.

Первый этап. Основная проблема состоит в определении субъекта и объекта оценки: что и с какой конкретной целью будет проводиться оценка? Одна из главных причин неудовлетворительных оценок — декларативность, тесно связанная с расплывчатостью их определения. Оценка, если расширить данное выше определение, отражает взаимодействие субъекта и объективной реальности. Она представляет собой субъективный образ объективной реальности. Ценности обусловлены практической деятельностью человека и тесно связаны с его существованием и деятельностью — только для человека и только через человека действительность приобретает ценностный (аксиологический) характер. При этом изменчивость актуальных оценок неустраима, поскольку каждая общественная группа и каждый индивид в системе «стимул-реакция» проявляет свои особенности, более того, жизненная ситуация такова, что меняются мотивации, также как меняется и сама ситуация. Поэтому на данном этапе туристско-рекреационной оценки обоснование субъекта и объекта оценки — не формальная, а сугубо творческая научная работа исследователя. «Задача бихевиориста состоит в том, чтобы разгадать цепь «стимул-реакция» отношений и объяснить таким образом поведение» [Голд, 1990].

Второй этап. Этап, требующий объективности выделения ведущих, предпочтительно количественных показателей, умения агрегировать показатели и, наконец, требующий достаточно тонкого знания реакции туристов (общественных групп, индивидов) на определенные стимулы.

Третий этап. Это разработка оценочных шкал показателей. Количественные оценки образуют четыре вида усложняющихся в порядке перечисления шкал: шкала классификации (номинальная), порядковая, интервалов и отношений.

*Шкала классификации (номинальная)* используется только для различения объектов. Число в этой шкале — только средство классификации. Номинальные шкалы отражают классификацию циклов туристско-рекреационных занятий или типологию ТРС.

*Порядковая шкала* служит упорядочению объектов по определенному признаку. В сфере туризма таких шкал немало: категоризация средств размещения (гостиниц, мотелей, кемпингов и т.п.; типов климата для целей рекреационного лечения; морфологические особенности пейзажей и т.д.). Никакие арифметические операции над числами при оперировании этими двумя шкалами не имеют смысла и, вообще, не могут совершаться. Порядковые шкалы получили широкое распространение в анкетировании экспертов. Классическим примером может служить широко используемый прием ранжирования респондентами привлекательности рекреационных объектов.

*Шкала интервалов.* Основывается на свойствах порядка и сложения действительных чисел. В географии описан балльный метод, который предполагает отобранные первичные показатели (абсолютные величины)

[это второй вышеописанный этап] оценивать с помощью баллов, используя интервальную шкалу (таблица 4.3.1).

Таблица 4.3.1

**Шкала оценок первичных показателей при 5-балльной системе**

Оценка в баллах	Градации первичных показателей
1	$\Phi_{\text{мин}} - (\Phi_{\text{мин}} + i)$
2	$(\Phi_{\text{мин}} + i) - (\Phi_{\text{мин}} + 2i)$
3	$(\Phi_{\text{мин}} + 2i) - (\Phi_{\text{мин}} + 3i)$
4	$(\Phi_{\text{мин}} + 3i) - (\Phi_{\text{мин}} + 4i)$
5	$(\Phi_{\text{мин}} + 4i) - (\Phi_{\text{макс}} + 5)$

При этом для каждого первичного показателя ( $\Phi$ ) в пределах территориальной единицы определяют максимальное ( $\Phi_{\text{макс}}$ ) и минимальное ( $\Phi_{\text{мин}}$ ) значения. Разность  $\Phi_{\text{макс}} - \Phi_{\text{мин}}$  представляет интервал деления ( $i$ ) для каждой из градаций которую оценивают соответствующим баллом. Сразу же заметим, что промежутки на шкале интервалов получаются произвольно. Это, не имеет принципиального значения в тех случаях, когда не изучаются субъект-объектные отношения. Например, существуют шкалы температур Цельсия, Кельвина, Фаренгейта, Реомюра, различающиеся принципом выбора нуля отсчета и градуировкой (разбиением). Операции сложения и вычитания в интервальных шкалах закономерны, а умножения и деления требуют указания нулевой точки отсчета, которая условна. Если же существует уже заданная нулевая точка, (в физике, например, естественный нуль — отсутствие вещества, объекта), то шкала интервалов переходит в шкалу отношений. С числами на этой шкале выполняются четыре арифметических действия и операции сравнения.

В социальных науках, к которым относится и география туризма, сохраняются указанные общие свойства шкал и их нельзя нарушать.

Интервальные шкалы позволяют под различные ранжированные ряды подводить количественную оценку. Какова здесь главная проблема? Она может быть сформулирована таким образом: построение оценочных шкал в методическом плане заключается в нахождении существенных закономерностей перехода от измерения к оценке.

Шкала измерений — исходный материал, характеризующий воздействующий объект на туриста по непрерывной шкале. Если же географ изучил вид зависимости воздействия объекта на туриста (прямолинейный, логарифмический и т.д.), то он может перевести шкалу измерений в шкалу оценки (рис. 4.3.1).

*Существует несколько основных видов балльных шкал [Арманд, 1975] по признаку распределения баллов по градациям опорной (измерительной) шкалы (рис. 4.3.2).*

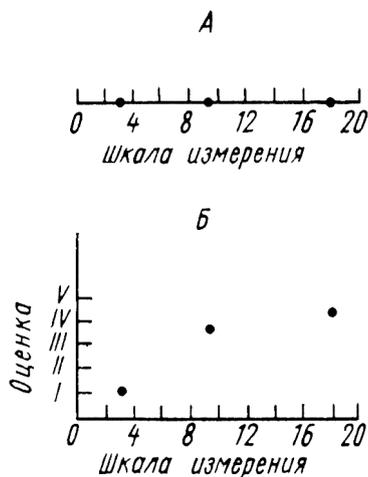


Рис. 4.3.1. Пример перевода шкалы измерений в шкалу оценок

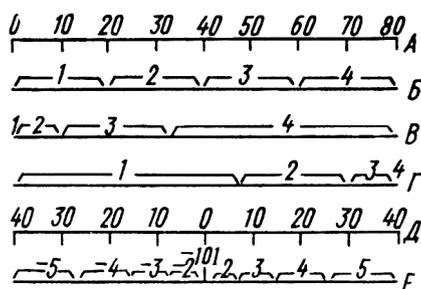


Рис. 4.3.2. Примеры основных видов балльных шкал по признаку распределения баллов по градациям опорной (измерительной) шкалы

В приводимом условном (но теоретически важном) примере Д.Л. Арманды опорная шкала А имеет 80 градаций. Далее ученый допускает, что степень точности, которая для нас необходима, заставляет, например, разделить шкалу на 4 балла (шкала Б). При этом в зависимости от того, какое значение имеют различия между первыми и последующими градациями для результатов оценки, балльные арифметические шкалы могут быть: 1) балльная арифметическая равномерная (это опять же шкала Б); 2) расширяющейся (реакция на стимул уменьшается) — шкала В; 3) сужающейся (реакция на стимул возрастает) — шкала Г. В опорной шкале (теперь она уже правомерно называется алгебраической) величины могут переходить и через нуль (шкала Е), о чем красноречиво говорит шкала индексов

физиологического комфорта Терджанга [Рекреационные системы, 1986]. Для алгебраической балльной оценки, как видно из рисунка 4.3.2, Д.Л. Арманд построил шкалу, расширяющуюся к концам (Е). Таким образом, сгущение баллов должно происходить, согласно этой шкале, в той части опорной шкалы, где она дает самый большой объем информации. Если распределение баллов неравномерно, они должны увеличиваться или уменьшаться по закону определенной математической функции. Баллы, не подчиняющиеся никакому закону, нелогичны и могут при применении привести к большим ошибкам. В учебнике это может быть предупреждением и не более.

Для логического завершения вопроса оценочных шкал приводятся балльные шкалы Арманда (рис. 4.3.3) в декартовых координатах и для сравнения приведен график, на котором отражены результаты математической обработки наблюдений за оценками, выносимыми экспертами. Была получена шкала (функция) желательности<sup>1</sup>. Функция желательности может быть выражена формулой:

$$d = \exp[\exp - (y)],$$

где  $\exp$  — обозначение экспонентов,

$y$  — величина оцениваемого показателя.

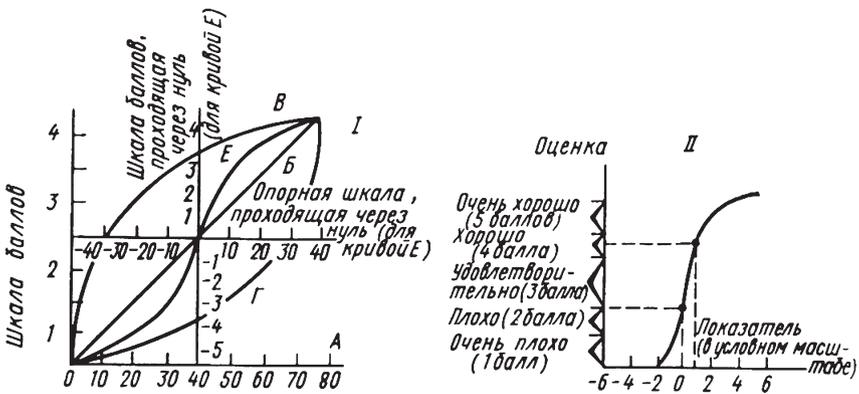


Рис. 4.3.3. Балльная шкала Арманда в декартовых координатах (I) и График математической обработки наблюдений за экспертными оценками (II)

<sup>1</sup> Назначение шкалы желательности Харрингтона заключается в установлении соответствия между физическими и психологическими параметрами в результатах оценки. Это чрезвычайно важный аспект доверия к полученным оценочным суждениями. В основе построения этой обобщенной функции лежит идея преобразования натуральных значений частных откликов (реакции) в безразмерную шкалу желательности или предпочтительности. Очень важный момент: соотношение между чисто субъективными экспериментатора (географа-исследователя) и частными (личностными) реакциями (откликами). К сожалению, в географии это часто выпускается из виду, что снижает уровень результатов оценки.

Вертикальная ось разбивается на 5 интервалов: «очень плохо», «плохо», «удовлетворительно», «хорошо» и «отлично». На горизонтальной оси выделяется «участок» от минус 2 (в этой точке функция почти равна единице до плюс 6 (в этой точке функция близка нулю). На выделенном участке откладывается величина измеряемого показателя, по которому и судят о качественных сторонах оцениваемого объекта.

Вывод таков: оценочные суждения — это очень ответственная исследовательская задача, которая строится на конкретных исследованиях «стимул-реакция», но пока, к сожалению, в географии туризма слабо разработанная.

Четвертый этап. Получение частных оценок (по отдельным показателям).

Пятый этап. Объединение частных оценок в интегральную (в географии это особенно необходимо). Возникает много методических проблем. Так, если шкалирование обеспечивает приведение качественных данных к количественным показателям, то этап синтеза частных оценок должен обеспечить правомочность (необходимо научное обоснование) и способ их объединения.

В общем виде интегральную оценку ( $y$ ) можно представить функцией частных оценок  $\{x\}$ :  $y = f(k^1 x^1, k^2 x^2, \dots, k^n x^n)$ , где  $k$  — коэффициенты значимости частных оценок,  $n$  — число частных оценок. При этом возможны самые различные функции  $f$ .

Чаще всего применяется метод суммирования частных оценок с учетом коэффициентов их значимости. Другой метод — перемножение баллов. Используется редко, потому что при перемножении если один показатель получил оценку 0 (нуль) это значит, что какой-то вид туристской деятельности невозможен из-за отсутствия условий), то при перемножении всех баллов также получится «нуль» (в ряде случаев это абсолютно возможно). Например, известна и до сих пор актуальна работа А. Скамони и Т. Гофмана [*Scamoni, Hofmann, 1969*], изучившие рекреационно-эстетическую ценность лесных площадей. При этом нулевой балл получили уголья, имеющие довольно распространенную по площади, нулевой балл, что при перемножении перечеркивают (тем более с учетом площадей распространения) все положительные качества оцениваемой территории.

Как это не может показаться парадоксальным, иногда при «интегрировании» применяется деление. Так, В.В. Водзинской изучалась устойчивость интересов в досуге, что очень пионерно в научном плане. Для этого использовался индекс «стабильности занятий в досуге». Стабильными считались те виды из 38 отобранных автором, которые респондент выделяет как присутствующие в его обычной практике. Автор подсчитал отношение количества стабильных занятий к числу всех занятий, присутствующих в досуге респондента. Для географов это простой пример

научности подхода к решению даже, казалось бы, частной проблемы [Водзинская, 1976].

Для получения интегральных оценок применяются также и такие формально-математические методы, как факторный и кластерный анализ, латентно-структурный анализ (выявляет непосредственно не наблюдаемую структуру) [Рекреационные системы..., С. 69–72].

Другая серьезная проблема синтезирования (агрегации) оценок заключается в научном обосновании коэффициентов значимости частных оценок. Эти коэффициенты очень широко применяются в туристско-рекреационных оценках. Довольно часто коэффициенты значимости определяются интуитивно (это противоречит научным подходам). В ряде случаев применяется экспертный подход, что тоже субъективно. Некоторые исследователи пытаются ввести формальные методы в эту операцию, например, используя метод наименьших квадратов или метод факторного анализа, но эти методы сами по себе требуют большого количества достоверной статистической информации, а это одна из проблем исследователей.

Многие исследователи ссылаются на то, что применение математических методов приводит к трудной контролируемости всей процедуры оценки. При наличии же логического обоснования оценки приобретают более или менее достоверный характер, однако они всегда вероятностны.

Формы выражения оценок могут быть словесными/вербальными (условия и факторы неблагоприятны, благоприятны, наиболее благоприятны) или цифровой (1, 2, 3... и т.д.). Чаще используется цифровое выражение, потому что оно короче и позволяет проводить различные сопоставительные результаты, хотя опять-таки ответственность за релевантность лежит только на исследователе.

Всегда возникают трудности, связанные с тем, что интегральные балльные оценки не отражают внутренних качественных различий оцениваемых объектов, но в то же время нельзя интуитивно судить об объекте по частным оценкам. Выход из этого противоречия заключается в эвристическом сочетании общих и частных оценок, которые всегда должны проводиться параллельно как отражение единства целого и частей.

Шестой этап. Он заключается в анализе полученных оценок, т.е. в обосновании, соответствует ли полученный результат действительности. В конечном счете, это, конечно, решается через проверку на практике. Поэтому при составлении оценочных шкал очень важно найти такие районы-аналоги, где проектируемое мероприятие уже осуществлено или отношение «объект-субъект» уже известно и по нему можно проверить шкалу, а коэффициенты значимости могут разрабатываться на основе практики хорошо известных ключевых районов (например, Ницца — Ялта).

#### 4.4. Метод типологии и классификации

*Классификация* — метод научного исследования и обобщения, суть которого заключается в том, что изучаемые объекты, явления или процессы упорядочиваются в определенные группы (классы) на основе каких-либо избранных признаков. Классификация и типология — два родственных понятия. Слово *classis* латинского происхождения и переводится буквально как «разряд», точнее «делать разряд». А слово *typos* латинского происхождения и переводится буквально как «образец», «группа предметов». В географии понятие «класс» или «тип» отражает в себе генерализованные черты совокупности территориальных объектов.

Границы (различия) между классификацией и типологией в значительной мере условны и применение той или иной из них зависит от исторических традиций науки. Поскольку география туризма, по сравнению с другими науками, дисциплина относительно молодая, то в ней употребляются без особых уточнений оба термина. В то же время оба термина имеют строгие и неукоснительные ограничения в правилах применения.

Сразу следует сказать, что в логике выделяются два подхода к классификации/типологии.

1. Классификация как установление родовидовых отношений (терминология носит несколько «биологизированный» характер, но это верно и для общественных наук). Результат: система понятий последовательно снижающихся рангов. В географии туризма — это соотношение территориальных таксонов: туристско-рекреационная зона; туристско-рекреационный район (часть зоны) как определенный узловый район со своим центром и зоной влияния или соподчинения (особенно по экскурсионному обслуживанию); туристский центр по организации обслуживания, логистике и прочему).

Перед тем как переходить к обязательным и неукоснительным для любых исследователей правилам классификации/типологии, отметим, что туристско-географическое районирование — это частный случай классификации/типологии. Оно очень часто и правомерно употребляется в географии туризма для «чистой» науки и практики. Оно включает в себя два больших класса: 1. Классификация/типология по сходству признаков, в результате чего выделяются так называемые однородные туристско-географические зоны и районы (однородное районирование по одному-двум признакам), например Средиземноморский регион.

2. Классификация по связям. В результате получаются «истинные» туристско-рекреационные районы по тяготению к ним туристов с со способствующей им инфраструктурой, прежде всего транспортной. Например, Сочинский туристский район.

Со времен Аристотеля выявлены и установлены строгие правила классификации, т.е. операция деления *объема понятия*. Из них дадим объяснение четырем основным. При этом укажем, что понятие, объем которого

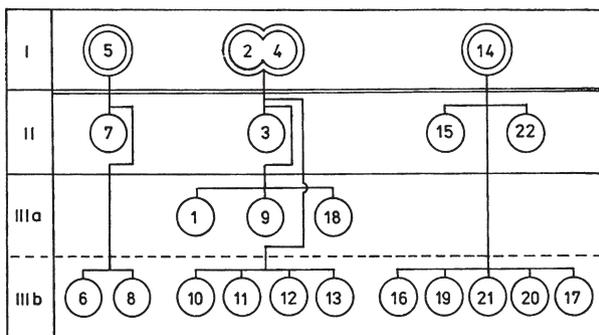
делится, называется родовым, а последующие более частные понятия — видовыми.

**Правило 1.** На одном том же уровне исследователь обязан применять одно и то же *основание* деления. На многоступенчатых типологиях, которые нередко приходится выполнять в туристско-географических исследованиях, на каждой «нижележащей» ступени применяется свое (и опять-таки толь одно) основание деления, но логически связанным основанием первой ступени.

В географии туризма встречается немало трудностей, связанных с сопоставимостью оснований классификации/типологии. Это, прежде всего, связано с тем, что районирование Международной туристской организации при ООН недостаточно строго придерживается географических принципов геополитического районирования мира.

**Правило 2.** Это правило *соразмерности деления*. Сумма выделенных классов (видов) должна быть равна объему классифицируемого родового понятия.

Другими словами, после классификации (как деления объема понятия на виды) не должно оставаться «лишнего» или добавляться. Хорошим примером применения правила соразмерности служит дендрограмма типологии туристских мезорегионов мира по интенсивности развития международного туризма [Пирожник, 1996, С. 20] (рис. 4.4.1).



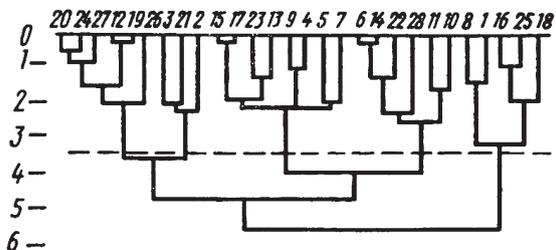
**Рис. 4.4.1.** Региональная структура мирового туристского пространства в 1990-е гг. Мезорегионы: 1 — Центрально-Восточная Европа, 2 — Северная Европа, 3 — Южная Европа, 4 — Западная Европа, 5 — Северная Америка, 6 — Центральная Америка, 7 — Карибский район, 8 — Южная Америка, 9 — Северная Африка, 10 — Западная Африка, 11 — Центральная Африка, 12 — Восточная Африка, 13 — Южная Африка, 14 — Центральная и Восточная Азия, 15 — Юго-Восточная Азия, 16 — Южная Азия, 17 — Ближний Восток, 18 — Восточномедиземноморский, 19 — Австралазия, 20 — Меланезия, 21 — Полинезия, 22 — Микронезия

Согласно данной дендрограмме территориальная структура международного туризма может быть представлена «как система четырех типов мезорегионов, выступающих в качестве: 1) центров развития международного туризма; 2) зоны интенсивного развития; 3) периферийной зоны экстенсивного развития; 4) периферийной зоны в состоянии стагнации.

**Правило 3. Непересекаемости классов.** Выделенные виды (классы) должны исключать друг друга, чтобы ни один из классифицируемых объектов нельзя было отнести к двум видам (классам).

**Правило 4. Непрерывности деления.** Классификация должна быть непрерывной, т.е. при делении нельзя пропускать логические ступени. Поэтому сложные классификации строятся в виде дерева («корнем» вверх). Этот прием называется деревом логических возможностей. Чаще всего он применяется в сложных типологиях, при которых исследователь «отсекает» затемняющие суть детали, учитываются самые существенные свойства.

Для географии туризма характерны задачи создания многомерных обобщающих классификаций и типологий, для чего используются теперь уже автоматически кластерный и факторный анализ. Некоторые из авторов к данным таксономическим, если говорить обобщенно, методам и ряд алгоритмов распознавания образов. И все же необходимо понимать характер и природу таксономических методов. Это метод объединения изучаемых туристских объектов по комплексу исследуемых (имеющихся в наличии) признаков. Для объединения объектов в «классы» («типы») используются таксономические «расстояния», характеризующие взаимную удаленность совокупности признаков объектов в условном математическом многомерном пространстве. Приведем пример группировки объектов с помощью классификационного дерева. Суть метода состоит в нахождении ближайших расстояний между отдельными объектами («точками») в координатном пространстве. «Точки» соединяются отрезком и дальше считаются одним объектом. Например, ближе всех друг к другу находятся точки 12 и 19; 15 и 17; 6 и 14 (рис. 4.4.2) (пунктирной линией обозначен уровень объединения округов в 5 группировках).



**Рис. 4.4.2.** Группировка территориальных единиц с помощью классификационного дерева

В дальнейшей обработке эти шесть «точек» уже рассматриваются как находящиеся на середине отрезков между шестью указанными точками. Следующие ближайшие «точки» 20 и 24, 16 и 25 и т.д. Эти «точки» образуют первые малые группировки. Далее с меньшими расстояниями между точками формируется только одна трехточечная группа — между объектами 20, 24 и 27. Все условно подобранные нами 28 объектов образуют одно общее множество. В зависимости от принятого уровня обобщения при группировке можно выбрать любое число групп. На рис. 5 показаны 5 крупных групп. Этот пример показывает сам процесс автоматической классификации, которая возможна даже без использования сложных математических программ. [Рекреационные системы /Ред. Мироненко, Бочваров].

#### **4.5. Картографический метод и ГИС-технологии**

Картографический метод исследования нашел широкое применение в естественных и общественных науках. Значение карты очень хорошо отразил известный советский географ Н.Н. Баранский, который еще в 30-е гг. XX века говорил, что любое географическое исследование начинается и заканчивается картой. В полной мере это можно отнести и к научно-методическим и прикладным работам в области рекреационной географии и туризма.

Прежде всего, необходимо отметить, что карта (и в частности туристская карта) является наиболее эффективным инструментом передачи пространственной информации: именно карта позволяет четко показать пространственную дифференциацию различных объектов и явлений, выявить их пространственные закономерности и взаимосвязи, служит мощным средством визуализации информации. Карта как модель действительности выполняет ряд функций:

- коммуникативную — карта передает информацию (где расположены достопримечательности), используется как источник и хранилище информации;
- оперативную — с помощью карт решаются многие практические задачи (планирование и освоение территорий и др.);
- познавательную — карты используются специалистами и обычными пользователями для приобретения новых знаний;
- прогностическую — прогнозируют будущее тех явлений, которые изучают по картам (территории наиболее перспективные в туристско-рекреационном освоении).

В истории развития туристско-рекреационной картографии можно выделить 2 этапа. К первому этапу относятся карты, близкой к туризму тематики, которые могли быть использованы в различных путешествиях. Они содержали некоторые элементы современной туристской карты:

дорожная сеть, изображения населенных пунктов и др. Второй этап связан со становлением собственно туристской картографии. Со второй половины XIX века, когда путешествия перестают быть уделом избранных, начинается издание специализированных путеводителей и карт. Активное развитие туристского картографирования как специализированного направления приходится на 30–50 гг. XX века.

В отличие от других направлений картографии, имеющих богатый опыт и сложившийся понятийный аппарат, отраженные в многочисленных монографиях и учебниках, картах и атласах, вопросы картографирования туризма как отдельной отрасли в отечественных и публикациях зарубежных затрагиваются не так часто. Анализ немногочисленных изданий, посвященных этому аспекту (см. источники), тем не менее, позволяет выявить некоторые общие положения.

Большинство специалистов выделяют две большие категории туристских карт. *Первая* включает карты, создаваемые для туристов, или *собственно туристские карты*. Это наиболее массовая продукция. Основная задача карт этой категории — донести туристу информацию об интересующей его местности. В содержание собственно туристских карт включаются объекты туристского интереса (объекты природного и культурного наследия, ареалы того или иного вида дичи, грибов и т.п.), объекты туристской инфраструктуры (гостиницы, предприятия питания, визит-центры национальных парков, элементы транспортной инфраструктуры и др.), маршруты (экскурсионные, для спортивного туризма и т.п.). Некоторые исследователи предлагают из этой категории выделять в отдельную группу специализированные туристские карты, предназначенные для спортивного ориентирования, охотников, водного туризма и т.д.

Туристские карты имеют прикладное значение, используются широким кругом потребителей, как правило, для планирования и осуществления путешествий. В связи с этим, к картам этой категории предъявляются следующие требования. Они должны:

- отражать актуальную информацию (быть достоверными в содержательной и позиционной части);
- иметь доступную систему условных обозначений. Выполнение этого требования обуславливает широкое использование наглядных условных знаков (пиктограмм) и стремление к унифицированной системе условных обозначений (рис. 4.5.1);
- быть удобными в использовании (определенные форматы, фальцовка, компоновка);
- обладать интересным картографическим дизайном, справочными и дополнительными данными (наличие справочных сведений, фотографий, карт-врезок на наиболее интересные объекты, элементов художественного оформления и т.п.).

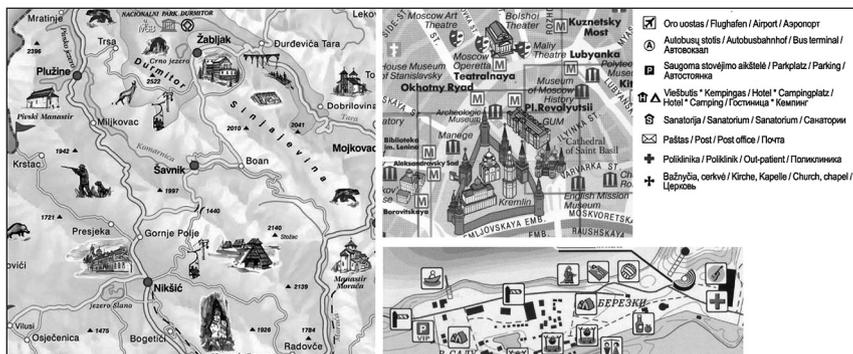


Рис. 4.5.1. Фрагменты туристских карт

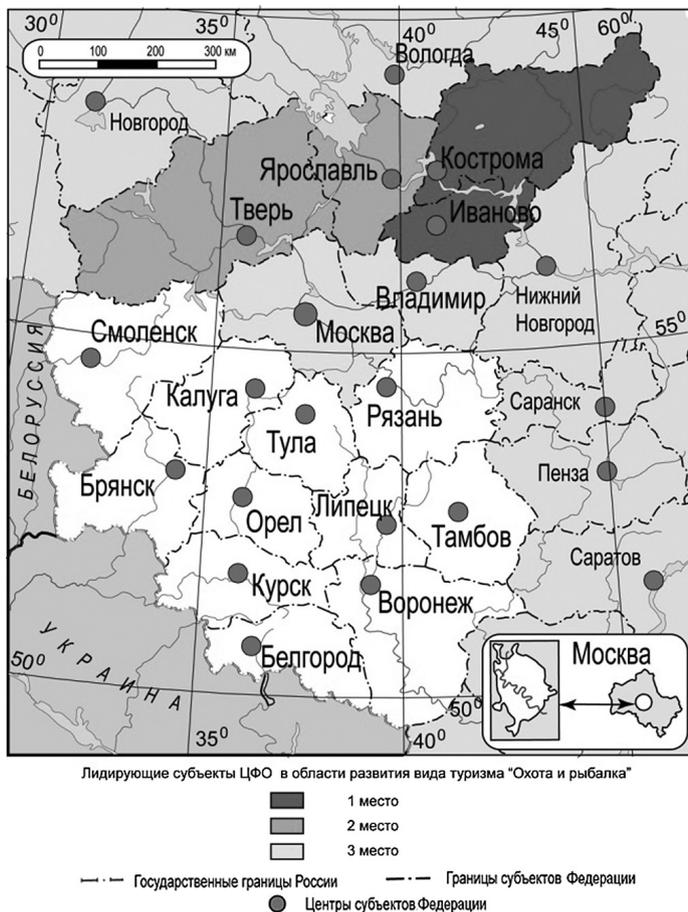
Кроме того, туристские карты могут быть крупномасштабными (подавляющая часть карт), показывающими подробную характеристику объекта (чаще всего это планы городов), и обзорными (средне- и мелкомасштабные), отражающими общие черты региона (страны) и необходимыми для общего ознакомления с ним. Исходя из этого, к картам предъявляются соответствующие требования по генерализации.

С точки зрения уровня обобщения данных, туристские карты чаще всего являются аналитическими и комплексными: они показывают отдельные или группу взаимосвязанных объектов и явлений. Как правило, они относятся к инвентаризационным картам (т.е. констатируют какое-то явление или объект — показывают его местоположение), реже — к оценочным.

Для исследований в сфере туризма вообще и географии туризма в частности большее значение имеют карты второй категории — это карты о туризме (тематические карты туризма, научные рекреационные). По сравнению с туристскими картами они гораздо более сложные по своему содержанию. Эти карты призваны отразить туристско-рекреационную систему и отдельные ее элементы и характеристики, показать состояние туристской индустрии и ее отраслей и т.п. Карты этой группы предназначены для обобщения результатов научных исследований в области туризма и рекреационной географии, а также информационного обеспечения административно-управленческих структур в сфере туризма и туристского бизнеса.

Однозначного подхода к классификации карт туризма и, соответственно, к методам их создания среди исследователей в настоящее время пока не сложилось. На наш взгляд, необходимость решения на основе этих карт как сугубо научных, так и прикладных задач, позволяет выделить следующие виды карт туризма.





**Рис. 4.5.3.** Состояние вида туризма «Охота и рыбалка» (в пределах туристских зон) в ЦФО (по Смирнову В.Г., 2010)

1. Карты пространственной организации туризма: туристских центров, туристских потоков, отдельных видов туризма и т.п. (рис. 4.5.2–4.5.4). Эти карты позволяют выявить пространственные закономерности туристско-рекреационной системы, оценить динамику некоторых процессов, проанализировать развитие туризма в отдельных регионах.
2. Карты, отражающие состояние туристской индустрии (рис. 4.5.5). Карты этой группы могут быть в полной мере отнесены к социально-экономическим картам. Они отражают качественные и количественные

характеристики отдельных отраслей туриндустрии (гостиничная индустрия, трудовые ресурсы, показатели производства туристских услуг, макропоказатели в сфере туризма и др.) и смежных с ними отраслей (транспортная инфраструктура и т.п.).

3. Карты туристско-рекреационных ресурсов (рис. 4.5.6). Основное назначение этих карт — показать и охарактеризовать ресурсы для развития туризма и рекреации. Они могут быть использованы при планировании туристско-рекреационной деятельности.

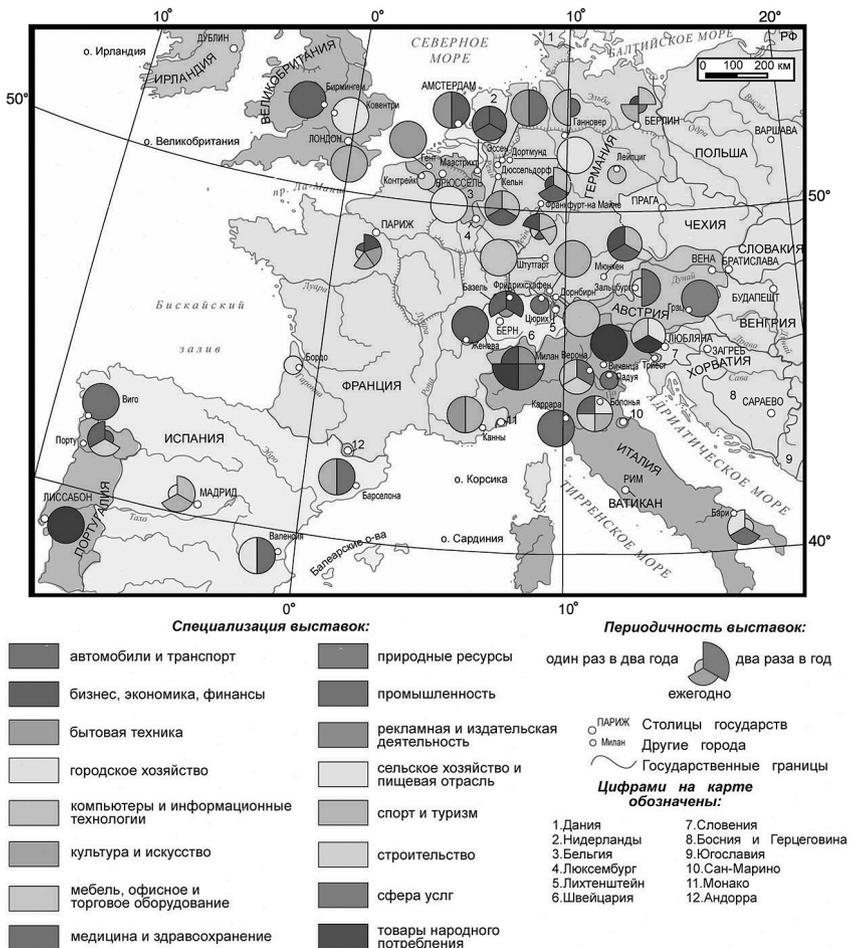
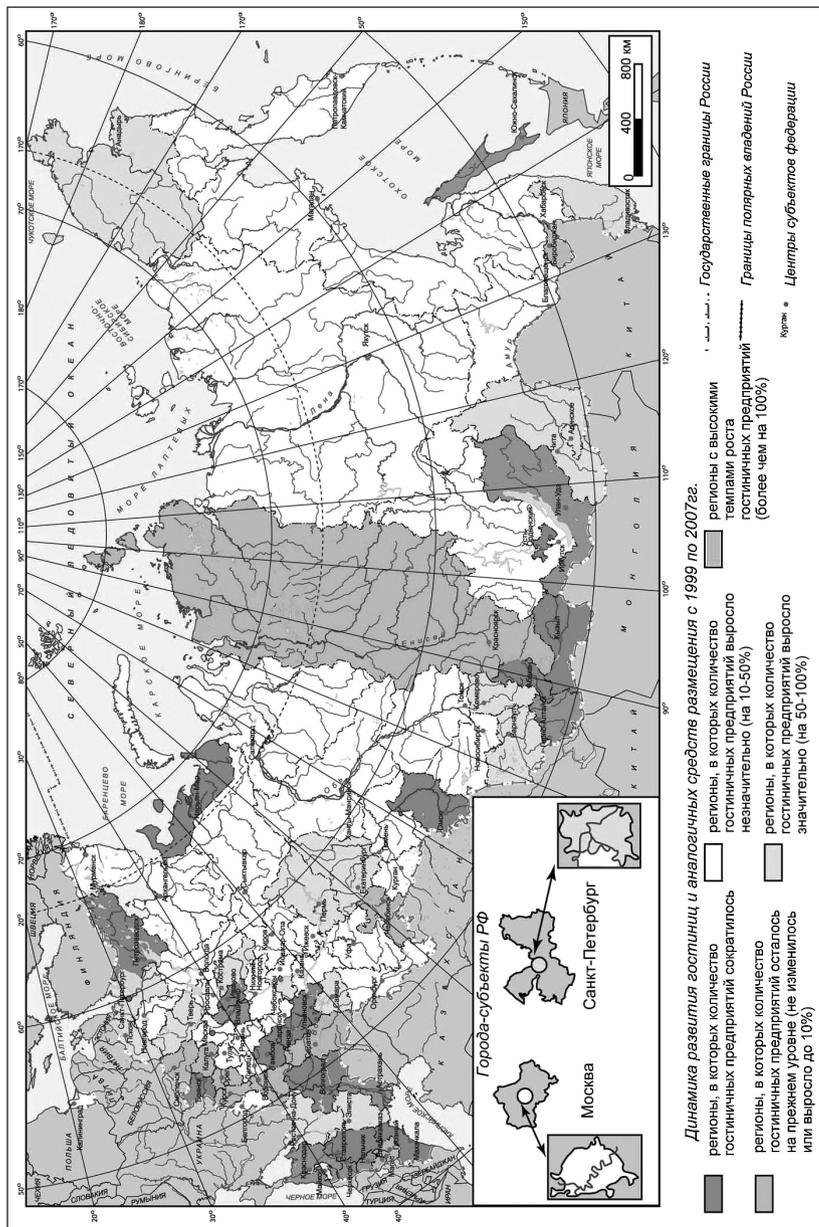


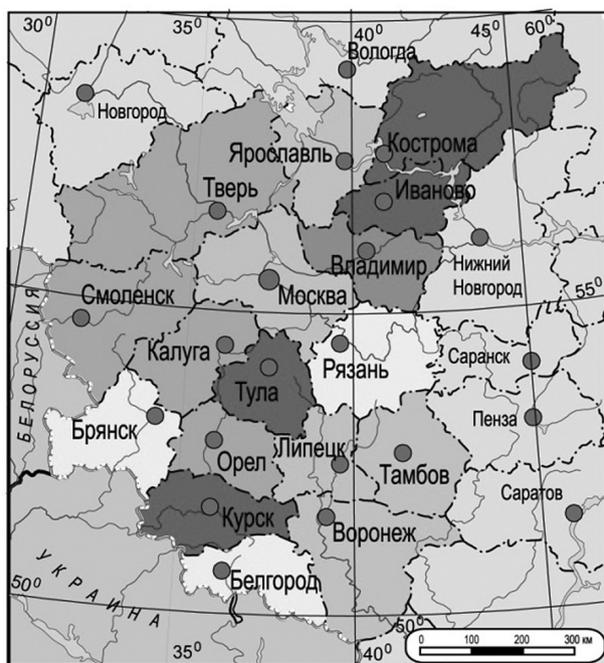
Рис. 4.5.4. Крупнейшие международные выставки в Западной Европе (по Смирновой О.А., 2006)



**Рис. 4.5.5.** Динамика развития гостиничных предприятий (по Ливанову В. В., 2011)







показатель комплексного туристско-рекреационного потенциала  
(по 3-м блокам: природного, культурно-исторического потенциалов и  
социально-экономических условий)

	интегральный показатель		уровень потенциала
	в относительных единицах	в удельных единицах	
	Более 2	0,9 - 1	высокий
	1,5 - 2,0	0,6 - 0,9	относительно высокий
	1,0 - 1,5	0,3 - 0,6	средний
	0,8 - 1,0	0,1 - 0,3	относительно низкий
	0,5 - 0,8	0 - 0,1	низкий

— — Государственные границы России      - - - Границы субъектов Федерации  
● Центры субъектов Федерации

Рис. 4.5.8. Оценка туристско-рекреационного потенциала регионов ЦФО

4. Карты оценки туристско-рекреационного потенциала (рис. 4.5.7 и 4.5.8). Некоторые исследователи считают, что эту группу карт следует относить к картам ресурсов. Однако, они гораздо более сложные по своему содержанию, так как их задача не просто показать наличие определенного вида ресурса, а дать интегральную оценку по набору параметров. Главным вопросом при создании этих карт является разработка адекватной методики оценки и обоснование перечня индикаторов оценивания. К этой же группе можно отнести карты, отражающие туристско-рекреационную емкость территории.

5. Карта туристско-рекреационного районирования (примеры — главы 6). Карты районирования создаются на основе синтеза комплекса параметров, дают обобщенную характеристику туристско-рекреационной системы и отражают ее типологию.

В отличие от туристских карт карты туризма требуют очень серьезной научно-методической проработки, в качестве исходных материалов для их создания выступает большое количество разнообразных источников: статистические материалы, карты природных и социально-экономических условий, разнообразные рейтинги, литературные источники и др. В связи с этим содержание одних и тех же карт, созданных разными авторами, может довольно сильно различаться. Поэтому основная задача исследователей в этом случае заключается в обосновании методов и критериев выделения (оценки, ранжирования, районирования и т.п.) тех или иных объектов, явлений и их характеристик.

Вместе с тем хотелось бы подчеркнуть, что карты туризма имеют большое значение для решения управленческих задач. Так, сопоставление карт развития туристской индустрии, с одной стороны, и оценки потенциала и ресурсов — с другой, позволяют выявить регионы, активно использующие свои ресурсы в развитии туризма или недооценивающие свой потенциал.

По степени обобщения данных и функциональному назначению среди карт туризма встречаются практически все типы карт. Они могут быть аналитическими (карта занятости населения в ресторанных и гостиничных предприятиях), комплексными (карта, отражающая показатели гостиничного фонда: количество мест в гостиницах и коэффициент заповняемости номерного фонда), синтетическими (карты туристско-рекреационного районирования), инвентаризационными (карта центров культурно-познавательного туризма), оценочными (карты оценки климатических условий для развития летних и зимних видов рекреации) и прогнозными (карты перспектив развития туристской индустрии по национальным стратегиям и программам).

С картографическим методом тесно связано использование геоинформационных технологий. Отметим для начала, что практически все современные карты создаются на основе методов геоинформационного картографирования. Но применение ГИС-технологий в туризме гораздо шире, чем только создание карт. Можно выделить следующие основные направления использования геоинформационных технологий в туризме.

Современные ГИС-технологии предоставили широкий спектр инструментов для пространственного моделирования и геоанализа, основы которых были заложены в 80–90-х гг. прошлого века в работах по математико-картографическому моделированию. Описанные в предыдущих параграфах методы полностью или частично реализуются в настоящее время в геоинформационных технологиях. В частности, широкое распространение получило использование геоинформационных подходов при оценке

туристско-рекреационного потенциала территорий классификационными методами. Кроме того, на основе оверлейных операций, кластерного и факторного анализа и др. значительно упростился процесс выявления взаимосвязей и пространственных особенностей распределения объектов и явлений, закономерностей в структурах.

Методы пространственного моделирования и геоанализа находят применение и в бизнесе. Цифровые модели местности могут быть использованы при проектировании конкретных туристско-рекреационных комплексов. Так, например, цифровые модели рельефа позволяют проектировать горнолыжные комплексы: с помощью ЦМР можно выделять участки определенной крутизны и протяженности, соответствующие трассам разной категории сложности.

На стыке геоинформатики и маркетинга формируется новая отрасль — геомаркетинг как концепция управления современным производством (и туристской сферой в том числе) на основе геоинформационных технологий, предполагающая использование пространственно локализованной информации для поддержки принятия решений. В сферу интересов геомаркетинга входит решение задач по транспортной логистике, конкурентному анализу, планированию и развитию сетей, поддержке пространственной клиентской базы данных и др.

Другое направление внедрения геоинформационных технологий в туризм — это *использование глобальных систем позиционирования*. На первых этапах решалась в основном прямая задача — определение местоположения туриста и навигация во время движения по маршруту. Однако сейчас все более активно разрабатываются и используются всевозможные мобильные путеводители и другие туристские приложения.

Интеграция ГИС и Интернет способствовала развитию такого нового направления, как *виртуальный туризм*. Совершить виртуальное путешествие (и спланировать реальное) можно как с помощью всевозможных блогов и туристских порталов, так и с использованием интерактивных карт и глобусов (Google maps, Панорама улиц от Яндекс, Google Earth, NASA World Wind, виртуальный планетарий Stellarium, экскурсии по музеям и галереям мира ArtProject и др.). Мультимедийные путеводители для Интернета и Web-ГИС туристской тематики создаются с участием обычных пользователей (TripAdvisor и т.п.), и коммерческими организациями, и общественными организациями (сайт Русского географического общества), и административными структурами (порталы типа «Добро пожаловать в ...») и др.

## Контрольные вопросы и задания

1. Дайте сравнительную характеристику основным современным методам исследования, используемым в географии туризма.
2. Какие ученые являются основоположниками системного подхода?

3. Дайте определения понятий «система», «элементы», «среда» и «функция» по Людвигу фон Берталанфи.
4. Как используются базовые понятия системного подхода в туристско-географических исследованиях?
5. Какие основные теоретические задачи, смежные с задачами туристской географии, ставит перед собой социология досуга?
6. Что такое «оценочное суждение» в туристской географии?
7. Опишите шесть этапов балльной оценки, показав логику использования результатов каждого из них на следующем этапе оценки.
8. В чем коренное отличие шкалы измерения от оценочной шкалы?
9. Дайте характеристику основных видов балльных шкал по Д.Л. Арманду.
10. Задание: укажите, в чем заключается необходимость применения социологических исследований в изучении пространственных особенностей развития туризма.
11. Задание: изобразите графические зависимости между шкалами измерений и шкалами баллов.
12. Задание: опишите логическую последовательность объединения частных оценок в интегральную.
13. Задание: приведите примеры использования «классификационное дерева» в экспедиционных исследованиях в туристской географии.
14. Задание: проанализируйте и охарактеризуйте основные требования, предъявляемые к туристским картам, проиллюстрируйте ваши утверждения примерами.
15. Задание: перечислите основные направления использования геоинформационных технологий в туризме, указав сферу применения каждого из них.

## ГЕОГРАФИЯ ТУРИСТСКИХ ПОТОКОВ В МИРЕ

Изучение пространственных особенностей развития туризма в мире требует понимания принципов формирования туристских потоков, в частности мотивов, которыми руководствуются туристы при выборе места и цели поездки. Они возникают как ответная реакция на формирующиеся потребности в туристских услугах и представляют большой интерес для исследования. Современный ритм и образ жизни ведут к усложнению потребительского поведения, появлению новых потребностей и изменению их соотношения при принятии решений о мотивах поездки.

Исследование мотивов туристской деятельности дает возможность понять, какие виды туристского продукта будут востребованы потребителем, а также проводить сегментирование потребительского рынка по различным категориям, разрабатывать маркетинговую стратегию продвижения туристской дестинации. Характерная для современного этапа развития диверсификация видов туристской деятельности, удовлетворяющая все более сложные потребности современного человека в разнообразии отдыха и досуга, также способствует освоению новых туристических направлений и новых туристских рынков. Для выполнения этих задач необходима разработка методов учета туристских потоков, отражающих их многообразие и специфику.

### **5.1. Туристско-рекреационные потребности и мотивы в туристской деятельности**

Рекреационные потребности — это та основа, которая дает возможность формулировать проблемы и задачи научных исследований в географии туризма. Создание научного представления о рекреационных потребностях — это мультинаучная (междисциплинарная) задача, которая может быть решена с привлечением, по крайней мере, философии, социологии, психологии, социальной психологии, географии и экономики. Одной из книг, способствующих познанию мотиваций и потребностей, является книга английского географа Дж. Голда «Основы поведенческой географии» [Веблен, 1984]. Этот автор считает, что теории, посвященные потребностям и мотивациям, можно разделить на две категории. «С одной стороны, есть теории, согласно которым мотивация человека определяется желанием

преодолеть выдвигаемые обстоятельствами препятствия и снизить существующую напряженность. С другой стороны, существуют теории, согласно которым человек все время ищет свежих ощущений, напряженных эмоций и возбужденности, стремясь таким образом поднять уровень напряжения со средой своего окружения. Различные виды рекреационной деятельности дают множество примеров мотиваций подобного типа»<sup>1</sup>.

В целях своего выживания и развития человек вынужден удовлетворять различные нужды, которые называются потребностями. Потребности человека достаточно глубоко исследованы разными науками. Обычно их классифицируют следующим образом:

- 1) биологические (органические, материальные) — потребности в пище, одежде, жилище и др.;
- 2) социальные — потребности в общении с другими людьми, в общественной деятельности, в общественном признании и др.;
- 3) духовные (идеальные, познавательные) — потребности в знаниях, творческой деятельности, познании и создании прекрасного и др.

Существуют и другие классификации потребностей, например, следующая:

- 1) *первичные (врожденные)*, к которым относят:
  - а) физиологические — воспроизводство рода, пища, одежда, жилище, отдых и т.д.;
  - б) экзистенциальные (от лат. *exsistentia* — существование): безопасность своего существования, комфорт, гарантия занятости, страхование от несчастных случаев, уверенность в завтрашнем дне и т.д.;
- 2) *вторичные (приобретенные)*:
  - а) социальные — социальные связи, общение, забота о другом человеке и внимании к себе, участие в совместной деятельности;
  - б) престижные — самоуважение, уважение со стороны других, признание, служебный рост и т.д.;
  - в) духовные — самоактуализация, самовыражение, самореализация.

Под рекреационно-туристской деятельностью в социальной психологии понимается ролевой комплекс, через который проявляются практически все базовые основы потребностей, перечисленные выше.

Функции рекреационно-туристской деятельности проявляются в энергетической, биологической и социальной сферах, они тесно переплетены и взаимосвязаны. Дадим их краткую характеристику.

*Компенсаторная функция* обширна и отражает возможности развить желаемые способности и задатки. Установлено, что спорт и активный туризм в той или иной степени уравнивают возможности человеческого духа.

<sup>1</sup> Дж. Голд. Основы поведенческой географии. М.: Прогресс, 1990, с.45.

*Соучастие в процессе естественного отбора.* Человек осознанно или неосознанно изменяет условия обитания, участвует в создании искусственной среды и культурного образа жизни и опосредованно, через искусственно созданную систему социальной защиты, замедляет рост естественной приспособляемости. А.С. Орлов рассматривает рекреацию и туризм как форму сохранения человеческого генофонда. Энергонасыщенные виды рекреации (спорт, туризм и др.), служат катализатором данного процесса.

*Игровое начало* рекреационно-досуговой деятельности увеличивает способность к обучению, моделированию реальных ситуаций психики и жизнедеятельности.

*Социализирующая функция* является базисной и охватывает три фактора генезиса социализации: деятельность, общение и самосознание. Туристская деятельность порождает все новые и новые типы, обогащающие их субъектов, способствует лучшей социальной ориентации, усвоению ценностей, установок, стереотипов поведения, опыта и его социального воспроизводства.

*Ценностно-гедонистическая функция* обеспечивает эмоциональное состояние удовлетворения, чувство внутреннего совершенства, успеха, личной значимости, достижения личных целей.

*Функция развития* рассматривается как дополняющая экзистенциальную и социализирующую, поскольку рассматривает рекреационную деятельность (прежде всего туристскую) человека на протяжении всей его жизни.

*Функция общения* осуществляется как процесс в социальном измерении — времени, пространстве и среде — и предстает как социальное взаимодействие в свободное время.

А.С. Орлов рассматривает досуг (весь комплекс деятельности в свободное время) как социальный институт, развитие которого детерминировано первичными социальными институтами (в частности, семьей, работой).

Побудительными факторами рекреации являются биологический и социальный. Этим объясняется высокая корреляция между качеством отдыха, здоровьем человека и его активностью в труде и рекреации. Этот автор подчеркивает и то, что социальная рекреация обладает возможностью компенсировать человеку недоданные ему природой или недоразвитые способности человека, некоторые биологические задатки посредством выработанный человеческой культуры [Гезгала, 1974].

Когда задаются вопросом, почему люди путешествуют, речь идет о мотивациях, т.е. побуждениях к действию. Мотивация (от лат. *motere* — побуждение) и мотив (от лат. *motus* — двигаю) — ключевые понятия зарождения и удовлетворения потребностей и осуществляемой для этого деятельности. Очень интересно отметить, что в базовом учебнике канадского университета Калгари, специализирующемся на исследованиях и образовании в области туризма, в структуре «минимума» необходимых знаний

на первом месте стоит изучение и понимание мотиваций и деятельности (поведения) туристов.

Это действительно очень глубокий вопрос, связанный в рекреационной (туристской, как ее составной частью) географии, в первую очередь с так называемой игровой деятельностью, который наиболее глубоко раскрыт нидерландским историком и культурологом Йоханом Хейзинга в труде «*Homo ludens*» («Человек играющий»). Феномен игры имеет универсальное значение в развитии человеческой цивилизации<sup>1</sup>. Мотивации как побуждения, вызывающие рекреационную/туристическую активность и раскрывающие ее коренные причины, затрагивают сущностные основы феномена туризма как миграционной рекреации, личностную и социальную основу, на которой базируется система наук, которую нередко называют рекреологией или туризмологией. Склонность и способность человека облекать в формы игрового поведения все стороны жизни, по Хейзинга, выступает подтверждением объективной ценности изначально присущих ему творческих устремлений. Смысл и значение игры должны, очевидно, лежать в основании туризма.

Й. Хейзинга утверждал, что понятие «человек играющий» выражает такую же существенную функцию, как «человек созидающий». С самых начал цивилизации игра стала конкретным мерилем проявления всех важнейших черт личности. Хейзинга установил, что в древнегреческом языке были разные понятия игры: «пэдия» (детская игра), «атирос» (игра-забава, пустое развлечение), «агон» (поединок, состязание, соревнование). В санскрите он выделил пять значений игры: игра детей, игра-представление; игра-шутка; фокусы; игра как ряд случайных необъяснимых совпадений; игра как притворство.

Хейзинга определяет игру как добровольное действие, ибо занятие, совершаемое внутри установленных границ места и времени по добровольно принятым, но абсолютно обязательным правилам с целью, заключенной в ней самой, сопровождаемое чувством напряжения и радости, а также сознанием «иног бытия, нежели обыденная жизнь» [Александрова, 2016].

Рассматривая игровые действия в разные исторические эпохи, Хейзинга приходит к важнейшему обобщению: игра — необходимый способ социальной жизни. Если люди древних культур «играют порядок природы», каким он заключен в их сознании, то люди цивилизованного времени играют порядок современной социальной жизни.

Раскрывая социокультурный смысл национальной игры, он показывает, как она формирует навыки социального поведения, специфическую

---

<sup>1</sup> Идеи мыслителя воплощаются в жизнь: медиакультура формирует в обществе стереотипы, идеалы, ценности, включая игровой мир детства, а многие центры западных городов проходят стадию диснеизации, создающей особый мир игры, существующий параллельно миру реальному, вовсе пока не игровому, нететскому.

систему ценностей, ориентацию на групповые или индивидуальные действия, соревновательность и кооперацию, развивает схожие этнические характеры. Отождествляя досуг с культурой, он обвинял современную культуру (времен нацизма) в фальшивости игры и постоянном вытеснении игрового элемента, подменой его политиканством. Психологи отмечают парадокс игры как деятельности свободной и одновременно основанной на правилах («внутреннего самоограничения и самоопределения»).

Й. Хейзинга считал, что «игра старше культуры, ибо понятие культуры, как бы несовершенно его ни определяли, в любом случае предполагает человеческое сообщество, а животные вовсе не ждали появления человека, чтобы он научил их играть. Животные играют точно так же, как люди. Все основные черты игры уже присутствуют в игре животных. Достаточно понаблюдать хотя бы игру щенят, чтобы в их веселой возне без труда обнаружить все эти черты. Они приглашают друг друга поиграть неким подобием церемониальных поз и жестов. Они соблюдают правило, что нельзя, например, партнеру по игре прокусывать ухо. Они притворяются ужасно злыми. И что особенно важно, они совершенно очевидно испытывают огромное удовольствие и радость» [География туризма, 2016].

Уже в простейших случаях, подчеркивал Хейзинга, игра как таковая перешагивает рамки чисто биологической деятельности. Игра — содержательная функция со многими гранями смысла. В игре явно обнаруживается некий имматериальный элемент. Рекреационная деятельность человека, особенно туризм, как показано во многих социально-психологических исследованиях — это, прежде всего, игровая деятельность как инстинкт.

Известный австрийский исследователь начала XX века К. Крапф также считал, что туристическое движение заложено в человеке как инстинкт. Он проводил параллель между желанием человека путешествовать с инстинктом перелетных птиц [Голд, 1990].

В России в 1960–1970-х гг. В.П. Казначеев развивал для миграционной рекреации **концепцию географического стресса** (компенсаторная функция потребностей) как непреложный фактор восстановления и оздоровления, в частности для экстремальной полосы бывшего СССР. Для населения огромного региона с дефицитом ультрафиолетового «питания», как он считал, это объективная необходимость. Географический стресс — основа «маргинального статуса» человека (в позитивном смысле слова «маргинальный» — пограничного). В случае миграционной рекреации у человека происходит резкая смена всех параметров окружающей среды, что вызывает перестройку его эндокринной системы, происходящей вследствие выработки организмом эндорфинов, которые придают человеку чувство окрыленности, позитивного восприятия жизни и повышают его творческий потенциал. Тем самым туризм вносит вклад в повышение человеческого развития.

Для обоснования рекреационной деятельности в целом используется также близкая к компенсаторной **теория гомеостаза**, в основе которой лежит инстинктивное ощущение человеком биологического и психологического дисбаланса в жизнедеятельности. Для поддержания необходимого равновесия рационально используется свободное время, в том числе совершается миграционная рекреация для создания гармонии между своим «эго» и окружающей средой.

**Концепцию престижа** впервые высказал австрийский исследователь туризма П. Бернекер, который считал, что сущность туризма заключается в стремлении человека повысить свой престиж, а также в реализации склонности людей и их сообществ к подражанию. Дальнейшими исследованиями было подтверждено, что сравнительная оценка общественной группой и ее членами социальной значимости сфер потребления, положения в обществе, символов и знаков — один из самых действенных регуляторов поведения.

В известной книге американского экономиста и социолога Т. Веблена «Теория праздного класса», основанной на фактах из жизни, представлена жизнь знати и духовенства феодальной Европы и Японии, которая была освобождена от занятий в производстве и вела досуговую жизнь — жизнь демонстративного расточительства. Т. Веблен пришел к выводу, что с развитием цивилизации многие виды деятельности «праздного класса», возникнув как привилегии, распространяются вниз по социальной лестнице, перерастая, в частности, в массовый досуг. Более того, в наше время сформировался специфический «праздничный класс», именуемый в литературе «джет-сет»<sup>1</sup>, смысл жизни которого не в труде, а в развлечениях.

На более широком фоне «эффект Веблена» (эффект показного поведения) раскрыл Х. Ортега-и-Гассет в известном философском труде «Восстание масс». К этому критическому и небезосновательному направлению принадлежат работы Ж. Бодрийяра, Дж. Дьюзенберри (у первого — рассмотрение симулякров, а у второго — закон потребительского подражания населения «третьего мира» населению развитых стран при разных экономических возможностях).

**Концепция гедонизма в туристском потреблении** принадлежит американскому психологу Е. Торндайку, который на основе фрейдизма развивал гипотезу о том, что в основе рекреации/туризма лежит получение удовольствия [Казначеев, 1980].

<sup>1</sup> «Джет-сет» — это узкий круг состоятельных людей, как правило, молодых, проводящих время в праздничных развлечениях. Много времени проводится в путешествиях, хотя главный признак — обязательная праздность жизни. Этот слой богатых людей первоначально был связан с появлением реактивных пассажирских самолетов. Полеты стоили дорого, но эта прослойка позволяла себе многочисленные полеты в самые далекие и малознакомые обычным туристам места мира. Теперь это относится к пока еще мало распространенным космическим путешествиям.

## Проблема элитарности и эгалитарности в современном туризме

Безусловно, мотивация туристической деятельности, как уже отмечалось, входит в методологические основы географии туризма, но в то же время нельзя отвлекаться от особенностей современного общества и тенденций его развития. К исходу XX века туризм стал нормой жизни современного человека и приобрел массовый характер. Это произошло благодаря повышению уровня и качества жизни населения мира в целом (проблемы географически выраженного неравенства мы здесь не рассматриваем, хотя понимаем, что это очень серьезная проблема), благодаря растущей взаимосвязи стран в результате открытости границ и увеличения масштабов международных связей.

Современное постиндустриальное общество, если к нему подходить реалистически — это общество потребления. Понятие «общество потребления» находит широкое воплощение и в новой (постмодернистской) картине культурного сознания. Облегчение доступа к культурным ценностям самым широким слоям населения и их проникновение в повседневный жизненный обиход становится основой формирования нового культурного сознания. Культура становится одним из средств человеческого общения и взаимопонимания — массовой коммуникацией. Социолог Т. Абанкина ссылается на исследование Т. Адорно, Х.Ганса, П. Бурдьё, которые изучали художественные вкусы и культурные предпочтения разных социальных групп, а также, что важно подчеркнуть, дистанцию между «высокой» и «популярной» культурой, что исследователей и практиков туризма должно больше всего интересовать. В результате были выявлены изменения социальной мотивации и потребительского поведения в сфере культуры. Можно говорить о формировании аудитории нового типа, интересы которой заключаются в «пересечении границ» так называемого «высокого» и «популярного».

«Новые культурные потребители» выбирают все, что может доставить удовольствие: культуру этническую (местную) и мировую, популярную и высокую, традиционную и современную. В один вечер они слушают оперу, в следующий — идут на рок-концерт или лазерное шоу. Во время отпуска они посещают традиционные музеи и популярные эстрадные представления, выставки современных художников и местные фольклорные праздники. Граница между элитарной и массовой культурой размывается. Современный культурный ресурс динамичен. То, что еще вчера было радикальным, сегодня уже становится классикой [Маслоу, 2007]. И это, очевидно, правильно. Последние бурные десятилетия подтверждают, что снобизм — это более негативное явление для мирового развития, в том числе культурного, чем «неолиберальное», постмодернистское отношение к происходящим процессам в сфере досуга, по крайней мере.

Указанный автор совершенно верно отмечает, то в современном обществе переплетены экономика (она вводит новый термин «экономика желаний» в сфере досуга), культура и творческие индустрии. Они обуславливают существование друг друга и способствуют взаимному развитию.

### **Представления о рекреационных потребностях человека и социальных групп**

Ранее мы отмечали, что туризм как форма досуга — это содержание и формы реализации свободного времени. Конкретно досуг проявляется через рекреационные занятия, которые в свою очередь есть конкретное выражение рекреационных потребностей.

Итак, **схема функционирования ТРС** со стороны мотивов и эффективности реализации туристских потребностей такова:

свободное (рекреационное) время → досуг (как синкретическое понятие) → мотивации (мотивы) → рекреационные/туристические потребности (социальные и индивидуальные) → рекреационные/туристские занятия → реализация рекреационных/туристских занятий (организованный и самодетельный туризм (способы, включая логистику в широком понимании, маркетинг, менеджмент) → эффективность (физиологическая, психологическая, социально-психологическая, экономическая).

Общая и достаточно приемлемая классификация (в форме пирамиды) с добротным обоснованием дана американским социологом Абрахамом Маслоу и включает пять уровней:

- 1) физиологические потребности (продолжение рода, питание, дыхание, физическое движение, одежда, жилище, отдых как компенсация затраченных сил);
- 2) экзистенциальные (безопасность, уверенность в завтрашнем дне, стабильность условий жизнедеятельности, потребность в постоянстве, регулярности, в гарантии занятости, достойного вознаграждения);
- 3) социальные (потребность в принадлежности к социуму, в общении, потребность в любви; участие в совместной деятельности);
- 4) престижные (уважение со стороны референтных групп, служебный социальный статус и т.п.);
- 5) духовные (самовыражение через творчество). Этот уровень как стремление к полной реализации своих способностей и желаний побуждает индивида много работать и развиваться.

Первые (нижние, наиболее насущные) два уровня у Маслоу — врожденные; три верхних (возвышающиеся) — приобретенные. Суть сложившихся представлений об иерархической модели потребностей человека Маслоу состоит в том, что эти потребности распределяются по возрастанию, и человек не может испытывать потребности более высокого уровня,

нуждаясь в более примитивных вещах (например, не может думать о самовыражении при элементарном отсутствии еды). Тем не менее, желание удовлетворить потребности более высокого уровня может возникать и в тех случаях, когда потребности более низкого уровня могут возникать, и в тех случаях, когда потребности более низкого уровня полностью еще не удовлетворены.

Если каждый выделенный уровень по Маслоу соотнести с рекреационными /туристскими потребностями, то физиологические потребности в туризме проявляются в современном обществе через необходимость компенсации гиподинамии и гипокинезии. Экзистенциальный уровень — обеспечение безопасности и стабильности в местах туризма. Социальные потребности подразумевают в туризме общение как нефункциональное действие, деятельность как игровую, как ощущение праздника и т.п.

Потребности в престиже проявляются по-разному. С одной стороны, оно проявляется как «показное потребление» любой ценой, т.е. это не индикатор имущественного ценза, а с другой, как преодоление дистанции между «высокой» и «популярной» культуры, что через толерантную по своей природе массовую рекреационную/туристскую деятельность можно преодолеть. Для этого требуется достаточная мотивация, с каким бы знаком (положительным или отрицательным) она не была. Наконец, духовные потребности как самовыражение через творчество зависят от качеств самой личности, которые далеко не всегда коррелируют с социальным статусом и имущественным цензом.

**Комплексная типология рекреационных/туристских потребностей**, отражающая тип (уровень) использования среды (реализация определенного уровня потребностей), а также требования людей к свойствам среды досуга и друг к другу в процессе осуществления рекреационной деятельности (досуга) дана российским географом Б.Б. Родоманом. Она представлена в таблице 5.1.1, в которой показаны уровни восхождения человека от элементарных (здесь не дается их аксиологическая оценка) к сложным и все более гуманитарным видам рекреационной деятельности, а также показаны отношения человека к окружающей среде и к другим людям [Абанкина, 2005].

Типы (уровни) от 1 до 6, как отмечает автор, как бы повторяют историю использования среды в материальном производстве: ресурсное потребление дополняется или заменяется информационным, или эстетическим. Чем более привлекательна окружающая среда, тем в большей степени она становится катализатором общения человека с человеком. Определенному типу (уровню) использования среды соответствуют определенные направления рекреационной деятельности. Как социальное явление рекреация (туризм) очень неоднородна. «Потребители» (индивидуумы, группы людей и социальные слои) имеют неодинаковое отношение и к среде, и к другим потребителям.

**Общественно-личностные уровни использования  
окружающей среды в сфере туризма**

Тип (уровень) использования среды	Требования человека			
	к среде	к человеку		
6. Восприятие ландшафта как единого целого	Гармония	Красота	Моральная красота	
5. Выборочный осмотр отдельных объектов	Естественность			Творческие способности
4. Преодоление расстояний и трудностей	Экзотичность			Интеллект
	Древность		Эрудиция	
	Дикость		Самоотверженность	
	Труднодоступность		Выносливость	
3. Намеренное потребление физич. рекр. ресурсов	Modernity	«Приличный» жизненный уровень	Физическая красота	
	Комфорт			
2. Использование среды как «арены-убежища»	Изолированность площадка	Внешняя привлекательность	Физическая красота	
		Общительность		
1. Добыча пищи и сырья	Наличие сырья	Сноровка		

Ступени использования среды и требования человека к среде и другому человеку таковы.

**1. Добыча пищи (вещей) и сырья (среда рассматривается как своеобразная кладовая).** *Виды рекреационной деятельности: охота, рыбная ловля, собирательство (сбор грибов и ягод).* Эти занятия отделились от традиционной хозяйственной деятельности и превратились в значительной степени в рекреационную у жителей больших городов. В России эти виды рекреации имеют огромные ресурсы. На так называемые «дикие» земли приходится до 40% территории. В отношениях между туристами ценится в первую очередь сноровка, знания. Этот уровень рекреации объединяет людей с разным социальным положением.

**2. Использование среды как фона для рекреационной деятельности (как «арены-убежища»), деятельности, не связанной с повседневной регламентацией.** *Виды времяпровождения: общение по интересам, игры, пикники и прочее.* В людях ценится общительность и взаиморасположение.

**3. Намеренное потребление физических рекреационных ресурсов** (в другом источнике Б.Б. Родоман проводит аналогию такого использования среды как кабинета физиотерапии, модного курорта). *Самый распространенный вид рекреации — отдых на пляже у теплого моря.* Среда должна отвечать нормам жизненного комфорта, нередко очень высоким,

быть осовремененной, нередко весьма урбанизированной. Этот тип рекреационной деятельности очень распространен в приморских регионах, это самый мощный в современном туризме фактор образования охватывающих «три Средиземноморья» (Европы-Африки; Юго-Восточной Азии; Карибского бассейна) гостиничных цепей, своего рода транснациональных корпораций в сфере услуг. Как отмечает Б.Б. Родоман, «доступность, комфортабельность, престижность гостиниц, ресторанов, дискотек, баров и т.п. способны полностью отвлечь рекреантов от природного ландшафта» [URL: <http://www.allpravo.ru/library/doc2264p>, 2006]. Отношения между людьми часто определяются имущественным цензом. Нужно отметить, что этот вид туризма доступен теперь достаточно широким слоям населения.

**4. Преодоление расстояний и трудностей** (другое определение, более образное, Б.Б. Родомана — спортивный снаряд, стадион, спортзал). Это *самые разнообразные виды туризма*, которые широко практиковались в бывшем СССР: *альпинизм, горнолыжный туризм, водный спорт, а также пешеходные виды туризма*. Одни из этих видов туризма практикуются для самоутверждения, связаны с отсутствием комфорта, иногда с риском для жизни. Высокие эстетические требования предъявляются к дикой природе. В людях ценятся общительность, выносливость, неприхотливость, полезные бытовые навыки, трудолюбие, скромность, коллективизм, а в критических ситуациях — находчивость и мужество.

В западных странах распространен так называемый кочевой туризм, не в смысле включения его в кочевничество в районах кочевого уклада жизни, а туризм сугубо самостоятельный, не опирающийся на формальные институты. Этот тип туристов, как правило, избирает экзотические или труднодоступные для нормативного туризма страны и целые регионы.

**5. Информационно-эстетическое восприятие (осмотр) отдельных объектов**, ценность и красота которых связана с уникальностью или древностью. Как отмечает Б.Б. Родоман, у таких объектов имеются первооткрыватели в туристском значении, при этом двух типов: первичный, кто обнаружил туристское явление и оценил его значение (это ученые, искусствоведы); вторичный — рекламщик, PR-работник, придающий объекту бренд, престижность для широкой публики. Автор этой типологии правомерно считает, что внимание к памятникам культуры проявляется исторически раньше и распространено шире, чем интерес к природным объектам.

**6. Восприятие ландшафта как единого целого.** Это самый высокий уровень приобщения к рекреационным ресурсам. Этот уровень связан с поисками человеком гармонии в ландшафтах.

Б.Б. Родоман назвал вышеописанные типы (уровни) использования среды общедоступно-личностными, потому что они отражают возможную эволюцию и личности, и групп, и социальных слоев. Он выделил и чисто «личностные стадии отношения к окружающей среде, которые отдель-

ный человек в идеальном случае может пройти по мере накопления опыта и в процессе своего духовного развития» [Родоман, 2002]. Далее приведем текст из его публикации, который представляет большую ценность для специалистов (в частности, менеджеров) в области туризма, одна из основных задач которых состоит в переводе людей на более высокие уровни использования окружающей среды в их туристской деятельности. Эти уровни по Б.Б. Родоману таковы:

1. **Присвоение вещей** (турист рассматривает окружающую среду как кладовую: собирает растительное сырье, образцы минералов и пород, охотится, делает из добытого материала сувениры и т.п.).
2. **Присвоение информации:** накопление фотоснимков, книг, дневников и т.д.
3. **Потребление событий:** получение удовольствия от непосредственного постижения окружающей среды без коллекционирования, присвоения вещей.
4. **Отдача информации,** заключающаяся в удовлетворенности передачей туристского опыта и знаний другим людям в форме организации туристских походов, путешествий, в использовании туристского опыта в педагогической работе, в научном, литературном, художественном творчестве.
5. **Отдача вещей:** меценатство в форме отдачи коллекций и архивов, ценных для общества, музеев, учреждениям и т.п.
6. **Сопереживание:** вместе с младшими товарищами, учениками, слушателями, спутниками, детьми (турист — Н.М.) снова переживает пройденные стадии, в какой-то мере участвуя в соответствующих занятиях» [Родоман, 2002].

## 5.2. Методы учета туристских потоков

Будем исходить из того, что понятие туризма как миграционной рекреации теснейшим образом связано с понятием «путешествие».

Представляется, что определение туризма как понятия следует выделять из многочисленных рекреационных занятий, связанных с разными видами свободного времени (суточного, еженедельного, годичного). Наиболее верным путем представляется толкование, постепенно вырабатываемое международными организациями (Конференция Лиги наций по статистике, 1937; Международный союз официальных туристских организаций (МСОТО), 1950; Конференция ООН по международному туризму в Риме, 1963; Всемирная туристская организация (преобразованная из МСОТО в 1975 г.). Изучая документы экспертов, можно убедиться в том, что коренным понятием для определений «туризм» и «турист» являются понятия «путешествие» и «путешественник».

Путешествия и туризм — два неразрывно связанных понятия, характеризующих определенный образ жизнедеятельности человека. Что их связывает? Главный признак — перемещение человека в иную местность или страну, континент, отличные от его обычного (постоянного) места проживания. Путешествие — термин, обладающий значительной общностью понятийного смысла и обозначающий перемещение людей в пространстве и времени. В путешествиях перемещаются отдельные индивидуумы, группы людей, объединенных единым интересом и целью, целые экспедиции специалистов и обслуживающего персонала. В ряде работ к путешественникам относят кочевые племена, сезонных сельскохозяйственных работников, международных трудовых мигрантов.

Туризм — это частный вид путешествия, связанный с использованием свободного времени в целях: оздоровительных, спортивных, познавательных, развлекательных, гостевых, паломнических или профессионально-деловых (это некоторое отклонение от понимания туризма как способа отдыха), но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте. В отличие от традиционного путешествия туризм — это перемещение людей в достаточно короткие промежутки времени. По статистике, наибольшую долю занимает туризм выходного дня (2–3 дня), далее следуют небольшие туристские поездки (6–7 дней), значительно меньшую долю занимают 8–12-дневные туристические поездки, более длительные поездки практически не поддаются учету по причине ничтожности своего удельного веса в общей массе.

Очень непростой вопрос — являются ли туристами дачники, следующие на свои дачи в выходные на расстояния более, например, 120 км, например, для России?

Национальное законодательство некоторых стран дает четкое толкование методов определения количественных характеристик туристических миграций. Например, Бюро переписей США, отвечающее за ведение исследований национальных путешествий, придерживается следующего определения туристического путешествия — перемещение более чем на 100 миль от места постоянного проживания. В «Обзоре национальных путешествий» (1963 и 1967 гг.) использовалось дополнение: «или вне города на одну и более ночей». Однако это были отклонения от вышеприведенного определения, введенного Бюро переписей США. Так, в публикации Национального комитета США по анализу туристских ресурсов принято следующее определение внутреннего туриста: лицо, путешествующее вне своего места жительства, при условии перемещения более чем на 50 миль (в один конец) с деловыми, познавательными и другими целями, кроме занятий оплачиваемой деятельностью, и совершающий одну ночевку или возвращающийся в тот же день.

Из сказанного видно, что учет туристов — это противоречивая и весьма приблизительная сфера, зависящая от критериев той или иной страны, уточнения дефиниций на международном уровне и «чистоты» учета.

В 1963 г. на Конференции ООН по международному туризму в Риме были рассмотрены вопросы туристических дефиниций. Было принято определение «турист». «Турист — потребитель тура, туристического продукта или туристических услуг; временный посетитель местности, населенного пункта, территории или страны; находящийся в данной местности не менее 24 часов, но не более 12 месяцев в течение календарного года, или находящийся вне места своего проживания в пределах своей страны и осуществляющий, по меньшей мере, одну ночевку; путешествующий ради удовольствия или с познавательными, лечебными, деловыми целями и не занимающийся при этом деятельностью в месте временного пребывания, оплачиваемой из местного источника». Статистически выделяются: внутренний турист, международный турист, экскурсант и посетитель (посетитель отличается от экскурсанта непознавательной целью пребывания).

Приведем еще определение международного (иностранного) туриста. Иностраный турист — это путешественник со следующими характеристиками:

- 1) цель путешествия — отдых, лечение, посещение родственников;
- 2) цель путешествия — участие в семинарах, конгрессах (научных, дипломатических, религиозных, управленческих, спортивных);
- 3) деловые цели;
- 4) участвующие в морском или речном круизе, даже если турист остается на судне менее 24 часов.

Во Временном руководстве по международному туризму ООН (1978 г.) в статистике туризма не учитываются: иностранные рабочие; мигранты, включая иждивенцев и сопровождающих; лица, следующие в целях обучения сроком более шести месяцев; военнослужащие, их иждивенцы и члены семей, за исключением следования в целях туризма; работники дипломатических служб, а также иждивенцы, члены семей, прислуга работников дипломатических служб; кочевники и беженцы, вынужденные переселенцы; регулярно мигрирующие в целях поиска работы граждане приграничных районов; транзитные путешественники; участники групповых поездок на туристских поездах и автобусах, ночующих в вагонах поездов или автобусов; члены экипажей морских судов, железнодорожных поездов, ночующие на судне или в вагоне поезда; члены экипажей воздушных судов, которые не проводят ночь в месте посещения; путешественники, проезжающие через страну без остановки, даже если их путешествие длится более 24 часов.

Сезонные колебания численности и состава туристов (рекреантов): организованные группы и неорганизованные «дикари» (самые неизученные и трудно поддающиеся учету), половозрастной состав, стихийность заездов и выездов приводят к затруднениям в проведении анализа туристских потоков, погрешностям учета населения и планирования торговли и других услуг.

Возвращаясь к целям туристских поездок, стоит отметить, что в своей статистике UNWTO выделяет их в виде укрупненных блоков:

- отдых и развлечения;
- посещение друзей и родственников;
- лечение;
- религиозные цели;
- деловые и профессиональные цели;
- прочие туристские цели.

За последние десятилетия соотношение основных целей международных туристских прибытий значительно изменилось. Доля туристских поездок с целями отдыха и развлечений постепенно сокращается и составляет теперь около половины всех поездок (53% по данным 2016 г.), доля поездок с деловыми и профессиональными целями составляет около 13%, а доля поездок с целями посещения друзей и родственников, религиозными и оздоровительными целями значительно выросла и превышает четверть всех туристских поездок (27% по данным 2016 г.). UNWTO предполагает, что в ближайшие годы такое соотношение целей в общем сохранится. Однако все чаще туристы затрудняются в выделении основной цели своей туристской поездки, поскольку преследуют целый комплекс целей. Это свидетельствует о продолжающейся диверсификации туристской деятельности, возникновении все новых видов туризма, которые существенно меняют масштабы и географию международных туристских потоков. Кроме того, цели поездок туристов в разные страны могут сильно отличаться между собой, что будет показано дальше.

Используемая трактовка мотивов туристских поездок очень широка и не всегда точно отражает особенности формирующихся туристских потоков. В современных условиях максимальной содержательной и пространственной диверсификации туристской деятельности требуется более подробное и глубокое статистическое изучение потоков, учитывающее не только цели, но и многие другие, в том числе личные, характеристики туристов (пол, возраст, род деятельности, доходы и расходы и др.), а также особенности организации поездок, транспорта, размещения и прочее. К сожалению, такая информация редко бывает доступна.

### **5.3. Географические закономерности формирования и распространения мировых туристских потоков**

Развитие туризма всегда характеризовалось большой неравномерностью. Это относится и к его темпам роста, и к масштабам развития, и к географии туристских потоков. Основные географические закономерности распределения мировых туристских потоков сложились уже достаточно давно. Современный этап развития в целом подтверждает присущие

международному туризму закономерности формирования и пространственного распространения мировых туристских потоков, но также формирует и его новые особенности.

Наиболее подробно общемировые закономерности пространственного распределения туристских потоков рассматриваются в работах А.Ю. Александровой<sup>1</sup>. Одна из самых важных географических закономерностей развития международного туризма заключается в том, что *внутрирегиональные туристские прибытия продолжают преобладать над межрегиональными*. В 2015 г. 81% всех поездок осуществлялись в пределах региона происхождения туристов. Особенно ярко эта тенденция проявляется в Европейском регионе, где свыше 88% туристов — это европейцы, преимущественно жители близко расположенных стран. Аналогична ситуация и в Американском регионе, где  $\frac{3}{4}$  туристских поездок осуществляются в пределах региона. В Азиатско-Тихоокеанском регионе на долю внутрирегиональных поездок приходится 78% поездок.

Регионы, где межрегиональные потоки преобладают над внутрирегиональными — это Ближний Восток и Африканский регион, где только 45–47% туристов являются представителями этого же региона, а большинство туристов приезжает из других регионов мира.

Безусловно, туристский обмен между регионами развивается. Этому способствует либерализация и глобализация экономической жизни, развитие транспорта и современных информационных технологий. Однако по прогнозу UNWTO к 2030 г. не стоит ожидать существенных изменений этого показателя в пользу межрегиональных поездок, хотя раньше предполагалось, что число дальних поездок будет расти гораздо быстрее, чем внутрирегиональных. Возможно, это связано с тем, что в современной экономической ситуации при снижении расходов на отдых и сокращении его продолжительности туристы выбирают более близкие дестинации. Не стоит забывать и об отсутствии языкового барьера, упрощенных туристских формальностях и других преимуществах туризма в сопредельные страны.

*Большая часть туристских обменов совершается между странами-соседами*. Примеры проявления этой тенденции можно найти в любом из туристских регионов мира. Так, активный взаимный обмен туристскими потоками идет между скандинавскими странами, странами Южной Америки (особенно между Бразилией, Аргентиной, Парагваем, Уругваем и Чили), странами СНГ, странами Юго-Восточной Азии и т.п. В то же время заметна проявляющаяся в потребительском спросе тенденция к поездкам в сильно отличающиеся по природным и культурным особенностям страны, в том числе тенденция к поиску экзотических дестинаций в туризме.

<sup>1</sup> Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник — 2-е изд. перераб. и доп. — М.: КНОРУС, 2016; География туризма: учебник / кол. авторов; под ред. А.Ю.Александровой. — 4-е изд. перераб. и доп. — М.; КНОРУС, 2016.

В результате складывается преобладающая меридиональная направленность основных внутриконтинентальных туристских потоков. Внутри Европейского, Американского и Азиатско-Тихоокеанского регионов четко прослеживаются потоки туристов с целями, в первую очередь, купально-пляжного отдыха из более северных стран в более южные. К числу таких потоков относятся поездки из стран Северной и Западной Европы в средиземноморские страны, туристские потоки из США и Канады в страны Карибского бассейна, поездки туристов из Японии в страны Юго-Восточной Азии и т.п. Можно также отметить и увеличивающиеся обратные потоки в более северные страны, с целями, например, познавательного, делового, экологического и других видов туризма. Туристские потоки в странах Ближнего Востока имеют более сложную, в том числе и широтную, направленность, обусловленную иными целями туристских поездок (например, паломничеством).

*Основные туристские потоки* (подробнее они рассматриваются в главе 7) *возникают в развитых странах мира и одновременно тяготеют к ним.* Однако стоит отметить, что в сферу туристской деятельности все активнее вовлекаются новые страны и регионы, развивающиеся опережающими темпами. Сегодня можно уже говорить о том, что большинство стран мира (за исключением экономически наименее развитых или стран со сложной политической обстановкой) в той или иной степени охвачены туристской деятельностью. В последние годы отмечается появление и рост новых туристских центров и стран, вполне конкурентоспособных традиционным туристским лидерам мира.

По мнению польского ученого Яна Гезгалы в международном туристском обмене наблюдается явление, которое он назвал «обменом многоступенчатого каскада»: туристы из стран с самым высоким уровнем жизни выезжают в страны с более низким уровнем развития и более низкой стоимостью отдыха, а они, в свою очередь, в еще менее развитые и более дешевые страны. При этом цели поездок (а, соответственно, и виды туризма) в разных типах стран существенно различаются между собой. Обмен многоступенчатого каскада в международном туристском движении не исключает и других направлений туристских потоков между странами. При этом необходимо подчеркнуть главное, что характеризует современный туристский рынок — участие в нем стран, находящихся на разном уровне экономического развития, в том числе на разном уровне развития туристской индустрии.

При этом развивающиеся страны занимают все более существенные позиции на мировом туристском рынке, продвигая себя как недорогие направления с относительно высоким уровнем обслуживания, и привлекают все большие потоки туристов. Динамика международных туристских потоков показывает, что *наиболее быстрыми темпами растут туристские*

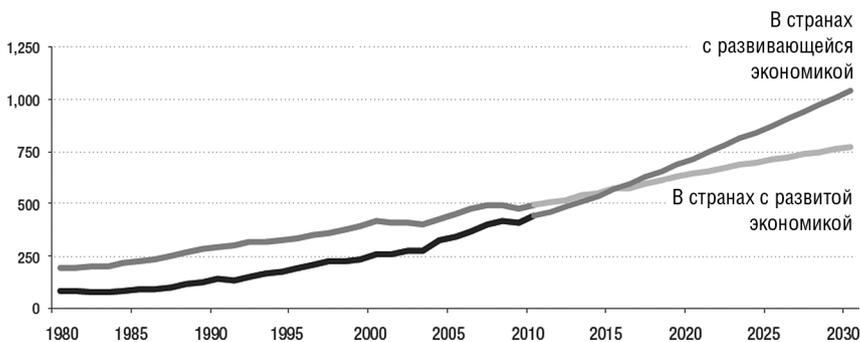
прибытия именно в развивающиеся страны, которые в ближайшем будущем могут обойти по этому показателю развитые страны. Так, в 1980 г. доля развивающихся стран в туристских прибытиях составляла около 30%, в 2010 г. она составила уже 47%, а по прогнозу к 2030 г. достигнет 57% (таблица 5.3.1). Однако стоит отметить, что в середине 2010-х годов темпы роста туристских прибытий в развивающиеся страны несколько снизились в связи с их нестабильностью, и доля развивающихся стран в общем объеме международных туристских прибытий находилась на уровне 45% (ниже прогнозируемого).

Таблица 5.3.1

**Международные туристские прибытия в развитые  
и развивающиеся страны 1980–2030 гг. (млн прибытий)**

	1980 г.	1990 г.	2000 г.	2010 г.	2020 г. (прогноз)	2030 г. (прогноз)
Общее число туристских прибытий в мире	277	435	674	940	1 360	1 809
из них (%):						
— в развитые страны	70	68	62	53	47	43
— в развивающиеся страны	30	32	38	47	53	57

Источник: UNWTO.



**Рис. 5.3.1.** Международные туристские прибытия в развитые и развивающиеся страны 1980–2030 гг. (млн прибытий)

Важная характеристика современного этапа развития туристского рынка — *расширение географии туризма и перечня туристских дестинаций*. Если в 1950 г. на долю пяти первых стран — лидеров по развитию туризма в мире приходилось 71% туристских прибытий, то в 2000 г. — уже 35%, а в 2010 г. — 31 % (таблица 5.3.2). Таким образом, зрелые туристские дестинации Европы и Америки постепенно уступают свои лидирующие позиции быстро растущим новым туристским дестинациям развивающихся стран, а туристский рынок становится все более диверсифицированным и с географической точки зрения.

Наибольший интерес с точки зрения перспектив развития туристского рынка представляет *быстрый рост числа туристов из Азии*, в первую очередь, из Китая. Поток туристов из Азии в будущем имеет все шансы стать крупнейшим туристским потоком в мире, особенно когда к нему смогут подключиться туристы — представители становящегося все более многочисленным среднего класса — из Индии и других азиатских стран, в частности стран Ближнего Востока. Несмотря на экономические и политические вызовы, сохраняется значительное число туристов из России. Эксперты считают, что стоит ожидать существенного роста числа туристов из Бразилии. Таким образом, в ближайшем будущем станет *более весомым вклад стран БРИК в формирование мировых и региональных туристских потоков*.

*Сохраняются тесные связи по туризму между странами — бывшими колониями и бывшими метрополиями при доминировании последних*. Интерес к общему историческому прошлому, отсутствие языкового барьера, тесные экономические связи, усилившиеся в результате формирования значительных миграционных потоков из бывших колоний в бывшие метрополии, объясняют эту важную закономерность географического распределения туристских потоков, которая проявляется во многих регионах мира. Так, например, в странах Карибского региона характерно абсолютное преобладание британских туристов на Барбадосе, а туристов из Нидерландов — в Суринаме. В Средиземноморье туристы из Франции предпочитают отдых в Тунисе, а из Великобритании — на Кипре. Часто важной целью поездок в таком направлении является посещение друзей и родственников, а также ностальгический туризм.

Если говорить о *зависимости между продолжительностью пребывания в месте назначения и его удаленностью от места происхождения туристов*, то стоит отметить, что она постепенно снижается. Хотя наиболее продолжительные сроки пребывания туристов характерны для самых удаленных стран, таких как Австралия, Новая Зеландия, Индонезия и т.п., в целом отмечается общее снижение продолжительности туристских поездок, в том числе из-за роста числа краткосрочных поездок в рамках делового и событийного туризма. Кроме того, поездки на большие расстояния становятся более обычными и частыми, и туристы не тратят дополнительное время на акклиматизацию, предпочитая краткий, но насыщенный отдых.

## Доля стран-лидеров в международных туристских прибытках, 1950–2010 гг.

Ранг	1950 г.	Доля	1970 г.	Доля	1990 г.	Доля	2010 г.	Доля
1	США	71%	Италия	43%	Франция	38%	Франция	31%
2	Канада		Канада		США		США	
3	Италия		Франция		Италия		Китай	
4	Франция		Испания		Испания		Испания	
5	Швейцария		США		Венгрия		Италия	
6	Ирландия	17%	Австрия	22%	Австрия	19%	Великобритания	14%
7	Австрия		Германия		Великобритания		Турция	
8	Испания		Швейцария		Мексика		Германия	
9	Германия		Югославия		Германия		Малайзия	
10	Великобритания		Великобритания		Канада		Мексика	
11	Норвегия	9%	Венгрия	10%	Швейцария	10%	Австрия	11%
12	Аргентина		Чехословакия		Греция		Украина	
13	Мексика		Бельгия		Португалия		Россия	
14	Нидерланды		Болгария		Малайзия		Гонконг (Китай)	
15	Дания		Румыния		Хорватия		Канада	
	Остальные	3%	Остальные	25%	Остальные	33%	Остальные	44%
<b>Всего</b>	<b>25 млн</b>	<b>100%</b>	<b>166 млн</b>	<b>100%</b>	<b>441 млн</b>	<b>100%</b>	<b>939 млн</b>	<b>100%</b>

Источник: UNWTO

Несмотря на кардинальные изменения, происходящие на мировом туристском рынке и включение все новых стран и регионов в сферу туризма, следует отметить сохраняющуюся *неравномерность в распределении современного туристского спроса, как на глобальном, так и региональном уровнях*. В некоторых регионах и странах число посещающих их туристов уже сравнимо с численностью населения, в то время как в регионах Азии и Африки этот показатель пока еще очень низок. Таким образом, сохраняются большие различия в уровне туристской нагрузки на страны и регионы.

Туристский рынок, охватывающий большинство стран и регионов мира, продолжает успешно расти в современных условиях обострения конкурентной борьбы и усиления экономического соперничества между его участниками. В первую очередь на это указывают все более широкие, часто агрессивные меры рекламного воздействия при продвижении своего туристского продукта на внешних рынках. Кроме этого туристский спрос и туристское предложение зависят от ряда таких меняющихся факторов, как экономическое и финансовое развитие, влияние политики, проводимой государством, демографических и социальных изменений, развития инновационных технологий. Таким образом, *усиление конкуренции между странами и регионами, как на рынке туристского спроса, так и на рынке туристского предложения*, является одной из существенных тенденций современного развития мирового туризма.

Изучение рекреационных потребностей имеет междисциплинарный характер и способствует пониманию и решению научных проблем географии туризма. Рекреационно-туристическая деятельность обеспечивает реализацию имеющихся у человека потребностей, раскрытие его творческого начала, восстановление физических и моральных сил, способствуя, тем самым, гармоничному развитию человеческой личности.

Важными факторами, определяющими потребительское поведение в туризме, являются кардинальная смена всех параметров окружающей среды, выражающаяся, например, в стремлении туристов в отличающиеся от их постоянного проживания, в том числе, экзотические страны; стремление к получению максимального удовольствия от жизни во всех ее проявлениях, а также следование моде, которую создают представители наиболее обеспеченных слоев населения развитых стран. Это приводит к формированию культуры массового потребления в туризме, во многом определяющей направление современных туристских потоков в мире.

Разные виды потребностей реализуются в разных видах туризма и переводят потребителей туристских услуг на все более высокие уровни использования окружающей их среды в туристской деятельности. Именно этим определяется активное развитие событийного, экологического, ностальгического и других видов туризма в современных условиях.

Методы учета туристских потоков пока далеки от совершенства. Они предполагают четкое понимание сути туризма как миграционной рекреации и должны быть организованы так, чтобы наиболее полно отражать специфику потоков с точки зрения целей организации поездок, характеристик потребителей и особенностей организации туризма в том или ином регионе мира.

География мировых туристских потоков отражает сохраняющуюся неравномерность в распределении современного туристского спроса на глобальном и на региональном уровнях. Большая часть туристских обменов продолжает совершаться между странами-соседями или странами одного региона и имеет преимущественно меридиональный характер. При этом постепенно происходит перераспределение туристских потоков как между развитыми и развивающимися странами, так и между отдельными регионами мира. Развитые туристские регионы Европы и Америки постепенно уступают свои лидирующие позиции быстро растущим азиатским странам, вклад которых в развитие международного туристского рынка становится все более заметным и приводит к дальнейшему усилению конкуренции между странами и регионами мира.

### **Контрольные вопросы и задания**

1. Обоснуйте приоритетность туристско-рекреационных потребностей в географии туризма.
2. Что такое «цикл рекреационной деятельности»?
3. Охарактеризуйте функции туристско-рекреационной деятельности: компенсаторную, соучастие в естественном социальном отборе, игровое начало, гедонистическую, функцию развития и функция общения.
4. В чем смысл туризма как игровой деятельности в теории Й. Хейзинга?
5. Дайте краткую характеристику концепции В.П. Казначеева о «географическом стрессе».
6. Раскройте основную идею престижности как основе развития досуговой, включая туристскую, деятельности (П. Бернекер, Т. Веблен).
7. Дайте определение понятию «мотивация туристских потребностей».
8. Задание: раскройте комплексную типологию туристских потребностей, созданную Б.Б. Родоманом.
9. Задание: выразите и обоснуйте свое мнение об элитарности и эгалитарности современного туризма.
10. Задание: проанализируйте, какие изменения в целях туристских поездок отмечаются в статистике ЮНВТО за последние 5, 10, 15 лет?

Каково соотношение между ними в целом по миру в настоящее время? Приведите примеры стран, в которых соотношение целей туристских поездок резко отличается от среднемировых показателей, и объясните, чем это вызвано.

11. Задание: подтвердите конкретными примерами стран, регионов, дестинаций тезис о неравномерности формирования и распространения туристских потоков в мире.
12. Задание: назовите причины преобладания внутрирегиональных туристских потоков над межрегиональными. Приведите примеры таких потоков.
13. Задание. По материалам статистики ЮНВТО за последний год рассчитайте долю 5, 10 и 15 стран — лидеров в общем объеме международных туристских прибытий (по образцу табл. 5.3.2). Выделите среди стран — лидеров по туристским обменам развитые и развивающиеся страны. Сделайте выводы по полученным результатам. Как меняется соотношение между развитыми и развивающимися странами в международном туристском обмене?
14. Задание: приведите примеры туристских потоков между бывшими колониями и их бывшими метрополиями в разных регионах мира.
15. Задание: приведите примеры туристских потоков меридиональной направленности и объясните причины их возникновения.
16. Задание: рассчитайте соотношение числа туристских прибытий и населения стран (число туристских прибытий на 100 жителей) для 2-3 стран каждого из туристских регионов мира. Проанализируйте полученные результаты. В каких регионах мира отмечается самый высокий уровень туристской нагрузки? Какие регионы мира получают пока незначительные туристские потоки?

## ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЕ РАЙОНООБРАЗОВАНИЕ И РАЙОНИРОВАНИЕ

Туристско-рекреационное районирование является основой для планирования и проектирования с целью освоения туристско-рекреационного пространства. Для этих целей анализируются факторы туристско-рекреационного районирования, и определяются этапы их формирования, вырабатываются принципы и определяются методы районирования. На основе современных представлений дается характеристика туристских макрорегионов мира и туристско-рекреационных районов России.

### 6.1. Факторы и этапы туристско-рекреационного районирования

Районирование — одно из фундаментальных понятий в географии. Самое традиционное представление о районировании связано с членением территории на однородные районы по каким-либо признакам. В этом, антропоцентрическом смысле, районирование — есть субъективный способ познания и представления об окружающем мире. В отличие от районирования, районирование — объективный и закономерный процесс и форма организации (как самоорганизации) пространства. Стремление к разумной, эффективной организации пространства обусловило в разные периоды развития общества и нашей страны, в частности, развитие различных подходов к районированию, которое несет не только познавательную, но и конструктивную, прикладную функцию. Научное районирование, разработанное силами отечественных географов, постоянно использовалось в нашей стране не только для исследовательских целей и описания, но и для народнохозяйственной практики и является «визитной карточкой» российской географии.

Исторические этапы эволюции общества воспроизводят новые формы организации пространства. Социально-экономический рост и возрастающие потребности человечества в рекреационной деятельности и путешествиях порождают новые реалии в восприятии и организации пространства. Появляется представление о туристско-рекреационном пространстве, которое настолько разнообразно в своем проявлении и в условиях разви-

тия, что становится объектом пристального внимания региональной науки и теории районирования

Туристско-ререационное пространство является неотъемлемой частью социально-экономического пространства страны. Оно характеризуется разнообразием туристско-рекреационного потенциала, реализация которого, как в целом, так и в каждой его части, определяется природной и социокультурной спецификой территории и стратегическими приоритетами по развитию социально-экономического пространства страны [Зигерн-Корн Н.В. Туристско-рекреационное пространство как объект региональной политики // Известия Русского географического общества. 2016. Т. 148 № 1. С. 87–100].

Туристско-рекреационное пространство чрезвычайно разнообразно и его, так же как и земную поверхность в целом, можно разделить на множество территорий — ограниченных участков разного размера — районов. Поэтому районирование является основным методологическим подходом географии в изучении и познании разнообразия туристско-рекреационного пространства.

Туристско-рекреационное районообразование является частным случаем общего процесса районообразования, происходящего вследствие территориального разделения труда и закрепления за определенной территорией некой функции, или даже, миссии, в том числе и рекреационной.

Значительный вклад в развитие учения о туристских регионах внесли видные отечественные исследователи, среди которых, Ю.А. Веденин, А.В. Даринский, Ю.Д. Дмитриевский, В.С. Преображенский, И.Т. Твердохлебов, Д.В. Николаенко, Н.С. Мироненко, И.В. Зорин, В.А.Квартальнов, Е.А. Котляров, А.Ю. Александрова, Л.Ю. Мажар, Т.А. Ирисова и др. Совокупность экологических факторов развития рекреации и туризма рассмотрены в работах Ю.А. Штюрмера, В.П. Чижовой, В.Ф.Протасова.

Понимание особенностей туристско-рекреационного районообразования, а, следовательно, и адекватность районирования основывается на фундаментальных, методологических представлениях о закономерностях и факторах этого процесса. Районообразование туристско-рекреационных районов — лишь отдельное проявление социально-экономического развития пространства.

Районообразование является закономерным процессом развития пространства и следствием пространственно-временной динамики взаимодействия между компонентами географической оболочки. В региональной науке под **районом**, вообще, понимается территория, характеризуемая однородностью в одном или нескольких аспектах. Данное понятие носит абстрактный характер. Его конкретизация и содержательная интерпретация осуществляются при выделении различных типов регионов в соответствии с определенными целями и задачами.

Под **туристско-рекреационным районом** понимается *структурно-организованное пространство, целостная часть туристско-рекреационного пространства, обладающая индивидуальными признаками привлекательности и отличающаяся спецификой туристско-рекреационного потенциала, туристских продуктов и услуг для рекреантов, туристов и предпринимателей.*

Районообразование реализуется посредством территориально- и компонентно-структурных геопространственных процессов, таких как: *дифференциация, концентрация, стягивание, агломерирование, поляризация, диверсификация и интеграция.*

К *территориально-структурным процессам* относят те, которые вызывают изменения в территориальной структуре экономической деятельности. Так в процессе развития рекреационных потребностей и путешествий к местам отдыха появляются территории, в силу специфики своего туристско-рекреационного потенциала специализирующиеся на предоставлении определенного вида рекреационных услуг. Таким образом, происходит *дифференциация* туристско-рекреационного пространства, и оно приобретает свойство мозаичности. Лучшие условия на отдельных участках для реализации туристско-рекреационного потенциала, конкурентоспособность регионального туристского продукта приводят к росту туристского потока и увеличению плотности производительных сил, связанных с его обслуживанием, что выражается в *концентрировании* туристско-рекреационной деятельности и формировании ядер концентрации. Процесс концентрирования сопровождается стягиванием, перемещением факторов производства и потребления туристского продукта от периферии к ядру концентрации, которое приобретает качество фокуса туристской активности. Расширение зоны обслуживания, вовлечение новых ресурсов и более мелких центров для обслуживания возрастающего турпотока и неизбежность расширения ассортимента услуг требует развития инфраструктуры, в том числе и транспортной, что сопровождается территориальным расширением ядра концентрации с усложнением его структуры, и приводит к образованию *агломерации*. Территориально-структурные процессы могут обеспечивать формирование одного или нескольких очагов развития пространства, т.е. быть моноцентричными или полицентричными [Алаев Э.Б., 1983].

Из *компонентно-структурных процессов*, т.е. таких, которые меняют компонентную или отраслевую структуру и определяют туристско-рекреационное районообразование можно выделить следующие. В процессе социально-экономического прогресса и усложнения, разнообразия, рекреационных потребностей и технологий их удовлетворения происходит *диверсификация* туристско-рекреационного пространства. Обогащается представление о формах рекреационной деятельности, их ресурсном и технологическом обеспечении. Все большее пространство регионов

удовлетворяет условиям для развития туризма и рассматривает этот вид экономической деятельности как одно из направлений обеспечения регионального роста. В результате диверсификации общий туристский поток имеет тенденцию к росту, и даже разные целевые аудитории потребителей, размещаются в туристском пространстве совместно, пользуясь общими объектами инфраструктуры, давление на которые увеличивается, требует увеличения их емкости и качества, что в свою очередь вынуждает субъектов туристской индустрии и регулирования в туризме к кооперированию и взаимодействию. Возникают предпосылки интеграции туристско-рекреационного пространства на основе межрегионального взаимодействия, развития процессов кластеризации.

Каждому из этих процессов соответствует определенная сила (совокупность сил), необходимая для его свершения. Обычно их называют факторами районообразования. Среди них, как более общие, можно выделить производственные, ресурсные, а также факторы социального и политического характера.

Изучение факторов как основных движущих сил формирования и развития территориальных туристско-рекреационных систем всегда является одним из актуальных направлений исследований. Усложнение социально-экономической, геополитической картины мира и национальных пространств постоянно побуждает исследователей расширять круг этих факторов. В некоторой редакции приведем выделенные Л.Ю.Мажар следующие 16 групп факторов [Мажар Л.Ю. 2008.].

Геотериальные факторы или факторы местоположения. Определяются влиянием географического положения (физико-географического, экономико-географического, геополитического, транспортного и просто топологического) на условия развития туристско-рекреационных территорий.

Туристско-рекреационные потребности человека. Потребности человека в восстановлении физических и духовных сил, жажда путешествий, «сенсорный голод», стремление к общению, потребность в физическом, интеллектуальном и духовном саморазвитии; выбор места отдыха и вида туристско-рекреационной деятельности в зависимости от уровня культуры и имеющихся материальных возможностей.

Экономические факторы. Уровень социально-экономического развития регионов, генерирующих турпотоки; место и роль туризма в региональном развитии, инвестиционная привлекательность территории для отраслей туристской индустрии, мультипликативный эффект туристской индустрии.

Факторы безопасности. Стабильность геополитической ситуации в регионе, наличие угрозы военных конфликтов, террористических актов, личной безопасности, криминогенная ситуация и т.д.

*Организационно-управленческие.* Административно-правовое обеспечение и государственная политика в сфере туристско-рекреационной

деятельности, эффективность организационных схем управления, развитие системы государственно-частного партнерства, наличие и условия развития кластерных инициатив, развитость систем маркетинга региональных туристских продуктов.

*Инфраструктурные факторы.* Наличие и развитость инфраструктуры, в том числе: транспортной и коммуникационной; информационной; инфраструктуры финансово-кредитных учреждений и страхования; коммунальной инфраструктуры; инфраструктуры учреждений культуры.

*Социально-психологические.* Наличие рекреационного времени, формирование позитивного образа туристского региона, создание благоприятного общественного мнения, создание психологического комфорта в общении с местным населением, решение социальных проблем в регионе.

*Демографические и этно-конфессиональные факторы.* Динамика численности населения, возрастно-половая структура населения, занятость и ситуация на рынке труда, степень урбанизации территории, миграционная обстановка, этно-конфессиональная структура населения, психологическая совместимость и комфортность для рекреантов и коренного населения и т.д.

*Экологические факторы.* Экологическая емкость природных и культурных ландшафтов, рекреационная нагрузка на территории. Наличие хозяйственных объектов, конкурирующих в природопользовании с рекреацией. Уровень их техногенного воздействия на различные компоненты ландшафтов.

*Медико-санитарные факторы* Эпидемиологическая ситуация, необходимость прививок и профилактических мероприятий, угроза обострения хронических заболеваний в период пребывания в регионе, качество продуктов питания и питьевой воды, качество медицинского обслуживания, гарантии соблюдения условий медицинского страхования и т.д.

*Технологические факторы.* Наличие и развитость материально-технологической базы для обеспечения разнообразия элементарных рекреационных занятий.

*Инновационные, факторы.* Возможности использования новейших технологий в туризме, реализация предпосылок для развития инновационных видов туризма, создание виртуальных экскурсий, туры с элементами виртуальных путешествий.

*Факторы кадрового обеспечения.* Наличие образовательных учреждений и их качество образовательных программ для развития системы подготовки, переподготовки кадров и повышения квалификации работников сферы туризма.

Перечисленные факторы как цепочка причинно-следственных связей, условий, регулирующих количественные и качественные изменения

в туристско-рекреационном пространстве составляют механизм районирования. Сформировавшиеся в результате туристско-рекреационные районы являются неотъемлемой частью социально-экономического пространства, в организации которого ведущую роль играют процессы территориального разделения труда (специализации и развития экономических связей между специализирующимися территориями).

Поскольку районирование находится под сильным влиянием циклических процессов в общественном развитии, в том числе и во взаимодействии общества со средой обитания, то в качестве движущей силы районирования выступают процессы освоения территории. Эволюция структуры потребностей общества, господствующий тип производства и используемых ресурсов во взаимодействии со свойствами территории и местоположением, определяют динамику форм и уровней освоения пространства.

Т.В. Николаенко выделяет следующие типы освоенности пространства, в том числе для рекреационных целей.

«Неизвестное пространство» — непосещаемое, лежащее за пределами проживания людей определенной социо-культурной общности, представление о котором достаточно абстрактно. Это тип, характерный для весьма ранних исторических стадий контактов культур.

«Место» — приватизированное хорошо освоенное пространство, наполненное смыслом и ценностями человека определенной социо-культурной общности.

«Свое пространство» — пространство, закрепленное за определенной социо-культурной общностью людей, хоумленд.

«Пионерное пространство» — пространство, закрепленное за определенным социо-культурным образованием, но находящееся на начальной стадии освоенности, часто очень привлекательное для путешествий и спортивного туризма.

«Периферия» — закрепленное за определенным социо-культурным стандартом пространство, отличающееся слабой освоенностью, освоение которого чаще реализуется через массовый туризм.

«Чужое пространство» — закрепленное за иным социо-культурным образованием пространство. Степень его освоенности может быть совершенно различной, но важно, что оно контролируется иным социо-культурным стандартом.

По мере рекреационного освоения пространства возрастает его ценность и привлекательность, что в свою очередь приводит к развитию путешествий и становлению туризма, не только как специфического вида перемещения людей, но и как функции (отрасли) специализации места. Так возникают предпосылки туристско-рекреационного районирования. Его особенность заключается в том, что он затрагивает и природные,

и общественные явления и объекты. При этом выделяются определенные этапы — исторически значимые отрезки времени в эволюции развития районообразования, в рамках которого проводятся принципиальные и четко определяемые преобразования, связанные с освоением пространства [Николаенко, 2001].

Процесс рекреационного районообразования, описанный Д.В. Николаенко, в общем виде можно представить следующим образом:

Первый этап. Существует неосвоенная, но важная с точки зрения рекреационных потребностей территория с ценными природными или историко-культурными объектами, имеющими перспективу стать туристско-рекреационными ресурсами. Как правило, такие территории на некоторое время попадают под государственный контроль, в том числе попасть под разные формы резервирования (заповедники, национальные парки, заказники и так далее).

Второй этап. Начинается быстрый рост нового рекреационного района. Уникальность его ресурсов утверждается в сознании масс. Популярность района растет, он становится модным, чему способствует также привлечение первых лиц в целях рекламы и дальнейшего продвижения дестинации. В регион инвестируются мощные средства, создается специализированная рекреационная инфраструктура, обслуживание которой требует дополнительных трудовых ресурсов. Растет не только временная численность населения за счет туристских прибытий, но и увеличивается постоянное население.

Третий этап. Время, когда район достигает высокого уровня освоения, наступает период снижения его туристско-рекреационной популярности. Поскольку, созданная таким образом, региональная социокультурная система является частью общей, любые изменения и колебания в последней могут стать причиной ее упадка (смена моды на вид отдыха, угасание в сознании потребителя образа территории, геополитические конфликты, экономические кризисы, экологические и природные катастрофы и т.д.). В рамках третьего этапа возможно преобразование узкоспециализированного рекреационного района в полифункциональный. Рекреация перестает играть ведущую роль, все более начинают преобладать другие экономические функции.

Четвертый этап. Стабилизация и переориентация рекреационного района. Очень редко угасание рекреации приводит к полной потере рекреационных функций, чаще происходит преобразование монофункционального в полифункциональный район. При этом рекреационные потоки усиливаются, но достижение уровня второго этапа практически невозможно. По сравнению со вторым этапом изменения могут быть очень существенны, так как на этой территории достигнут определенный тип освоенности и развития инфраструктуры. Сохранившиеся рекреационные специали-

зации достигают высокого уровня развития, они становятся реально значимыми на рынке рекреационных услуг, поскольку должны доказывать право на свое существование качеством своего сервиса. Если это условие выполняется, район становится стабильным, устойчивым рекреационным центром. В то же время, рекреационная деятельность практически никогда не доминирует над остальными народнохозяйственными специализациями региона, а, как правило, только сочетается с ними.

В зависимости от стадии туристско-рекреационного районообразования, а также конкретных стратегических альтернатив развития, туристско-рекреационная деятельность в регионе может принимать следующие функции в региональном развитии:

- профильная функция, когда туризм и рекреация выступают как сфера специализации региона;
- сопутствующая функция. Туристско-рекреационная деятельность способствует диверсификации отраслевой структуры региональной экономики;
- реабилитационная функция. Развитие туристско-рекреационной сферы является направлением реструктуризации экономики региона. Например, наличие удовлетворительного качества туристско-рекреационного потенциала и его дальнейшая реализация может способствовать решению проблем моногородов.

## **6.2. Исторические подходы к проведению туристско-рекреационного райониования**

Значение райониования для географической науки можно сравнить с важнейшими методологическими приемами познания в других науках: хронологический подход в истории, систематизации и периодизации в биологии и химии. Райониование — центральный методологический прием познания пространственной организации общества анализ объективного процесса районообразования.

В целях познания разнообразия туристско-рекреационного пространства в отечественных исследованиях немало внимания уделялось туристско-рекреационному райониованию.

Историческая периодизация подходов к туристско-рекреационному райониованию тесно связана со становлением, развитием и местом и функциями туризма и рекреации в общественно-политической и экономической жизни общества.

До 1990-х гг. в стране получил широкое распространение спортивный, самодетельный, семейный и детский туризм. При быстром росте предприятий отдыха и лечения происходит расширение географии туризма на восточные регионы. Формируется самая крупная и дешевая база социального

и самостоятельного туризма. Все виды туристской деятельности развиваются в условиях централизации государственного управления, при поддержке государства и профсоюзов.

Впервые районирование было осуществлено еще в **60-х гг.** прошлого столетия применительно к курортно-туристской сфере. Тогда оно в основном решало частные проблемы, характеризующие развитие конкретных областей туризма. Например, постоянно в разных масштабах делалось курортологическое районирование; существовало районирование по видам спортивного туризма. Большая часть подобных вариантов районирования базировалась на распределении по территории природных рекреационных ресурсов и выявлении зон с наиболее благоприятными условиями развития рассматриваемых видов туризма.

Экстенсивное развитие туризма в дальнейшем приводит к обострению противоречия между возможностью удовлетворения рекреационных потребностей и ростом численности внутренних туристов и рекреантов. Создаются координирующие органы, такие как Центральный Совет по туризму и экскурсиям, Центральный Совет по управлению курортами и туризму и ряд региональных организаций. В этот период возрастает интерес науки к проблемам туризма. В **70-е гг. XX века** в период развития комплексной географии и системного подхода, важное значение в развитии туризма приобрел социально-экономический аспект. Впервые было разработано комплексное рекреационное районирование СССР применительно ко всем видам туризма, которое отражало состояние туризма на тот период и перспективы его развития. Это районирование было осуществлено группой ученых Института географии АН СССР под руководством известного географа, основоположника рекреационной географии и рекреологии профессора В. С. Преображенского.

В этой работе *район* определялся как *территория, однородная по характеру рекреационного использования, отличающаяся комплексом признаков*. Во внимание были приняты следующие районообразующие признаки:

**Функциональная структура** района связана с рекреационными ресурсами, определяющими доминирующее направление туризма (лечебно-оздоровительное, спортивное, экологическое, культурно-познавательное). Различают районы монофункциональные, с ярко выраженной одной функцией (например, *Северо-Кавказский район* с лечебной функцией), и полифункциональные, в которых представлено несколько функций (например, *Уральский район*, где одинаково хорошо могут развиваться спортивный, лечебно-оздоровительный, экологический и многие разновидности познавательного туризма).

**Степень рекреационной освоенности (развитости)** района характеризуется абсолютной рекреационной освоенностью территории, определяемой как отношение общего количества мест в предприятиях отдыха

к площади района. По степени освоенности рекреационные районы делятся на развитые, средне- и слабо развитые. Этот признак может со временем меняться.

**Степень открытости района** отражает процентное соотношение приезжих туристов и местных отдыхающих в учреждениях отдыха.

По этому признаку районы делятся на открытые (число приезжих более 51%) и закрытые (число приезжих менее 49%). Важно понимать, что данный признак не связан со степенью освоенности района. Например, Кавказский регион, который весь относится к открытым территориям, несмотря на то, что в его состав входят слабо развитые Каспийский и Азовский районы, среднеразвитые Северокавказский и Горно-Кавказский и развитый Кавказско-Черноморский. Большая часть промышленных густонаселенных территорий являются закрытыми, так как предприятия отдыха в них обслуживают собственное многочисленное население, например, Московская или Ленинградская области.

**Перспективность** района в советский период, в условиях планового ведения хозяйства, определялась пятилетними планами, в которых устанавливались бюджетные ассигнования на развитие туризма и курортного дела для той или иной территории. В условиях рыночных отношений содержание этого признака изменилось. В настоящее время перспективность территории для развития туризма определяют следующие факторы:

- безопасность территории (политическая стабильность и экологическое благополучие);
- богатство рекреационных ресурсов;
- уровень развития инфраструктуры;
- степень известности на отечественном и мировом туристских рынках.

Закономерно, что при изменчивости районообразующих факторов рекреационное районирование может отражать только определенный исторический момент в развитии туризма и курортного дела. Изменение условий потребовало новых вариантов районирования. По этому, с начала 70-х гг. XX века было выполнено четыре варианта рекреационного районирования.

По вышеупомянутому, первому, варианту, рекреационному районированию СССР под редакцией В.С. Преображенского страна была разделена на четыре рекреационные зоны и 20 районов.

Дальнейшее, бурное развитие туризма в середине 70-х и первой половине 80-х гг. привело к изменению оценки степени развитости районов и потребовало коррекции районирования, что и было выполнено одним из авторов первоначального варианта И.В. Зориным, который выделил пять зон и 31 район. В этот период туризм в СССР приобрел формы круп-

ной отрасли экономики, актуальными стали вопросы планирования и контроля за развитием отрасли, а, следовательно, требовался более полный региональный анализ условий развития туризма.

К 90-м гг. становится очевидным, что административно-командная система не справляется с задачами интенсификации туристского обслуживания. Строительство новых предприятий требовало новых подходов в принятии территориальных решений по развитию туризма. Зачастую объекты возводились там, где имелись возможности финансирования, а не в местах формирования потребности в рекреации. Третье районирование выполнили *И. В. Зорин и В.А. Квартальнов* в начале 90-х гг. сразу после распада СССР, когда изменились не только административные границы страны, но и границы рекреационных районов. Было проведено районирование стран СНГ. Именно тогда и появился термин «рекреационное районирование».

Помимо распада единой рекреационной системы страны на развитие туризма и курортного дела повлиял переход от планового административно-командного управления к рыночным отношениям, поставившим эти отрасли перед задачей самовывживания. В соответствии с этим изменилось содержание перспективности развития туризма и курортов на различных территориях, основополагающими факторами их развития стали:

- рекреационные потребности и финансовые возможности населения регионов (генерирующий фактор);
- качество и разнообразие рекреационных ресурсов (реализующий фактор);
- концентрация рекреационных ресурсов в конкретных местностях, создающая возможность формирования туристских центров (локализирующий фактор);
- отношение администраций регионов к туризму, в том числе лечебному.

Кроме того, в связи с национальными конфликтами на Кавказе на первый план вышла политическая стабильность на той или иной территории.

Таким образом, созрела необходимость в разработке нового варианта туристско-рекреационного районирования России уже для рыночных условий. В *Российской международной академии туризма* была сделана попытка создать новую схему рекреационного районирования России, которая в последующие годы постоянно анализировалась и уточнялась.

По последнему варианту рекреационного районирования территория России разделена на пять четко отличающихся друг от друга рекреационных зон, включающих 23 рекреационных района (см п.6.5.). Отличительной особенностью данного районирования стало не изменение количества выделяемых таксонов, а новый взгляд на перспективность территорий и их отзывчивости на внутренний или въездной туризм.

### 6.3. Принципы и методы районирования

Районообразование в отличие от районирования, как правило, не охватывает всю территорию, тогда как при районировании требуется деление территории на районы без остатка (как в случае административно-территориального деления). В этом случае к уже сформированному району присоединяются резервные с точки зрения районообразования территории. Таким образом, район, выделенный в процессе районирования, может не обладать целостностью составляющих его элементов, а его целостность будет определяться только территориально.

Рекреационный район выступает основой рекреационного районирования, которое отражает особенности территориального разделения труда при производстве рекреационных услуг.

Туристско-рекреационное районирование является частным случаем районирования, но имеет ряд специфических особенностей по своей сущности и по содержанию (качественному и количественному охвату объектов и явлений), связанных с реализацией региональной туристско-рекреационной функции.

По *содержанию* туристско-рекреационное районирование — специфическая, комплексная процедура. Природный, социокультурный и социально-экономический характер объектов и явлений, задействованных и реализующихся в процессе туристско-рекреационной деятельности не позволяют отнести его с определенностью к какому-либо предметному виду районирования (физико-географическому, общественно-географическому, эколого-экономическому).

*Сущность* рекреационного районирования как комплексного явления можно рассматривать в четырех аспектах:

- 1) социальном;
- 2) экономическом;
- 3) географическом;
- 4) экологическом.

*Социальный аспект* состоит в том, что рекреационное районирование проводится с целью обеспечения эффективного функционирования ТРС и выполнения ее целевой функции — наиболее полного удовлетворения рекреационных потребностей населения.

*Экономический аспект* связан с комплексом задач по координации развития рекреационного обслуживания с другими отраслями народного хозяйства.

*Географический аспект* предполагает выявление особенностей территориального разделения труда в сфере туризма, прогнозирование перспективных функций районов, изучение направлений прибытий. Он связан с тенденциями рекреационного освоения.

*Экологический аспект* проявляется в том, что рекреационное районирование создает предпосылки для рационального использования и охраны рекреационных ресурсов и окружающей человека природной среды.

Так как целей районирования может быть множество, каждой соответствует свой метод, особая сетка или система районов. С позиций целей, которые достигает результат районирования можно рассматривать два его аспекта:

- районирование как специальное направление решения задачи идентификации (обоснования состава) и делимитации (проведение границ) экономических районов;
- районирование как «райнология» — комплексная дисциплина, исследующая широкий круг проблем развития районов.

Иначе формулируя, в общем виде можно определить *две группы целей* районирования: для познавательных целей и для целей управления.

С учетом разных *подходов* в рекреационном районировании, различают четыре направления:

- ресурсное — выделение районов, различающихся по набору, запасам и качеству природных и антропогенных ресурсов;
- экономическое — отражающее различия между районами по числу, объему, качеству предлагаемых услуг, определяющих реальную прибыль в индустрии туризма;
- социальное — показывающее различия между территориями по условиям и факторам формирования рекреационных потребностей и спроса;
- комплексное — позволяющее создать пространственную картину территориального распределения всех составляющих рекреационного процесса (ресурсного потенциала, уровня развития инфраструктуры, потребительского спроса на туристские услуги и др.).

Районирование как процесс — есть членение территории на такие таксоны, которые отвечали бы как минимум двум *критериям*:

- 1) специфики территориальных ячеек;
- 2) взаимосвязанность составляющих ее элементов.

### ***Значение туристско-рекреационного районирования***

Туристско-рекреационное районирование — основа территориального управления и планирования туристско-рекреационного комплекса страны.

Это основа для построения территориальных балансов при разработке целевых и региональных программ.

Туристско-рекреационное районирование служит предпосылкой совершенствования территориальных пропорций развития экономики и имеет первостепенное значение для организации регионального управления туристско-рекреационной сферой.

Опираясь на специализацию районов в туристско-рекреационной функции, районирование является одним из факторов повышения общественной эффективности туристско-рекреационной сферы за счет рационального размещения производительных сил районов.

Сущность процесса районирования — выявление своеобразных территориальных образований и их границ в пространстве.

**Принципы туристско-рекреационного районирования** как исходные положения деления рекреационного хозяйства страны и ее регионов на территориальные части являются основой практических разработок.

*Принцип объективности* — предполагает выделение районов на основе объективного процесса районообразования, проявляющегося в формировании целостных территориальных динамичных систем — рекреационных районов. Принцип объективности имеет как теоретическое, так и практическое значение. В теоретическом плане он позволяет ставить задачу обоснования состава и границ района на достоверную научную базу, исходя из представления о взаимосвязанности процессов ресурсопользования, размещения объектов туристской индустрии, взаимодействия коренного населения и рекреантов с учетом факторов районообразования. В практическом отношении объективность означает возможность и целесообразность регулирования развития районов.

*Генетический принцип* рекреационного районирования заключается в выделении районов на основе исторического анализа территориальной организации рекреационного хозяйства и прогноза его развития.

*Принцип многоаспектности (комплексности)* обусловлен разнообразием видов туристско-рекреационной деятельности, реализация которых требует различного сочетания ресурсов и факторов производства туристско-рекреационной услуги.

*Принцип иерархичности* предполагает деление территории на зоны, подзоны, районы и подрайоны.

В отечественной практике рекреационного членения территории применяется пятиступенчатая система таксономических единиц рекреационного районирования: зона, область (край, республика, округ), район, рекреационная местность, рекреационный микрорайон.

*Рекреационные зоны* выделяются в зависимости от плотности сосредоточения предприятий длительного отдыха и рекреационных ресурсов. В основу зонирования положена степень развитости рекреационных функций территории, которая определяется территориальной концентрацией предприятий отдыха и санаторного лечения.

Под рекреационным *районом* понимается целостная территория, отличающаяся благоприятным для рекреации сочетанием природных условий, имеющая рекреационные объекты и специализацию.

В пределах районов выделяют *рекреационные местности*, характеризующиеся общими чертами географического положения, однородными природными ресурсами и более узкой возможностью для специализации рекреационных учреждений. Рекреационные местности могут служить необходимой базой, на основе которой сформируется курорт, зона отдыха и туризма.

Под *рекреационным микрорайоном* понимается совокупность рекреационных учреждений и различных сопутствующих отраслей, расположенных на компактной территории и связанных между собой системой инженерного и бытового обеспечения с централизацией и кооперированием обслуживающих подразделений.

Наибольшее предпочтение в рекреационно-географических исследованиях отдается анализу и исследованию рекреационных районов. По принципу преобладающих рекреационных функций районы делятся на *монофункциональные* с одной доминирующей функцией (Северокавказский район — лечебный отдых) и *полифункциональные*, отличающиеся множеством функций (Уральский район — спортивный, экологический, лечебно-оздоровительный туризм).

Членение территории на районы может производиться на основе одного класса объектов, так называемое *частное* или *отраслевое* районирование или с учетом всех объектов — *общее* или *интегральное* районирование.

Сложность идентификации и делимитации районов как целостных образований определяется разнохарактерным развитием и размещением отдельных его подсистем и элементов (частные и интегральные районы: инертные (территориальное сочетание ресурсов и системы расселения) и динамические (производственные и технические системы). Следует отметить, что границы разных «отраслевых» районов (выделенных по степени развитости инфраструктуры, по интенсивности турпотока, по типу территориальных сочетаний рекреационных ресурсов) в полной мере не совпадают друг с другом и с границами интегральных районов (районы в сетке рекреационного районирования России, 2006 г.)

Таким образом, туристско-рекреационные районы на практике могут быть выделены по совокупности признаков, каждый из которых отражает одну из сторон многогранных районообразующих процессов.

В зависимости от поставленных исследователями задач в качестве районообразующих признаков могут быть приняты различные характеристики. Выбор районообразующих признаков зависит от масштаба исследуемой территории (района, республики, государства). Зонирование территории по степени комфортности производится и на уровне составления генеральных планов курортных зон и отдельных рекреационных объектов.

В качестве районообразующих признаков выступают следующие:

- структура рекреационных функций в зависимости от преобладающего использования рекреационных ресурсов (лечебная, туристская, спортивная и др.);
- степень рекреационной освоенности территории (развитый, средне- и слаборазвитый район);
- степень открытости района;
- перспективность освоения.

По принципу *преобладающих рекреационных функций* районы делятся на монофункциональные с доминирующей одной функцией (Северо-Кавказский район — лечебный отдых) и полифункциональные, отличающиеся множеством функций (Уральский район — лечебно-оздоровительный, спортивный и экологический туризм).

*Степень рекреационной освоенности* оценивается конкретной величиной — абсолютной освоенностью территории, равной отношению суммарного числа мест в рекреационных учреждениях района к его площади (в тыс. кв. км).

*Степень открытости района* зависит от того, кто преобладает в учреждениях отдыха — местные или приезжие рекреанты.

*Перспективность района для развития туризма* зависит от множества внутренних и внешних факторов: безопасности, уровня развития инфраструктуры, известности на отечественном и мировом туристском рынке и пр.

Однако каждый районообразующий признак отражает лишь частности, обуславливающие развитие туризма в том или ином регионе. Например, распределение природных рекреационных ресурсов по степени благоприятности их для организации рекреационной деятельности. Вместе с тем для оценки современного состояния туризма и перспектив его развития требуется комплексный анализ рекреационного использования территории, что и составляет основу рекреационного районирования. При этом должны соблюдаться общегеографические принципы районирования.

Выбор *методов районирования* (картографический, статистический, математический, комплексный и пр.) зависит как от целей, так и от объема и качества исходной информации.

Но в основе исследовательской работы по районированию как общегеографическому, так и туристско-рекреационному лежит *территориальный структурный анализ*. Структурному анализу подлежат: вещественные элементы материально-технической базы туристско-рекреационных систем, отдельные производства и отрасли, участвующие в производстве туристско-рекреационного продукта; население как социокультурная общность и трудовые ресурсы, система расселения; территориальные сочетания природных и социокультурных объектов; связи в системах расселения,

производства и обслуживания, рекреационного природопользования; пространственные соотношения элементов и их сочетаний, определяемые характеристиками локализации, контактности, компактности, центральности и периферийности, континуальности и дискретности территории.

Сложность структурного анализа обусловлена огромным массивом разнородной исходной информации, которую затруднительно получить и свести в единую базу данных. Другая сложность связана с необходимостью предвидеть предполагаемые изменения в территориальной организации общества на перспективу. В противном случае создаваемая сетка районов будет быстро устаревать. Из-за указанных аспектов сложности наряду со *сплошным* и *выборочным* структурным анализом применяют такие методы как:

*интегративный анализ*, заключающийся в последовательной коррекции схем районирования снизу вверх (от первичных и малых районов) и сверху вниз (начиная с крупных районов);

*генерализованный анализ*, сводящийся к абстрагированию от множественных детализаций на каждом последующем уровне идентификации районов.

При этом обеспечивается взаимоувязанное районирование и может быть найден его оптимальный вариант при условии соблюдения следующих *идентификационных признаков района* в результате районирования:

1. Признаки, отражающие сложившуюся территориальную дифференциацию и интеграцию:

- целостность района (замкнутость районного воспроизводственного процесса), родственная специализация на рекреационных функциях, развитые внутренние связи по производству турпродукта и по обслуживанию населения);
- общность экономико-географического положения и транспортно-инфраструктурная связанность района;
- социально-экономическую и культурно-историческую общность;
- выраженная районоорганизующая роль центра;
- общность природных и социокультурных условий.

2. Признаки целевого назначения и общности развития в перспективе:

- единая перспективная направленность развития туристско-рекреационной сферы;
- схожесть приоритетных целей и задач развития.

3. Организационные идентификационные признаки:

- сравнительная одномасштабность районов (равновеликость) на каждом таксономическом уровне;
- легитимность районирования, совмещение границ выделенных районов с границами административно-территориальных образований обеспечивает нацеленность результата районирования на управление.

## 6.4. Туристские макрорегионы мира

Туристская картина мира весьма разнообразна. Страны и их регионы отличаются не только спецификой туристских аттракций в силу особенностей их историко-культурного развития и физико-географического положения, но и качеством освоения туристско-рекреационного потенциала, ролью, которую играет туризм в экономике страны и ее позициями на мировом туристском рынке. Разнообразие факторов, определяющих мозаичность пространственной картины современного туризма, обуславливает объективность существования множества подходов к районированию мирового туристского пространства. Каждый из них реализует вариант макрорайонирования. Выделенные в результате макрорайонирования таксоны представляют собой туристские макрорегионы мира.

Классическим примером комплексного географического подхода к упорядочению представлений о разнообразии мирового туристского пространства является система туристско-рекреационного районирования Ю.Д. Дмитриевского (2000 г.). В основу его подхода и выбору критериев районирования легли: физико-географические и экологические предпосылки развития туризма, населенческий и историко-культурный факторы развития туризма, расселение населения и процессы урбанизации, экономико-географический фактор развития туризма.

Им была предложена следующая иерархия туристских районов: 1) туристско-рекреационная зона; 2) туристский макрорайон; 3) туристский мезорайон; 4) туристский микрорайон. В разработанной им системе туристских районов мира частично использованы идеи М.А. Ананьева, П.Н. Зачиняева и Н.С. Фальковича. Всего за пределами стран СНГ выделено 24 туристско-рекреационные зоны, которые делятся на 83 туристских макрорайона. Лишь в некоторых случаях (например, в Великобритании и Италии) представлено туристское районирование на уровне мезорайонов. Туристско-рекреационные зоны и туристские макрорайоны мира (по Ю.Д. Дмитриевскому) выглядят следующим образом (рис. 6.4.1).

На рисунке 6.4.1 обозначены следующие зоны.

I. Восточная Европа. 1. Балтия. 2. Польша. 3. Центральный макрорайон. 4. Причерноморский макрорайон.

II. Северная Европа. 5. Дания. 6. Швеция. 7. Норвегия. 8. Исландия. 9. Финляндия.

III. Западная Европа. 10. Британские острова. 11. Альпийский макрорайон. 12. Германия и Бенилюкс. 13. Франция.

IV. Южная Европа. 14. Адриатический макрорайон. 15. Апеннинно-Мальтийский макрорайон. 16. Пиренейский макрорайон. 17. Южное побережье Франции. 18. Греция.

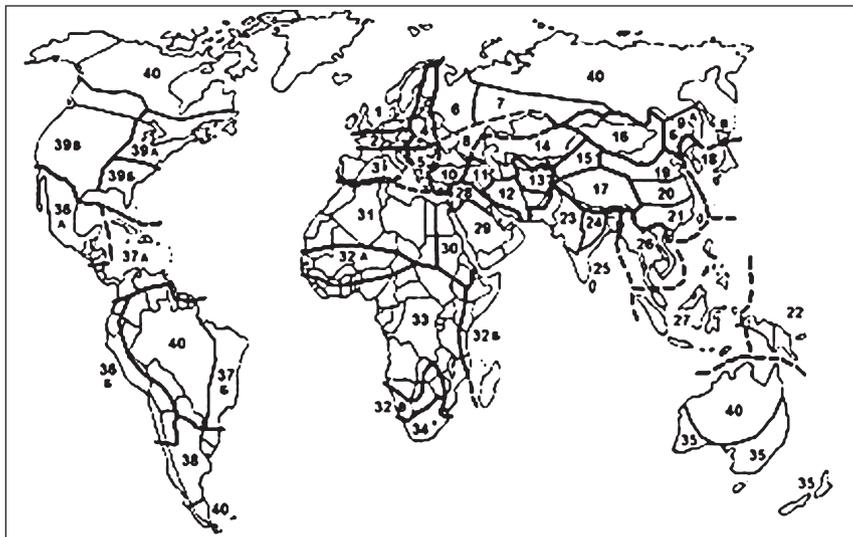


Рис. 6.4.1. Туристско-рекреационные зоны и туристские макрорайоны мира

V. Юго-Западная Азия. 19. Турция и Кипр. 20. Палестина (Израиль и палестинские территории). 21. Арабские страны Ближнего Востока. 22. Средний Восток (Иран и Афганистан).

VI. Южная Азия. 23. Пакистан. 24. Индостан (Индия и Бангладеш). 25. Гималайский макрорайон. 26. Цейлон (Шри-Ланка).

VII. Юго-Восточная Азия. 27. Индокитай. 28. Островной макрорайон (Индонезия и Филиппины).

VIII. Восточная Азия. 29. Япония. 30. Корейский макрорайон. 31. Северо-Восточный и Восточный Китай. 32. Южный Китай.

IX. Центральная Азия. 33. Западный Китай. 34. Тибет. 35. Монголия.

X. Северная Африка. 36. Магриб. 37. Ливия. 38. Египет.

XI. Африка южнее Сахары. 39. Западно-Приатлантический макрорайон. 40. Западный внутренний макрорайон. 41. Восточный макрорайон. 42. Верхне-Нильский район. 43. Островной район. 44. Южный район (Южная Африка).

XII. Австралия. 45. Юго-Восточная Австралия. 46. Восточная Австралия. 47. Северная Австралия. 48. Центральная и Западная Австралия. 49. Южный район. 50. Тасмания.

XIII. 51. Новая Зеландия

XIV. 52. Океания

XV. Восток США. 53. Приозерный район. 54. Район Огайо. 55. Новая Англия. 56. Приатлантический район. 57. Аппалачи.

XVI. Запад США. 58. Скалистые горы. 59. Внутренние плато (Колумбия, Большой бассейн, Колорадо). 60. Западные хребты.

XVII. Тихоокеанский запад США. 61. Северный район. 62. Южный район.

XVIII. Центр США. 63. Центрально-Северный район. 64. Центрально-Южный район.

XIX. Юго-Восток США. 65. Флорида. 66. Побережье Мексиканского залива.

XX. Аляска. 67. Южный район. 68. Центральный район. 69. Северный район.

XXI. Гавайские острова. 70. Юго-Восточный район. 71. Северо-Западный район.

XXII. Канада. 72. Приозерный район. 73. Приатлантический район. 74. Среднезападный район. 75. Тихоокеанский макрорайон. 76. Северный район.

XXIII. Карибская Америка. 77. Мексика. 78. Островной район (Вест-Индия). 79. Центральная Америка.

XXIV. Южная Америка. 80. Северный макрорайон. 81. Бразилия. 82. Южный макрорайон. 83. Макрорайон Анды.

Данное Ю.Д. Дмитриевским описание туристско-рекреационных зон и районов мира до сих пор актуально, а яркий стиль и точность страноведческих образов и характеристик дает нам повод привести их краткое изложение.

Без сомнения, **Европа** вне границ СНГ — наиболее важная в туристском отношении территория земного шара. В самом деле, здесь возникли первые очаги туризма в древнем мире, здесь зародился организованный туризм в XIX веке, здесь находятся и наиболее посещаемые туристами государства. И это не случайно. Европа высоко аттрактивна вследствие широкой дифференциации ее природных условий. Очень разнообразен и этноконфессиональный облик разных регионов Европы.

На гражданской архитектуре очень сильно сказались не только (и не столько) этнические различия, сколько сложная история европейских стран. Постоянная перекройка карты Европы вела не только к появлению новых и исчезновению старых государств, но и формированию новых городов, сеть которых здесь очень густа. При этом города эти разного типа, что отразилось и в их площади, людности, внешнем облике. В современной Европе туристов особенно привлекают памятники древнеримской и древнегреческой культуры, средневековья, эпохи Возрождения. Можно смело утверждать, что практически все виды туризма типичны для Европы, чем объясняются и его масштабы. В Европе, исходя из ее исторических, социально-экономических, природных и некоторых иных предпосылок, можно выявить (вне России и СНГ) четыре рекреационно-туристские зоны: Восточная Европа, Северная Европа, Западная Европа, Южная Европа.

**Восточно-европейская зона**, помимо общей послевоенной истории, обладает и еще одной чертой, объединяющей ее в одно целое: большая часть ее населения (поляки, чехи, словаки, болгары) — славяне. Только румыны относятся к числу романских народов, да венгры к фино-уграм. В зоне преобладают три конфессии — католическая (Польша, Венгрия, Словения), протестантская (разных типов), православная (Румыния, Болгария). Те же конфессии характерны и для стран Балтии, до недавнего времени входивших в СССР.

Что касается природных условий, то они очень сильно изменяются с севера на юг. Турист, перемещающийся из стран Балтии в Болгарию, видит постепенную смену ландшафтов — от лесных на севере и в центре, степных в западной Румынии и Венгрии до субтропических в южной Болгарии. При этом в Румынии и, особенно в Болгарии (в меньшей мере в других государствах) хорошо выражена высотная вертикальная поясность в горах (Карпаты, Балканы). Так что природная аттрактивность в этой туристской зоне, несомненно, выше на юге, где, к тому же (и это очень важно!), есть Черное море с его превосходными пляжами в Болгарии и Румынии.

Что касается историко-культурной аттрактивности, то тут, как говорится, каждой стране есть чем похвалиться: ведь у всех государств этой зоны интересная история, следы и памятники которой представляют собой интереснейшие туристские объекты.

С определенной долей условности можно считать, что в рассматриваемой зоне выделяются 4 макрорайона: Балтия, Польша, Центральный район, Причерноморский район.

**Зона Северной Европы** включает в себя группу Скандинавских стран, объединенных близостью истории и языков. Северная Европа отличается природной аттрактивностью: естественная среда северо-европейских стран очень своеобразна, в большей мере сохранила свой девственный, первозданный характер. Все возрастающий туристский спрос на посещение северных стран привел к тому, что они «стали строить для туристов современные средства размещения — гостиницы, пансионаты, мотели, кемпинги, бунгало, домики рыбакова, спортсмена и т.д. Модернизируются средства транспорта и дороги.

Организируются морские круизы в районы полярного круга с катанием на собачьих упряжках, с охотой на птиц и зверей. В Гренландии устраиваются и арктические сафари с охотой на полярных животных, в том числе на белых медведей».

Страны Северной Европы в целом больше являются поставщиком туристов, но все же постоянно стремятся увеличить приток туристов в свою туристскую зону. При этом следует учесть, что многие приезжающие в Северную Европу туристы посещают сразу несколько стран, отчасти и потому, что число объектов историко-культурного познавательного туризма в большинстве из них довольно ограничено.

**Западно-европейская зона** — одна из самых популярных туристских зон Европы. Она привлекает туристов и очень разнообразной природой, и множеством историко-культурных, историко-архитектурных объектов. В то же время она имеет хорошо обустроенную инфраструктуру, отражающую общий высокий уровень труда в странах Западной Европы. Именно это обстоятельство и во многом общая, хотя и противоречивая история объединяют эту зону, несмотря на природные контрасты, в одно целое. Вместе с тем, в пределах зоны столь велики различия в природных условиях, что именно они в первую очередь определяют деление зоны на макрорайоны: Британский, Альпийский, Германия и страны Бенилюкса, Французский район.

Очень важная туристская зона — **Южная Европа**. Расположенная на трех, омываемых Средиземным морем, южно-европейских полуостровах (Пиренейском, Аппенинском, Балканском) и примыкающих к ним территориях, зона отличается привлекательностью побережья Средиземного моря, средиземноморским климатом, субтропической растительностью, в значительной мере окультуренной и, что не менее важно, очень сложной историей, которая оставила в этой зоне великое множество памятников культуры и архитектуры. Пестр здесь и этноконфессиональный состав населения. Так что можно утверждать, что аттрактивность зоны велика и разнообразна.

Не случайно европейские берега Средиземного моря привлекают ежегодно 100 млн туристов-рекреантов.

В пределах зоны достаточно четко выделяются туристские макрорайоны: Адриатическим, Пиренейский, Аппенино-Мальтийский, Южная Франция.

**Зарубежная Азия** необычайно аттрактивна. Здесь привлекает и необычайно разнообразная, во многом экзотическая природа, и история с ее многочисленными историческими памятниками, и этноконфессиональные особенности многочисленных азиатских народов. Нельзя забывать, что именно в Азии находились многие центры древних цивилизаций.

На территории зарубежной Азии турист может познакомиться со многими природными зонами: от экваториальных лесов Индонезии до пустынь умеренного пояса в северо-западном Китае и Монголии. В разных странах и районах перед путешественником предстают памятники, насчитывающие не только столетия — тысячелетия, памятники буддистской, иудейской, мусульманской, христианской и других культур.

Азиатские страны населяют представители монголоидной и европеоидной рас, говорящие на самых различных языках и диалектах. Эти народы населяют низменности (некоторые из них лежат ниже уровня моря), плато и возвышенности. Есть немало и горных народов: ведь именно в зарубежной Азии находятся самые высокие горные системы мира, и среди них Гималаи, где сосредоточены высочайшие вершины Земли.

В Азии есть районы давнего и широкого распространения туризма (Ближний Восток, Индия), и районы, где туристский бум начался буквально в последние десятилетия (страны Юго-Восточной Азии). Различен и уровень развития туристской инфраструктуры.

Природная, историко-культурная, этноконфессиональная аттрактивность в сочетании с развитием туристской инфраструктуры и формируют туристско-рекреационные зоны и районы Азии. При этом нельзя не отметить значительного воздействия на развитие туризма и туристский бизнес политической конъюнктуры, острых конфликтов во многих азиатских странах и регионах.

Все это делает туристскую карту зарубежной Азии очень пестрой. На ней можно, с большой долей условности, выявить пять туристско-рекреационных зон: Юго-Западная Азия, Южная Азия, Юго-Восточная Азия, Центральная Азия.

**Юго-Западная Азия** включает в себя государства Ближнего и Среднего Востока с древней историей и преимущественно мусульманской культурой. Исключение представляет Израиль — страна иммиграции и широкого распространения иудаизма с его святынями. Исторически сложилось так, что на территории Израиля в настоящее время находится город Иерусалим, в котором расположены святыни трех религий: иудаизма, христианства, ислама, что, с одной стороны, привлекает очень большое число туристов, частично паломников, а с другой — создает почву для постоянных острых конфликтов, что оказывает влияние и на масштабы туризма.

В странах этой зоны внимание туристов привлекает теплое море (особенно широко — Средиземное, омывающее берега Турции, Кипра, Ливана, Сирии, Израиля), благоприятный для отдыха субтропический климат. Притягивают любителей познавательного туризма древние города или их руины, многочисленные города с их историко-культурным населением. Среди них — Стамбул (Турция), Амман (Иордания), древние города Ливана — Баальбек, Сайда, а также организующийся туристский центр страны — его столица Бейрут, Никосия (Кипр), иранские города Тегеран, Исфahan, Ширак, Хамадаш. Много интересных историко-культурных и археологических объектов и вне этих центров.

В составе Юго-Западной Азии туристские макрорайоны: Турция и Кипр, Палестина, Арабские государства (Ближний Восток), Средний Восток.

Чрезвычайно интересна и разнообразна по своим особенностям туристско-рекреационная **зона Южная Азия**, включающая Индию, Пакистан, Непал, Бангладеш и островное государство (на о. Цейлон) Шри-Ланка.

В Южной Азии турист может встретить очень широкую гамму природных особенностей: от влажных тропических лесов, саванн, тропических пустынь (среди которых Тар) до классически выраженной высотной

поясности на севере зоны — в Гималаях, где при подъеме в горы можно встретить все высотные пояса — от влажных вечнозеленых зарослей (джунглей) в предгорьях до нивальной зоны с ее ледниками и снежниками в верхнем поясе самых высоких на Земле гор. Не случайно горный туризм и альпинизм все более развиваются в Гималаях в последние десятилетия. Многие альпинисты стремятся к покорению самых высоких вершин мира, поэтому резко возросла роль Непала как туристской страны. Поездки в эту горную страну (с ее столицей Катманду) удачно сочетаются с посещением жаркой Индии и других южно-азиатских государств, с природной экзотикой самого разного облика.

Находящиеся в Южной Азии Пакистан и Бангладеш — страны мусульманской культуры, представляющие как бы исламский мост между некоторыми балканскими странами, Передней Азией и мусульманскими районами Юго-Восточной Азии. Многочисленные памятники разных эпох, среди которых особенно заметны памятники ислама, сочетаются здесь с совершенно новыми архитектурными явлениями, например, новая столица Пакистана Исламабад, построенная «на ровном месте» после II мировой войны. Так что Пакистан представляет собой хороший этюд на тему «старое и новое».

Но, конечно, туристской жемчужиной Южной Азии является Индия с ее разнообразной тропической природой, оживающей после летних муссонных дождей, необычайно пестрым этноконфессиональным составом населения (помимо двух государственных языков — принесенных с Британских островов английского и хинди, здесь широко распространены десятки языков, на которых говорят миллионы и десятки миллионов людей; встречается множество конфессий, среди которых особая роль принадлежит индуизму). Но, помимо разнообразной природы, в Индии находится много городов с большим количеством историко-культурных памятников самых разных эпох: Дели (включая ее новые районы — кварталы Нового Дели), Бомбей с окрестностями, Калькутта, Мадрас с окрестностями, священный для индуистов Бенарес на реке Ганг, город Агра со всемирно известным чудом архитектуры XVII века — мавзолеем Тадж-Махал. В Гималаях немало горных курортов.

На историко-культурном облике Шри-Ланки отразились как конфессиональные особенности ее населения (исповедующего буддизм, индуизм, ислам, христианство), так и населения колонизаторов прошлого (португальских, голландских, английских): гражданские и храмовые постройки достаточно разнообразны и разнообразильны. Большая часть их находится в столице страны Коломбо, а также в важном религиозном центре Канди.

В пределах туристско-рекреационной зоны Южной Азии можно выявить 4 туристских макрорайона: Пакистан, Индостан, Гималайский район, Цейлон.

В последние десятилетия значительно возросло значение туристско-рекреационной зоны *Юго-Восточной Азии*. Этому способствуют такие постоянные факторы как географическое положение этой зоны на путях из Тихого в Индийский океан и из Евразии в Австралию; огромная протяженность береговой линии и расположение главных экскурсионно-познавательных объектов на побережье (что важно при организации круизов); разнообразие экваториальных, тропических, субтропических ландшафтов с их уникальной флорой и фауной (гиббоны, макаки, индийский слон, тигр, пантеры, черный и малайский медведи, дикие кошки, олени, павлины, фазаны, дикие куры, гуси, утки, куропатки и прочие); пестрота этноконфессионального состава населения и древность истории, что нашло свое отражение в быте коренного населения и многочисленных историко-архитектурных памятниках (особенно культового назначения — буддийских, мусульманских, христианских храмов). Но быстрый рост туризма последних лет объясняется соответствующим развитием экономики многих стран зоны, созданием и расширением туристской инфраструктуры. Не говоря о Сингапуре, этот процесс коснулся таких стран как Таиланд, Мьянма, Индонезия, Малайзия, Филиппины, где главными туристско-организующими центрами являются их столицы. Во всех этих странах природно- и историко-познавательный туризм (в том числе познавательно-конфессиональный, ведь сюда докатились и ислам, и христианство) сочетается с рекреационным, чему способствуют постоянно высокие температуры воздуха и моря. В силу особенностей процесса социально-экономического развития и военных событий послевоенных десятилетий некоторые страны отстали и в области экономики, и в деле формирования туристского рынка и соответствующей инфраструктуры. Но в последние годы и Лаос, и Камбоджа, и особенно Вьетнам пытаются наверстать упущенное.

В пределах Юго-Восточной Азии с большой долей условности можно выявить два туристских макрорайона: Континентальный и Островной.

Континентальный район включает Бирму, Таиланд, Вьетнам, Лаос, Камбоджу, Малайзию (часть которой, правда, лежит на островах), Сингапур. Каждая из этих стран может быть отнесена к категории мезорайонов.

Островной макрорайон включает в себя две страны — Индонезию и Филиппины.

Очень привлекательной для туристов зоной является Восточная Азия. Быть может, к этой туристско-рекреационной зоне особенно применимы слова Р. Киплинга: «Запад есть Запад — Восток есть Восток». Именно эта зона долгие годы была закрыта для европейцев и европейской цивилизации.

Особое место внутри зоны занимает центральный и восточный Китай. При перемещении с севера на юг Китая путешественники могут ознакомиться с несколькими природными зонами — от лесной зоны умеренных Широт до тропических лесов. Велики изменения в облике природы и при

движении с востока на запад — от Великой Китайской низменности с ее летними муссонными дождями до сухих западных плато; на юге и юго-западе — горные районы.

Во многих районах страны туристы могут ознакомиться со всемирно известными историческими памятниками, среди которых Великая китайская стена — на севере, ряд памятников в столице страны Пекине и некоторых других городах. Интересна традиционная китайская архитектура, народные промыслы. Туристская инфраструктура более всего развита на севере КНР, а также в южных анклавах недавней английской колонии Сянгане (Гонконге) и португальском владении Аомыне (Макао) с широко привнесенной в них европейской (в частности, английской и португальской) культурой. То же в значительной мере относится к острову Тайвань.

Особое место в Восточной Азии занимает островное государство Япония — страна средневысотных гор и небольших равнин, страна землетрясений, цунами и тайфунов. Среди японских гор всемирной известностью пользуется необычайно красивый массив Фудзияма (Фудзисан) с прекрасно выраженной вертикальной поясностью. Вытянутые на сотни километров с севера на юг, Японские острова демонстрируют путешественнику и широтную смену зон — от хвойных лесов до лесов субтропических.

Страна древней культуры, Япония сохранила немало исторических памятников, большая часть которых находится в столице Токио и древней столице Японии Киото. Есть исторические достопримечательности в городах Осака, Нагоя, Кобе, Никко. У японцев существует даже такой афоризм: «Кто не видел Никко — тот не скажет «Великолепно!». По всей стране разбросаны синтоистские храмы и иные сооружения традиционной японской архитектуры, чередующиеся в наши дни, а самыми современными сооружениями (жилыми зданиями, отелями, офисами, автомагистралями). Япония привлекает большое число не только туристов, приезжающих с целью знакомства с природой и историко-культурными памятниками страны, но также представителей делового и научного туризма.

К числу Восточно-Азиатских государств относятся и две страны на Корейском полуострове. Обе они привлекательны своей природой: живописные горы, леса, реки (в том числе горные потоки). Встречаются в ряде районов и историко-архитектурные памятники разных эпох, в том числе буддийской культуры. Однако в большой мере закрытая страна КНДР (на севере полуострова) отличается очень слабо развитым туристским бизнесом. В отличие от нее Республика Корея (на юге) привлекает большое число туристов, приезжающих с рекреационно-познавательными и деловыми целями. Эти поездки обеспечены туристской инфраструктурой.

Восточная Азия делится на 4 туристских макрорайона: Япония. Корейский район, Северо-Восточный и Восточный Китай, Южный Китай (с Тайванем).

Особый мир представляет собой **Центральная Азия** — туристско-рекреационная зона сухих плато, часто пустынных. В пределах этих плато расположены западные районы Китая и Монголии. Когда-то на этой обширной территории были очаги древней цивилизации, которая по неясным пока причинам (природным или общественным) погибла, и здесь можно встретить лишь руины мертвых ныне городов. Один из них — Хара-Хото, открытый и исследованный в 1908–1926 гг. русским путешественником П. К. Козловым.

Инфраструктура исключительно слабо развита, что делает пребывание туристов в этих районах весьма затруднительным, и туризм почти отсутствует.

В состав Центральной Азии входит и находящееся в составе КНР Тибетское нагорье, населенное тибетцами. Это исключительный район земного шара, где чередуются плоские или слабоволнообразные, поднятые на высоту 4–8 тыс. метров, равнины и горные хребты с высотами до 7 тыс. метров. Этот необычайно суровый по своей природе район с сильно разреженной атмосферой могут посещать лишь физически крепкие туристы.

Зона Центральной Азии делится на три макрорайона: Западный Китай, Тибет, Монголия.

Расположенная к югу от Европы, **Африка** простирается по обе стороны от экватора, причем примерно две трети материка лежит к северу от него. Вместе с тем северные и южные окраины Африки примерно равно удалены от экватора.

Положение Африки в обоих полушариях приводит к тому, что широтная зональность повторяется к северу и югу от экватора, при этом большинство зон относится к числу тропических; лишь на севере и юге Африка выходит в субтропики.

Главной природной внутренней границей внутри Африки является не какая-либо линия, а широкая полоса пустыни Сахары, делящая материк как бы на два историко-культурных мира: мусульманский арабский Север и многоязыкую, поликонфессиональную область южнее Сахары. Эту область называют чаще всего Тропической Африкой. В соответствии с этим генеральным делением африканского материка в его пределах находятся две туристско-рекреационные зоны: Северная Африка и Африка южнее Сахары (Тропическая Африка).

**Северная Африка** не только район преимущественно благоприятного для отдыха средиземноморского климата, пляжей, которые в ряде районов, например, в Египте, начинают функционировать значительно раньше южноевропейских, а в иных случаях действуют круглый год (что весьма привлекательно для многих тысяч туристов), но и зона, где в огромном количестве сохранились (в той или иной степени разрушения) памятники древней культуры, возраст которых исчисляется многими тысячелетиями.

Достаточно вспомнить развалины древнего Карфагена (Тунис), египетские пирамиды, Сфинкса. Можно напомнить и о многочисленных памятниках арабской культуры. Именно страны Северной Африки принимают основной поток туристов, которые стремятся в Марокко, Тунис, Египет и в значительно меньшей степени в Алжир.

В северной зоне выделяются три макрорайона: Магриб (включает в себя территории Марокко, Алжира и Туниса). Именно в этих государствах Африки завершился путь арабских завоевателей севера материка. Для арабов это был запад их пути — отсюда и название Магриб (с арабского — запад), Ливия, Египет.

**Африка южнее Сахары** — очень пестрая туристско-рекреационная зона.

В самом деле, здесь великолепно представлена природа тропической пустыни, тропической саванны, влажного экваториального леса (с их флорой и фауной). При этом на большей части территории зоны сменяются с севера на юг: пустыня, саванна (с расположенной южнее лесосаванной), влажный экваториальный (и влажный тропический) лес, снова саванна и лесосаванна, тропическое редколесье. В лесах — сотни видов деревьев, в том числе с ценной древесиной (красное, черное или эбеновое дерево и др.), лианы, эпифиты, паразиты. Богата и фауна, жизнь которой проходит в основном в верхних ярусах древостоя. В саваннах — высокая трава, выгорающая к весне (к концу сухого сезона), множество видов акаций, хорошо известный баобаб. В пустынях растительный и животный мир очень скудны. На юге материка характер зональности несколько меняется, и, поскольку увлажнение падает с востока на запад, в том же направлении сменяются и зоны (от лесов на востоке до пустынь на западе). В связи с большой вертикальной расчлененностью на востоке Африки там хорошо выражена вертикальная поясность природы. Большую роль играет как абсолютная высота, так и экспозиция горных склонов. Наиболее южная часть Африки лежит в субтропиках. Там встречаются влажные субтропики (с лесами, особенно на склонах гор) и сухие субтропики (средиземноморского типа), и сухие степи, и пустынные участки.

Вся зона входит в состав эфиопской зоогеографической области, славящейся своей богатой (хотя и поредевшей из-за воздействия человека) фауной, и наземной, и водной. Она является важным объектом охоты.

Вся туристско-рекреационная зона — полиэтническая и поликонфессиональная территория. Здесь еще сохранилось множество традиционных религий, есть приверженцы и христианства (разных направлений), и ислама. В связи с многолетней европейской колонизацией здесь в большинстве стран государственным является один из европейских языков (язык прежних колонизаторов), и это играет важную роль при организации туризма.

Историко-культурных памятников здесь немного, но в отдельных странах они встречаются.

Вся зона природно — и этнически-аттрактивна, но, в связи со слабо-развитой туристской инфраструктурой, а также сложными для многих туристов природными условиями, их приток невелик. Несколько больше он в Сенегале, где лучше инфраструктура, да и недалеко Европа.

В пределах зоны выделяются 6 туристских макрорайонов: Западно-Приатлантический, Западный внутренний, Восточный, Верхнепильский, Островной, Южный (южная Африка).

**Австралия и Океания** — огромная по площади туристская территория, которая привлекает своей разнообразной природой (преимущественно тропической и субтропической), отчасти бытом аборигенов и лишь в малой степени культурно-историческим наследием.

На этой территории туристско-рекреационными зонами являются Австралийский материк (с о. Тасмания), Новая Зеландия, все остальные архипелаги Тихого океана, объединяемые в Микронезию, Полинезию, Меланезию (т. е. Океанию).

**Австралия**, расположенная в тропиках и субтропиках (за исключением о. Тасмания), омываемая теплыми морями, привлекает своим климатом, пляжами, оригинальными флорой и фауной. Достаточно назвать многочисленные виды эвкалиптов, древовидных папоротников, сумчатых (в том числе кенгуру), однопроходных (ехидна, утконос), экзотических птиц эму и лирохвоста, популярного медведя коалу. Большинство этих животных охраняется и частично живет в заповедниках. Всемирной славой пользуется Большой барьерный риф у восточных берегов материка. Современная культура страны больше всего представлена в крупнейших городах страны Сиднее и Мельбурне, столице Канберре, городах Аделаида, Парта. В некоторых из них часто проходят фестивали и спортивные соревнования, поэтому Австралия — район и фестивального туризма. Привлекают туристов и австралийцы — аборигены.

В пределах Австралии выделяются шесть туристских макрорайонов, часть которых, впрочем, относится к числу потенциальных: Юго-восточная Австралия, Восточная Австралия, Северная Австралия, Центральная и Западная Австралия, Южный район, Тасмания.

Необычайно красочна и разнообразна природа **Новой Зеландии**. Здесь чередуются горы и равнины, текут реки с многочисленными водопадами, есть горные озера, ледники, вулканы, гейзеры. Если прибавить к этому теплое, богатое фауной (в том числе рыбой) море, местные сосны каури и птицу киви, то природная аттрактивность Новой Зеландии не вызовет сомнений. Кроме этого, здесь есть многочисленные (в отличие от Австралии) аборигены-маори с их своеобразной культурой, историко-культурные ценности городов (в первую очередь столицы Веллингтона и г. Крайстчерч), поэтому можно понять привлекательность этого архипелага для туристов, которые обеспечены здесь достойной инфраструктурой.

Среди других *островов Океании* особого упоминания заслуживают о. Таити (пляжи, великолепный ботанический сад, музей знаменитого импрессиониста П. Гогена), о. Пасха с детально исследованными знаменитым норвежским путешественником Т. Хайердалом гигантскими каменными фигурами — «моаи» и пещерами. Посещаются туристами арх. Самоа, Соломоновы о-ва, о. Фиджи.

Австралия и Новая Зеландия расположены в южном полушарии, и это обстоятельство — дополнительный фактор привлекательности этих территорий для туристов из северного полушария.

В туристском отношении **Северная Америка** — это не весь материк, а только США и Канада. Конечно, уровень туризма здесь очень высок из-за высокого уровня развития экономики и уровня доходов населения. В США создана крупнейшая в мире туристско-рекреационная инфраструктура; число мест в гостиницах и мотелях исчисляется многими миллионами, при этом возрастает роль мотелей. Не приходится говорить о превосходной транспортной инфраструктуре.

Типов рекреационных территорий здесь много, по особо следует отметить национальные парки, заповедники, специальные природные парки и зоны отдыха (разного уровня подчинения), национальные морские побережья. Интересной формой рекреационного использования территорий являются туристские тропы, которые прокладываются в уникальных районах. Наибольшей популярностью пользуются Аппалачская (3200 км) и Тихоокеанская (3680 км) живописные тропы.

В США выделяются 7 туристско-рекреационных зон: Восток, Запад, Центр, Тихоокеанская зона, Юго-Восточное побережье, Аляска, Гавайские острова. Отдельной туристско-рекреационной зоной Северной Америки является Канада.

**Восток США.** Основой познавательно-культурного туризма являются здесь города с их сравнительно молодыми историческими памятниками, монументами и впечатляющими современными сооружениями. Практически вдоль всего восточного побережья США тянется один огромный мегаполис, включающий Нью-Йорк, Филадельфию, Вашингтон, Бостон, Балтимор и многие другие большие и средние города. Но сами американцы стремятся выбраться из городов: их привлекает природа. На востоке США есть и национальные парки, и заповедники, и туристские тропы. Они приурочены к системе Аппалачей, массиву Адирондак, ущелью реки Делавэр, району моренно-озерного ландшафта.

В пределах Востока США можно выделить 5 туристских макрорайонов: Приозерный, Огайо, Новая Англия, Приатлантический, Аппалачи.

**Запад США** («Дальний Запад»). Эта зона включает в себя Кордильеры и входящие в систему последних плато (Колорадо, Колумбия и др.). Здесь еще сохранилось много относительно нетронутых природных комплексов.

Именно здесь находится самый крупный в стране Йеллоустоиский национальный парк, славящийся огромным количеством гейзеров (их более 10 тысяч), некоторые из них поражают своими размерами. Главной достопримечательностью Йосемитского национального парка является реликтовая роща гигантских секвой — единственная на земном шаре. Река Колорадо славится своим глубоким (1,5 км) «Гранд Каньоном».

Запад США — это зона гор и высоких плато, и лишь Калифорнийская низменность (между Береговым хребтом Калифорнии и хребтом Сьерра-Невада), орошаемая рекой Сакраменто, представляет собой исключение из правил. В самом общем приближении, в пределах зоны можно выявить три туристских макрорайона: Скалистые горы, внутренние плато, западные хребты.

**Тихоокеанская** туристско-рекреационная зона тоже относится к «Дальному Западу», хотя и невелика по площади, но имеет большое значение в туристском бизнесе.

В состав зоны входит тихоокеанское побережье страны со склонами примыкающих к нему гор.

По своим природным особенностям зона довольно резко делится на два макрорайона: Северный и Южный. Оба эти района, особенно Южный, привлекательны не только природными особенностями, морскими курортами (на юго-востоке Калифорнии), но также и интересными городами. В этом их схожесть с востоком страны и отличие от центральных районов, о которых речь пойдет ниже.

**Центр США** (Центральная Зона) расположен в основном в зоне степей. Большая часть их была распахана. Зона включает в себя 2 макрорайона: Центральнo-Северный и Центральнo-Южный. Оба они относятся к «Среднему Западу» США. Центральнo-Северный район в большой мере играет не столько самодовлеющую роль, сколько выполняет миссию транзитного пути между другими туристскими районами США, а также Канадой. Вместе с тем это район чрезвычайно интересный для специалистов в области сельского хозяйства, особенно полеводства (производство зерновых). Впрочем, интересны и скотоводческие ранчо. «Популярными туристскими объектами в этом регионе являются пещеры Миннесота, гигантские изваяния четырех бывших президентов, высеченные в скалах гор Блэк-Хиллс (Южная Дакота), национальный парк Винд-Вейв (пещеры и экзотическая фауна) ярмарки в Канзасе». Рекреанты часто отдыхают в пригородных зонах. Центральнo-Южный район обладает более теплым климатом, чем предыдущий. На самом юге он просто субтропический. Именно там расположены курорты. Есть в районе и крупные города — центр нефтепереработки Хьюстон и печально известный убийством президента Кеннеди Даллас. В штате Арканзас на базе минеральных источников созданы бальнеологические источники.

**Юго-восточное побережье** (Юго-восток США) включает южную часть побережья Атлантики и побережье Мексиканского залива. В центре этой обширной, примыкающей к теплым морям зоне находится полуостров Флорида, превращенный в огромный международный курортный район, который ежегодно привлекает десятки миллионов туристов. Район Мексиканского залива — фактически продолжение предыдущего, но менее привлекателен, хотя на его территории можно ознакомиться с устьевыми частями великих рек Миссисипи, ее сильно заболоченной дельтой и Рио-Гранде (Рио-Браве-дель-Норте). В устье Миссисипи находится город Новый Орлеан, носящий, как и некоторые другие города прибрежной части залива, следы французской и испанской архитектуры, напоминающей о первых шагах европейской колонизации этого района.

**Аляска.** Это молодая, перспективная туристская зона США, куда туристов привлекает северная экзотика, жизнь аборигенов. В последние годы туризм на Аляску стал настолько популярен, что занимает одно из первых мест в структуре валового национального продукта штата (в некоторые годы — даже первое). Большую транспортную роль в перевозках туристов и организации туризма играет г. Анкоридж. Важны также города Норвик, Ном.

Зона Аляска — это одноименный штат, включающий материковую территорию и множество островов, среди которых Алеутские; узкую юго-восточную часть штата часто в шутку называют «пэнхэндл» («ручка сковороды»); при этом «сковородой» оказывается вся остальная материковая Аляска.

Аляска была открыта русскими исследователями в первой половине XVIII в. В 1784 г. основано первое русское поселение на о. Кодьяк. Постепенно образовалось то, что вошло в историю под названием Русской Америки. Однако в 1867 г. она была продана царским правительством правительству США. Началось освоение Аляски Соединенными Штатами, в ходе которого была и «золотая лихорадка», и добыча других полезных ископаемых, и дорожное строительство, и эксплуатация рыбных и пушных богатств этой обширной территории, и, наконец, развитие туризма, который можно бы назвать экзотическим, ибо экзотичны и природа, и значительная часть населения Аляски. С определенной долей условности здесь можно выявить три туристских макрорайона: Южный, Центральный и Северный районы.

Особую туристско-рекреационную зону США представляет их 50-й штат — Гавайские острова. Расположенные в тропиках, они являют посетителю широкий спектр тропической природы, причем в лесах разного типа здесь почти 90% растений эндемичны, т. е. встречаются только на Гавайях. Архипелагу придают черты острой экзотичности вулканы, в том числе действующие (Мауна-Лоа, Килауэа). Постоянное теплое море и пляжи —

дополнительный фактор природной аттрактивности. Все сказанное сделало Гавайские острова одним из важнейших привлекающих туристов районов мира. Организационным центром является столица Гонолулу (па о. Оаху), где, помимо туристов, можно встретить представителей основных групп населения архипелага (японцев, филиппинцев, гавайцев).

В островном мире Гавайских островов каждый остров достаточно изолирован, по все же в очень общем виде можно выявить в этой зоне два туристских макрорайона: Юго-Восточный и Северо-Западный.

**Канада**, с ее огромной территорией, обладает во многом нетронутой природой и огромными, еще не использованными рекреационными ресурсами. Однако, за исключением Приозерного района, эти ресурсы используются лишь в малой степени. Имеется большое число национальных парков (в частности, в Скалистых горах и на юге страны).

Поскольку Канада в основном потенциально-туристская территория (хотя и огромная), целесообразно считать ее пока единой туристско-рекреационной зоной. В соответствии с предложением П. Н. Зачииньева и Н.С. Фальковича, в ее составе можно выявить пять туристских макрорайонов: Приозерный, Приатлантический, Средне-Западный, Тихоокеанский, Северный.

**Латинская Америка** обладает огромным рекреационным потенциалом в силу большой природной аттрактивности ее территории. Природная привлекательность сочетается с аттрактивностью и историко-архитектурной. К тому же вся Латинская Америка отличается большой экзотикой, что объясняется и историей коренного населения — индейцев, и последующей колонизацией испанцами и португальцами (а также и другими европейцами), и перемещением из Африки в отдельные латиноамериканские страны большого числа жителей «черного континента». По степени развития международного туризма в Латинском регионе можно выделить две туристско-рекреационных зоны:

Карибская (Мексика, страны Центральной Америки, островные государства Карибского моря, Бермудские острова); страны Южной Америки.

**Карибская зона** в целом отличается следующими чертами:

- близостью к США — важному «поставщику» туристов, в том числе весьма обеспеченных;
- разнообразием природных условий в обстановке преимущественно тропического климата; эти условия включают в себя обилие морских пляжей, сочетание горных районов с плато и низменностями, широкую дифференциацию особенностей растительного покрова — от лесов до пустынь — в связи с различиями климата, обусловленными количеством и режимом осадков, высотой над уровнем моря;
- хорошо сохранившимися в ряде районов остатками древней цивилизации;

- широким распространением историко-культурного наследия эпохи европейской (в первую очередь — испанской) колонизации в сочетании с различными формами современной архитектуры;

- хорошо развитой во многих районах туристской инфраструктурой.

Внутри Карибской зоны можно выделить три туристских макрорайона: Мексика, Островной район (Вест-Индия), Центральная Америка.

**Южно-американская зона** очень обширна по площади и внутренне разнообразна. Вместе с тем есть некоторые общие черты, объединяющие зону. К ним относятся следующие:

Большая часть зоны расположена в приэкваториальных, тропических и субтропических широтах, что обуславливает высокие и очень высокие температуры в течение года, обеспечивает развитие обильной и разнообразной флоры и фауны.

Вся западная часть туристско-рекреационной зоны представляет собой высокогорную систему Анд, которые как бы «становым хребтом», «позвоночником» соединяют материк в одно целое.

Подобно Африке, в Южной Америке природные зоны повторяются (с некоторыми модификациями) севернее и южнее экватора. Но, в отличие от названного континента, в Южной Америке, на ее крайнем юге, достаточно хорошо выражены элементы зон умеренного и даже холодного пояса.

Всю Южную Америку связывает этно-историко-культурное единство. Весь материк объединен романско-католической цивилизацией нового и новейшего времени, которая наложилась на древнюю цивилизацию индейцев.

Отмеченные выше природные особенности Южной Америки обладают большой привлекательностью, но некоторые туристы не желают посещать этот регион из-за высоких температур, высокой влажности на равнинах, высокой разреженности воздуха в Андах и возможности заражения тропическими болезнями.

Возможности развития туризма ограничены также и удаленностью Южной Америки от основных стран, поставляющих большое число туристов на мировой туристский рынок.

Несмотря на названные выше основные общие черты зоны, внутри нее есть очень большие внутренние различия, особенно в части специфики природы и социально-экономического развития разных стран и районов. Поэтому, в самом общем приближении, в южноамериканской зоне можно выявить четыре туристских макрорайона: Север, Бразилия, Юг, Анды. Отметим, что наиболее давними рекреационными традициями обладают Бразилия (ее юго-восток) и особенно Юг (в первую очередь Аргентина). Остальные районы представляют собой территории пионерного туристского освоения последних десятилетий.

Взгляд на Всемирное культурное и природное наследие в качестве одного из важнейших ресурсов развития туризма (прежде всего, культурно-познавательного) позволяет создать альтернативную систему туристского районирования. Подход к туристскому районированию с позиции географии культуры — геокультурный подход — в качестве ключевых признаков районирования учитывает: религиозную принадлежность населения в настоящем и прошлом; этническую принадлежность населения, используемые языки; историческое прошлое, культурное наследие территории: насыщенность памятниками культуры и их принадлежность к определенным историко-культурным пластам [Манаков, 2010 ].

Согласно данному подходу выделяется десять макрорегионов и 46 мезорегионов.

В определении их состава и названий учтены традиции, сложившиеся в социально-экономической, физической и исторической географии, а также в страноведении и сфере международной политики. Некоторые туристские мезорегионы (особенно европейские) благодаря развитому туристскому сервису разделены на микрорегионы.

### ***I. Зарубежная Европа***

1. Северная Европа (4 микрорегиона). 2. Западная Европа (5 микрорегионов). 3. Центральная и Восточная Европа (3 микрорегиона). 4. Южная Европа (4 микрорегиона).

***II. Россия:*** 5. Северо-Запад. 6. Центр. 7. Поволжье. 8. Юг (Северный Кавказ). 9. Урал. 10. Сибирь. 11. Дальний Восток.

### ***III. Западная и Средняя Азия***

12. Западная Азия (3 микрорегиона: Левант, Малая Азия и Закавказье). 13. Арабский Восток (Машрик). 14. Средний Восток. 15. Средняя Азия.

### ***IV. Южная и Восточная Азия***

16. Южная Азия. 17. Центральная Азия. 18. Великая Китайская равнина. 19. Дальний Восток (Япония и Корея). 20. Материковый Индокитай. 21. Островной Индокитай (Ост-Индия).

### ***V. Австралия и Океания***

22. Австралия. 23. Новая Зеландия. 24. Океания.

### ***VI. Мусульманская Северная Африка***

25. Нильский мезорегион (Египет и Судан). 26. Арабский Запад (Магриб). 27. Сахель. 28. Северо-Восточная Африка.

### ***VII. Центральная и Южная Африка***

29. Восточная Африка. 30. Западная Африка. 31. Центральная Африка. 32. Южная Африка.

33. Юго-Восточная Африка.

### ***VIII. Северная Америка***

34. Канада и Гренландия. 35. Аляска. 36. Северо-Восток США. 37. Средний Запад США.

38. Юг США. 39. Горный и Тихоокеанский Запад США (включая Гавайи).

### ***IX. Мезоамерика***

40. Мексика. 41. Центральная Америка. 42. Карибская Америка (Вест-Индия).

### ***X. Южная Америка***

43. Север Южной Америки. 44. Андские страны. 45. Бразилия. 46. Умеренная Южная Америка.

Исследование международного туризма опирается на количественные, статистические данные, и в этом смысле, организация международной статистики туризма требует совсем иного подхода к делимитации туристского пространства. Предельной статистически учитываемой единицей в статистке международного туризма выступает страна. Статистика туристских потоков, туристских доходов и расходов ведется в целях оценки вклада международного туризма в экономику страны, выявления направлений и тенденций его развития, планирования, продвижения национальных продуктов на мировой рынок. Поэтому вполне логично, что Всемирной туристской организацией с учетом сложившихся пространственных тенденций выделяются следующие зоны развития туристского пространства или туристские макрорегионы.

***Европейский*** — страны Западной, Северной, Южной, Центральной и Восточной Европы, включая все бывшие республики СССР, а также государства Восточного Средиземноморья (Израиль, Кипр, Турция).

***Американский*** — страны Северной, Южной, Центральной Америки, островные государства и территории Карибского бассейна.

***Азиатско-Тихоокеанский*** — страны Восточной и Юго-Восточной Азии, Австралия и Океания.

***Африканский*** — страны Африки, кроме Египта и Ливии.

***Южно-Азиатский*** — все страны Южной Азии.

***Ближне-Восточный*** — страны Западной и Юго-Западной Азии, Египет и Ливия.

## **6.5. Туристско-рекреационные районы России**

В структуре туристско-рекреационного пространства России выделяют пять четко отличающихся друг от друга рекреационных зон, включающих 23 рекреационных района (табл. 6.5.1).

В основу туристско-рекреационного зонирования положены следующие признаки (рис. 6.5.1):

- географическое положение входящих в состав зоны районов;
- действие основных факторов развития туризма на данной территории (рекреационные потребности местного населения, условия их удовлетворения, рекреационные ресурсы);

- характеристика рекреационного потенциала — природных рекреационных ресурсов (ландшафтов, биоклимата, гидроминеральных ресурсов), экологического состояния природной среды, историко-культурного потенциала (памятников культурного наследия и объектов социальной инфраструктуры), степень развития туристской инфраструктуры и материальной базы туризма;
- функциональная структура туризма и доминирующие направления;
- проблемы и перспективы рекреационного освоения.

Таблица 6.5.1

## Зоны и рекреационные районы России

Зона	Район	Подрайон	Область
I. Европейский Север	1.1. Кольско-Карельский		Мурманская обл., Республика Карелия
	1.2. Русский Север		Архангельская, Вологодская обл., Республика Коми
II. Центр России	2.1. Ленинградский		Ленинградская обл.
	2.2. Западный	2.2.1. Приморский	Калининградская обл.
		2.2.2. Континентальный	Псковская, Новгородская обл.
	2.3. Верхневолжский		Тверская, Ярославская, Ивановская, Нижегородская, Костромская обл., Республика Чувашия, Республика Марий Эл
	2.4. Центральный		Московская, Смоленская, Брянская, Белгородская, Калужская, Тульская, Рязанская, Владимирская, Орловская обл.
	2.5. Среднее Поволжье		Самарская. Саратовская, Ульяновская обл., Республика Татарстан
	2.6. Уральский		Пермский край Свердловская, Кировская, Оренбургская, Челябинская обл., Республика Башкирия, Республика Удмуртия
III. Юг России	3.1. Южно-Российский		Курская, Белгородская, Липецкая, Воронежская, Тамбовская, Пензенская обл., Республика Мордовия, континентальные районы Ростовской обл., степная часть Краснодарского и Ставропольского краев

Окончание

<b>Зона</b>	<b>Район</b>	<b>Подрайон</b>	<b>Область</b>
	3.2. Нижнее Поволжье		Волгоградская, Астраханская обл.
	3.3. Азовский		Прибрежные районы Ростовской обл. и Краснодарского края
	3.4. Кавказско-Черноморский		Прибрежные районы Краснодарского края
	3.5. Северо-Кавказский		Предгорные и низкогорные части Краснодарского и Ставропольского краев, а также республик Северного Кавказа, Адыгеи, Кабардино-Балкарии, Чечни, Дагестана
	3.6. Каспийский		Прибрежная часть Дагестана
	3.7. Горно-Кавказский		Северные и высокогорные районы Краснодарского края, республик Карачаево-Черкессии, Кабардино-Балкарии, Северной Осетии — Алании, Ингушетии, Дагестана
IV Азиатский Север	4.1. Обско-Путоранский	4.1.1. Обский равнинный	Север Тюменской области
		4.1.2. Путоранский горный	Север Красноярского края
	4.2. Якутский		Республика Саха
	4.3. Чукотско-Колымский		Магаданская обл., Чукотский АО
	4.4. Камчатский		Камчатский край
V Юг Сибири	5.1. Обско-алтайский	5.1.1. Обский равнинный	Курганская, Омская, Новосибирская, Томская обл., юг Тюменской обл., Алтайский край
		5.2.2. Алтайский (горный)	Кемеровская обл., Республика Алтай
	5.2. Саянский		Юг Красноярского края, респ. Хакассия, Тыва
	5.3. Байкальский		Иркутская обл., Забайкальский край, Республика Бурятия
	5.4. Амурско-Дальневосточный	5.4.1. Континентальный	Амурская обл., Хабаровский, Приморский край
5.4.2. Морской		Сахалинская обл.	



Рис. 6.5.1. Рекреационное районирование России

**Европейский Север России** — характеризуется меньшими и неоднородно распределенными рекреационными потребностями, избыточными рекреационными ресурсами, которые, однако, не всегда доступны для освоения. Степень рекреационной освоенности варьирует от слаборазвитой до развитой. Эта территория политически стабильная перспективная для ближайшего освоения.

**Центр России** — территория, в настоящее время самая перспективная для рекреационного развития. Она отличается максимальными рекреационными потребностями населения и достаточными ресурсами для их удовлетворения, что позволяет развивать все основные виды рекреационной деятельности. Это рекреационно развитая и политически стабильная территория.

**Юг России** — самая противоречивая зона, в которую входят мало-перспективный, закрытый Южно-Российский район с большой рекреационной потребностью и малыми ресурсами и открытые районы Кавказа

с избыточными ресурсами, развитие которых затруднено политической нестабильностью.

**Азиатский Север** — закрытая, малоперспективная, практически неосвоенная зона.

**Юг Сибири** — активно осваиваемая территория, с большими перспективами развития рекреации и туризма.

Европейский Север России включает два полифункциональных рекреационных района: Кольско-Карельский — среднеразвитый, открытый, включающий Мурманскую область и Республику Карелия и Русский Север — слабо развитый, пока закрытый район, включающий Архангельскую, Вологодскую области, Республику Коми.

Оба района обладают богатыми гидроресурсами. Здесь протекают такие крупные реки, как Северная Двина, Онега, Мезень, Печора, Пинега, а также их многочисленные притоки. Имеется множество озер. Только в Архангельской области около 2,5 тыс. Самыми крупными озерами являются Ладожское, Онежское, Имандра, Белое, Кубенское, Лага, Кенозеро, Кожозеро. Побережье Белого моря характеризуется неровностью береговой линии. Белое море соединяется с Балтийским судходным Беломорско-Балтийским каналом. Наличие рек и озер способствует развитию водного туризма. По Ладожскому и Онежскому озерам, а также Белому морю проходят теплоходные маршруты.

Значительная часть территории района покрыта еловыми, сосновыми и пихтовыми лесами с примесью лиственницы и мелколиственных пород. В северной части района много болот. Разнообразие фауны благоприятствует развитию охоты и рыбалки.

Что же касается биоклиматических условий, то к неблагоприятным факторам можно отнести недостаток солнечной и ультрафиолетовой радиации. Период, благоприятный для летней рекреации, продолжается около 3 месяцев. Он характеризуется прохладными условиями на севере Архангельской области и в республике Коми, на остальной территории более комфортно, средняя температура июля составляет +18 °С. Купальный сезон довольно короткий — около полутора месяцев. Зима здесь достаточно длительная, снег лежит около 6 месяцев. Средняя температура января составляет -18 °С. Среднее количество осадков около 500 мм в год. Возможности лыжного туризма здесь существенно ограничиваются полярной зимней ночью на севере и непродолжительным световым днем на юге. Лыжный сезон практически длится с конца февраля до середины апреля.

Переходные сезоны для рекреации малоблагоприятны, так как осенью преобладает пасмурная, ветреная погода с осадками, а таяние снега весной сопровождается половодьем и распутицей.

В районах имеются запасы гидроминеральных ресурсов, что способствует развитию лечебного отдыха. Это различные типы минеральных вод:

хлоридные, натриевые, сульфатные, иодобромные, сульфидные, радоновые и железистые. Наиболее широко используются сульфатно-хлоридные и кальциево-натриевые воды. В меньшей мере употребляются хлоридные натриевые рассолы с высоким содержанием брома. На курортах Сольвычегодск и Серегово применяются сероводородные воды. В целом минеральные источники изучены недостаточно и используются не в полной мере.

Встречаются и месторождения лечебных грязей, которые представлены сапропелями, пресноводными и низко минерализованными (озера Онега, Габозеро и другие), лечебными торфами и иловыми минеральными грязями из заливов Белого моря, Балтийского моря, а также озера Кубенского и руслового месторождения реки Сестры.

Архитектурные памятники и исторические достопримечательности имеются в Вологде и Архангельске. В районе сохранилось много православных святынь, которые привлекают как паломников, так и экскурсантов. Широко известны: Спасо-Преображенский монастырь (XIV век) на острове Валаам в Ладожском озере, Преображенский монастырь (XV век) на Соловецких островах и Крестный монастырь (XVII век) на острове Кий в Белом море, Ферапонтов монастырь (XIV век) и Кирилло-Белозерский монастырь (XV век) на Вологодчине.

Русский Север славится своими народными промыслами и декоративно-прикладным искусством: резьбой по кости и дереву, плетением из бересты, художественной обработкой металла, вышивкой, ткачеством, кружевоплетением. Ведущими центрами народных ремесел являются Каргополь, Вологда, Великий Устюг, Архангельск.

Уровень рекреационной освоенности района слаборазвитый (большая часть Архангельской и Вологодской областей, республика Коми).

В Архангельской области имеется три курорта: «Сольвычегодск», «Солониha», «Беломорье».

В Вологодской области и республике Коми сеть рекреационных учреждений развита слабо. Основные турцентры: Мурманск, Вологда, Архангельск, располагают развитой инфраструктурой и хорошим транспортным сообщением (железнодорожные, авиационные, шоссейные пути сообщения, а Мурманск и Архангельск — важные морские порты страны).

Основные проблемы рекреационного освоения районов Европейского Севера: сложная экологическая обстановка на Кольском полуострове, юге Карелии; слаборазвитая дорожная сеть на большей части территории и трудная доступность ко многим объектам туризма; неблагоприятные биоклиматические условия. Перспективы освоения Европейского Севера связаны с дальнейшим инфраструктурным освоением территории и развитием арктического туризма.

**Центр России** представлен следующими районами: **Ленинградский район** — развитый, закрытый; (Московская, Смоленская, Брянская,

Белгородская, Калужская, Тульская, Владимирская, Рязанская, Орловская области); **Центральный район** — развитый, закрытый. (Московская, Смоленская, Брянская, Белгородская, Калужская, Тульская, Владимирская, Рязанская, Орловская); **Среднее Поволжье** — среднеразвитый, закрытый. (Самарская, Саратовская, Ульяновская, республика Татарстан); **Уральский район** — среднеразвитый, закрытый. (Пермская, Свердловская, Кировская, Челябинская области, республика Башкирия и Удмуртия); **Западный район** — среднеразвитый, открытый. (Калининградская и Псковская, Новгородская области); **Верхневолжский район** — среднеразвитый с переходом на открытый. (Тверская, Ярославская, Ивановская, Нижегородская, Костромская области, республика Чувашия, Марий Эл)

В этом высоко урбанизированном пространстве сосредоточены основные центры развития русской цивилизации. Эта территория отличается очень большим историко-культурным потенциалом. Основные памятники архитектуры располагаются в областных центрах Пскове, Новгороде, Смоленске, Твери, Ярославле, Костроме, Кирове, Нижнем Новгороде, Владимире, Рязани, Туле, Калуге, Перми, Екатеринбурге, Оренбурге, Санкт-Петербурге. Наибольшим культурным наследием характеризуются Москва, Московская область и Санкт-Петербург. Уникальные курорты: Старая Русса, Сергиевские Минеральные Воды, Янгантау.

Территория имеет хорошие транспортные связи; широкую сеть железных и автодорог, авиационное сообщение, судоходство по Волге, Каме, Оке, Волго-Балтийскому каналу, Неве и Финскому заливу.

Высокая плотность населения обусловила Большую потребность в рекреационных услугах. На этой территории развиты все основные виды рекреационной деятельности: санаторно-курортное лечение, оздоровительный отдых, спортивный туризм, детский отдых, дачная рекреация, организация кратковременного отдыха, спортивный и экологический туризм.

Особенно активно развился познавательный туризм. На экскурсионном обслуживании специализируются экскурсионные бюро не только больших, но и малых исторических городов (Осташков, Старая Руса, Торжок, Валдай, Углич и др.). Крупнейшие турцентры России — Москва, Санкт-Петербург.

Рекреационная сеть в пределах данной территории развита недостаточно равномерно. Максимальное развитие она имеет в Подмоскovie. Плотность рекреационных учреждений в Западном и Уральском районах значительно ниже.

Ландшафт **Центрального района** характеризуется чередованием холмисто-рядового и увалистого рельефов Смоленско-Московской и Средне-Русской возвышенностей с средневысотными равнинами Верхне-Волжской и Мещерской низменностей. Район расположен в лесной зоне. Широко распространены еловые, березовые и сосновые леса, а на юге дубово-липовые. Территория района обводнена средними и малыми реками (Ока, Клязьма,

Западная Двина, Москва, Руза, Истра, Нара и др.), а также озерами. Важную роль играют водохранилища (Можайское, Рузское, Озернинское, Истринское, Учинское), а также канал имени Москвы.

С точки зрения рекреации, подмосковные реки и озера благоприятны для водного туризма и пляжного отдыха (купальный сезон длится практически все лето).

Климатические условия района можно охарактеризовать как относительно комфортные, благоприятствующие для отдыха и оздоровления. Здесь достаточный инсоляционный и ультрафиолетовый режимы солнечной радиации, умеренно теплое лето (средняя температура июля + 18 °С), умеренно холодная зима (средняя температура января – 10 °С). Снежный покров держится в течение 130–140 дней. Его средняя высота достигает 50 см.

Центральный район располагает гидроминеральными ресурсами. Распространены сульфатные воды различного катионного состава питьевого назначения и хлоридные натриевые рассолы с высокой консистенцией брома, применяющиеся для лечебных ванн. Имеются запасы лечебного сапропеля (озеро Неро, Каспля, Долгое, Святое, Бисерово и другие), а также лечебных торфов (т/м Татищевское, Клюквинка, Пряниковский Мох и другие).

Особого внимания заслуживает культурно-исторический потенциал Москва, Подмосковье, а также областные центры располагают колоссальным культурным наследием. Это уникальные архитектурные памятники, многочисленные музеи и выставки, мемориалы, дворянские усадьбы, православные храмы и монастыри.

Район знаменит различными видами народных промыслов и декоративно-прикладного искусства: художественная обработка дерева и кости (Хотьково, Сергиев Посад), керамика и фарфор (Гжель, Скопин, Вербилки, Дулево), хрусталь и художественное стекло (Костино, Гусь Хрустальный), лаковая миниатюра (Федоскино, Мстера), художественная роспись тканей (Павловский Посад, Мытищи, Троицк) и т.д.

Наибольшее количество экскурсионных маршрутов проходит по территории Центрального района.

Рекреационные территории **Западного района** располагают как просторными песчаными пляжами, широколиственными и сосновыми лесами **Калининградской области**, так и плоско-волнистыми равнинами и возвышенностями (Валдайская возвышенность) **Псковско-Новгородской части** района. Главные реки Калининградской области — Неман с притоком Шяшуле и Преголя с притоком Лава объединены системой каналов. Среди более чем 100 озер наиболее крупным является Выштынецкое. Среди многочисленных рек Псковско-Новгородской части — Волхов, Мета, Шелонь, Ловать, Пола, Западная Двина. Насчитывается свыше 1500 озер. Наиболее крупные — Чудское, Ильмень, Валдайское, Пирос. Обилие рек и озер благоприятствует развитию водного туризма.

Климат района — переходный от морского к континентальному. Средняя температура января составляет  $-4^{\circ}\text{C}$ , июля  $+16^{\circ}\text{C}$ . Количество осадков около 700 мм в год. Здесь достаточный инсоляционный и ультрафиолетовый режимы солнечной радиации, безморозный период достигает 180–200 дней, а период купания — 80 дней. Снежный покров непродолжителен, держится до 80 дней. В целом природные ресурсы Западного района (Балтийское побережье и Валдай) способствуют развитию санаторно-курортного оздоровления и различных видов спортивного туризма.

В Западном районе обнаружены большие запасы гидроминеральных ресурсов. Это сульфатные и хлоридные натриевые грязи. Именно они послужили созданию здесь в начале XIX века курортов «Рауншен» (в настоящее время Светлогорск) и «Старая Русса».

Что же касается культурно-исторического потенциала Западного района, то он весьма значителен, но распределен неравномерно. Основная часть объектов, являющихся культурными ценностями, расположена в областных центрах. Достопримечательности древних городов Пскова и Новгорода внесены в список ЮНЕСКО. Старая Русса, Валдай, Изборск, Печоры также знамениты своими архитектурными памятниками. В районе имеется множество мест, связанных с жизнью выдающихся деятелей истории и культуры. Основанный в XIII веке Калининград (бывший г. Кенигсберг), также имеет ценные историко-культурные объекты.

Основными туристскими центрами Западного района являются Калининград, Новгород, Псков. К локальным туристским центрам следует отнести Светлогорск, Старую Руссу, Валдай, Пушкинские горы. В целом богатый рекреационный потенциал района освоен слабо. Имеются большие перспективы для его дальнейшего развития.

Ландшафты **Верхневолжского района** представлены Верхневолжской низменностью и средневысотной Галичско-Чухломской равниной, на западе — Валдайской возвышенностью (300 м над уровнем моря), а на востоке Вятскими Увалами и Верхнекамской возвышенностью с распространением сосновых и елово-пихтовых лесов, березовых и осиновых роц. Территория района хорошо обводнена. Практически все реки пригодны для водного туризма и активного отдыха. По Волге, Оке и Вятке проходят теплоходные маршруты. В западной части района много озер, самым крупным из которых является Селигер. Ивановское, Конаковское, Рыбинское, Горьковское водохранилища способствуют развитию в районе рекреации и туризма.

Климат в Верхневолжском районе можно охарактеризовать как переходный от умеренно-континентального на западе к континентальному на востоке. Комфортный летний период длится с мая по октябрь. В целом биоклиматические условия района способствуют как оздоровительному, так и спортивному туризму в летнее и зимнее время.

Из гидроминеральных ресурсов распространены питьевые сульфатные воды и хлоридные натриевые рассолы. Встречаются и лечебные грязи: пресноводные и минерализованные торфы и сапропели (сульфидные сапропели из Галичского озера, пресноводные сапропели из озера Неро). На востоке района имеются месторождения иловых минеральных грязей (Кижерские озера в Мари Эл и Нижние Ивкинские озера в Кировской области). Минеральные воды и лечебные грязи находят широкое использование на курортах и в санаториях района.

Объектами экскурсионно-познавательного туризма являются как областные центры: Тверь, Ярославль, Кострома, Нижний Новгород, Киров, так и малые исторические города: Торопец, Торжок, Осташков, Старица, Кашин, Углич, Тутаев, Рыбинск и др. Города располагают краеведческими, художественными, этнографическими музеями. Здесь же расположено много православных святынь и религиозных памятников: монастыри Нилова Пустынь в Осташкове, Успенский в Старице, Борисо-Глебский в Торжке, Оршин в Твери, Ипатьевский в Костроме и другие.

Большой интерес представляют также и дворянские усадьбы-музеи в Тверской, Ярославской, Костромской и Нижегородской областях.

Верхневолжский район славится своими народными промыслами, которые развиты в Кировской области (обработка каппы, плетение из корней хвойных деревьев, ивовой лозы и соломки, кружевоплетение, глиняная дымковская игрушка) и в Нижегородской области (художественная обработка дерева: хохломская роспись, городецкие изделия и т.д.).

Важной чертой здесь является распространение предприятий лечебно-оздоровительного отдыха и их близкое месторасположение от областных центров. В целом Верхневолжский район перспективен как для развития познавательного и спортивного туризма, так и для оздоровительного отдыха.

**Уральский район** занимает горы Урала южнее 60 °С. ш., Предуралье и Зауралье. Предгорья на севере покрыты таежной растительностью, в средней части елово-пихтовые, кедровые и лиственничные леса на склонах переходят в широколиственные и осиновые, в южной части лесостепи и степь. Горы покрыты елово-пихтовым лесом, вершины Северного и Южного Урала скалистые и безлесные. Территория района обводнена большим числом рек. Наиболее крупными из которых являются: Кама, Белая, Урал, Тура, Исеть, а также их притоки: Чусовая, Юрюзань, Инзер Ай, Миас. В предгорьях имеется много озер: Увильды, Аргази, Иртяш, Шарташ, Калкак. Среди водных объектов важная роль принадлежит Камскому водохранилищу.

Купальный сезон на севере Уральского района довольно короткий всего около одного месяца, тогда как на юге он достигает трех.

В районе много уникальных природных достопримечательностей, особого внимания заслуживают карстовые пещеры, которых здесь свыше

500. Крупнейшей из них является Сумчан-Кутук, протяженность которой достигает 8 км. Всемирную известность имеет также Ильменский минералогический заповедник.

Климат района континентальный. На севере уровень ультрафиолетовой радиации зимой недостаточен, на остальной территории оптимален. Средняя температура июля + 18 °С. Зима умеренно холодная. Средняя температура января – 15 °С. На севере снежный покров держится 150–190 дней, а на юге около 110 дней. В целом биоклиматические условия Уральского района способствуют развитию спортивного и оздоровительного туризма. Гидроминеральные ресурсы Уральского района довольно разнообразны. Наряду с сульфатными питьевыми водами и хлоридными натриевыми бромными рассолами здесь распространены углекислые железистые, сероводородные, бромные, иодобромные и радоновые воды.

Ресурсы лечебных грязей в районе представлены торфяными и сапропелевыми грязями. Имеются небольшие озерно-ключевые месторождения иловых сульфидных грязей.

Культурно-исторический потенциал района весьма разнообразен, что способствует развитию познавательного туризма. Здесь имеются уникальные археологические памятники, в числе которых Капова пещера с древними наскальными рисунками, образцы культовых православных и мусульманских сооружений, краеведческие музеи.

Практически во всех старинных уральских городах встречается множество архитектурных достопримечательностей, различных по стилю, эпохам и назначению.

Урал знаменит своими ремеслами и промыслами: в Касли чугунное литье, в Нижнем Тагиле лаковые подносы, в Таволге керамические изделия, в Кунгуре резьба по камню и т.д.

Основными туристскими центрами района являются Екатеринбург, Челябинск, Пермь, Уфа, Нижний Тагил, Невьянск.

В целом Уральский район является перспективным для развития различных видов туризма.

**Проблемы рекреационного развития Центра России** во многом определяются конкурентным характером природопользования в материальной сфере и в сфере рекреации. Поэтому население района испытывает проблемы с организацией кратковременного пригородного отдыха, а дачная рекреация часто поглощает лечебно-оздоровительные местности.

Перспективы рекреационного развития районов Центра России связаны с активизацией рекреационного освоения Волго-Вятского района, Предуралья и Урала, созданием сети рекреационных парков, образованием локальных туристских центров в исторических малых городах; обустройством инфраструктуры; повышением качества услуг и attractiveness действующих учреждений отдыха

Районы **Юга России** — это: **Кавказско-Черноморский район** — развитый, с лечебно-оздоровительной функцией; **Северо-Кавказский район** — среднеразвитый, с лечебной функцией. Функции: предгорные и низкогорные. (Краснодарского края, Адыгея, Кабардино-Балкария, Чечня, Дагестан); **Горно-Кавказский район** — среднеразвитый, со спортивной функцией. (Северные и высокогорные районы Краснодарского Края, Кабардино-Балгария, Северная Осетия, Ингушетия, Дагестан, Черкесия); **Азовский район** — слаборазвитый, с лечебно-оздоровительной функцией. (Ростовский и Краснодарский край); **Каспийский район** — слаборазвитый, с познавательной функцией (Дагестан); **Нижнее Поволжье** — слаборазвитый, полифункциональный (Волгоградская, Астраханская); **Южно-Российский район** — слаборазвитый с познавательной функцией (Курская, Белгородская, Липецкая, Воронежская, Тамбовская области, Мордовия, Ростовская, юг Краснодарского, Ставропольского края).

**Кавказско-Черноморский район** расположен на черноморском побережье Краснодарского края. В ландшафтном отношении здесь можно выделить низменную степную Анапскую часть, побережье на севере района и гористое побережье с субтропической растительностью на остальной части территории. На Анапском побережье находятся обширные песчаные пляжи. На остальной территории в основном тянутся галечные пляжи, их площадь ограничивается горами, вплотную подступающими к морю. Высота расположенных у побережья гор Западного Кавказа увеличивается с севера на юг от 600 до 1100 м.

Горы покрыты лесами, состоящими из широколиственных (дуб, бук, граб, каштан) и хвойных пород. В предгорьях культивируются виноградники. Южнее Геленджика на побережье преобладает субтропическая растительность. На склонах Большого Кавказа расположен Сочинский природный национальный парк. Реки района (Макопсе, Шахе, Хоста, Сочи, Мацеста и другие) короткие и маловодные, летом пересыхают.

Море здесь выполняет функцию главного природного оздоровительного ресурса. Купальный сезон продолжается около 4 месяцев: с середины мая до середины конца октября. Температура воды колеблется от +18 °С до +24 °С, а в особо жаркие дни вода может прогреться до +30 °С.

Климатические условия района изменяются от умеренно-влажного приморско-степного на севере (около Анапы), приморско-горного (около Геленджика) до влажного субтропического (около Сочи). Район характеризуется значительной продолжительностью солнечного сияния. Биологическая активность солнца высокая, в летний период с повышенным содержанием ультрафиолетовой радиации. Безморозный период весьма длителен. Лето очень теплое, средняя температура июля составляет +25 °С. Дискомфорт летнего сезона вызван высокой влажностью (выше 70% в дневное время) и частой повторяемостью душных погод. Зима

в Кавказско-Черноморском районе также очень теплая. Температура января колеблется от  $-4^{\circ}\text{C}$  на равнине до  $+5^{\circ}\text{C}$  на побережье. Осадки в это время, как правило, выпадают в виде дождей.

Район располагает запасами гидроминеральных ресурсов, которые представлены различными типами минеральных вод и лечебных грязей. Наиболее часто встречаются сульфидные воды мацестинского типа. В курортных зонах Кудепсты используются иодобромные воды, Чвижепса — мышьяковистые и углекислые железистые воды, Анапы — азотные метановые, в которых содержатся иод и бор.

Значительные месторождения лечебных грязей имеются в северной части района. Это, прежде всего иловые сульфидные грязи Витязевского лимана и озер Соленого, Чумбурка, Голубницкого. Здравницы Сочинского курорта снабжаются целебными глинистыми железистыми илами из Имеретинской бухты.

Культурно-исторический потенциал района в целом незначителен — представлен находками археологов вблизи городов Анапа и Туапсе, руинами старинных крепостей, разнообразными образцами архитектуры курортных зданий. В городах имеются краеведческие музеи, концертные залы, театры и кинотеатры. Кавказско-Черноморский район имеет довольно развитую рекреационную сеть. Вдоль морского побережья расположены курортные города и поселки.

**Северо-Кавказский район** расположен в предгорьях и низкогорной части Северного Кавказа. По условиям рельефа и хозяйственному освоению ландшафты здесь можно разделить на предгорную, равнинную, степную, в основном распаханную часть, низкогорную и частично среднегорную часть Большого Кавказа, расчлененную глубокими долинами и ущельями. Горы покрыты широколиственным лесом. Из деревьев наиболее распространены дуб, бук, каштан, алыча, а также дикие яблоня и груша. Горные ландшафты характеризуются высокой живописностью.

Район обводнен реками, которые стекают со склонов Большого Кавказа: Псекупс, Белая, Лаба, Уруп, Кубань, Баксан, Кура, Чегем, Терек и другие. Реки бурные, порожистые, неглубокие, с холодной водой. Большая часть рек для купания не пригодна. В Краснодаре и Минеральных водах имеются водохранилища, которые могут использоваться для купания. Купальный сезон длится около 4 месяцев.

Биоклимат в Северо-Кавказском районе горный и горно-степной. Благоприятный период летней рекреации продолжается с конца апреля по октябрь. Температурный режим колеблется от очень теплого (температура июля  $+24^{\circ}\text{C}$  в Нальчике) до умеренно теплого в горах (от  $+17^{\circ}\text{C}$  до  $+19^{\circ}\text{C}$  в Кисловодске). Влажность воздуха в дневное время около 50%. Дожди выпадают преимущественно в виде ливней. Зима довольно мягкая. Средняя температура января составляет  $+4^{\circ}\text{C}$ . Зимой в горах осадки

выпадают в виде снега, который держится около 3 месяцев. Из-за частых оттепелей в долинах снежный покров неустойчив.

Богатейшие гидроминеральные запасы и благоприятные ландшафтно-климатические условия обусловили специализацию района на лечебном отдыхе в общероссийском масштабе.

Наибольшая концентрация разработанных источников минеральных вод (свыше 130) отмечается на территории курорта «Кавказские Минеральные Воды». Курорт характеризуется наибольшей концентрацией здравниц (125 санаториев, профилакториев и пансионатов с лечением). К этому территориальному рекреационному комплексу относятся такие города-курорты, как Пятигорск, Кисловодск, Ессентуки, Железноводск. Туристским центром «Кавказских Минеральных Вод» является Пятигорск. На курортах Кавказских Минеральных Вод осуществляется розлив знаменитых минеральных вод «Нарзан», «Ессентуки», «Славяновская» и другие.

Культурно-исторический потенциал района представляет широкие возможности для развития познавательного туризма. Здесь сохранились старинные оборонительные сооружения народов Северного Кавказа, имеется много памятных мест, связанных с пребыванием выдающихся деятелей культуры: Глинки, Грибоедова, Пушкина, Лермонтова, Толстого, Шаляпина. Определенный интерес представляют архитектурные ансамбли курортных сооружений, возведение которых начало осуществляться в первой четверти XIX века. В краевых центрах и столицах Кавказских республик имеются культовые и гражданские памятники архитектуры, театры, музеи. Уникальные природные достопримечательности также являются объектами познавательного туризма. Здесь следует назвать: Голубые озера, Карстовую пещеру «Провал», Красные, Серые и Синие камни, Медовые водопады и т.д.

К сожалению, важным препятствием на пути развития туристской индустрии является политическая нестабильность на Кавказе.

**К Горно-Кавказскому району** относится горная система Большого Кавказа в границах России. Район занимает среднегорную и высокогорную части Большого Кавказа. Высота гор колеблется от 2000 до 5500 м над уровнем моря. На территории России имеется ряд вершин выше 5000 м (Дыхтау, Шхара, Коштантантау, Джангитау, Казбек), а также высочайшая вершина Эльбрус (5642 м). Горы альпийского типа, с острыми вершинами, покрыты снегом. Некоторые горы разрезаны руслами рек, которые часто имеют каньонобразную форму. Реки — Терек (с притоками Сулак, Андийское и Аварское Койсу), Самур, Кубань (с притоками Лаба, Уруп, Белая) неглубокие, но очень бурные, порожистые, с холодной водой.

Озера Большого Кавказа, отличаются прозрачной, зелено-голубой водой, многочисленны они в районе Теберды, Архыза, Кавказского заповедника, Чхалтинского и Кодорского хребтов.

В горах наблюдается вертикальная поясность со сменой растительного покрова: остепненные участки в долинах сменяются по склонам широколиственными и хвойными лесами, альпийскими лугами. Горы привлекают тех, кто увлекается горным туризмом и альпинизмом.

Благодаря своему месторасположению район в достаточном количестве получает световую солнечную и ультрафиолетовую радиацию. С изменением высоты связано и изменение температурного режима, если летние температуры в долинах в среднем составляют  $+21^{\circ}\text{C}$ , то с подъемом в горы на 1000 м наблюдается их снижение примерно на  $6^{\circ}\text{C}$ . С высотой возрастают облачность и число осадков. Средняя зимняя температура обычно бывает от  $+6^{\circ}\text{C}$  на юге до  $-5^{\circ}\text{C}$  на севере, на высоте 2000 м  $-8^{\circ}\text{C}$ . Зима характеризуется большим числом солнечных, безветренных дней, что создает благоприятные условия для занятий горно-лыжным спортом. Однако серьезную опасность представляют снежные лавины. Межгорным долинам присущи довольно комфортные условия для развития оздоровительной рекреации: продолжительное умеренно теплое лето и мягкая зима.

Гидроминеральные ресурсы района изучены в неполной мере. Созданы и действуют известные курорты Кармадон и Тамиси.

**Азовский район** располагает благоприятными климатическими условиями, теплым морем, гидроминеральными ресурсами, что способствует его оздоровительной специализации.

Побережья Таганрогского и Темрюкского заливов находятся в зоне степей, располагают многочисленными песчаными пляжами. Купальный сезон продолжается свыше 4 месяцев.

Биоклимат района приморско-степной, характеризуется достаточным инсоляционным и ультрафиолетовым режимами солнечной радиации. Лето довольно теплое. Средняя температура июля составляет  $+24^{\circ}\text{C}$ . Зима здесь мягкая, с изменчивой погодой, сопровождается сменой оттепелей и резких похолоданий. Средняя температура января около  $-4^{\circ}\text{C}$ .

Имеются в районе и гидроминеральные ресурсы. Следует отметить богатые месторождения иловых лиманных и озерных грязей с целебными свойствами, а также источники сероводородных и иодобромных минеральных вод.

Культурно-исторический потенциал района весьма незначителен и главным образом сосредоточен в Ростове-на-Дону и Таганроге.

В целом рекреационная сеть Азовского района развита слабо. Здесь расположен один бальнеогрязевой курорт республиканского значения Ейск, несколько домов отдыха и турбаз.

Туристским центром Азовского района является Ротов-на-Дону. Перспектива рекреационного развития района связана с дальнейшим освоением побережья Темрюкского и Таганрогского заливов.

К **Каспийскому району** относится Дагестанское побережье Каспийского моря от Сулака до южных границ республики.

Район расположен на узкой полосе вдоль побережья на отметках до 100 м над уровнем моря, которая ограничивается предгорьями Табасаранских гор Большого Кавказа. Главным рекреационным ресурсом являются теплое море и песчаные пляжи, которые тянутся на десятки километров. Море здесь неглубокое, хорошо прогревается, поэтому купальный сезон длится свыше 4 месяцев.

Реки, горных склонов Большого Кавказа — Сулак, Уллучай, Рубас и другие, летом высыхают. Растительность в горах, которые окружают район, довольно бедная.

Биоклимат характеризуется благоприятным инсоляционным режимом с избыточным уровнем ультрафиолетовой радиации. Лето теплое, часто жаркое, сухое. Средняя температура июля обычно  $+24^{\circ}\text{C}$ . Зима довольно теплая, с частыми оттепелями. Средняя температура января составляет  $-3^{\circ}\text{C}$ .

В Каспийском районе выявлены запасы гидроминеральных ресурсов. На побережье и в предгорьях имеются сероводородные, углекислые воды типа «Боржоми». В озерах Большое и Малое Турали обнаружены месторождения сульфидных приморских грязей с лечебными свойствами.

Район располагает разнообразным культурно-историческим потенциалом. Большой интерес представляет древнейший город Каспия Дербент, где сохранились памятники архитектуры VIII–XIX веков как религиозного, так и светского характера, кроме того имеются историко-архитектурный музей-заповедник, дом Петра I.

В Дагестане широко распространены народные промыслы: ковроткачество, художественная обработка металла, изготовление изделий из керамики.

Рекреационная сеть в Каспийском районе развита слабо. На побережье имеется санаторий «Каспий», несколько ведомственных пансионатов и турбаз. В предгорной части расположены санатории «Талги» и «Каякент».

Туристским центром является столица Дагестана Махачкала. Характерной негативной особенностью района является малое количество источников пресной воды, а также засоленность грунтов. Кроме того, необходимо отметить высокую сейсмичность района и колебание уровня Каспийского моря.

К **Поволжскому и Южно-Российскому районам** относится территория Центрального Черноземья, Среднего и Нижнего Поволжья, Оренбургской и Ростовской областей. Это территория простирается в Восточно-Европейской равнине от зоны смешанных лесов на севере до полупустыни и пустыни на юге.

В рельефе имеются как возвышенности (Смоленско-Московская, Среднерусская, Приволжская, Калачская, Ергени), так и низменности (Мещерская низина, Прикаспийская низменность, Кумо-Маньчская впадина).

Волга является наиболее значительной водной артерией, на ней создано 3 больших водохранилища Куйбышевское, Саратовское и волгоградское. Другая крупная река Дон связана с Волгой Волгодонским каналом и Цимлянским водохранилищем. Волга и Дон судоходны и освоены теплоходными туристскими маршрутами. Территория районов обводнена многочисленными реками бассейнов Волги, Днепра и Дона. Наиболее крупными из них являются Сура, Оскол, Сейм, Медведица, Хопер. Озер здесь мало и многие из них засолены: Эльтон, Баскунчак, Горькосолоеное.

На севере территории распространены широколиственные и смешанные леса. Южнее начинается зона лесостепей и степей, которая на юге переходит в полупустыни и пустыни. Пустынные ландшафты Прикаспия для рекреации неблагоприятны. Исключением является Волго-Ахтубская пойма и дельта Волги. Важное значение для рекреации имеют берега среднего течения Волги, где расположен национальный природный парк Самарская Лука, а также долины Хопра и Сейма.

Инсоляционный и ультрафиолетовый режимы солнечной радиации вполне достаточные. Теплый сезон продолжается с конца апреля по сентябрь-октябрь. Средняя температура июля составляет  $+20^{\circ}\text{C}$  на севере и  $+25^{\circ}\text{C}$  на юге. В южных областях нередки жаркие, засушливые периоды. Зима умеренно холодная. Средняя температура января на западе составляет  $-10^{\circ}\text{C}$ , на востоке  $-14^{\circ}\text{C}$ .

На территории районов имеются гидроминеральные ресурсы. На севере освоены месторождения лечебных торфяных грязей, а на юге, в местах источников сероводородных вод, запасы озерно-ключевой иловой сульфидной грязи. Кроме того, грязевые месторождения распространены в районе озера Эльтон.

Местные гидроминеральные ресурсы способствовали рекреационному освоению территории. Еще в XIX веке в Самарской губернии был организован курорт «Сергиевские Минеральные Воды», а в районе Липецка — курорт с аналогичным названием — «Липецк».

На территории районов расположено большое число старинных русских городов: Орел, Курск, Липецк, Воронеж, Тамбов, Пенза, Ростов-на-Дону, Симбирск, Сызрань, Самара, Саратов, Волгоград, Астрахань, Оренбург. В силу этого культурно-исторический потенциал района довольно обширен. Он представлен архитектурными памятниками светского и религиозного характера, краеведческими музеями, мемориальными местами и т.д.

Из народных промыслов следует отметить Елец, известный кружевоплетением, вязанием, художественной вышивкой.

Уровень рекреационной сети в этих районах довольно слабый. Вокруг промышленных центров имеются базы отдыха и санатории-профилактории. Емкость этих учреждений, как правило, небольшая. Многие из них

ощущают недофинансирование и нуждаются в реконструкции. В целом действующая сеть лечебно-оздоровительных учреждений не отвечает потребностям населения.

Ведущей специализацией территории является познавательный туризм.

**Среди проблем рекреационного развития районов Юга России:** неразвитость транспортной сети в Горно-Кавказском районе; загрязнение моря в Черноморском и Азовском районах; наложение зон кратковременного отдыха местных жителей на курортные зоны в окрестностях Сочи, Анапы и на водохранилищах Кавказских Минеральных Вод; хрупкость береговой линии (разрушение пляжей в связи с абразией моря).

**Перспективы освоения** связываются с расширением рекреационных лечебно-оздоровительных территорий за счет освоении Азовского побережья и предгорной части Краснодарского края; проведением в 2014г. олимпийских игр в Сочи, строительством олимпийских объектов и эксплуатацией созданной инфраструктуры в последующий период.

Районы **Азиатского севера России (Обско-Путоранский** (Север Тюменской области, Красноярская область), **Якутский** (Саха), **Чукотско-Колымский** (Магаданская, Чукотская области), **Камчатский** (Корякский, Камчатский округи)- огромная по площади территория, но мало заселенная.

Природные условия — довольно суровые, что выражается в недостаточном уровне солнечной радиации, в низких температурах, а также в широком распространении вечной мерзлоты. Сюда входит плато Путорано, которое отделяет низменности Западной Сибири от Среднесибирского плоскогорья. Плато Путорана поднимается до высоты 1700 м над уровнем моря, имеет хорошо выраженный горный рельеф с пикообразными вершинами, пропастями, глубокими каньонами. Здесь протекают реки Аян, Курейка, Котуй, Холркит. К числу наиболее крупных озер относятся Кета, Лама, Большое Хантайское. Имеется свыше 20 ледников. Наиболее высокая часть района представляет собой горную арктическую пустыню.

Из видов туризма распространены горный, водный и лыжный. Наибольшей экзотичностью отличается Камчатка с вулканическими сопками, термальными источниками и знаменитой Долиной гейзеров. Азиатский Север представляет собой огромные возможности для развития этнического туризма, так как сохранил традиции и культуру малых коренных народов (ненцев, чукчей, коряков, эвенков).

На базе гидроминеральных ресурсов создано несколько курортов: «Тараскуль» в Тюменской области, «Сосновая роща» в Курганской. Минеральные Воды: горячие воды вулканического происхождения, азотно-щелочные, холодные углекислые воды, сероводородные. Грязи: сопочные, сапропелевые, иловые. Курортная сеть ограничена: Камчатка — Паратунка

и Начики, Магаданская область — курорт Талая, Якутия — Абалах. Уникальные — Талая и Начики.

Культурно-исторический потенциал района сосредоточен в старинных городах Тюмень, Тобольск, Томск, Кузнецк, где сохранились многочисленные архитектурные памятники, имеются краеведческие музеи. В районе встречаются археологические объекты: древние курганы, «каменные бабы».

Якутия характеризуется дискомфортными жесткоморозными условиями зимы. Температура января здесь колеблется от  $-28^{\circ}\text{C}$  до  $-50^{\circ}\text{C}$ . Лето теплое. Воздух прогревается от  $+18^{\circ}\text{C}$  до  $+20^{\circ}\text{C}$ , что позволяет на юге купаться в реках. Продолжительность купального сезона невелика, всего около 1 месяца. Количество осадков колеблется от 200 до 700 мм в год. Повсеместно господствует многолетняя мерзлота. В районе Оймякон находится «полюс холода» Северного полушария. Большая часть территории района покрыта тайгой, по долинам рек встречаются луга, на севере и в горах — тундра.

В Якутии имеются запасы гидроминеральных ресурсов, это источники минеральных вод и месторождения лечебных грязей.

Рекреационная сеть в Якутии неразвита. Она представлена несколькими санаториями-профилакториями и базами отдыха местного значения. Интерес туристов вызывают теплоходные маршруты по Лене: Осетрово Якутск и Якутск Тикси. Популярен маршрут выходного дня до «Ленских столбов». Основные районы спортивно-самодеятельного туризма хребет Черского, хребет Сунтар-Хаята, Алданское нагорье. Туристов-водников привлекают реки Алдан, Олекма, Чара, Тимптон, Учур.

В перспективе туристскими центрами в Якутии могут стать Якутск и Чулым. Здесь имеются необходимые элементы инфраструктуры и авиационное сообщение с различными городами страны. Кроме того, к этим юрдам подведена новая железнодорожная трасса АЯМ, связывающая их с БАМом.

В **Чукотско-Колымском** районе туризм представлен отдельными энтузиастами, имеющими хорошую подготовку. В апреле-мае здесь проводятся лыжные походы. В летний сезон — пешие, горные, водные. Основные районы самодеятельного туризма — отроги Черского хребта, Колымское нагорье, Коряжское нагорье, горы Чукотки. Туристов-водников привлекают реки Колыма, Аян-Юрях, Тапая, Буонда, Яма, Бохапча. С середины прошлого столетия в районе обнаружены источники лечебных минеральных вод, на которых недалеко от Магадана создан самый северный санаторий «Талая» (Атка).

Роль туристского центра в районе выполняют Магадан и Анадырь, имеющие развитую инфраструктуру и авиационное сообщение с другими городами России. Главные морские порты: Нагаево, Певек, Провидения, Анадырь, Беринговский.

Камчатский район характеризуют разнообразие и уникальность природных ресурсов: гейзеры, свыше 160 вулканов, из которых 28 действующие, термальные и минеральные источники, месторождения лечебных грязей, изобилие рыбы и пушных зверей.

Преобладают редкостойные березовые и хвойные леса, состоящие из даурской лиственницы, Саянской ели, пихты грациозной, по склонам гор расположены заросли кедрового и ольхового стланника. На севере расположена моховая тундра со знаменитой Долиной гейзеров.

Район малонаселен. Благодаря своей уникальности и первозданности Камчатка всегда привлекала путешественников и туристов. Серьезным препятствием на пути развития туризма является отдаленность и труднодоступность этого района, а также дискомфортные климатические условия. Климат в основном умеренно муссонный, в центре и на севере умеренно континентальный. Средняя температура февраля составляет  $-13^{\circ}\text{C}$ , августа  $+12^{\circ}\text{C}$ . Выпадает обильное количество осадков как зимой, так и летом около 1100 мм в год.

Историко-культурных достопримечательностей здесь немного, они связаны с освоением края.

Рекреационная сеть района развита слабо, она представлена несколькими санаториями и турбазами.

Туристским центром является Петропавловск-Камчатский. Он соединен с Владивостоком теплоходным маршрутом.

Следует сказать о перспективах развития туризма на Камчатке, что связано с организацией здесь природного парка, а также ориентацией на прием не только российских, но и зарубежных гостей, привлекаемых, прежде всего, экзотикой края.

**Проблемы рекреационного освоения:** низкая плотность населения и очень незначительные потребности в отдыхе местного населения; низкая плотность хозяйственной деятельности, обуславливающая трудности инфраструктурного освоения рекреационных ресурсов; экстремальные климатические условия зимнего периода, затрудняющие привлечение сюда широкого круга туристов, кроме любителей авантюрных путешествий;

**Перспективы развития туризма** определяются следующими факторами:

- появившийся в мире интерес к первозданным слабонарушенным территориям, привлекающий на эту территорию искателей приключений из разных стран мира;
- растущая популярность экологического туризма, в том числе к путешествиям по северным широтам;
- международная политика по сохранению цивилизаций малых коренных народностей;
- появление первых экзотических туров на Крайнем Севере, привлечших внимание к этой территории.

На территории **Южной Сибири** выделяют 4 рекреационных района.

1. **Обско-Алтайский район** подразделяется на 2 подрайона: равнинный, занимающий территории Омской, Новосибирской, Томской областей, юга Тюменской области и Алтайского края, среднеразвитый, со специализацией на лечебно-оздоровительном отдыхе и горный, охватывающий Кемеровскую область и Республику Алтай, — среднеразвитый, со специализацией на спортивном и лечебном туризме.

2. **Саянский район**, занимающий юг Красноярского края, республики Хакасию и Тыву, — слабообразованный, со специализацией на спортивном и лечебном туризме.

3. **Прибайкальский район**, охватывающий территории Иркутской, Читинской областей и Республики Бурятия, — среднеразвитый, полифункциональный (экологический, лечебный, спортивный туризм);

4. **Амурско-Дальневосточный район**, подразделенный на континентальный (Амурская область, Хабаровский и Приморский края) и островной (Сахалинская область и Курилы), — слабообразованный, со специализацией на лечебном отдыхе.

Южная часть Сибири характеризуется наибольшей освоенностью территории и более благоприятна в отношении рекреационных ресурсов.

На юге Сибири расположены горные системы Алтая, Саян, Предбайкалья, Забайкалья, Сихотэ-Алиня. Отсюда начинаются многие реки Сибири. Здесь имеется большое число соленых и пресных озер, в том числе самое глубокое в мире пресноводное Байкал.

Южная Сибирь расположена в таежной, лесостепной и степной зонах. Флора и фауна отличаются богатством и разнообразием. Из гидроминеральных ресурсов имеются минеральные воды и лечебные грязи.

Биоклиматические условия характеризуются достаточным количеством солнечной и ультрафиолетовой радиации. Климат резко континентальный. Лето теплое, сухое. Средняя температура июля составляет +19 °С. Зима холодная. Средняя температура января составляет –20 °С. Снежный покров устойчивый, держится до 6 месяцев.

Историко-культурное наследие Юга Сибирского региона в значительной мере уступает Европейской части России, что объясняется более поздним освоением территории.

Инфраструктура региона развита в недостаточной мере. Главной транспортной магистралью является Транссибирская железная дорога с отдельными отходящими ветками, а также отдельные участки БАМа. Имеются и автомагистрали. Практически все крупные города связаны авиалиниями. По рекам Обь, Иртыш, Енисей, Ангара, Лена, Амур проходят водные маршруты.

Территория обеспечена минеральными водами и лечебными грязями. Климатические условия Южной Сибири более легкие, особенно зимнего

периода. Все это создает предпосылки для развития лечебного и оздоровительного отдыха и спортивного туризма. На этой территории можно заниматься водным, пешеходным, горным (особенно скалолазанием) туризмом, альпинизмом и горнолыжным спортом. Географическое распределение учреждений отдыха носит точечный характер. В настоящее время здесь сложилась только одна курортная зона: вдоль Тихоокеанского побережья к северу от Владивостока — Садгород. Общероссийскую известность имеет курорт Белокуриха на Алтае. Турцентры: Новосибирск, Барнаул, Красноярск, Иркутск, Хабаровск, Владивосток.

Рельеф Прибайкальского района преимущественно низко- и среднегорный. Здесь расположено несколько горных хребтов: Приморский, Байкальский, Хамар-Дабан, Баргузинский, а также Витимское плоскогорье и Становое нагорье. Максимальную высоту имеет Баргузинский хребет (2840 м). Растительность района таежная, кроме южной части (верховья Ангара и долины р. Селенги), находящейся в зоне степей.

Главным водным объектом района является озеро Байкал. В рекреационном отношении Байкал используется для теплоходных путешествий и отдыха на его берегах, где организованы эколого-экскурсионные маршруты. Низкая температура воды не позволяет использовать озеро для купания.

Акватории Братского и Иркутского водохранилищ для купаний пригодны, но только в течение короткого промежутка времени около 30 дней. Реки, которые спускаются с Байкальских хребтов, быстры в верховьях, порожисты, с извилистыми руслами, холодной водой, в нижнем и среднем течении полноводны. Туристы имеют возможность осуществлять сплавы на плотах и путешествовать на моторных лодках. Наличие большого числа рек позволяет прокладывать маршруты, различные по степени сложности. Реки Лена и Ангара судоходны.

Природные ресурсы района способствуют развитию оздоровительного и спортивного отдыха (охота, рыбалка, водный, горный, пешеходный туризм).

Район располагает обширными и разнообразными запасами гидроминеральных ресурсов.

Культурно-исторический потенциал Прибайкальского района представлен главным образом в старинных сибирских городах: Иркутск, Чита, Усть-Кут, Усолье-Сибирское, Улан-Удэ. Имеются архитектурные памятники и достопримечательности XVIII–XIX веков, краеведческие музеи.

В целом рекреационная сеть Прибайкалья развита в недостаточной мере. К предприятиям лечебного отдыха относятся 5 курортов и несколько санаториев-профилакториев. На побережьях Иркутского и Братского водохранилищ имеются ведомственные базы отдыха и пансионаты. В окрестностях крупных городов развита дачная рекреация.

Сахалинский район характеризуется экзотичностью ландшафтов.

На севере — редкостойная лиственничная тайга, в центральной части леса из аланской ели и сахалинской пихты, на юго-западе широколиственные леса с лианами, на западе — с подлеском из курильского бамбука. В горах встречаются заросли каменной березы и кедрового стланика.

Главные реки — Тымь и Поронай. Много мелких озер и болот.

На острове Итуруп, близ мыса Илья Муромец, находится одноименный водопад. Его высота достигает 141 м. На побережье имеются птичьи базары, а также лежбища морских котиков и сивучей.

Климат Сахалина умеренный, муссонный, с чертами морского климата. Летний период длится с середины мая до конца октября на юге, а на севере с июня по сентябрь. Лето теплое. Средняя температура составляет +20 °С. Однако купальный сезон на море ограничен, его продолжительность всего около 1 месяца. Только в августе холодное Охотское море прогревается до +17 °С. Зима на Сахалине продолжительная. Снег лежит с ноября по апрель-май. Высота снежного покрова местами достигает 1,5–2,5 м. Средняя температура января составляет –15 °С. Количество осадков колеблется от 600 до 1200 мм в год. На Курилах климат преимущественно морской.

Курилы и Сахалин подвержены неблагоприятным природным явлениям, это — тайфуны, цунами, лавины, сели, густые туманы, наводнения. Эти негативные факторы снижают ценность биоклиматических условий района.

Запасы гидроминеральных ресурсов исследованы на Сахалине. Здесь имеются углекислые хлоридно-гидрокарбонатные и натриевые воды с высокой минерализацией, а также со дна залива Изменчивый добываются высококачественные морские иловые сульфидные грязи. На их базе действуют местные здравницы.

Рекреационная сеть сконцентрирована на юге Сахалина и представлена несколькими санаториями и турбазой.

**Проблемы рекреационного освоения** связаны с большими расстояниями и труднодоступностью большинства ценных рекреационных местностей, напряженностью экологической обстановки на отдельных территориях, широким распространением энцефалитного клеща.

**Перспективы освоения Юга Сибири** определяются дальнейшим развитием Горно-Алтайского района с ориентацией на общероссийского потребителя, превращением Прибайкалья в основную туристскую зону, активизацией спортивного туризма в Саянах, Прибайкалье и на Сихотэ-Алине.

## Контрольные вопросы и задания

1. Раскройте, используя примеры, понятие туристско-рекреационного района.
2. В чем содержание исторической периодизации подходов к туристско-рекреационному районированию?

3. Перечислите общие факторы районообразования и специфические для туристско-рекреационного районообразования.
4. Задание: руководствуясь знанием о типах освоения пространства, опишите процесс туристско-рекреационного районообразования.
5. Задание: выделите общее и частное в перспективах освоения туристско-рекреационного пространства страны.
6. Задание: сравните условия и факторы развития природно-ориентированного туризма в зонах Европейского и Азиатского Севера.
7. Задание: определите, какие районы Российской Федерации являются перспективными для познавательного туризма. Обоснуйте свой ответ.
8. Задание: перечислите, какие функции в социально-экономическом развитии регионов Российской Федерации может выполнять туризм? Приведите примеры.
9. Задание: приведите примеры субъектов Российской Федерации, где туризм является отраслью специализации хозяйственного комплекса территории.
10. Задание: проанализируйте основные проблемы и определите перспективы туристско-рекреационного освоения районов каждой из пяти выделенных туристско-рекреационных зон.

## РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В СТРАНАХ И РЕГИОНАХ МИРА

Изучение особенностей пространственной организации туризма в мире имеет большое значение для понимания современного состояния туристской индустрии и перспектив ее развития в будущем. В данной главе на основе статистики Всемирной туристской организации (UNWTO) дается характеристика особенностей развития международного туризма в странах и регионах мира, анализ структуры туристских прибытий по субрегионам, а также крупнейших туристских потоков между странами. Более подробно рассмотрены страны — лидеры по основным показателям развития туризма, выделены их специфические черты. Представлен географический анализ развития туризма в странах Европы, характеристика регионов и центров развития туризма Америки, выделены особенности развития международного туризма в странах Азии и Африки, а также в регионе Австралии и Океании.

### 7.1. Характеристика туристских макрорегионов мира

В настоящее время мировая индустрия туризма является одной из наиболее динамично развивающихся и наиболее широко распространенных отраслей экономической деятельности. Если в начале периода массового развития туризма, в 1950 г., число туристов во всем мире составляло 25 млн, а оборот туристской индустрии — 2,1 млрд долл. США, то, согласно данным UNWTO, в 2016 г. число международных туристских прибытий в мире достигло уже 1235 млн чел., а годовой оборот в сфере туризма превысил 1,2 трлн долл. (в сопоставимых ценах). Стоит также отметить, что от 5 до 6 млрд чел. участвуют в туристских поездках внутри своих стран.

На туризм приходится около 10% мирового ВВП (свыше 7,6 трлн долл.), 7% мирового экспорта, в том числе до 30% мирового экспорта услуг. Более 290 млн рабочих мест связано с туризмом и путешествиями (причем более 108 млн чел. непосредственно работают в отрасли). Это значит, что каждый десятый в мире занят в индустрии путешествий. В мире имеется более 12,7 млн номеров в отелях (в том числе в США — 4,9 млн, в Европе — 3,9 млн). Свыше 760 млрд долл. инвестиций (около 5% мирового объема инвестиций) направлено в развитие туризма [WTTC, 2017].

В современных условиях роль индустрии туризма велика не только в экономиках развитых, но и развивающихся стран. Туризм играет важную роль в устойчивом развитии экономики, борьбе с бедностью, а также способствует развитию более тесных контактов между представителями разных стран и регионов мира. В небольших островных государствах, например Карибского бассейна, туризм играет жизненно важную роль, обеспечивая работой большую часть населения и принося до  $\frac{3}{4}$  ВВП страны. В развитых странах Европы туризм обеспечивает до 10–15 % ВВП этих стран. В Африке значение туризма велико пока только в ЮАР и некоторых странах Северной Африки, но многие страны заинтересованы в его ускоренном развитии. Несмотря на имеющиеся проблемы, туризм играет все большую роль в экономике стран Ближнего Востока (особенно в ОАЭ). Быстрыми темпами растет вклад туризма в экономику стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

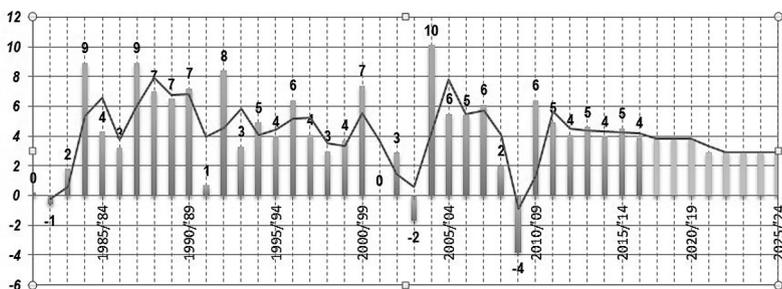
Согласно предварительным оценкам UNWTO, к 2020 г. число международных туристских прибытий составит 1,4 млрд, а к 2030 г. — 1,8 млрд, то есть путешествовать будет уже каждый пятый житель Земли. Суммарный вклад туризма и путешествий в мировой ВВП к 2020 г. сохранится на уровне 10% (9,2 трлн долл.); будет создано более 21 млн рабочих мест непосредственно в отрасли, и доля туризма в занятости населения также приблизится к 10% (325 млн занятых). Хотя, безусловно, существуют огромные региональные различия в этих показателях, масштабы и темпы развития мирового туризма впечатляют [Статистические материалы UNWTO].

Туризм развивается очень быстро, но неравномерно. На темпы развития международного туризма оказывают воздействие разные группы факторов (рис. 7.1.1):

- экономические (например, мировой экономический кризис 1980–1982 гг., азиатский финансовый кризис 1998 г., кризис 2008–2009 гг. и т.п.);
- политические (война в Персидском заливе 1990–1991 гг., теракт в Лусоре в ноябре 1997 г., теракт 11 сентября 2001 г., события «арабской весны» 2011–2012 гг. в странах Ближнего Востока и Северной Африки и т.п.);
- природные (стихийные бедствия, как, например, землетрясение и цунами 26 декабря 2004 г. в Юго-Восточной Азии, эпидемии атипичной пневмонии 2002–2003 гг., коровьего бешенства в Великобритании в 2001 г., свиного гриппа в 2009 г. и т.п.) и прочие.

Однако, несмотря на экономическую и политическую нестабильность в мире, туризм демонстрирует необычайную устойчивость к лимитирующим его развитие факторам и продолжает сохранять общую тенденцию к росту. В сферу туристской деятельности все активнее вовлекаются новые страны и регионы, развивающиеся опережающими темпами. Отмечается

появление новых туристских центров и стран, вполне конкурентоспособных традиционным туристским лидерам мира. Вместе с тем динамика международных и региональных туристских потоков крайне неравномерна, что объясняется в первую очередь разными уровнями социально-экономического развития стран и регионов мира.



**Рис. 7.1.1.** Ежегодные темпы роста числа туристских прибытий в мире (%) (изменения по сравнению с предыдущим годом), 1980–2025 гг. (прогноз) (%)  
*Источник:* статистические материалы UNWTO.

Для более подробной характеристики пространственной структуры международного туризма UNWTO выделяет 5 регионов и 17 субрегионов (таблица 7.1.1).

Таблица 7.1.1

### Туристские регионы и субрегионы UNWTO

Регионы	Субрегионы	Страны
Европейский	Северная Европа	Дания, Финляндия, Исландия, Ирландия, Норвегия, Швеция, Великобритания
	Западная Европа	Австрия, Бельгия, Франция, Германия, Лихтенштейн, Люксембург, Монако, Нидерланды, Швейцария
	Центральная и Восточная Европа	Армения, Азербайджан, Беларусь, Болгария, Чехия, Эстония, Грузия, Венгрия, Казахстан, Кыргызстан, Латвия, Литва, Польша, Молдова, Румыния, Российская Федерация, Словакия, Украина, Узбекистан, Таджикистан, Туркменистан
	Южная Европа и Средиземноморье	Албания, Андорра, Босния и Герцеговина, Хорватия, Кипр, Македония, Греция, Израиль, Италия, Мальта, Черногория, Португалия, Сан-Марино, Сербия, Словения, Испания, Турция

Регионы	Субрегионы	Страны
Азия и Тихоокеанский регион	Северо-Восточная Азия	Китай, КНДР, Гонконг (Китай), Япония, Республика Корея, Макао, Монголия, Тайвань (пров. Китая)
	Юго-Восточная Азия	Бруней, Камбоджа, Индонезия, Лаос, Малайзия, Мьянма, Филиппины, Сингапур, Таиланд, Восточный Тимор, Вьетнам
	Океания	Американское Самоа, Австралия, о-ва Кука, Французская Полинезия, Фиджи, Гуам, Кирибати, Маршалловы о-ва, Сев. Марианские о-ва, Микронезия, Новая Каледония, Новая Зеландия, Ниуэ, Палау, Папуа-Новая Гвинея, Самоа, Соломоновы о-ва, Тонга, Тувалу, Вануату
	Южная Азия	Афганистан, Бангладеш, Бутан, Индия, Иран, Мальдивы, Непал, Пакистан, Шри-Ланка
Американский регион	Северная Америка	Канада, США, Мексика
	Карибы	Ангилья, Антигуа и Барбуда, Аруба, Багамские о-ва, Барбадос, Бермудские о-ва, Британские Виргинские о-ва, Каймановы о-ва, Куба, Доминика, Доминиканская республика, Гренада, Гваделупа, Гаити, Ямайка, Мартиника, Монтсеррат, Пуэрто-Рико, Сент-Люсия, Сент-Китс и Невис, Сент-Мартен, Сент-Винсент и Гренади, Тринидад и Тобаго, о-ва Теркс и Кайкос, Виргинские о-ва (США), Нидерландские Антильские о-ва
	Центральная Америка	Белиз, Коста-Рика, Сальвадор, Гватемала, Гондурас, Никарагуа, Панама
	Южная Америка	Аргентина, Боливия, Бразилия, Чили, Колумбия, Эквадор, Французская Гвиана, Гайана, Парагвай, Перу, Суринам, Уругвай, Венесуэла
Африканский регион	Северная Африка	Алжир, Марокко, Судан, Тунис
	Западная Африка	Бенин, Буркина-Фасо, Кабо-Верде, Кот-д'Ивуар, Гамбия, Гана, Гвинея, Гвинея-Биссау, Либерия, Мали, Мавритания, Нигер, Нигерия, Сенегал, Сьерра-Леоне, Того
	Центральная Африка	Ангола, Камерун, ЦАР, Чад, Конго, ДР Конго, Экваториальная Гвинея, Габон, Сан-Томе и Принсипи

Окончание

Регионы	Субрегионы	Страны
	Восточная Африка	Бурунди, Коморские о-ва, Джибути, Эритрея, Эфиопия, Кения, Мадагаскар, Малави, Маврикий, Мозамбик, Реюньон, Руанда, Сейшельские о-ва, Сомали, Танзания, Уганда, Замбия, Зимбабве
	Южная Африка	Ботсвана, Лесото, Намибия, ЮАР, Свазиленд
Ближний Восток		Бахрейн, Египет, Ирак, Иордания, Кувейт, Ливан, Ливия, Оман, Палестина, Катар, Саудовская Аравия, Сирия, ОАЭ, Йемен

Динамика и структура международных туристских прибытий по регионам мира представлены в таблице 7.1.2 и рис. 7.1.2:

Таблица 7.1.2

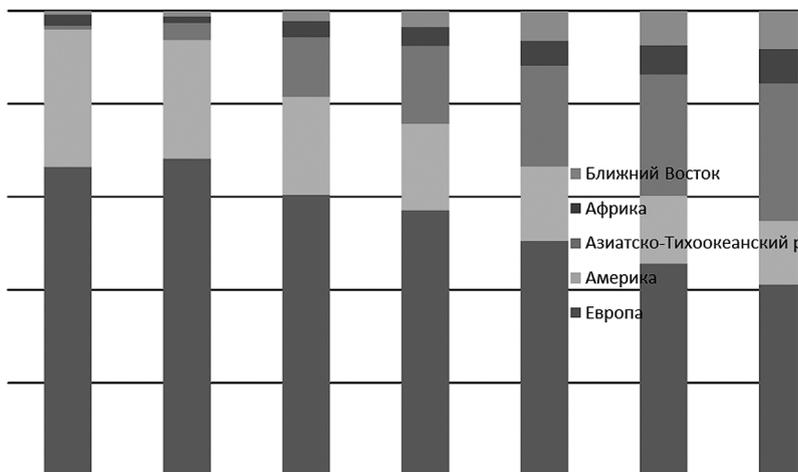
**Международные туристские прибытия по регионам  
(1950—2010 г. и прогноз до 2030 г.)**

	1950 г.	1970 г.	1990 г.	2000 г.	2010 г.	2020 г. (прогноз)	2030 г. (прогноз)
Прибытия в целом по миру, млн прибытий,	25,3	165,8	439,5	687,0	940,0	1 360,0	1 809,0
в том числе (в %):							
Европа	66,4	68,2	60,4	57,1	50,5	45,6	41,1
Америка	29,6	25,5	21,1	18,6	16,0	14,6	13,7
Азиатско-Тихоокеанский регион	0,8	3,7	12,8	16,8	21,7	26,1	29,6
Африка	2,4	1,4	3,5	4,0	5,3	6,3	7,4
Ближний Восток	0,8	1,1	2,2	3,5	6,4	7,4	8,2

Источник: UNWTO.

Из приведенных данных видно, что *Европа, продолжая оставаться крупнейшим регионом международного туризма в мире, постепенно сдает свои позиции абсолютного лидера. Отмечалось и существенное снижение доли Американского региона.* Во второй половине XX века Европа и Америка были ключевыми туристскими регионами, но их доля постепенно снижается, а темпы роста числа туристских прибытий по сравнению с другими регионами невысоки (но достаточно стабильны). В последние годы,

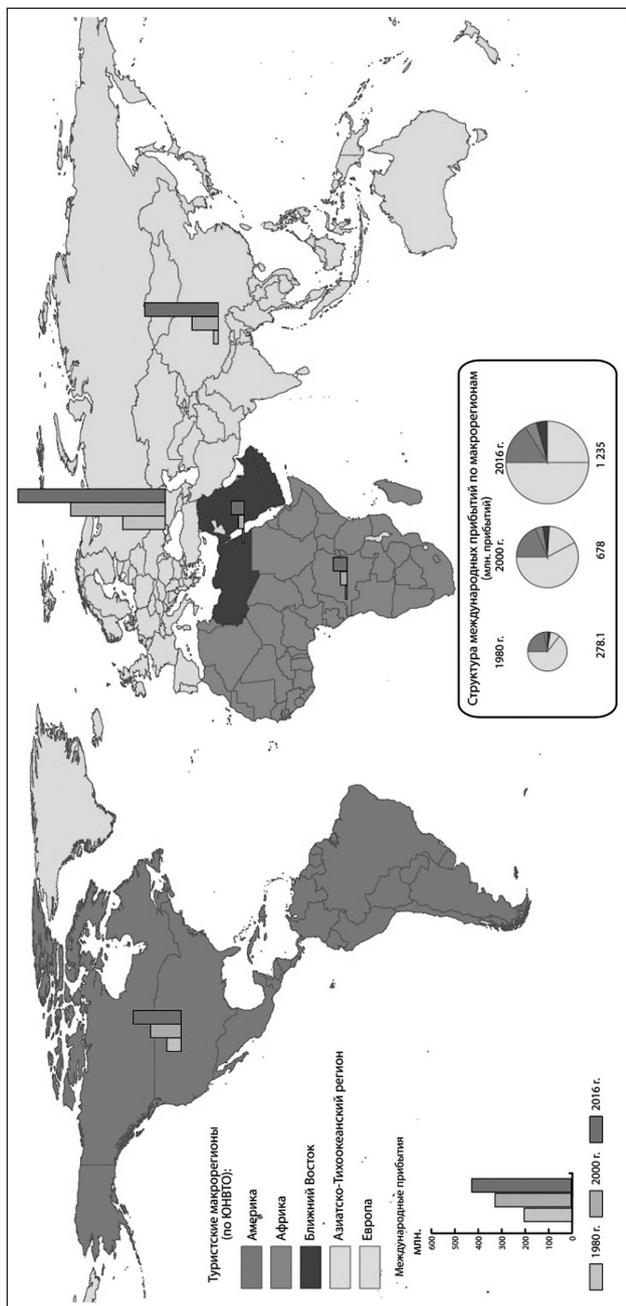
однако, снижение доли Европейского и Американского регионов замедлилось, что связано с нестабильной ситуацией в других регионах. На долю Европейского региона приходится 50%, Американского — 16% туристских прибытий (данные 2016 г.).



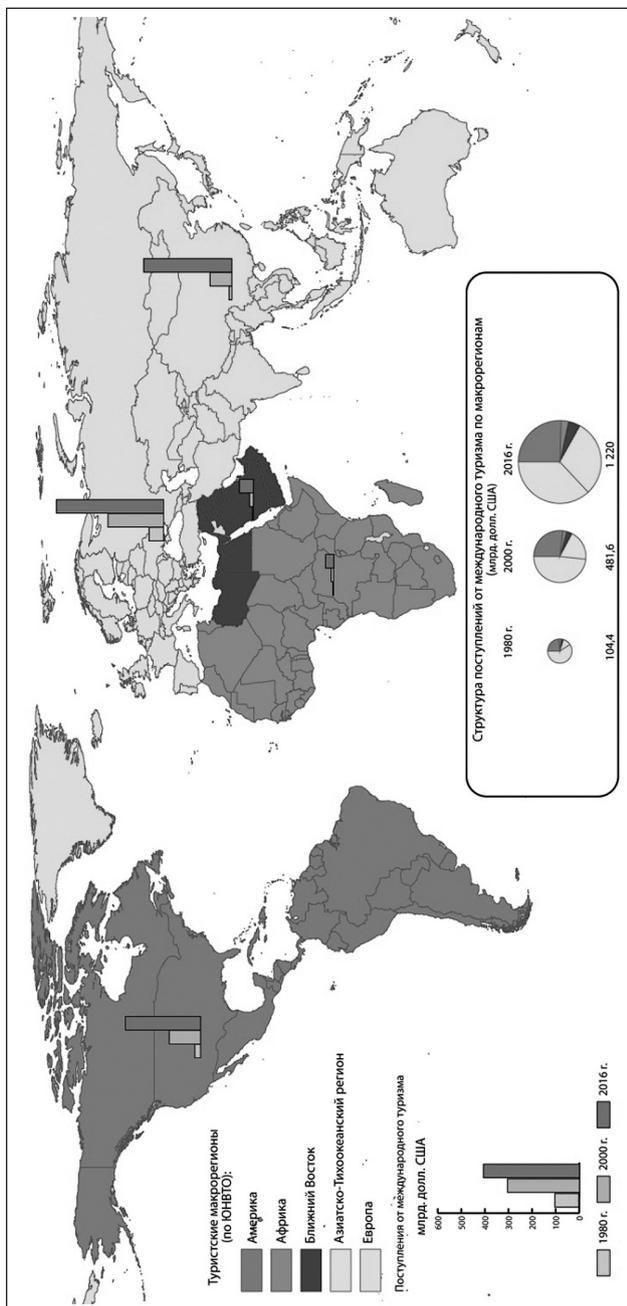
**Рис. 7.1.2.** Структура международных туристских прибытий по регионам (1950—2010 гг. и прогноз на 2010—2030 гг.)

Источник: статистические материалы UNWTO.

Наиболее быстрыми темпами, хотя и не всегда стабильно, *растет* число туристских прибытий в страны Азиатско-Тихоокеанского региона, который вышел на второе место в мире, начиная с 2002 г. Сейчас на долю региона приходится 25% туристских прибытий в мире (данные 2016 г.). Эксперты говорят о наступлении «тихоокеанской эры» в развитии международного туризма. Следует, однако, помнить о том, что большинство туристских поездок продолжает осуществляться внутри региона АТР. Из-за многочисленных политических и экономических проблем *нестабильно* число туристов, *посещающих* Африку и особенно Ближневосточный регион. В ближайшем будущем стоит ожидать сохранения этих тенденций и существенного возрастания туристских потоков, в первую очередь в азиатские страны. Уже сейчас темпы роста туристских потоков и поступлений от туризма в эти регионы часто выражаются двузначными цифрами в отличие от более скромных показателей традиционных туристских лидеров — стран Европы и США, однако они не так стабильны и более подвержены воздействию лимитирующих туристское развитие факторов (рис. 7.1.3, 7.1.4).



**Рис. 7.1.3.** Международные туристские прибыли по регионам, 1980–2012 гг. (млн прибытий)



**Рис. 7.1.4.** Поступления от международного туризма по регионам, 1980—2016 гг, млрд долл. США

Более подробный анализ региональных особенностей развития въездного туризма показывает, что в **Европейском регионе** (таблица 7.1.3, рис. 7.1.5) туристские потоки всегда были традиционно направлены, в первую очередь, в страны Южной Европы и Средиземноморья, славящиеся своим теплым климатом и богатым культурно-историческим наследием, а также в страны Западной Европы, характеризующиеся, помимо богатой культуры, высоким уровнем социально-экономического развития и политической устойчивостью. С начала 90-х гг. более высокими темпами идет развитие въездного туризма в регионе Центральной и Восточной Европы, постепенно интегрирующемся в мировое туристское пространство, однако это происходит пока не во всех странах региона в равной мере. Заметно некоторое повышение туристского интереса к странам Северной Европы как безопасным регионам с хорошо сохранившейся природной средой [Александрова, 2016]. В целом распределение туристских потоков внутри этого региона становится все более равномерным.

В Европейском регионе сосредоточено большинство стран — лидеров по развитию туризма в мире. Это Франция, Испания, Италия, Великобритания и Германия, которые продолжают аккумулировать значительные объемы туристских прибытий и поступлений, одновременно генерируя при этом и крупнейшие туристские потоки в регионе и в мире (таблица 7.1.4).



**Рис. 7.1.5.** Структура туристских прибытий по субрегионам Европы, 2016 г.  
*Источник:* статистические материалы UNWTO.

Таблица 7.1.3

**Туристские прибытия по субрегионам Европы, млн прибытий**

	1980 г.	1990 г.	2000 г.	2016 г.
Прибытия в целом по Европе, млн прибытий,	177,3	261,5	385,1	612,2
<i>в том числе:</i>				
Северная Европа	20,4	28,6	43,7	80,2
Западная Европа	68,3	108,8	139,7	181,5
Центральная и Восточная Европа	26,6	33,9	69,3	126,0
Южная Европа и Средиземноморье	61,9	90,3	132,5	228,5

Источник: статистические материалы UNWTO.

Таблица 7.1.4

**Крупнейшие туристские потоки в Европейском регионе, 2015 г.**

Направление	Количество прибытий, млн
1. Великобритания – Испания	15,614
2. Германия – Франция	12,909
3. Великобритания/Ирландия – Франция	12,792
4. Франция – Испания	11,204
5. Бельгия/Люксембург – Франция	10,808
6. Германия – Испания	10,795
7. Германия – Италия	10,016
8. Германия – Австрия	8,304
9. Италия – Франция	7,595
10. Франция – Италия	6,483

Стоит отметить, что за последние 10–15 лет размеры крупнейших туристских потоков в Европе стабилизировались, и произошла их некоторая диверсификация за счет России, Турции и других стран восточной части региона, все более активно вовлекаемых в туристскую деятельность.

Во всех странах Европейского региона преобладают внутрирегиональные туристские потоки — их доля остается постоянно на уровне 87–88% от общего числа туристов, и по прогнозам UNWTO должна остаться такой же. Наиболее высокие показатели доли туристов из того же региона (свыше 95%) характерны для Беларуси, Болгарии, Кипра, Эстонии, Грузии, Латвии, Черногории, Румынии, Украины — в основном для стран Центральной и Восточной Европы, недавно вышедших на массовый туристский рынок. Наиболее низкие значения показателя доли туристов из того же региона (менее 70%) характерны для Армении, Исландии, Израиля

и Турции, т.е. для стран, которых нельзя считать европейскими в полном смысле слова или для стран, имеющих широкие международные связи, таких как Швейцария [*Источник*: статистические материалы UNWTO] Интенсивному внутриевропейскому туристскому обмену способствует географическая близость государств, тесные многовековые экономические, культурные и политические связи между странами, богатые природные и культурно-исторические ресурсы, высокий уровень развития транспорта и туристской инфраструктуры, а также существенное расширение туристских обменов в результате развития европейской интеграции и подписания в 1985 г. Шенгенского соглашения, упростившего визовые и таможенные формальности в странах Евросоюза.

В подавляющем большинстве стран Европейского региона продолжают преобладать туристские потоки из соседних приграничных стран. Исключение в этом правиле составляют лишь Италия, Хорватия, Венгрия, Греция и Турция, где основные туристские потоки представлены туристами из Германии, а также Испания, где основным и одновременно крупнейшим в Европе является туристский поток из Великобритании. Такая ситуация подтверждает меридиональную направленность туристских потоков, в первую очередь, с целью летнего отдыха в странах Средиземноморья.

Выделяются также Кипр и Мальта, где свыше трети туристского потока составляют туристы из Великобритании, что напоминает о прошлых колониальных связях этих государств. Особая ситуация складывается в Израиле, где среди иностранных туристов преобладают туристы из США, России и Франции. Это объясняется тесными контактами диаспор и родственными связями жителей страны.

Самыми крупными неевропейскими рынками в странах Европы продолжают оставаться США (основные потоки американских туристов традиционно направлены в Великобританию, Ирландию, Германию, Нидерланды и Швейцарию) и Япония (хотя в последние годы интерес японских туристов к странам Европы снижается). Быстрыми темпами растет число туристов из стран Азии и Ближнего Востока. В первую очередь, это относится к туристам из Китая, которые становятся весьма заметным потоком в страны Европы и практически во всех странах входят в десятку основных стран-поставщиков туристов. Стоит отметить, что эта тенденция характерна для стран всех субрегионов Европы. Наибольший поток туристских прибытий из Китая отмечается во Франции (2,2 млн в 2015 г.).

**В Азиатско-Тихоокеанском регионе** (табл. 7.1.5, рис. 7.1.6) — сравнительно новым регионе массового развития туризма — основные туристские потоки направлены в регион Северо-Восточной Азии, причем темпы роста числа туристских прибытий здесь самые высокие. Однако реальную конкуренцию этому региону может составить регион Юго-Восточной Азии, если сумеет преодолеть свою политическую и экономическую нестабильность,

а также обезопасить прибывающих сюда туристов от воздействия природных катаклизмов. Регион Океании, включающий Австралию, пока не принимает большого числа туристов из-за своей удаленности от стран, формирующих основные туристские потоки, а регион Южной Азии — из-за чрезвычайно сложной политической ситуации и экономической отсталости его стран. Хотя потенциально все части Азиатско-Тихоокеанского региона имеют очень большие туристские возможности.

Таблица 7.1.5

## Туристские прибыли по субрегионам АТР, млн прибытий

	1980 г.	1990 г.	2000 г.	2016
Прибытия в целом по АТР, млн прибытий,	22,8	55,8	110,1	308,4
<i>в том числе:</i>				154,3
Северо-Восточная Азия	10,1	26,4	58,3	113,2
Юго-Восточная Азия	8,2	21,2	36,1	15,6
Океания	2,3	5,2	9,6	25,3
Южная Азия	2,2	3,2	6,1	23,4

Источник: статистические материалы UNWTO.

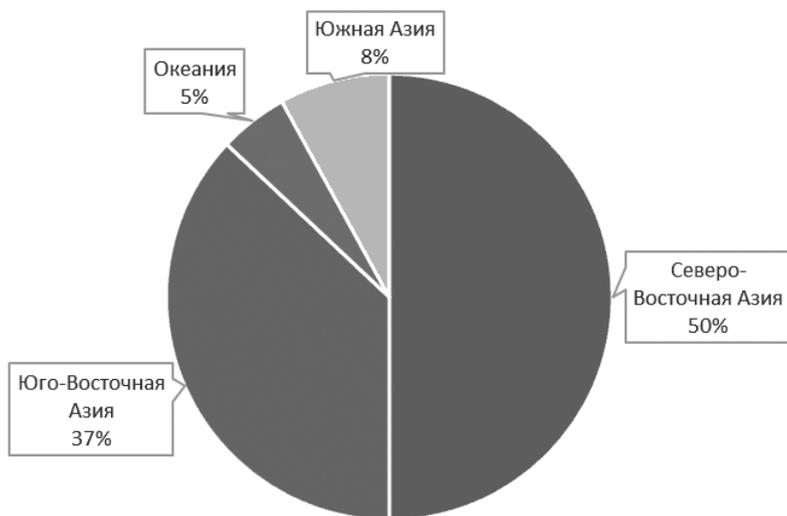


Рис. 7.1.6. Структура туристских прибытий по субрегионам Азиатско-Тихоокеанского региона, 2016 г.

Источник: статистические материалы UNWTO.

Абсолютным лидером по развитию туризма, как въездного, так и выездного, в этом регионе с начала 2000-х гг. является Китай. Его лидерство поддерживают Малайзия, Таиланд, а также Гонконг и Макао (рассматриваемые в международной статистике отдельно), входящие в двадцатку лидеров по объемам туристских прибытий в мире. Влияние «китайского фактора» на развитие туризма в регионе АТР прослеживается очень сильно: основные потоки туристского обмена идут либо между Китаем и его частями с разным статусом (Гонконгом, Макао, Тайванем), либо со странами со значительным китайским населением (Сингапур, Малайзия), либо с пограничными Китаю странами (Япония, Корея, Вьетнам, Монголия и др.). Но если проанализировать статистику прибытий более подробно, можно увидеть, что туристы из Китая постепенно начинают осваивать и другие части региона (включая Австралию и Новую Зеландию) и представлены в той или иной мере практически во всех его странах. По количеству туристских прибытий туристы из Китая постепенно обгоняют японских туристов, долгое время составлявших основу внутрорегионального потока в АТР.

И в этом регионе находят свое подтверждение основные географические закономерности формирования туристских потоков. Доля внутрорегионального туристского потока составляет 77%. Наиболее высокие показатели доли туристов из того же региона характерны для Китая, Лаоса, Макао, Малайзии и небольших островных государств Тихого океана. В то же время есть страны, в которых преобладают туристы из других регионов мира — это Индия, Пакистан, Шри-Ланка, Бутан, Мальдивы, Французская Полинезия, привлекающие своей экзотикой, в первую очередь, туристов из развитых стран Европы и Америки. Кроме того, заметны и более тесные контакты между бывшими колониями и бывшими метрополиями. Так, в Индии, Пакистане, Австралии преобладают туристы из Великобритании, а представителей других стран Европы существенно меньше.

Во въездных потоках также значительно преобладают туристы из соседних стран, связанных тесными экономическими, политическими, культурными и религиозными связями. Например, свыше 1/3 туристов в Республике Корея составляют японцы, свыше 20% туристов в Камбодже составляют вьетнамцы, более половины туристов в Лаосе составляют жители Таиланда и т.п.

Что касается межрегиональных прибытий, то подавляющая часть их приходится на США и страны Западной Европы (Великобритания, Германия, Франция), интерес которых к азиатским дестинациям растет как с точки зрения туризма с целью отдыха и развлечений (использующего богатейшее природное и культурное наследие стран региона), так и с позиции делового и других видов туризма.

Среди стран **Американского региона** безусловно доминирует Северная Америка (США, Канада и Мексика), на долю которой приходится 2/3

туристского потока в регион (таблица 7.1.6, рис. 7.1.7). Однако доля этого субрегиона постепенно снижается, и на международный туристский рынок все активнее выходят страны Южной Америки и небольшие островные государства Карибского региона. Страны Центральной Америки пока мало вовлечены в туристскую деятельность, но число туристов и здесь растет [География туризма, 2016].

Таблица 7.1.6

## Туристские прибыли по субрегионам Америки, млн прибытий

	1980 г.	1990 г.	2000 г.	2016
Прибытия в целом по Америке, млн прибытий,	62,3	92,8	128,2	199,3
<i>в том числе:</i>				
Северная Америка	48,3	71,7	91,5	130,5
Карибы	6,7	11,4	17,1	25,2
Центральная Америка	1,5	1,9	4,3	10,7
Южная Америка	5,8	7,7	15,3	32,8

Источник: статистические материалы UNWTO.



Рис. 7.1.7. Структура туристских прибытий по субрегионам Американского региона, 2016 г.

Источник: статистические материалы UNWTO.

В этом регионе присутствует один лидер — США, который аккумулирует большинство вездных туристских потоков и формирует основные туристские потоки в страны Америки (таблица 7.1.7).

Таблица 7.1.7

## Крупнейшие туристские потоки в Американском регионе, 2015 г.

Направление	Количество прибытий, млн
1. США – Мексика	26,183
2. Канада – США	20,705
3. Мексика – США	18,414
4. США – Канада	12,662
5. Великобритания – США	4,901
6. Япония – США	3,620
7. США – Пуэрто-Рико	3,064
8. Китай – США	2,590
9. Бразилия – США	2,219
10. Аргентина – Бразилия	2,080

Источник: статистические материалы UNWTO.

Анализ динамики крупнейших туристских потоков в Американском регионе за последние 10–15 лет показывает, что существенно вырос туристский поток из Канады в США и снизился поток в обратном направлении. Значительно возросли потоки между странами Южной Америки, которые раньше вообще не были заметны в туристском обмене. Несколько сократились туристские потоки из США в европейские страны, так как американские туристы уделяют все больше внимания поездкам в страны Азии, а также в другие страны американского региона. В последние годы значительным стал поток китайских туристов в США.

Туристы из США составляют более 70% туристского потока в Мексику и Канаду, а также являются главной составляющей туристского потока на Ямайку, в Белиз, Бермуды, Колумбию, Коста-Рику, Доминиканскую республику, Гайану, Гондурас, Панаму и ряд островов Карибского бассейна. Значительна доля туристов из США и в странах Южной Америки, где они обычно занимают 2–3 места после туристских потоков из соседних латиноамериканских стран (Бразилия, Перу, Венесуэла, Уругвай). Вторую позицию в регионе часто занимают туристы из Канады, которые в целом отличаются очень высокой мобильностью. Единственной страной, где канадские туристы преобладают над американскими, является Куба, куда въезд американцам с 1966 г. в принципе запрещен.

Из сказанного выше видно, что практически во всех странах Американского региона преобладают внутрирегиональные прибытия, доля которых по региону в целом составляет около ¾. Исключение составляют Барбадос, где большую часть туристского потока составляют туристы из Великобритании, и Суринам, где преобладают туристы из Нидерландов, т.е. из бывших метрополий этих стран.

Межрегиональный туристский обмен большинства стран Американского региона не очень значителен. В качестве страны, генерирующей главные выездные туристские потоки, выделяется США, в меньшей степени — Канада, туристский поток из которых направлен преимущественно в Европу и в Азиатско-Тихоокеанский регион. Однако такие события, как теракт 11 сентября 2001 г. и начавшаяся в 2008 г. экономическая рецессия, несколько сократили его масштабы, переориентировав часть американских и канадских туристов на внутренний туризм и поездки в пределах своего региона.

Интересные изменения за последние годы произошли в **Африканском регионе** (таблица 7.1.8), где по размерам въездного туристского потока долгое время преобладала Северная Африка. В начале XXI века распределение туристских прибытий по региону стало более равномерным, в первую очередь благодаря успешному развитию туризма в ЮАР и странах Восточной Африки. На долю стран Северной Африки приходится треть туристских прибытий в регион (данные 2016 г.).

Таблица 7.1.8

#### Туристские прибытия по субрегионам Африки, млн прибытий

	1980 г.	1990 г.	2000 г.	2016
Прибытия в целом по Африке, млн прибытий, <i>в том числе:</i>	7,2	14,8	26,5	57,8
Северная Африка	4,0	8,4	10,2	18,6
Западная и Центральная Африка	1,0	1,7	3,1	39,2
Восточная Африка	1,2	2,8	6,6	
Южная Африка	1,0	1,9	6,5	

*Источник:* статистические материалы UNWTO

Хотя в этом регионе нет стран, выделяющихся значительными объемами туристских прибытий в мире, и развитие туризма замедляется многими негативными факторами, положительная динамика наблюдается и здесь. Лидерами в регионе являются ЮАР и страны Северной Африки (в первую очередь, Марокко и Тунис). Более половины прибытий в регион имеют межрегиональный характер и направлены в основном из европейских стран в их бывшие колонии. Так, в Марокко, Тунисе, Мадагаскаре, Сенегале самые большие потоки представлены туристами из Франции, в Кении — из Великобритании, Демократической республике Конго — из Бельгии. Туристов из западных стран привлекает, в первую очередь, нетронутая природа Африки, поэтому они посещают национальные парки и заповедники, а также объекты культурно-исторического наследия стран региона.

Интересно отметить, что в статистике туристских прибытий в страны Африки уже заметен поток из Китая (особенно в Анголе, Нигерии,

Эфиопии), что связано с заинтересованностью в деловых контактах и совместном освоении ресурсов этих стран. Усиливается и туристский обмен с приграничными странами. Так, для большинства стран Южной Африки (например, для Намибии, Зимбабве, Ботсваны) характерно преобладание туристских потоков из ЮАР.

**В Ближневосточном регионе** имеются свои региональные особенности развития туризма. Лидерами по въездному туризму являются Саудовская Аравия, Египет и ОАЭ, хотя политическая нестабильность региона постоянно вносит свои коррективы в развитие здесь туризма. На долю внутрирегиональных потоков приходится около 47%, достаточно хорошо развит обмен между приграничными странами. Однако важная особенность региона — это поездки мусульман из всех исламских стран мира для совершения паломничества в Саудовскую Аравию. Мусульманские паломники составляют значительную часть туристов, прибывающих и из европейских стран, хотя постепенно и другие виды туризма получают развитие в странах этого региона. Среди туристов, въезжающих в Ближневосточный регион, почти нет представителей США, зато постоянно увеличивается число туристов из Индии, для которых Ближний Восток предоставляет огромные возможности с точки зрения шопинга и развлечений.

Хотя поездки в рамках выездного туризма в основном происходят внутри региона, все больше туристов выезжают и за его пределы, в первую очередь, в Европу.

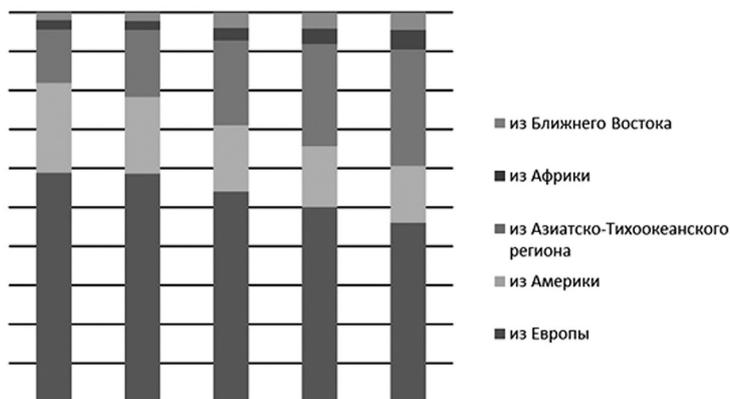
Анализ потоков выездного туризма в мире показывает, что Европейский регион пока продолжает оставаться лидирующим (таблица 7.1.9), хотя и здесь его доля постепенно уменьшается.

Таблица 7.1.8

**Основные потоки выездного туризма по регионам мира, млн поездок**

	1990 г.	2000 г.	2010 г.	2020 г. (прогноз)	2030 г. (прогноз)
Прибытия в целом по миру, млн прибытий, <i>в том числе (в %):</i>	435,0	674,0	940,0	1 360,0	1 809,0
из Европы	58,7	58,6	54,1	50,1	46,0
из Америки	23,0	19,7	17,0	15,6	14,6
из Азиатско-Тихоокеанского региона	13,7	17,2	21,8	26,3	29,9
из Африки	2,4	2,3	3,2	3,9	5,0
из Ближнего Востока	2,0	2,2	4,0	4,2	4,5

Источник: статистические материалы UNWTO.



**Рис. 7.1.9.** Структура международных туристских отбытий по регионам (1990—2010 гг. и прогноз на 2010—2030 гг.)

*Источник:* статистические материалы UNWTO.

В Европейском регионе отмечается замедленный рост выездного туристского потока. С точки зрения выездного туризма традиционными лидерами здесь являются Германия и Великобритания, генерирующие соответственно свыше 83 млн и 64 млн поездок в год, а также Италия — свыше 27 млн, Франция — свыше 26 млн (данные 2015 г.). Как уже указывалось выше, основная часть туристских поездок совершается в пределах региона, но интерес к другим странам и регионам у европейских туристов постоянно растет, и европейцы широко представлены в большинстве туристских дестинаций других регионов мира.

По оценкам экспертов, во многом из-за сложной экономической ситуации в странах в настоящее время уменьшается число поездок в рамках пляжного отдыха, но растет число поездок в рамках городского, экологического делового туризма. Например, становится меньше поездок в Южную Европу, куда в основном с целями пляжного отдыха выезжали европейцы (особенно это заметно в Греции). Среди европейских стран значительный объем выездного потока сохраняется в России.

В развитии выездного туризма в регионе АТР в наибольшей степени вовлечены Китай, ставший мировым лидером по этому показателю — почти 117 млн туристских отбытий в 2015 г., а также Республика Корея, Япония и Австралия. Другие страны АТР пока не принимают широкого участия в межрегиональных туристских обменах.

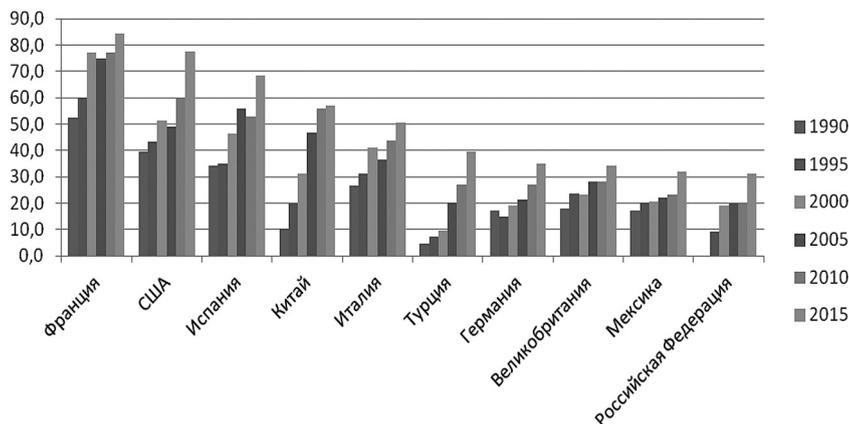
В Американском регионе наблюдается смешанная картина. Выездной туристский поток из США — свыше 74 млн туристских отбытий в 2015 г. —

является основным, хотя традиционное предпочтение американцами отдыха внутри страны не дает ему существенно вырасти. Были предположения о росте объемов выездного туризма из Бразилии, однако из-за непростой экономической ситуации и подготовки к проведению крупных туристских событий в стране они пока не оправдываются.

Туристы из ЮАР формируют основной выездной туристский поток из Африканского региона. Возникают новые выездные потоки из стран Ближнего Востока, направленные преимущественно в европейские страны.

## 7.2. Страны — лидеры на международном туристском рынке

Наиболее ярко происходящие на международном туристском рынке изменения проявляются в рейтинге стран — лидеров по развитию туризма. По рис. 7.2.1 видно, что за последние годы ряд стран Европы и Америки, являющихся лидерами по числу туристских прибытий на протяжении длительного времени, не только сократили темпы роста, но и отмечают стабилизацию и даже некоторое сокращение числа туристских прибытий (Франция, США, Испания, Италия, Великобритания). В то время быстро растущие азиатские туристские дестинации демонстрируют огромные успехи и начинают занимать лидирующие позиции по числу туристских прибытий в мире.



**Рис. 7.2.1.** Страны — лидеры по международным туристским прибытиям, млн прибытий, 1990—2015 гг.

Источник: статистические материалы UNWTO.

Особенно впечатляюще выглядят успехи Китая и Турции, которые продолжают быстро наращивать темпы международных туристских прибытий. С начала XXI века число туристских прибытий в Китай выросло в 1,8 раза, в Малайзию — в 2,5 раза, а в Турцию — в 3,7 раза. Все эти развивающиеся страны прочно вошли в число мировых лидеров по развитию туризма. Прогноз UNWTO предусматривает, что *уже к 2020 г. Китай может стать абсолютным лидером по числу туристских прибытий в мире*. По статистике UNWTO в 2016 г. число туристских прибытий в эту страну превысило 59,3 млн, что позволяет ей прочно удерживать место в тройке мировых лидеров (таблица 7.2.1).

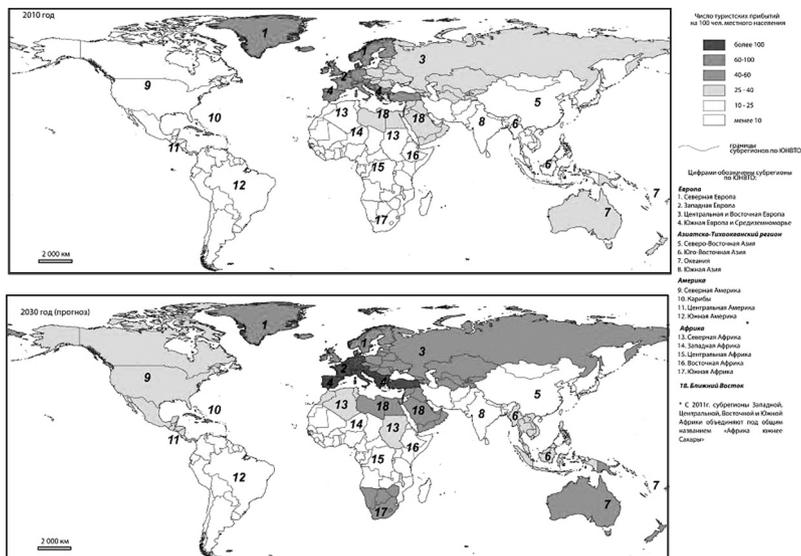
Таблица 7.2.1

**Страны — лидеры по международным туристским прибытиям (млн прибытий)**

Рейтинг стран по данным 2015 г.	1990 г.	1995 г.	2000 г.	2005 г.	2010 г.	2015 г.
1. Франция	52,5	60,0	77,2	75,0	77,1	84,5
2. США	39,4	43,5	51,2	49,2	59,8	77,5
3. Испания	34,1	34,9	46,4	55,9	52,7	68,5
4. Китай	10,5	20,0	31,2	46,8	55,7	56,9
5. Италия	26,7	31,1	41,2	36,5	43,6	50,7
6. Турция	4,8	7,1	9,6	20,3	27,0	39,5
7. Германия	17,0	14,8	19,0	21,5	26,9	35,0
8. Великобритания	18,0	23,5	23,2	28,0	28,3	34,4
9. Мексика	17,2	20,2	20,6	21,9	23,3	32,1
10. Российская Федерация	—	9,2	19,2	19,9	20,3	31,3

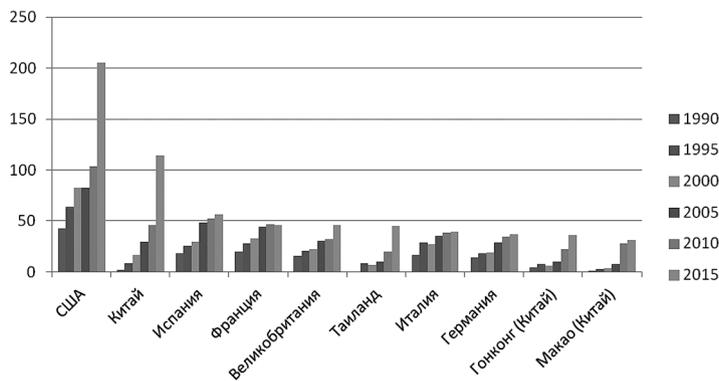
*Источник:* статистические материалы UNWTO.

Если сравнить страны — лидеры по показателю числа туристских прибытий в расчете на 100 жителей страны, то становятся заметны принципиальные различия между ними в степени нагрузки, оказываемой туристской индустрией на их природу, инфраструктуру, хозяйство и т.п. Так, если для Франции этот показатель в 2012 г. составил около 131 прибытий, для Испании — 125, для Малайзии — 86, для Италии — 77, то для Великобритании — 48, Германии и Турции — 37, США — 21, а для Китая — всего лишь 4 прибытия на 100 жителей. У многих, в первую очередь, развивающихся стран есть еще значительные возможности для дальнейшего увеличения объемов туристских потоков. Особенно значительны возможности развития туризма у Китая. Однако в ряде небольших стран и в странах, где туризм давно и масштабно развивается, уже может идти речь о достижении предела туристских возможностей страны (рис. 7.2.2). [Николаенко, 2001].



**Рис. 7.2.2.** Число туристских прибытий на 100 человек местного населения, 2010 г. и 2030 г. (прогноз)

Ситуация с распределением поступлений от международного туризма по странам выглядит несколько иначе (рис. 7.2.3, таблица 7.2.2).



**Рис. 7.2.3.** Страны с наибольшими поступлениями от международного туризма, 1990–2015 гг. (млрд дол.)

Источник: статистические материалы UNWTO.

Таблица 7.2.2

**Страны — лидеры по поступлениям  
от международного туризма (млрд дол.)**

Рейтинг стран по данным 2015 г.	1990 г.	1995 г.	2000 г.	2005 г.	2010 г.	2015 г. <sup>1</sup>
1. США	43,0	63,4	82,9	82,2	103,5	205,4
2. Китай	2,2	8,7	16,2	29,3	45,8	114,1
3. Испания	18,5	25,3	30,0	48,0	52,5	56,5
4. Франция	20,2	27,6	33,0	44,0	46,6	45,9
5. Великобритания	15,4	20,5	21,9	30,7	32,4	45,5
6. Таиланд	н/д	8,6	7,1	10,1	20,1	44,9
7. Италия	16,5	28,7	27,5	35,4	38,8	39,4
8. Германия	14,2	18,0	18,7	29,2	34,7	36,9
9. Гонконг (Китай)	4,7	7,8	5,9	10,3	22,2	36,2
10. Макао (Китай)	1,4	3,1	3,2	7,6	27,8	31,3

Источник: статистические материалы UNWTO.

Таблица 7.2.3

**Поступления на 1 прибытие по странам-лидерам (дол.)**

	2000 г.	2005 г.	2010 г.	2015 г.
1. США	1 619	1 670	1 730	2 650
2. Китай	519	626	822	2 005
3. Испания	647	859	996	969
4. Франция	427	587	604	543
5. Великобритания	944	1 096	1 145	1 320
6. Таиланд	746	874	1 053	1 491
5. Макао (Китай)	478	844	2 336	2 189
7. Италия	667	970	890	778
8. Германия	984	1 358	1 290	1 054
9. Гонконг (Китай)	450	696	1 104	1 355
10. Макао (Китай)	478	844	2 336	2 189

Источник: статистические материалы UNWTO.

Поступления от международного туризма традиционно концентрировались в развитых странах Европы и Северной Америки (рис. 7.1.3). Список самых доходных туристских направлений продолжают возглавлять США, лидирующие с все большим отрывом. Значительные доходы

<sup>1</sup> Показатели США, Китая и Испании в 2015 г. значительно выросли из-за введения новой методологии подсчета поступлений от туризма.

приносит туриндустрия Испании, Франции, Италии, Германии. Особо стоит отметить Китай, который за последние два десятилетия увеличил свои поступления от туризма более чем в 20 раз и уже потеснил все европейские страны, выйдя на второе место. Огромные поступления от туризма получают очень небольшие по размерам Гонконг и Макао, сделавшие туризм отраслью своей специализации.

С начала периода массового развития туризма поступлений от этого вида деятельности росли в среднем на 7% в год. Но в конце XX века, и особенно после 2008 г. темпы роста поступлений от туризма существенно снизились. *Теперь темпы роста поступлений от туризма уступают темпам роста числа туристских прибытий, что ведет даже к сокращению поступлений на поездку.* Для уточнения особенностей развития туризма в лидирующих странах можно рассмотреть показатель поступлений от туризма в расчете на 1 прибытие (таблица 7.2.3).

Анализ динамики этого показателя показывает, что в европейских странах — развитых туристских дестинациях, таких как Испания, Италия, Германия — поступления на одно прибытие сокращаются, а в странах Азии, в первую очередь в Китае и его частях — растет. Это во многом связано с современными тенденциями в потребительском спросе и с изменениями в характере предоставляемого туристского продукта.

Всегда обращает на себя внимание достаточно низкий показатель поступлений на 1 прибытие во Франции. Несмотря на то, что Франция остается мировым лидером по числу туристских прибытий, она является для многих туристов либо транзитной страной, в которой они не оставляют больших средств, либо страной, в которую жители соседних европейских стран приезжают на небольшой срок и также не тратят много.

Доходы от туризма во многом связаны и с продолжительностью пребывания туристов в стране. В целом по миру отмечается снижение продолжительности туристских поездок, но этот показатель очень сильно различается по странам и регионам. Так, средняя продолжительность пребывания туристов в Австралии составляет 27 дней, что объясняет очень высокий показатель поступлений на одно прибытие в этой стране. В европейских странах средняя продолжительность пребывания туристов обычно не превышает недели, чаще даже меньше. Высокий показатель поступлений на одно прибытие в Макао при очень маленькой продолжительности пребывания связан со специализацией этого региона на игорном бизнесе.

Для характеристики места страны на международном туристском рынке необходимо рассмотреть показатели, характеризующие выездные туристские потоки и расходы на международный туризм (табл. 7.2.4).

В 2012 г. произошло *важное изменение в рейтинге стран — лидеров по расходам на международный туризм: впервые на 1 место вышел Китай с объемами туристских расходов, растущими очень высокими темпами.*

Такие беспрецедентные показатели роста расходов на туризм подтверждают значимость «китайского фактора» в развитии мирового туризма. За период с 2000 г. расходы на туризм в этой стране выросли более, чем в 10 раз, благодаря упрощению выезда из страны, росту доходов ее граждан и укреплению китайской валюты.

Таблица 7.2.4

## Страны с наибольшими расходами на международный туризм (млрд дол.)

Рейтинг стран по данным 2015 г.	2000 г.	2005 г.	2010 г.	2015 г.
1. Китай	13,1	21,8	54,9	292,2
2. США	65,4	69,9	75,5	112,9
3. Германия	53,0	74,4	78,1	77,5
4. Великобритания	38,4	59,6	50,0	63,3
5. Франция	22,6	31,8	38,5	38,4
6. Российская Федерация	8,8	17,3	26,6	34,9
7. Канада	12,4	18,0	29,6	29,4
8. Республика Корея	6,4	15,4	19,7	25,0
9. Италия	15,7	22,4	27,1	24,4
10. Австралия	6,4	11,3	22,2	23,5

Источник: статистические материалы UNWTO.

В 2012 году произошло *важное изменение в рейтинге стран — лидеров по расходам на международный туризм: впервые на 1 место вышел Китай с объемами туристских расходов, растущими очень высокими темпами.* Такие беспрецедентные показатели роста расходов на туризм подтверждают значимость «китайского фактора» в развитии мирового туризма. За период с 2000 г. расходы на туризм в этой стране выросли более чем в 10 раз благодаря упрощению выезда из страны, росту доходов ее граждан и укреплению китайской валюты.

Наиболее высокие темпы роста расходов на международный туризм среди стран-лидеров характерны, помимо Китая, для Бразилии (более чем в 5 раз), Индии, Республики Корея, Малайзии и других, преимущественно азиатских стран.

Периодически отмечается некоторое сокращение расходов на международный туризм в Японии, Великобритании, Италии, а также в других развитых странах Европы. В целом на долю десяти лидирующих стран приходится около 46% расходов отрасли, но масштабы развития туристской отрасли и число участвующих в ней стран продолжают расти (таблица 7.2.5).

Еще один из показателей развития туризма — туристский баланс — характеризует соотношение поступлений и расходов на туризм. Как видно из

таблицы, туристский баланс стран — лидеров по туристским прибытиям имеет разный характер: экспортерами туристских услуг (положительный баланс) являются, в первую очередь, США и Испания, а также Франция, Италия, Турция, в меньшей степени — Мексика. Крупнейшими импортерами туристских услуг в мире выступают Китай, Германия, Российская Федерация, а также Великобритания.

Таблица 7.2.5

**Туристский баланс стран — лидеров по развитию  
международного туризма на 2015 г.**

<b>Страны — лидеры по числу туристских прибытий</b>	<b>Поступления от международного туризма, млрд дол.</b>	<b>Расходы на международный туризм, млрд дол.</b>	<b>Туристский баланс, млрд дол.</b>
1. Франция	45,9	38,4	7,5
2. США	205,4	112,9	92,5
3. Испания	56,5	17,8	38,7
4. Китай	114,1	292,2	-178,1
5. Италия	39,4	24,4	15,0
6. Турция	26,6	5,4	21,2
7. Германия	36,9	77,5	-40,6
8. Великобритания	45,5	63,3	-17,8
9. Мексика	17,7	10,1	7,6
10. Российская Федерация	8,5	34,9	-26,4

*Источник:* статистические материалы UNWTO.

Статистика выездного туризма по странам не всегда является точной и подробной, поэтому использовать ее даже для характеристики стран — лидеров по развитию туризма бывает затруднительно. Однако в целом можно отметить стабилизацию показателей выезжающих туристов из большинства развитых стран Европы, США и Японии и увеличение темпов роста выездного потока из стран БРИКС.

Современное развитие туризма чрезвычайно динамично, и изменения в рейтинге стран, лидирующих в данной отрасли, весьма вероятны. Новыми быстро растущими выездными дестинациями могут стать страны Восточной Европы (особенно недавно вступившие в ЕС), некоторые страны Азии и Южной Америки, вызывающие большой интерес туристов. В то же время страны Северной Африки и Карибского бассейна могут испытать некоторое сокращение туристского потока, если не будут обновлять и диверсифицировать имеющийся у них туристский продукт.

### 7.3. Туризм в странах Европы

В условиях непрекращающегося роста современного туристского рынка и появления все новых туристских дестинаций особый интерес представляет изучение туризма в странах Европы. Эти страны, традиционно являющиеся лидерами по развитию международного туризма, поставлены сейчас перед необходимостью бороться за сохранение своих позиций в жесткой конкуренции с новыми, быстро растущими развивающимися странами. Для этого требуется четкое понимание происходящих в отрасли изменений, анализ новых тенденций потребления, осмысление результатов инновационной деятельности. Количественные изменения уступают место все более сложным качественным изменениям в сфере туризма, которые при правильном использовании смогут обеспечить сохранение высокой конкурентоспособности этих стран на мировом туристском рынке и в будущем.

Помимо Франции, Испании, Италии, Турции (входит в Европейский регион UNWTO), Германии и Великобритании, входящих в число мировых лидеров по развитию туризма, в Европе есть еще ряд стран, в которых туризм играет важную роль в национальной экономике. Это Австрия, Греция, Польша, Нидерланды, где число туристских прибытий превысило уже 10 млн, а также ряд малых стран Европы, специализирующихся на туризме (Андорра, Монако, Сан-Марино и др.). К числу перспективных направлений развития туризма эксперты относят Черногорию, Болгарию, Хорватию и другие страны Центрально-Восточной Европы (Жакье К., 2008).

#### Франция

Расположенная на пересечении транспортных путей Франция, мировой лидер по въездному туризму (свыше 82,6 млн прибытий в 2016 г.), отличается специфическими особенностями его развития, связанными с целями и составом туристского потока. По поступлениям от въездного туризма она находится лишь на 5-м месте, а по расходам на одну поездку уступает значительному числу стран. Тем не менее доля туризма в ВВП страны превышает 7%, в нем занято более 2 млн чел.

Основные туристские потоки в страну традиционно направлены из окружающих ее европейских стран (таблица 7.3.1).

Преобладающие во Франции туристские поездки из близко расположенных стран Европейского региона часто носят кратковременный или транзитный характер. 2/3 поездок в рамках въездного туризма осуществляются наземным транспортом. Свыше 35% поездок имеют продолжительность 1–3 ночевки, еще 30% 4–7 ночевки. Большая продолжительность пребывания характерна для туристов из США, Австралии, Японии. В последние годы отмечается существенный прирост числа туристов из Китая и Бразилии.

Преобладают поездки с целью отдыха — более 72%; на деловые поездки приходится 14%. Наиболее посещаемые туристами регионы – департаменты Иль-де-Франс (в Париж ежегодно прибывает до 14 млн иностранных туристов), Прованс-Альпы-Лазурный берег и Рона-Альпы (ATOOUT France).

Франция пользуется большой популярностью среди европейских туристов, а также туристов из других регионов мира благодаря высокоразвитой туристской инфраструктуре, а также большому разнообразию видов туристской деятельности. Одним из главных видов продолжает оставаться купально-пляжный отдых, широко распространенный в южных (Лазурный берег и Лангедок-Руссильон) и западных (Бретань, Долина Луары, Аквитания) приморских районах страны.

Таблица 7.3.1

### Основные туристские потоки во Францию (2016 г.)

Туристские прибытия		
№	Страны	млн прибытий
1	Великобритания	11,9
2	Германия	11,4
3	Бельгия/Люксембург	10,7
4	Италия	6,7
5	Швейцария	6,0
6	Испания	5,8
7	США	4,2
8	Нидерланды	4,1
9	Китай	2,0
10	Канада	1,1

Источник: статистические материалы АТОИТ France.

Преобладающие во Франции туристские поездки из близко расположенных стран Европейского региона часто носят кратковременный или транзитный характер. 2/3 поездок в рамках въездного туризма осуществляются наземным транспортом. Свыше 35% поездок имеют продолжительность 1–3 ночевки, еще 30% 4–7 ночевки. Большая продолжительность пребывания характерна для туристов из США, Австралии, Японии. В последние годы отмечается существенный прирост числа туристов из Китая и Бразилии.

Преобладают поездки с целью отдыха — более 72%; на деловые поездки приходится 14%. Наиболее посещаемые туристами регионы страны — департаменты Иль-де-Франс (в Париж ежегодно прибывает до 14 млн иностранных туристов), Прованс-Альпы-Лазурный берег и Рона-Альпы (по данным ATOOUT France, 2016 г.).

Франция пользуется большой популярностью среди европейских туристов, а также туристов из других регионов мира благодаря высоко развитой туристской инфраструктуре, а также большому разнообразию видов туристской деятельности. Одним из главных видов продолжает оставаться купально-пляжный отдых, широко распространенный в южных (Лазурный берег и Лангедок-Руссильон) и западных (Бретань, Долина Луары, Аквитания) приморских районах страны.

Другим видом массового туризма во Франции является горнолыжный, который получил развитие, в первую очередь, в Альпийском районе, а также в Северных Пиренеях. Все чаще туристы посещают горные районы с целями отдыха и летом, в рамках активного и экологического туризма. В горных районах страны также развиваются центры лечебно-оздоровительного туризма, самые известные из которых — Виши и Эвьян-ле Бен.

Один из наиболее востребованных иностранными туристами во Франции видов туризма — культурный туризм. В стране более 40 тыс. памятников и достопримечательностей практически всех исторических эпох, огромное количество музеев, соборов, замков. Наиболее посещаемыми культурными достопримечательностями страны являются музей Лувр, Эйфелева башня, Национальный центр искусства и культуры имени Жоржа Помпиду, дворцово-парковый ансамбль Версаля, музей Орсе и музейный центр «Городок науки и индустрии» в Париже. По некоторым оценкам, Лувр является самым посещаемым художественным музеем мира.

К числу других активно посещаемых туристами мест относятся ставшие популярными во Франции тематические парки развлечений Евродиснейленд (который ежегодно посещает свыше 14 млн чел.), парки Астерикс, Футуроскоп и парк исторических шоу Пюи де Фу около Нанта.

С начала 1980-х гг. большой популярностью как у французских, так и у иностранных туристов пользуется сельский туризм, который способствует сохранению национальных традиций в сельских районах преимущественно внутренней части страны. Успешное сочетание сельского туризма с характерными для Франции гастрономическим и винным туризмом способствовало привлечению туристов в регионы Эльзас, Перигор, Бургундия, Аквитания и другие. [[www.rendevouzenfrance.com](http://www.rendevouzenfrance.com)].

Развитием туризма во Франции с 2009 г. занимается Агентство туристического развития Франции ATOUT FRANCE, которое возникло в результате слияния Maison de la France и ODIT France и объединяет представителей государственных и частных, центральных и региональных организаций, занимающихся продвижением страны на мировом туристском рынке.

## Великобритания

В Великобритании вопросам развития туризма занимается национальная туристская организация Visit Britain. Туристские ресурсы этой страны используются для целей внутреннего и въездного туризма давно и активно, поэтому для дальнейшего развития туристского рынка требуются дополнительные меры, учитывающие новейшие технологические и организационные изменения в отрасли и значительные трансформации в системе туристского спроса.

После сокращения почти на 10% числа туристских прибытий в страну в 2001 г. эпидемий коровьего бешенства и ящура Visit Britain приложила значительные усилия по возвращению к тенденции поступательного роста путем модернизации отрасли и поиску новых путей ее развития. С начала 2000-х годов число туристских прибытий в страну выросло более чем на 30%, а поступления — почти на 70%. Учитывая мультипликативный эффект, туризм обеспечивает до 9% ВВП и 9,6% занятости населения страны. По итогам 2016 г. число туристских прибытий в Великобританию составило 35,8 млн.

Высокий уровень развития транспорта обеспечивает авиационное сообщение Великобритании с 114 странами мира (74% туристских прибытий), работу морских паромов (14% прибытий), а также уникальный Евротоннель под Ла-Маншем (12% прибытий, 2016 г.). Аэропорты страны входят в число крупнейших в Европе (таблица 7.3.2).

Таблица 7.3.2

### Крупнейшие аэропорты Великобритании (2016 г.)

Название аэропорта	Число перевезенных пассажиров (млн чел)	Место среди аэропортов Европы
Лондон, Хитроу	75,7	1
Лондон, Гатвик	43,1	8
Манчестер	25,6	19
Лондон, Станстед	24,3	21
Лондон, Лутон	14,6	33

Источник: UK Civil Aviation Authority.

Въездной туризм Великобритании характеризуется постепенным сокращением среднего времени пребывания туристов в стране (7,4 ночи в 2016 г.), прибытием различных по уровню доходов и по интересам групп туристов, концентрацией основных туристских потоков в Лондоне. Заметно, что основной поток туристов, посещающих страну, направлен из США и стран ЕС (Франции, Германии, Ирландии, Испании и др.) (таблица 7.3.3); на них же приходится основная доля поступлений от въездного туризма.

Таблица 7.3.3

## Основные туристские потоки в страну (2016 г.)

Туристские прибытия		
№	Страна	тыс. прибытий
1	Франция	4 064
2	США	3 455
3	Германия	3 341
4	Ирландия	2 897
5	Испания	2 197
6	Нидерланды	2 062
7	Италия	1 990
8	Польша	1 921
9	Бельгия	1 048
10	Австралия	982

Источник: статистические материалы VisitBritain.

Успех британского рынка въездного туризма во многом зависит от способности привлечь туристов из ключевого растущего региона — Азии. Существенным ограничением для роста туристских потоков из Китая, Индии, арабских стран, а также России является визовый режим, особенно в связи с увеличением стоимости британской визы и введением процедуры сдачи биометрической информации.

Великобритания всегда значительно отличалась от других стран по целям туристских поездок (таблица 7.3.4).

Таблица 7.3.4

## Структура туристских поездок в Великобританию (2016 г.)

Цель поездки	Доля в числе прибытий, %
Отдых	36,9
Деловые цели	24,4
Посещение друзей и родственников	30,8
Обучение	1,4
Прочее	6,5

Источник: статистические материалы VisitBritain.

Деловой туризм имеет особое значение для страны и сконцентрирован, в первую очередь, в Лондоне — крупнейшем европейском финансовом центре. Посещение друзей и родственников в Великобритании особенно характерно для туристов из Новой Зеландии, Австралии, ЮАР и Канады.

Хотя общее число поездок с образовательными целями посчитать довольно трудно, стоит отметить, что ежегодно в университеты Великобритании поступает свыше 50 тыс. иностранных студентов. Общие расходы иностранных учащихся всех форм обучения (от языковых курсов до докторантуры) оцениваются суммой 14 млрд долл. и по оценкам VisitBritain должны вырасти еще на 1/3 к 2020 г, поэтому образовательный туризм является одним из приоритетов развития.

Региональная структура туристских прибытий в Великобританию продолжает оставаться крайне неравномерной: в 2016 г. на долю Лондона приходилось 53% поездок, остальной Англии — 35%, Шотландии — 8%, Уэльса — 2%, Северной Ирландии и островов — 2%.

Столица страны, на которую приходится уже свыше 19 млн международных туристских прибытий — по мнению многих экспертов, самый посещаемый иностранными туристами город мира (по данным рейтинга туристских городов-дестинаций Euromonitor International). Для большинства иностранных туристов Лондон является главной и часто единственной возможностью сформировать мнение о стране в целом. Между тем, в условиях нарастающей глобализации Лондон все меньше соответствует представлениям о традиционной Британии, хотя приобретает и иные черты, открывающие новые ресурсы для развития туризма (например, карнавал в Ноттинг-Хилле или рестораны китайской и индийской кухни).

Важнейшими задачами развития въездного туризма становятся регионализация туристского продукта и продвижение других туристских дестинаций. К числу таких центров относят Ливерпуль, объявленный в 2008 г. культурной столицей Европы, курорт Бат — центр Всемирного наследия ЮНЕСКО, природные достопримечательности Шотландского нагорья и Корнуолла, Кардифф, Стратфорд-на-Эйвоне, Манчестер, Кембридж и Бирмингем, отражающие самые разные стороны британской жизни: от Шекспира до футбола, от древней валлийской культуры до современных торговых центров.

Однако составить конкуренцию Лондону как крупнейшему туристскому центру страны в ближайшем будущем вряд ли получится, особенно после Олимпийских игр 2012 г., которые предоставили Лондону уникальные возможности по дальнейшему развитию туризма и продвижению его туристского бренда на новых рынках. Кроме того, в Лондоне и его окрестностях находятся 4 объекта Всемирного наследия ЮНЕСКО (Вестминстерское аббатство, Тауэр, Гринвичская обсерватория, ботанические сады Кью), а также самые посещаемые туристские объекты страны: колесо обозрения Лондон-Ай, Британский музей, Национальная галерея и т.д. [[www.visitbritain.com](http://www.visitbritain.com)].

Опросы показывают, что традиционно к «сильным» сторонам, привлекающим наибольший туристский интерес, относят историю и культурное наследие Великобритании, ее живописные ландшафты и сады, а также

традиции, события и особенности британского образа жизни. Самыми «слабыми» сторонами обычно считают британскую кухню, высокую стоимость жизни и британскую погоду. Однако создание нового туристского образа страны нацелено на разрушение этих стереотипов.

Учет существующих особенностей и новых тенденций развития туризма, использование его конкурентных преимуществ, а также целенаправленная политика поддержки развития отрасли со стороны государственных, общественных и частных организаций способствуют сохранению лидирующих позиций Великобритании в сфере международного туризма.

#### **7.4. Регионы и центры туризма Америки**

В Американском регионе основная часть туристских поездок осуществляется между тремя странами Северной Америки — США, Канадой и Мексикой. Остальные регионы, особенно Центральная Америка, существенно отстают по уровню развития туризма. Достаточно успешно в последние годы развивается международный туризм в странах Южной Америки, где свыше 5 млн прибытий в год уже имеют Аргентина и Бразилия. Регион стран Карибского бассейна характеризуется крайне неравномерным развитием туризма, связанным с воздействием социально-экономических и политических факторов. Успешнее других стран в регионе с точки зрения туризма развиваются Доминиканская республика, Пуэрто-Рико, Куба и Ямайка.

### **США**

США — признанный мировой лидер в туризме, занимающий первое место по доходам от туризма и одно из первых мест по туристским расходам, большая и разнообразная страна в природном и культурном отношении. Большой Каньон Колорадо, Ниагарский водопад, гейзеры Йеллоустоунского парка наряду со Статуей свободы, казино Лас-Вегаса, пляжами Флориды и Гавайских островов — общепризнанные мировые достопримечательности, привлекающие миллионы туристов.

Страна покрыта сетью национальных природных парков, занимающих общую площадь в 32 млн га. Американцы бережно сохраняют историческое и культурное наследие коренных народов Северной Америки, памятники освоения Дикого Запада, а также исторические кварталы Нью-Йорка, Бостона, Нового Орлеана и ряда других городов страны. Туристов привлекают музеи, фестивали и тематические парки, этнические кварталы американских городов, национальные праздники, такие как День Святого Патрика в Нью-Йорке, карнавал Марди-Гра в Новом Орлеане и др.

Туризм генерирует 2,7% ВВП США, обеспечивая работой прямо или косвенно 7,6 млн чел (2016 г.). В США развита вся необходимая для туризма

инфраструктура: отели, рестораны, туристические бюро, развитая система внутреннего авиатранспорта, возможности аренды машины, сеть мотелей и кемпингов для автотуризма и т.д. Это делает возможным организацию масштабных спортивных мероприятий, концертов и фестивалей, привлекающих миллионы туристов со всего мира. Только за последние 25 лет США 4 раза принимали Олимпийские игры (летние 1984 и 1996 гг. и зимние 1980 и 2004 гг.), а в 1994 г. в стране проходил чемпионат мира по футболу.

После теракта 11 сентября 2001 г. в Нью-Йорке произошло резкое сокращение объемов туристских поездок из-за боязни туристов летать на самолетах, однако за несколько лет ситуация восстановилась, и в 2016 г. в США было зафиксировано свыше 75,9 млн прибытий иностранных туристов, а также свыше 80 млн поездок американских туристов за пределы страны (таблица 7.4.1).

Таблица 7.4.1

**Основные туристские потоки в страну (2016 г.)**

Туристские прибытия		
№	Страна	млн прибытий
1	Канада	19,29
2	Мексика	18,99
3	Великобритания	4,57
4	Япония	3,58
5	Китай	2,97
6	Германия	2,03
7	Республика Корея	1,97
8	Бразилия	1,69
9	Франция	1,63
10	Австралия	1,35

*Источник:* Источник: статистические материалы National Travel and Tourism Office.

Особенность въездного туристского потока заключается в том, что канадцы и мексиканцы являются главными посетителями США, составляя более половины от общего числа туристов, прибывающих в страну. Их часто даже не учитывают в статистике международных туристских прибытий в страну. В структуре прибытий туристов «из-за океана» выделяются туристские потоки из развитых стран Европы, Азии и Австралии, а также увеличивающиеся все более быстрыми темпами потоки туристов из стран БРИКС и Южной Кореи. С недавних пор туристы из Китая занимают первое место по расходам среди всех туристов, приезжающих в США (33,2 млрд дол. в 2016 г.)

Свыше 58% иностранных туристов прибывают в США с целью отдыха и развлечений, 18% — для посещения друзей и родственников, еще столько

же — 18% — с деловыми и профессиональными целями, 4,4% — с целью обучения (2016 г.). В среднем иностранные посетители предпочитают оставаться в стране 18 ночей и посещать не один, а несколько районов страны. В основном иностранные туристы «из-за океана» посещают штаты Нью-Йорк (10,0 млн поездок, или почти 27% от общего потока в 2016 г.), Флорида (9,5 млн поездок) и Калифорния (8,2 млн поездок). Далее следуют штаты Невада (3,4 млн), Гавайи (3,1 млн), Техас (1,7 млн), Массачусетс, Иллинойс и принадлежащий США остров Гуам (все по 1,6 млн) [<http://travel.trade.gov/>]. Туристы из Канады и Мексики посещают в основном приграничные штаты.

До половины американских туристов, едущих за рубеж, целью поездки называет отдых, примерно четверть — посещение друзей или родственников, 13% — деловые цели. Если рассматривать происхождение выезжающих за рубеж американских туристов по основным регионам страны, то главными штатами-генераторами туристов считаются штаты Северо-Востока (Нью-Йорк, Нью-Джерси, Филадельфия, Пенсильвания и столица страны Вашингтон), а также Калифорния.

Около 60% всех зарубежных поездок американцы совершают в Канаду и Мексику. Но, в отличие от приезжающих в США туристов, среди которых больше канадцев, сами американцы предпочитают больше ездить в Мексику. В 2016 году в Мексику было совершено 31,2 млн поездок, в Канаду — 13,9 млн. Из зарубежных стран американские туристы больше всего посещают страны «Старого Света», прежде всего Великобританию, Францию, Италию, Германию. Значительное количество туристов посещает некоторые острова Карибского региона (Доминиканскую Республику, Ямайку, Коста-Рику), а среди стран Азии — Китай (интерес к которому значительно вырос за последние годы) и Японию.

Однако в целом американцы предпочитают отдыхать внутри своей страны. Самыми посещаемыми штатами США являются Калифорния и Флорида, 3–4 место по данному показателю делят штаты Нью-Йорк и Техас [<http://travel.trade.gov/>].

Северо-Восточный макрорегион США обладает как богатым культурно-историческим наследием, так и достижениями современной американской культуры. Здесь очень развит деловой туризм. Нью-Йорк — самый посещаемый город США (до 12,7 млн иностранных туристов в 2016 г., данные Euromonitor International), где расположены символ страны Статуя Свободы, небоскребы Манхэттена, самые знаменитые музеи США Метрополитен и музей Гуггенхайма, а также этнические кварталы Маленькая Италия, Чайна-таун и т.д. Бостон и Филадельфия привлекают своими историческими памятниками колониального периода и местами, связанными с борьбой за независимость. В Вашингтоне туристы посещают Белый Дом, Капитолий, мемориалы президентов Вашингтона, Джефферсона и Линкольна, а также Арлингтонское кладбище, музей Холокоста и др. Значительную роль в рай-

оне играет пляжный туризм (Лонг-Айленд, Кэйп Мэй, Оушен-Сити и др.). Главный развлекательный центр района — Атлантик-Сити.

Южный макрорайон привлекает, в первую очередь, морскими пляжами и курортами, фестивалями и тематическими парками. Ядром региона является штат Флорида со знаменитыми курортами и пляжами Майами, Дэйтона и Палм-Бич, а также крупнейшими парками развлечений Диснейуорлд и Морской мир в Орlando. Многочисленные туристы посещают Космический центр Кеннеди, расположенный недалеко от космодрома на мысе Канаверал.

Штаты Среднего Запада США, удаленные от морских пляжей и густонаселенных территорий, не привлекают большого числа туристов, за исключением промышленных центров вокруг Чикаго и района Приозерья, знаменитого своей природой.

Западный макрорайон известен, прежде всего, своими природными памятниками и национальными парками. Здесь развиваются экологический и активный туризм (национальные парки Йеллоустоун, Гранд Тетон, Гранд Каньон и др.). Ядро макрорайона — штат Калифорния, где доминирует туризм с целями отдыха и развлечений благодаря достопримечательностям Лос-Анджелеса, Сан-Франциско, Голливуда, Диснейленда, а также игорный бизнес в Лас-Вегасе. Туристов в Калифорнии привлекают также Йосемитский национальный парк, национальный парк Секвой, долина Смерти и пустыня Мохаве, а также винные маршруты долины Напа и Сонома. Калифорния, является лидером, как по числу туристов, так и по доходам от туризма. Здесь представлены почти все виды туризма.

Штат Колорадо — главный горнолыжный центр страны с многочисленными курортами, самым знаменитым из которых является Аспен. В западном макрорайоне широко развит и познавательный туризм благодаря памятникам индейской культуры (Меса Верде, шт. Колорадо, Чако, шт. Нью-Мексико), наследия испанских колонистов, мормонов (города Юты и северной Аризоны), а также покорителей Дикого Запада и ковбоев.

Даже самые удаленные районы США — Аляска и Гавайи — привлекают большие туристские потоки. Специализация Гавайских островов — пляжный и природный туризм. Ежегодно их посещают около 6 млн чел. Аляска развивается в основном как регион экологического туризма.

## **7.5. Международный туризм в странах Азии**

### **Китай**

На современном этапе развития туризма Китай стал одним из его главных лидеров, что трудно было представить еще четверть века назад, когда реформы в этой сфере только начинались. Быстрое развитие туризма на-

чалось в конце 1970-х гг. в контексте общего экономического и социально-го развития страны. За это небольшое время туризм в Китае прошел три стадии развития:

- развитие только въездного туризма, которое началось с момента начала реформ;
- развитие въездного и внутреннего туризма, которому способствовал экономический рост в стране и улучшению благосостояния населения;
- современное развитие въездного, внутреннего, а также выездного туризма, которое не только подтверждает успехи экономического развития, но и демонстрирует постепенное включение страны в мировое экономическое и культурное пространство.

Общее число туристских прибытий в Китай превысило в 2016 г. 59,3 млн. Однако более 60% туристов, прибывающих в страну, составляют граждане Гонконга, Макао и Тайваня, то есть территорий Китая с особым статусом. Если не учитывать эти потоки, то Китай все равно будет входить в число стран — лидеров по туристским прибытиям, которые распределяются между странами следующим образом (таблица 7.5.1).

Таблица 7.5.1

**Основные туристские потоки в Китай  
(без учета туристов из Гонконга, Макао и Тайваня) (2015 г.)**

Туристские прибытия		
№	Страны	тыс. прибытий
1	Южная Корея	4 444
2	Япония	2 498
3	Вьетнам	2 161
4	США	2 086
5	Россия	1 582
6	Малайзия	1 076
7	Монголия	1 014
8	Филиппины	1 004
9	Сингапур	905
10	Индия	751

Источник: <http://www.travelchinaguide.com/tourism/>

Во въездном туристском потоке в Китай преобладает внутрирегиональный обмен со странами Азиатско-Тихоокеанского региона и пограничными с Китаем странами. 43% туристов приезжают с целями отдыха и развлечений; 23% — с деловыми целями. Туристов в первую очередь привлекают культурно-исторические достопримечательности страны, ее на-

циональные особенности и традиции. Росту туристского интереса к Китаю способствовало успешное проведение Олимпийских игр в Пекине в 2008 г., а также Всемирной выставки ЭКСПО-2010 в Шанхае.

Иностранцы туристы посещают преимущественно древние культурно-исторические памятники и современные достопримечательности таких городов, как Пекин, Шанхай, Сиань, Гуанчжоу, Гуилинь, Ханчжоу, Шеньчжень, Чунцин, т.е. наиболее традиционные туристские маршруты, где расположены основные объекты туристского показа, в том числе объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО (Великая Китайская стена, Храм Неба, терракотовое войско в Сиане, архитектурно-парковые ансамбли садов Сучжоу и Ханчжоу и др.). В 2016 году Шанхай посетило 8,5 млн иностранных туристов, Пекин — 4,2 млн. Вместе с тем складываются и новые туристские районы, включающие участки побережья страны, где созданы особые экономические зоны на территории Ляодунского и Шаньдунского полуостровов, в дельтах рек Янцзы и Чжуцзян. Здесь развивается купально-пляжный отдых, индустрия современных развлечений, шопинг-центры и т.п. На юге страны крупнейший район купально-пляжного отдыха сложился на острове Хайнань.

Туристы посещают все более удаленные от побережья и крупных городов районы страны, такие как Внутренняя Монголия, Тибет, Сычуань, район Санься (Три ущелья) на реке Янцзы и другие районы, где имеются широкие возможности для развития экологического, активного, этнографического, гастрономического и других специальных видов туризма [[www.cnta.gov.cn](http://www.cnta.gov.cn)].

Для удобства посещения туристских достопримечательностей в Китае быстрыми темпами строятся объекты транспортной и туристской инфраструктуры мирового уровня, в частности скоростные железные дороги Пекин-Шанхай, Шанхай-Ханчжоу, Гуанчжоу-Шеньчжень и другие, а также многочисленные современные отели. Реконструированы и вошли в число 20 крупнейших в мире аэропорты Пекина (94,4 млн пассажиров в 2016 г., второе место в мире), Шанхая (66,0 млн пассажиров, аэропорт Пудун) и Гуанчжоу (59,7 млн пассажиров). Развитие туризма в стране носит централизованный характер, его координирует Государственное управление по делам туризма, подчиненное Госсовету КНР. Продвижением национального турпродукта занимается Китайская национальная туристская администрация.

В 2012 году объемы выездного туристского потока из Китая превысили показатели Германии и США и достигли 83 млн поездок (по данным национальной статистики) [[www.cnta.gov.cn](http://www.cnta.gov.cn)]. Таким образом, Китай стал мировым лидером по выездному туризму. В 2016 году было совершено уже 122 млн туристских поездок из Китая. Однако нельзя забывать, что и здесь основные туристские потоки направлены в Гонконг, Макао и Тайвань. Помимо этих районов, китайские туристы все более активно выезжают в азиатские страны (Таиланд, Южная Корея, Сингапур, Япония), в боль-

шинство стран Европы, США, Австралию и Новую Зеландию. С 2014 года туристы из Китая лидируют в общем въездном потоке в нашу страну. Свыше 60% выезжающих китайских туристов покидают пределы страны впервые и путешествуют организованно. Наиболее популярными среди выезжающих из Китая туристов являются экскурсионные маршруты и шопинг-туризм. В будущем стоит ожидать дальнейшего увеличения въездного туристского потока из страны, который становится все более заметным практически в любой стране мира.

Наряду с международным в Китае активно развивается и внутренний туризм, число поездок в рамках которого в 2016 г. превысило 4,4 млрд.

## Индия

Современная Индия, занимающая второе место в мире по численности населения и треть (уступая только США и Китаю) — по размерам ВВП, представляет исключительный интерес для изучения как с позиции существующих масштабов и темпов развития туризма, так и с точки зрения потенциальных возможностей включения страны в международный туристский рынок (рис. 7.5.1).

Быстрые темпы роста международного туризма в последнее десятилетие позволяют отнести Индию к числу наиболее активно развивающихся туристских дестинаций. По масштабам въездного туристского потока Индия пока не входит в число лидеров в Азиатско-Тихоокеанском регионе, однако число туристских прибытий в страну быстро растет и составило в 2016 г. 8,8 млн.

В структуре въездного туристского потока выделяются потоки туристов из США (15% от общего количества, данные 2016 г.), Великобритании (11%), Канады, Германии, Франции, Австралии (примерно по 3–4%), т.е. преобладает межрегиональный туристский обмен. Среди соседних стран отмечается только поток туристов из Бангладеш (15,6%) и Шри-Ланки (3,4%). Туристы из России составляют всего 2% въездного потока, немного уступая потоку туристов из Китая.

Основные цели поездок иностранных туристов в Индию отражают особенности современного экономического положения страны, а также наличие во многих регионах мира внушительной индийской диаспоры. Преобладающими целями въезжающих в страну туристов являются посещение друзей и родственников (27,5%), отдых (24,0%) и деловые поездки (18,6%). При этом цели поездок существенно различаются по странам происхождения туристов. Например, для туристов из США основными целями поездок являются посещение друзей и родственников (47%), а также деловые цели; для туристов из Великобритании — посещение друзей и родственников (37%) и отдых; для туристов из Германии — деловые поездки (35%) и отдых. Для туристов из России среди целей поездок преобладает отдых (69%).

## ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЕ РАЙОНИРОВАНИЕ ИНДИИ



Рис. 7.5.1. Туристско-рекреационное районирование Индии

Свыше 90% въезжающих в страну туристов пользуются при этом авиационным транспортом, прибывая в страну через аэропорты четырех крупнейших городов страны — Мумбаи, Нью-Дели, Калькутты и Ченнаи. В целом преобладают туристические поездки в зимний период (октябрь–март), что объясняется особенностями климата страны. Иностранцы посещают преимущественно штаты Махараштра (28,5%) и Тамил Наду (15,7%), где находятся самые крупные индийские города Мумбаи и Ченнаи, а также сосредоточены наиболее известные достопримечательности страны — объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО — такие как пещеры Аджанты и Эллоры, горная дорога Нилгири и т.п. Кроме этих районов, иностранцы приезжают также в штаты Дели (10,6%), Уттар-Прадеш (9,4%) и Раджастхан (7,2%) — так называемый «золотой треугольник» городов Дели — Агра — Джайпур, где расположены самые посещаемые туристские объекты Индии [[www.tourism.gov.in](http://www.tourism.gov.in)].

Наиболее посещаемые иностранными туристами достопримечательности — мавзолей Тадж-Махал и Форт Агра в Агре, Кутаб-Минар, Красный форт и гробница Хумаюна в Дели. Однако число иностранных туристов, посещающих эти объекты, в 7–10 раз меньше числа посещающих их индийских туристов. Многие туристы из западных стран совмещают в рамках одной поездки посещение крупных городов и прославленных достопримечательностей страны с купально-пляжным отдыхом, перемещаясь далее в своих поездках на пляжи штатов Керала и Гоа.

Внутренний туристский поток за последние 10 лет вырос более чем в 4 раза (1614 млн поездок в 2016 г.) и свидетельствует о росте экономических возможностей населения, а также об изменении его образа жизни. Если проанализировать географию внутренних туристских потоков, то можно увидеть, что они сильно отличаются от потоков иностранных туристов. Индийцы посещают преимущественно штаты Андхра-Прадеш (21%) и Уттар-Прадеш (19,6%), где расположены важнейшие религиозные центры индуизма и буддизма (Тирупати, Варанаси, Аллахабад и др.) [[www.tourism.gov.in](http://www.tourism.gov.in)]. Что касается наиболее посещаемых туристских достопримечательностей, то различия в выборе мест посещения между внутренними и иностранными туристами не так заметны. Стоит отметить, что до некоторых достопримечательностей Индии иностранцы пока еще просто не добираются.

Быстрый экономический рост, помноженный на огромную численность населения страны, способствовал возникновению значительного сегмента состоятельного населения, который уже получил название «Великий индийский средний класс». В результате в последние годы все большее количество индийцев стало участвовать в туристских поездках. Темпы роста выездного туристского потока, увеличившегося за последние десять лет почти в 5 раз (с 4,4 млн поездок в 2000 г. до 21,9 млн в 2016 г.) превышают темпы роста выездного потока, который за аналогичный период лишь удвоился.

Туристы выезжают как группами, так и индивидуально, с целями отдыха и развлечения, шопинга, деловыми и прочими туристскими целями. Около

60% туристов составляют туристы в возрасте 25–45 лет, в основном жители северных и западных районов страны. По оценкам экспертов, до 30 % выездного туристского потока составляют деловые туристы, что связано с возрастанием роли Индии в международных инвестициях и торговле. Все более заметную роль в формировании направлений выездного туризма играют поездки с целями посещения друзей и родственников в различных регионах мира.

Основные направления выездного туристского потока из Индии — это преимущественно страны Азиатско-Тихоокеанского региона. Туристские потоки пока не очень стабильны, но отмечается рост выездного потока и в страны Европы, Ближнего Востока и Америки. Крупнейшие потоки выезжающих из Индии туристов принимают Саудовская Аравия (исламские паломники), Сингапур и Кувейт (по 5–6% от общего числа выезжающих), Таиланд, Малайзия, США, Великобритания и Китай.

Основными видами въездного туризма, традиционно развивавшимися в Индии, были и остаются познавательный, религиозный, экологический, активный, а также курортный туризм, связанный с посещением приморских (Гоа, Диу, Керала и др.) и горноклиматических (предгорные районы Гималаев) курортов страны. Поездки этнических индийцев на родину предков могут рассматриваться как ностальгический туризм.

На современном этапе развития активизируется продвижение новых для Индии видов туризма, к числу которых относят медицинский, круизный и сельский туризм. Особый интерес представляет развитие медицинского туризма — поездок с целями получения клинического лечения и других медицинских услуг. Уже свыше 200 тыс. чел. в год приезжают в Индию с медицинскими целями, привлеченные как более низким уровнем цен на высокотехнологичные виды медицинской помощи (которые примерно в 3–4 раза ниже по сравнению с аналогичными операциями в Европе), так и уже достаточно высоким уровнем обслуживания в современных медицинских центрах индийских городов (например, Мумбаи или Бангалора).

Министерство по делам туризма уделяет особое внимание вопросам развития индустрии туризма, включая проведение сертификации предприятий турбизнеса и курортов, поддержки развития исторических отелей и строительства новых деловых центров, а также продвижению новых видов туризма. Если имеющиеся в стране политические, экономические и прочие проблемы будут в ближайшие годы преодолены, Индия имеет все шансы занять серьезную позицию на мировом туристском рынке и сделать туризм одной из важных статей дохода своей экономики.

## **7.6. Особенности развития туризма в Африке**

Африканский регион относится пока к наименее освоенным с точки зрения туризма регионам мира. Это объясняется низким уровнем социально-экономического развития большинства стран, их политической нестабильностью, частой сменой политических режимов, почти полным отсутствием туристской

инфраструктуры. Тем не менее, и в этом регионе в последние 15–20 лет туризм развивается достаточно быстрыми темпами, поскольку туристов привлекает дикая африканская природа и экзотическая культура народов Африки.

Для Африканского региона характерна крайняя неравномерность развития туризма, выражающаяся в преобладании двух регионов — Северной и Южной Африки. На их долю приходится большая часть прибытий и поступлений от туризма. Лидером по развитию туризма в Северной Африке является Марокко, а в Южной Африке — ЮАР.

## ЮАР

Развитие международного туризма в стране стало возможным после отмены политики апартеида в начале 1990-х гг. и режима международных санкций против ЮАР. Быстрое развитие туризма связано с богатейшим туристско-рекреационным потенциалом страны, вызывающим интерес у туристов из разных стран мира. Туристы стремятся посетить национальные парки страны, чтобы иметь возможность увидеть «большую африканскую пятерку» — льва, слона, буйвола, носорога и леопарда — в естественных природных условиях.

В настоящее время туризм в ЮАР — одна из важных отраслей экономики, которая обеспечивает 3 % ВВП и 4,4 % занятых в стране (2016 г.). С начала демократических преобразований в стране число иностранных туристов выросло в 3 раза, достигнув в 2016 г. 10 млн прибытий, а поступления от туризма составили почти 8 млрд долл. Однако три четверти въездного туристского потока приходится на туристов из близлежащих стран Африки, что подтверждает анализ используемых видов транспорта (80% туристов прибывают наземным транспортом). Наибольшие показатели туристских прибытий характерны для приграничных стран, таких как Зимбабве и Лесото (по 18 % от общего потока), Свазиленд, Ботсвана. Из стран других регионов наибольшие показатели туристских прибытий характерны для Великобритании (около 5%) и США (4%).

В целом 62% туристов приезжают с целями отдыха, 28% — с деловыми целями, однако различия в целях поездок между туристами из африканских стран и развитых стран Европы и Америки значительны. Туристы из приграничных стран приезжают в ЮАР для решения вопросов бизнеса, получения медицинской помощи и др. Туристы из развитых стран в наибольшей степени заинтересованы в посещении национальных парков (крупнейший из них — национальный парк Крюгера на границе с Мозамбиком), приморских городов-курортов (Кейптаун, Дурбан и др.) и других туристских объектов; именно они в полной мере пользуются всеми возможностями туристской инфраструктуры ЮАР. Для этой же категории туристов характерна и большая продолжительность пребывания в стране — в среднем около 14 ночей.

Помимо экологического туризма в национальных парках, в ЮАР развивается индустрия развлечений, в частности, игорный бизнес в городе Сан-Сити, африканском аналоге Лас-Вегаса. Создаются маршруты в рамках активного

туризма, знакомства с историей, бытом и традициями коренного населения страны. Вдоль побережий океанов развивается купально-пляжный отдых, совмещенный с водными видами спорта, а также гастрономические, винные, цветочные и прочие тематические маршруты [[www.southafrica.net](http://www.southafrica.net)].

Привлечению внимания туристов к ЮАР во многом способствует проведение здесь многочисленных спортивных событий (соревнований по регби, гольфу, серфингу), в частности чемпионата мира по футболу 2010 г. Однако главной проблемой, мешающей развитию туризма в ЮАР, является проблема обеспечения безопасности туристов, особенно в районах с преобладанием коренного африканского населения.

### **7.7. Международный туризм в Австралии и Океании**

Несмотря на удаленность от практически всех стран мира и очень высокую стоимость туристской поездки, Австралия, Новая Зеландия и острова Океании привлекают большое количество туристов своими уникальными природными и культурными особенностями. Туристы стремятся увидеть экзотических животных и птиц Австралии в многочисленных национальных парках, отдохнуть на пляжах Золотого побережья и островов вдоль Большого Барьерного рифа, познакомиться с жизнью и искусством аборигенов Австралии, новозеландских маори и жителей Океании, а также с современной жизнью городов и внутренних районов стран региона.

Лишь около четверти туристов, приезжающих в Австралию, предпочитают купально-пляжный отдых; большинство выбирают экскурсионный, экологический и активный туризм. Более 2 000 национальных парков, заповедников и охраняемых резерватов (наиболее посещаемые — в штатах Новый Южный Уэльс и Квинсленд) дают возможность познакомиться с уникальными представителями дикой природы, ставшими живыми символами Австралии.

Основной туристический район Австралии — юго-восток, где находятся крупнейшие города Сидней и Мельбурн, в которых сосредоточены объекты культурно-исторического наследия страны, в том числе Сиднейский оперный театр и мост через Сиднейскую бухту, национальные музеи, выставки и театры. Росту интереса к этому району, как и ко всей стране в целом, способствовало проведение здесь Олимпийских игр 1956 г. в Мельбурне и 2000 г. в Сиднее. Здесь же проводятся скачки на кубок Мельбурна, гонки Формула-1, открытый чемпионат Австралии по теннису и другие соревнования, привлекающие внимание туристов. В Голубых горах находятся горнолыжные курорты страны.

Вторым по значению туристским регионом страны является побережье Восточной Австралии с центром в Брисбене, к югу от которого располагается знаменитое Золотое побережье протяженностью 42 км, а к северу — побережье Солнечного берега, основные районы купально-пляжного отдыха в стране. Расположенные севернее острова Лизард, Грин, Фицрой, Хейман, Херон и другие районы Большого Барьерного рифа, а также главный курорт этой ча-

сти страны Кернс обладают исключительными возможностями для развития дайвинга и серфинга. Помимо природных национальных парков (крупнейший — на острове Фрейзер) туристов привлекают тематические парки развлечений, шопинг, гастрономический туризм и т.п.

Западные и южные районы страны менее посещаемы, однако также обладают значительными туристскими ресурсами. «Жемчужина Австралии» Перт и столица южной Австралии Аделаида привлекают туристов сохранившимися постройками первопоселенцев, а окружающие их районы — характерными австралийскими природными ландшафтами, а также становящимися все более популярными винными маршрутами (Долина Баросса и др.) и экстремальным дайвингом (Эксмаут, Карнавон и др.).

Северные территории страны постепенно начинают осваиваться туристами, которых привлекают национальные парки Улуду (Айерс-Рок) в центре страны, Какаду на северном побережье, а также возможность познакомиться с культурой и традициями австралийских аборигенов [[www.tourism.australia.com](http://www.tourism.australia.com)].

Число туристов, посещающих Австралию, превышало 8 млн прибытий в год, а поступления от туризма — 40 млрд дол. (2016). Стабильно около 20% туристов составляли жители Новой Зеландии, 10% — туристы из Великобритании. Однако серьезную конкуренцию им уже составляют вышедшие на третью позицию туристы из Китая, которые существенно потеснили японских туристов (их число в последние годы резко сокращается) и американцев. В 2016 г. число прибытий китайских туристов в Австралии превысило 1,2 млн.

Количество туристов, посещающих Новую Зеландию, примерно в 2,5 раза меньше (3,4 млн в 2016 г.). До половины приезжающих сюда туристов составляют австралийцы; много также туристов из Великобритании и США. Как и везде, растет число туристов из Китая. Однако туризм является важной отраслью экономики страны, обеспечивающей до 6% ее ВВП и значительную часть валютных поступлений.

Новая Зеландия позиционируется как регион с наименее нарушенной природой, поэтому здесь преимущественно развивается экскурсионный, круизный, экологический и активный туризм. Интересной особенностью Новой Зеландии стало возникновение в последние годы специфического потока туристов — поклонников творчества Дж. Р. Толкиена, привлеченных в страну съемками киноэпопеи «Властелин колец».

Важной задачей национальной туристской администрации Новой Зеландии является устойчивое развитие туризма, обеспечивающее сохранение ее уникального природного наследия, а также культуры коренного населения страны — маори — для будущих поколений. В последние годы международный туризм развивается очень активно, но неравномерно. На темпы и структуру его развития оказывают воздействие различные факторы, однако, несмотря на что, туризм демонстрирует устойчивость ко всем вызовам и продолжает успешно развиваться. В сферу туристской деятельности все активнее вовле-

каются новые страны и регионы, развивающиеся очень быстрыми темпами. Результаты анализа показателей развития туризма подтверждают сохранение основных географических закономерностей формирования туристских потоков, но с учетом региональной специфики.

Европа, продолжая оставаться крупнейшим регионом международного туризма в мире, постепенно сдает свои позиции абсолютного лидера. Произошло и существенное снижение доли Американского региона. В то же время наиболее быстрыми темпами развивается туризм в Азиатско-Тихоокеанском регионе, растут показатели развития туризма в Африканском регионе и в регионе Ближнего Востока, однако они пока не так стабильны.

В большинстве регионов мира преобладают внутрирегиональные поездки (за исключением Африки и Ближнего Востока); внутри каждого из регионов в последние годы происходит существенное перераспределение туристских потоков между субрегионами и странами, что определяется складывающимися тенденциями в потребительском спросе и изменениями в характере предоставляемого туристского продукта.

Страны Европы и Америки, давно являющиеся лидерами по развитию туризма в мире, не только сокращают рост, но и отмечают стабилизацию и даже сокращение числа туристских прибытий, в то время как быстро растущие азиатские туристские дестинации демонстрируют огромные успехи и начинают занимать лидирующие позиции по развитию туризма в мире. В число абсолютных лидеров выходит Китай, влияние которого все более заметно и в других регионах мира.

Лидером по поступлениям от туризма продолжают оставаться США, однако в целом по миру темпы роста поступлений от туризма уступают темпам роста числа туристских прибытий. Необходим подробный анализ всех изменений, происходящих в отрасли, а также изучение региональных особенностей развития туризма в странах и регионах мира.

### **Контрольные вопросы и задания**

1. Охарактеризуйте масштабы развития и роль туристской индустрии в мировой экономике.
2. Приведите примеры экономических, политических событий, природных или техногенных явлений, оказавших существенное влияние на развитие международного туризма в разных регионах мира.
3. Задание: по материалам статистики ЮНВТО постройте график роста числа туристских прибытий и поступлений от туризма, начиная с 1990 г. Влияние каких мировых событий на развитие туризма заметно на этих графиках?
4. На какие туристские регионы и субрегионы делятся страны мира?
5. Задание: по данным статистики ЮНВТО опишите структуру прибытий и выделите основные туристские потоки в Американском регионе.
6. Какую туристскую специализацию имеют макрорегионы США?

7. Задание: по материалам статистики ЮНВТО постройте диаграммы ежегодных изменений темпов роста числа туристских прибытий и поступлений от туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Какие особенности развития туризма в регионе АТР иллюстрируют эти графики? Приведите примеры конкретных событий, оказавших существенное воздействие на развитие туризма в этом регионе.
8. Задание: по данным статистики ЮНВТО проанализируйте динамику прибытий и отбытий китайских туристов в целом по миру. Сделайте выводы о месте Китая на мировом туристском рынке.
9. Задание: по данным международной и национальной статистики охарактеризуйте современные особенности географии туризма и туристских потоков в Китае. Определите, какая часть въездного и выездного туристских потоков приходится на жителей Гонконга, Макао и Тайваня. Сделайте выводы о тенденциях изменений во въездном и выездном туризме в Китае.
10. Какие виды туризма получили развитие в Индии?
11. Дайте характеристику современного состояния туризма в ЮАР.
12. Каковы особенности географии туризма в Австралии?
13. Задание: по материалам учебника и данным статистики ЮНВТО охарактеризуйте современные особенности распределения туристских прибытий по регионам мира. Сделайте выводы об их соответствии или несоответствии прогнозам развития туризма в мире.
14. Задание: выделите 10 стран — лидеров по числу туристских прибытий и по поступлениям от туризма в Европейском регионе. Рассчитайте для них показатели поступлений на 1 прибытие. Сделайте выводы о современных особенностях развития туризма в странах Европейского региона.
15. Задание: рассчитайте соотношение числа туристских прибытий и поступлений от туризма между 4 субрегионами Азиатско-Тихоокеанского региона ЮНВТО. Охарактеризуйте особенности современного развития туризма в регионе.
16. Задание: дайте характеристику развития туризма в одной из стран-лидеров по числу туристских прибытий в мире (по выбору). Перечислите факторы, которые делают эту страну привлекательной для развития международного туризма.
17. Задание: перечислите показатели, по которым можно сравнить масштабы и уровень развития туризма в странах. Прокомментируйте каждый из показателей на примере одной страны (по выбору).
18. Задание: по материалам статистики ЮНВТО выделите страны-лидеры по расходам на международный туризм и объясните, как меняется их соотношение в последние 5, 10, 15 лет.
19. Задание: дайте сравнительную характеристику особенностей развития туризма во Франции и Великобритании.
20. Задание: дайте сравнительную характеристику особенностей развития туризма в Китае и Индии.

## РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В постиндустриальную эпоху туристско-рекреационная сфера превращается в одну из наиболее прогрессирующих отраслей мировой экономики. О бурном развитии туризма в последние 10–20 лет свидетельствуют данные о росте международных туристских поездок (на 30 % по сравнению с 2000 г.) и росте количества прибытий иностранных туристов в мире в 36 раз. По прогнозам, к 2020 г. количество международных туристов достигнет 1,6 млрд чел., т.е. вырастет еще на три четверти.

Развитие туризма в стране определяет одну из составляющих конкурентоспособности ее на мировых рынках и состояние национальной безопасности. Поэтому в настоящее время туристская деятельность в нашей стране рассматривается в качестве одного из приоритетных направлений экономического развития. Ее роль на международном уровне выражается в двух разных аспектах. Во-первых, туризм выполняет социальные функции, проявляющиеся в усилении культурной идентичности страны и ее народов, сохранении наследия. Во-вторых, туризм является источником и фактором экономического роста отдельной страны и мирового хозяйства в целом. Достаточно сказать, что доля туристского сектора в валовом мировом продукте в 2012 г. оценивалась экспертами Всемирной туристской организации (UNWTO) в 9%. Число международных туристских прибытий возросло с 1950 г. более чем в 40 раз и составило к 2012 г. 1,035 млрд. Каждый двенадцатый из занятых в экономике работает в сфере туризма.

Приоритетными направлениями государственной политики в сфере туризма являются поддержка и развитие внутреннего, въездного, социального и самодетельного туризма. Развитие туризма в Российской Федерации отражается в динамике ее позиций на международном туристском рынке и определяется реализацией туристско-рекреационного потенциала ее территорий и регионов.

### 8.1. Россия на мировом туристском рынке

Российский туризм постепенно завоевывает достойное место на мировом туристском рынке. В рейтинге UNWTO<sup>1</sup> в 2012 г. Россия вошла в десятку мировых лидеров по показателям туристских прибытий, заняв 9-е место

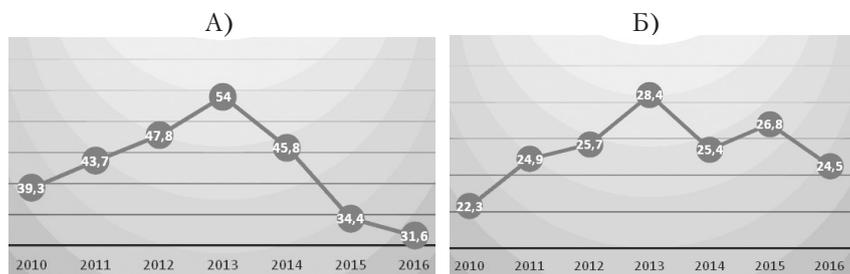
<sup>1</sup> UNWTO. Tourism Highlights/2013 Edition. URL: <http://mkt.unwto.org/ru/barometer>

(таблица 8.1.1), опередив все страны десятки по годовым темпам роста (12–14%).

Таблица 8.1.1

### Рейтинг стран – лидеров по туристским прибытиям и доходам

Международные туристские прибытия, млн					
2012 г.			2016 г.		
1	Франция	83,0	1	Франция	82,6
2	США	67,0	2	США	75,6
3	Китай	57,7	3	Испания	75,5
4	Испания	57,7	4	Китай	59,2
5	Италия	46,4	5	Италия	52,3
6	Турция	35,7	6	Великобритания	35,8
7	Германия	30,4	7	Германия	35,5
8	Великобритания	29,3	8	Мексика	34,9
9	Российская Федерация	25,7	9	Тайланд	32,58
10	Малайзия	25,0	10	Австрия	28,1



**Рис. 8.1.1.** А) Динамика выезда российских граждан за рубеж, млн поездок  
Б) Въезд иностранных граждан в целях туризма в РФ, млн поездок

Однако опережающие темпы роста по туристским прибытиям были характерны для нашей страны только до 2012 г. (рис. 8.1.1). В 2016 году в силу различных факторов внутреннего и внешнего характера Российская Федерация заняла лишь 15-ю позицию среди стран мира по прибытиям со значением въездного турпотока 24,6 млн.

Другой ключевой показатель, определяющий место страны на международном туристском рынке, — доходы (поступления) от международного туризма. Этот показатель отражает относительную производительность в туризме, но также зависит от привлекаемого контингента туристов, длительности их пребывания, затрат на дорогу, стоимости проживания

и колебаний курса валют. По данному показателю Россия входит только в четвертую десятку (34-е место) стран с показателем 7,78 млрд долл. в 2016 году. Безусловными лидерами по доходам от туризма являются: США, Испания, Франция, Тайланд, Италия, Китай.

Если доля России на туристском рынке Европы в 2016 г. по показателю прибытий составила 4,0% (8-е место), то по доходам от туризма — только 1,7% (16-е место). Очевидно, что для России с ее не меньшим, чем в странах, успешно зарабатывающих на туризме, туристским потенциалом это весьма скромное место.

Лидером по числу туристских поездок в Россию является Финляндия (табл. 8.1.2)<sup>1</sup>. Вторую позицию занимает Китай. Причем Китай показывает самый большой рост туристского потока на мировом рынке и в России в частности. Однако в целом по странам Евросоюза наблюдается лишь небольшой рост турпотока в Россию в последнее десятилетие (рис. 8.1.2).

Таблица 8.1.2

## Рейтинг стран по туристским прибытиям в РФ

Ме-сто	Страна	Кол-во прибытий	Ме-сто	Страна	Кол-во прибытий
1	Финляндия	1 319 030	14	Испания	108 900
2	Китай	1 288 720	15	Япония	84 631
3	Польша	1 017 462	16	Индия	70 375
4	Германия	566 434	17	Иран	67 166
5	Монголия	522 026	18	Нидерланды	57 408
6	Эстония	414 147	19	Сербия	50 498
7	Латвия	288 682	20	Австрия	49 026
8	США	238 633	21	Швейцария	48 485
9	Италия	192 140	22	Норвегия	45 135
10	Израиль	178 633	23	Турция	42 658
11	Великобритания	177 080	24	Австралия	41 882
12	Франция	176 855	25	Канада	40 410
13	Респ. Корея	161 267	26	Чешская Респ.	39 684

Наиболее репрезентативно географию популярности России на мировом рынке отражает коэффициент интенсивности туристского потока, рассчитываемый как отношение количества поездок к количеству жителей страны выезда. По данному показателю лидерство держат Финляндия, Эстония, Латвия и Израиль (свыше 10 поездок/тыс. жит.)<sup>2</sup>. Однако следует

<sup>1</sup> URL: <http://www.russiatourism.ru>.

<sup>2</sup> Турченко Е.С., Виснапу Т.В. География выездного и въездного российского туризма // Псковский регионологический журнал. 2013. № 6.

отметить, что Финляндия и Эстония за последнее десятилетие снизили въезд туристов в Россию почти вдвое. Аналогичное снижение притока туристов начиная с 2008 г. наблюдалось из Латвии. По оценкам UNWTO, при соответствующем уровне развития инфраструктуры потенциал России позволяет принимать до 40 млн иностранных туристов. Однако на сегодняшний день количество приезжающих в Россию иностранных гостей с деловыми, туристскими и частными целями не соответствует ее потенциалу.

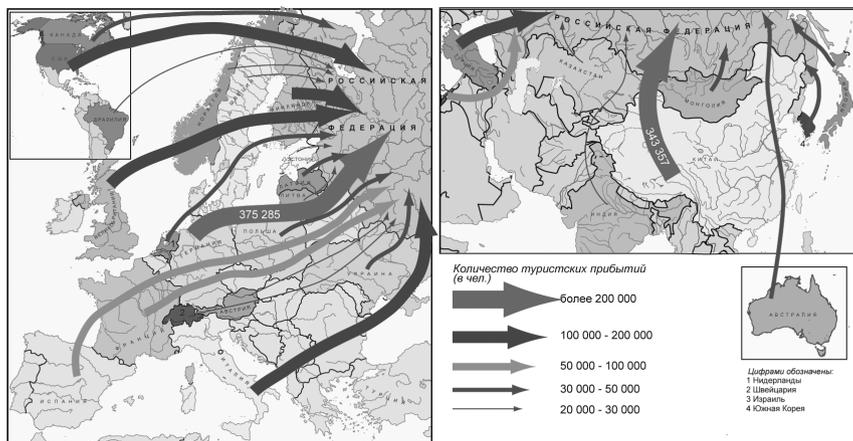


Рис. 8.1.2. Потоки прибытий в Россию

Одна из особенностей современного российского туризма — его ориентация преимущественно на выездной туризм, несмотря на то что в мировой практике наиболее выгодными с точки зрения доходов экономики являются внутренний и въездной туризм. По мнению экспертов, для сбалансированного развития национального рынка оптимальной является пропорция: один въездной турист — один выездной — четыре внутренних. Для отечественного внутреннего рынка типично развитие обратной тенденции. Рост въездного туризма по темпам значительно отстает от выездного, и в результате развивается тенденция снижения доли въездного потока в совокупных туристских потоках России (табл. 8.1.3).

Истоками такого типичного для России дисбаланса являются как исторические причины (многолетний дефицит выездного туризма в СССР сформировал повышенный спрос на внешний туристский продукт, доступный по цене), так и уровень качества обслуживания и обеспечения безопасности туристов в нашей стране.

Среди зарубежных направлений российские туристы традиционно предпочитают Финляндию, Турцию, Египет, Китай. Рост туристских поездок

в Турцию наблюдался начиная с 2002 г. (690,1 тыс. поездок) и достиг 2 млн 516 тыс. поездок в 2012 г. Второе место по популярности у российских туристов до 2014 г. занимал Египет, при этом максимум был достигнут в 2014 г. (2 880 тыс. поездок). Третье место по приему российских туристов занимает Китай, причем наибольшее количество поездок (2 млн 59,3 тыс.) было совершено в 2008 г. (Олимпиада в Пекине), в 2016 г. количество поездок составило 1 676 тыс.

Таблица 8.1.3

**Динамика развития въездного и выездного потока в РФ**

<b>Год</b>	<b>Выезд, млн человек</b>	<b>Выезд, млн человек</b>	<b>Отношение въезда к выезду</b>
2011	43,70	24,92	0,57
2012	47,80	28,16	0,59
2013	54,06	30,79	0,57
2014	42,92	25,43	0,59
2015	34,39	26,85	0,78
2016	31,65	24,55	0,78

Анализ выездного потока показывает, что туристские предпочтения российских граждан расширяются: наряду с традиционным интересом к странам с теплыми морями у россиян все более популярными становятся страны, где пляжный отдых можно совместить с интересной культурно-познавательной программой, а также с лечением. Большим интересом пользуются автобусные туры в Европу, стало популярным азиатское направление и экзотические курорты. Один из наиболее быстро растущих секторов Российской туристической индустрии – медицинский туризм. Предпочтительные направления для таких туристов – страны Ближнего Востока (58% рынка) и Европы (37% рынка).

Прогнозные оценки UNWTO свидетельствуют о развитии следующей ситуации на мировом туристском рынке и роли России в международном туризме.

Число международных туристских прибытий во всем мире, как ожидается, будет увеличиваться в среднем на 3,3% в год в период до 2030 г. Со временем темпы роста будут постепенно снижаться, с 3,8 % в 2012 г. до 2,9 % в 2030 г. В абсолютных цифрах турпоток к 2020 г. составит 1,4 млрд а к 2030 – 1,8 млрд чел. Международные туристские прибытия в странах развивающейся экономики (направления Азии, Латинской Америки, Центральной и Восточной Европы, Восточного Средиземноморья Европы, Ближнего Востока и Африки) будут расти в два раза быстрее (4,4% в год), чем в развитых странах (2,2% в год). В региональном аспекте наибольший рост ожидается в странах Азиатско-Тихоокеанского региона (до 535 млн

в 2030 г.), Ближнего Востока (149 млн) и Африки (134 млн). Более медленно будут расти въездные потоки в страны Европы (744 млн) и Америки (248 млн). В результате доля Азиатско-Тихоокеанского региона вырастет с 22% до 30%, Ближнего Востока с 6% до 8%, Африки с 5% до 7%, а доля наиболее развитых сегодня направлений Северной и Западной Европы и Северной Америки будет сокращаться. Рост Российского направления уже к 2020 г. по мнению экспертов, составит 47,1 млн. При этом, согласно экспертным оценкам, потенциал роста российского направления огромен, поскольку емкость туристских ресурсов России может составить 100 млн человек в год при среднем времени пребывания 6 дней.

Естественно, в силу своего географического положения Россия не может стать местом массового летнего пляжного отдыха. Тем не менее, страна обладает тем, что в ближайшие десять лет будет пользоваться наибольшим спросом у путешественников, — уникальными историко-культурными достопримечательностями и природными ценностями, экстремальностью и неповторимым своеобразием.

Как можно отметить, на формирование международных туристских потоков оказывает влияние множество природных, культурных, социальных, политических и экономических факторов. По мере развития международного туризма становится все более актуальным исследование сложных закономерностей его динамики и территориальной структуры, изучение особенностей формирования межрегиональных туристских потоков, а, следовательно, возрастает значимость исследований в области географии туризма, опирающихся на смежные направления географической науки.

## **8.2. Основные туристско-рекреационные зоны и центры РФ**

Основу туристско-рекреационного потенциала России составляют богатое культурное наследие и ее природное разнообразие. Россия — одна из немногих стран планеты, сохранивших свое природное богатство к началу третьего тысячелетия. На территории России находятся 23 объекта, включенных в список памятников мирового наследия ЮНЕСКО, и это — не окончательная цифра, так как целый ряд объектов включены еще в предварительный список.

Тем не менее, не все части уникального туристско-рекреационного пространства нашей страны в равной степени развивают туризм как отрасль специализации. Распределение въездного и внутреннего туристского потока также представляется весьма неравномерным. Причины такой дифференциации пространства — действие совокупности факторов туристско-рекреационного районообразования, с которыми вы ознакомились выше. Вам также теперь известно, что эти факторы принимаются во внимание в разных вариантах при реализации того или иного подхода

к районированию, результатом которого является выделение таких экономических единиц как туристско-рекреационные зоны, подзоны и районы. За пределами изложенного материала по туристско-рекреационному районированию осталась такая популярная в исследованиях и употреблении категория как туристско-рекреационный центр.

Можно выделить два основных подхода к проблеме изучения туристских центров. Наиболее распространенный исходит из оценки рекреационного потенциала, то есть наличия определенных ресурсов, либо наследия, характерных для данной местности, благодаря которым к ней и возникает интерес у потенциальных рекреантов. Другой подход, напротив, основан на констатации значительных туристских потоков в данную местность, которые вызваны не только наличием значительного потенциала, но, в большей степени информированностью о нем.

Таким образом, истинное значение туристского центра может быть выявлено, если оценить уровень информированности людей о значимых объектах природы, культуры, истории, индустрии туризма этого центра.

Достаточно четко эти два подхода характеризуют два понятия: «центр туризма» и «туристский центр». Если понятие «центр туризма» раскрывает ресурсную сторону местности, то понятие «туристский центр» наряду с теми же условиями показывает уровень информированности о нем туристов. Центр туризма — город, местность или объект, где на базе туристско-рекреационных ресурсов создан комплекс туристско-экскурсионного обслуживания. Туристский центр — местность, привлекающая туристов наличием туристско-рекреационных ресурсов, удобств транспортно-географического положения и доступной для туриста информации о нем. Как показывает практика, именно локализирующие информационные факторы, в т.ч. региональные и национальные туристские бренды в последние десятилетия оказывают максимальное воздействие на формирование географии туристских центров.<sup>1</sup>

В свою очередь, туристско-рекреационные центры страны выступают своего рода ядрами концентрации туристских потоков и способствуют туристско-рекреационному освоению смежных с ними территорий. С учетом этой пространственно-связующей функции, **туристско-рекреационный центр** — это локальная территория, располагающая необходимыми туристско-рекреационными ресурсами и соответствующей инфраструктурой (гостиницы, рестораны, развлечения и т.п., в том числе и информационной) для привлечения и обслуживания туристов и рекреантов.

Степень освоенности туристско-рекреационного пространства страны и, соответственно, уровень развития туризма в ней определяется развитием в ней туристско-рекреационных центров.

<sup>1</sup> А.С. Кусков, В.Л. Голубева, Т.Н. Одицова. Рекреационная география.

В специальной литературе представлена развернутая типология туристских центров. Она отражает большое разнообразие циклов рекреационной деятельности (паломнический, культурно-исторический, курортный, приморский, альпийский, альпинистский, активно-оздоровительный, коммерческо-деловой, экологический, водный, фестивально-конгрессный, спортивный, охотничье-рыболовный, приключенческий, экзотический, этнографический и развлекательный циклы). С другой стороны, она связана с наличием в том или ином месте культурного и природного наследия, и других рекреационных ресурсов, без которых рекреационная деятельность не мыслима. Туристскими центрами могут быть территории разной топологии и размерности: город, поселок, сельский населенный пункт, специальный центр обслуживания туристов, река, озеро, море (океан), горный массив, уникальные и типичные ландшафты, национальные парки, заповедники, заказники и т.д.

Следуя методике А.И. Зорина можно говорить о четырех генерализованных типах туристских центров:

### **1. Культурно-познавательные туристско-рекреационные центры.**

Этот тип объединяет большую группу туристских центров, посещение которых связано с изучением культурного наследия и ценностей, религиозных святынь, этнографических промыслов, проведением фестивалей и конгрессов.

Наибольшая плотность культурно-познавательных туристско-рекреационных центров наблюдается в Центральной России и Северо-Западном регионе, где сосредоточены основные памятники истории и культуры нашей страны. Основные туристско-экскурсионные центры России — Москва с величественным архитектурным ансамблем Кремля, дворцовый Санкт-Петербург, древние города «Золотого кольца».

**Москва** — сердце России, ее столица, деловой, научный, культурный и туристский центр России. Впервые она упоминается в летописях в 1147 г. Благоприятное географическое положение на пересечении важнейших торговых путей, в междуречье Оки и Волги, способствовало быстрому развитию и росту города, который теперь является крупнейшим городом России.

Благодаря таланту множества отечественных и чужестранных архитекторов Москва — один из красивейших городов мира. Ее облик неотделим от Московского Кремля, сказочных куполов собора Василия Блаженного, восстановленного храма Христа Спасителя, Новодевичьего, Донского, Свято-Данилова монастырей, дворцово-парковых ансамблей Коломенске, Кусково, Останкино, а также Воробьевых гор и Поклонной горы.

В столице России находится более 70 театров (самый знаменитый из них — Большой); множество богатейших собраний произведений искусства собраны почти в сотне музеев, наиболее известные из которых — Третьяковская картинная галерея и Музей изобразительных искусств

им. А.С. Пушкина. Москва — деловой центр, в котором проводятся самые представительные конгрессы, форумы, фестивали, промышленные выставки и ярмарки.

В **Московской области** насчитывается и охраняется около 2,2 тыс. культурных, исторических и природных памятников. Ради них туристы стремятся попасть в старинные подмосковные города Сергиев Посад, Звенигород, Серпухов, Коломну и живописные усадьбы Архангельское, Марфино, Абрамцево и пр. Особенно привлекают гостей региона монастыри, издавна считающиеся центрами русской православной духовности. Среди них неповторимые по красоте архитектурные комплексы Троице-Сергиевой лавры, Ново-Иерусалимского и Иосифо-Волоколамского монастырей.

**«Золотое кольцо»** — группа древних русских городов, в которых сохранились уникальные памятники истории и культуры России, или являющихся центрами народных ремесел. Количество и состав городов, относящихся к Золотому кольцу, может быть разным. Автор термина — литератор Юрий Бычков, создавший в 1967 г. серию одноименных очерков для газеты «Советская Россия». В список исторических населенных пунктов относят старинные города, оставившие осязаемый след в истории России, но в Золотое кольцо включают только те из них, которые наиболее часто посещаются туристами и имеют значимые памятники традиционной русской архитектуры или являются центрами русских народных ремесел. Различают «Малое Золотое кольцо» (или просто «Золотое кольцо») и «Большое Золотое кольцо». В Золотое кольцо входят восемь основных городов — Сергиев Посад, Переславль-Залесский, Ростов Великий, Ярославль, Кострома, Иваново, Суздаль и Владимир. Именно через них проходят основные туристические маршруты. Остальной список (Александров, Боголюбovo, Гороховец, Гусь-Хрустальный, Калязин, Кидекша, Москва, Муром, Палех, Плес, Рыбинск, Тутаев, Углич, Юрьев-Польский, Шуя и др.) является дискуссионным. Всего к Золотому кольцу можно отнести более 100 городов центральной части России. Города Малого Золотого кольца принадлежат к шести областям: Московской, Владимирской, Ивановской, Костромской, Тверской и Ярославской. Они находятся к северо-востоку от Москвы. В Большое Золотое кольцо входят 8 основных, а также все остальные города Малого Золотого кольца. Кроме этого, в него входят еще более 80 различных древних городов и поселков центральной части страны. Десятки памятников архитектуры, культуры и истории XII–XVII века доносят до туристов колорит Древней Руси. Ряд из них — ансамбль Троице-Сергиевой лавры, шедевры белокаменной архитектуры Владимира и Суздаля — включены в список всемирного наследия ЮНЕСКО. Среди историко-культурных памятников Владимирской области — уникальное творение древнерусских зодчих — белоснежный храм

Покрова на Нерли. Города Золотого кольца привлекательны и изделия старинных русских народных промыслов. Десятки и даже сотни лет неизменны традиции росписи подносов из Жостова и лаковых шкатулок Палеха.

**Санкт-Петербург** — крупнейший культурно-исторический центр России и туристская столица — был основан волей Петра Великого на землях, возвращенных России в результате Северной войны. Город, органично вписанный «в простор меж небом и Невой», создавали видные европейские и отечественные зодчие: Д.Трезини, Ж.Б.Леблон, М.Г. Земцов, Б.Ф.Расстрелли, Ж.Тома де Томон, А.Д.Захаров, К.И.Росси и многие другие. Отличие Санкт-Петербурга от остальных российских городов в том, что «Северная Пальмира» строилась «в линию и по плану». Старинные набережные и разведенные в сезон Белых Ночей мосты придают ему загадочность и особое очарование. Дворцовая площадь, Невский проспект, Эрмитаж, Летний сад, фонтаны Петергофа, Царское село — неизменные символы «Северной Венеции». Невероятно разнообразен музейный мир Санкт-Петербурга. Это не только всемирно известные Эрмитаж, Государственный Русский музей с богатейшей коллекцией русского искусства, дворцы Санкт-Петербурга и пригородов, но и так называемые малые городские музеи. Ежегодно в городе проходит более 100 фестивалей культуры и искусств. Появляются новые традиции — ежегодные городские карнавалы. Особое место в программе событий культурной жизни Санкт-Петербурга занимают балетные представления. Петербургская школа балета А.Я. Вагановой по достоинству считается одной из лучших в мире.

На северо-западе страны туристами осваивается самобытное историко-культурное пространство, объединенное маршрутами — «**Серебряное ожерелье России**», охватывающее древнерусские города Новгород, знаменитый кремлем XI—XV веков, и Псков с музеем-заповедником «Пушкинские горы», а также города Ивангород, Гдов и Порхов с их старинными крепостями.

Туристы преодолевают тысячи километров, чтобы увидеть Кижский погост и Валаамский монастырь в Карелии. **Ансамбль Кижского погоста** самый выдающийся памятник древнего деревянного зодчества Севера — группа небольших островов в шхерах южной части Заонежского полуострова на одном из которых расположился Кижский погост, включенный в список Всемирного Наследия ЮНЕСКО. В наше время ансамбль Кижского погоста стал основой для создания на острове известного всему миру архитектурного музея-заповедника. В нем собраны памятники архитектуры, предметы быта, иконы, которые на протяжении трех последних столетий создавались в русских, карельских и вепсских деревнях разных районов Обонежья, а также в Северной и Южной Карелии. Купола деревянной церкви в Кижках украшены 22 главами. Валаамский монастырь — один из духовных центров России, возникший в XIV веке.

Жемчужиной Беломорья и гордостью Русского Севера называют **Соловецкие острова**. За свою долгую историю превратились в интереснейшие экскурсионные центры севера России города Вологда, Архангельск и Каргополь, а также знаменитый Кирилло-Белозерский монастырь с ценнейшей коллекцией икон XV–XVIII веков.

**Калининград** — самый западный областной центр, самый красивый город страны. Оборонительные форты и бастионы, городские ворота, архитектурные памятники Калининграда — сочетание таинственности и красоты старинных зданий скульптур и монументов, посвященных знаменитым людям и событиям, происходившим на этой земле — все свидетельство европейской истории и культуры.

**Поволжские города** — Нижний Новгород, Казань, Волгоград, Астрахань — крупнейшие туристские центры. Нижний Новгород, много веков назад основанный на месте слияния Волги и Оки, известен как крупнейший торговый, научный и культурный центр. Здесь проходит знаменитая Нижегородская ярмарка. Эта земля славится своими народными промыслами — хохломской и городецкой росписью, а также городецкой резьбой. Казань — столица республики Татарстан, где христианские архитектурные памятники (Казанский кремль) веками сосуществуют рядом с мусульманскими, а национальные традиции русского и татарского народов сплетаются в причудливый узор. В среднем течении матушки Волги взгляд туриста притягивают набережные старинных волжских городов Самары, Саратова, Ульяновска. В нижнем течении Волги «центрами притяжения» любознательных туристов становятся Волгоград (Сталинград), известный величественным Мамаевым курганом в честь защитников Сталинграда, и древняя радушная Астрахань, приют гонимых и беглецов с XIII в.. Исторический центр города расположен на волжском острове, который венчает белокаменный кремль начала XVII века.

Сибирь — это, прежде всего, Красноярский край. Его столица **Красноярск** — уникальна множеством оригинальных фонтанов. В этом же городе находится местный краеведческий музей с богатой коллекцией сибирских древностей, признанный в 2001 г. лучшим провинциальным музеем России. Старейший в Восточной Сибири город **Енисейск**, основанный в 1619 г., привлекает своими архитектурными памятниками, деревянными кружевными украшениями старинных деревянных домов.

Географический центр Азии **республика Тыва** — один из немногих центров буддистской культуры в России. В тувинских степях сохранились каменные языческие идолы, которым около двух тысяч лет. Традиционный уклад жизни тувинского народа практически не изменился за несколько веков, как и окружающая его девственная природа. Подтверждение тому — шаманизм и его проявления, изделия народных промыслов, национальная кухня, культура и уникальное тувинское горловое пение, которые

раскрываются в местных экскурсионных программах. Шаманистские традиции сохранились в *Бурятии*, у ее статусного населения — самой многочисленной народности Сибири, живущих в лесах, горах и степях на юге и востоке от озера Байкал. С XVIII в. буряты становились буддистами, строили десятки храмов и ламаистских монастырей, из которых, к сожалению, сохранились единицы.

*Иркутск*, стоящий на берегах Ангары, — крупный культурный, научный и туристический центра Восточной Сибири. Своим расцветом он обязан удачному местоположению на караванном торговом пути из России и Европы в Монголию и Китай.

**2. Туристско-рекреационные центры, формируемые на основе природных ценностей**, включающих естественные ландшафты, национальные парки, в которых проходят маршруты самостоятельного и экологического туризма, наиболее привлекательные акватории, охотничье-рыболовные ресурсы. Это — туристско-рекреационные центры **экологического (природно-ориентированного) типа**.

Несмотря на огромный потенциал природно-ориентированного и экологического туризма. В России пока примеры серьезных туристско-рекреационных центров этого типа немногочисленны.

Большие возможности для природно-ориентированного туризма открываются на Северо-Западе России: в *Карелии*, *Архангельской* и *Мурманской областях*. Карелию часто называют «легкими Европы». Более половины ее территории занимают леса, еще примерно четверть — озера и реки, причем большинство рек представляет собой озерно-речные системы. На юге Карелии расположен самый большой в Европе равнинный водопад Кивач высотой около 10 м. Уникальные природные комплексы Хибин и Ловозерских Тундр, порожистые протяженные реки Кольского полуострова, охотничье-промысловые ресурсы уже давно снискали известность Мурманской области как центру природно-ориентированного туризма. Очень привлекательны для туристов национальные парки «Водлозерский» и «Кенозерский», где охраняются и организованы для посещений сохранившиеся природные и природно-культурные ландшафты коренных лесов европейской тайги. В Архангельской и Мурманской областях еще остались поморские села, где сохраняется старинный русский уклад жизни. Совершенно уникален во всех отношениях Соловецкий музей-заповедник. Прекрасные возможности для знакомства с природой Севера предоставляет Кандалакшский заповедник.

В Центральной России также немало привлекательных для туристов мест. Например, Центрально-Лесной государственный биосферный заповедник на западе *Тверской области* уникален еловыми лесами, равных которым нет в Европе, — им уже 500 лет. Здесь обитают бурый медведь, волк, лось, заяц-беляк, речной бобр, лесная куница. Популярным местом

экотуризма является *озеро Селигер*. Здесь водится около 30 видов рыб, и в частности судак, некоторые экземпляры которого достигают 7–8 кг. Мещера замечательна сочетанием на одной территории флоры четырех географических зон: тайги, широколиственных лесов, лесостепи и степи. В этих заповедных местах сохраняют зубров и разводят в единственном в мире питомнике белых журавлей — стерхов. Калининградская область — самая западная часть России. Здесь есть чудесное место — национальный парк на *Куршской косе*. Это узкая полоска суши, отделяющая Куршский залив от Балтийского моря. Ее песчаные дюны достигают порой 60-метровой высоты. Над косой проходит миграционный путь около 150 видов птиц. На юге России, в Астраханском биосферном государственном заповеднике, охраняется около 20 видов редких и исчезающих растений (дикие ирисы и тюльпаны, лотос орехоносный и др.), а также 23 вида птиц. Здесь можно наблюдать несколько видов пушных зверей: лисицу, енотовидную собаку, горностая, ондатру, американскую норку, степного хоря.

Уникальны природные богатства *Северного Кавказа*, самой высокой горной цепи России с пятью пиками выше 5 тыс. м над уровнем моря, из которых наиболее известны Эльбрус и Казбек. Здесь расположены четыре заповедника (в том числе Тебердинский) и два национальных парка. В горах и долинах немало растений, животных и птиц, которых нет больше нигде в мире. Краснодарский край известен своим живописнейшим Гуамским ущельем, несколькими сотнями водопадов.

В южной и центральной частях Сибири для экотуристов представляют интерес *Горный Алтай*, *Горная Шория* и *Кузнецкий Алатау*. Горы, скалы, хвойные леса, поляны, покрытые ярким ковром полевых цветов, сухие степи, спящие озера и бурные горные реки поражают своей первозданностью. На юге Сибири, в южной части Красноярского края и Иркутской области, в Хакасии, Тыве и западной части Бурятии высятся *Западные* и *Восточные Саяны*. Их достопримечательностями считается «Саянский коридор» на реке Енисей, водопады на Дототе и Хамсаре, потухшие вулканы на востоке Тывы и множество озер Тоджинской котловины.

*Байкал*, главный центр туризма Сибири, славится своими сказочными ландшафтами. Здесь соседствуют тайга и полупустыня, тундра и каменистая степь. Более половины из 2,5 тыс. местных видов животных и растений — эндемики. На Байкале действуют три заповедника и два национальных парка, в которых обитают бурый медведь, россомаха, сибирская косуля, горноста́й, соболь, снежный баран. Озеру Байкал 25 млн лет. Это самое глубокое озеро планеты, резервуар пятой части мировых запасов пресной воды.

Дальний Восток привлекателен большой территорией, разнообразием природных ландшафтов, климатических зон (от типичного севера, до субтропического леса на юге Хабаровского края и Приморья), богатством живой природы. Здесь достаточно теплое Японское море и относительно

холодное Охотское. Здесь можно наблюдать серого кита и белуху, птичьи базары, лежбища морских зверей, действующие вулканы **Курильских островов**. Амур — одна из величайших рек мира как по величине, так и по разнообразию видов, ее населяющих. Среди животных и растений немало эндемиков (уссурийский тигр, элеутерококк, женьшень и др.). На **Камчатке** расположено 28 действующих вулканов, горячие и холодные минеральные источники.

**3. Туристско-рекреационные центры оздоровительного типа.** Данный тип объединяет туристские центры, ориентирующиеся на оздоровительные ресурсы, и формирующиеся на территориях лечебно-оздоровительных и курортных местностей.

«Горящая гора» — так в переводе на русский язык звучит название местности, где вырос и стал известным всему миру **курорт «Янган-Тау»** в Башкирии. Курорт основан в 1937г., но его феноменальные свойства известны с незапамятных времен. Лечебным фактором являются естественные горячие пары (40–50 °С) и сухие горячие (50–70 °С) газы, выходящие на поверхность из трещин горы Янгантау; в них содержатся кислород, двуокись углерода, азот и органические вещества. Другим лечебным ресурсом курорта является субтермальный радиоактивный источник.

У курорта **Старая Русса**, расположенного в Новгородской области, немало «изюминок», которые делают его неповторимым. Одновременно символом и украшением курорта является самый мощный самоизливающийся минеральный фонтан в Европе — Муравьевский. Одним из главных достояний курорта являются уникальные сульфидно-иловые грязи, не имеющие по своему составу аналогов в мире. Здесь с успехом проводят лечение заболеваний органов пищеварения, опорно-двигательного аппарата, органов дыхания, нервной системы, болезней кожи, заболеваний ЛОР-органов, эндокринной системы.

**Кавказские Минеральные Воды (КМВ)** — регион — агломерация предствляет группу курортов федерального значения в Ставропольском крае занимает южную его часть и расположен на северных склонах Главного Кавказского хребта.

Самый популярный курорт Кавказских Минеральных Вод — Город-Курорт **Кисловодск**. Кисловодск обязан своим происхождением уникальному сочетанию лечебных ресурсов созданных самой природой, а это — целебные минеральные воды (Нарзаны), мягкий умеренный климат с большим количеством солнечных и ясных дней, уникальный лечебный парк и живописный горный ландшафт Показания для лечения в Санаториях Кисловодска: Заболевания сердечно-сосудистой системы, заболевания нервной системы, заболевания органов дыхания.

**Курорт Пятигорск** — щедро одаренный природой город с обилием солнца и тепла. Обладает большим количеством целебных вод (их около 50) —

практически все типы минеральных вод встречающиеся на КМВ. Удачное сочетание различных углекислых, радоновых, сероводородных источников и целебных грязей озера Тамбукан, благоприятного для отдыха и лечения климата и чудесного природного ландшафта делает курорт Пятигорск одним из самых эффективных и многопрофильных курортов России. По богатству и разнообразию минеральных вод Пятигорску нет равных в России и мире. Показания для лечения в Санаториях Пятигорска: Заболевания органов пищеварения; заболевания периферийных сосудов; заболевания нервной системы (Неврология); гинекологические заболевания; заболевания костно-мышечной системы; заболевания кожи; Заболевания уха, горла, носа; урологические заболевания; глазные заболевания (Офтальмология).

*Курорт Эссентуки* — курорт федерального значения и по праву считается крупнейшим и одним из самых популярных питьевых и бальнеологических курортов России. Курорт Эссентуки обладает абсолютно уникальными по своим целебным свойствам минеральными водами не имеющими аналогов в мире, поэтому с самого начала своего развития санатории Эссентуков профилировались для лечения заболеваний органов пищеварения и обмена веществ

*Курорт Железноводск* — питьевой и бальнеологический курорт обладающий не менее уникальными, чем Эссентуки водами, благодаря чему в Железноводске не менее успешно лечат заболевания желудочно-кишечного тракта и урологии. Курорт Железноводск расположен у подножья горы Железная. Это небольшой, чистый, уютный город, утопающий в зелени деревьев. В Железноводске 23 источника лечебных вод, но для лечения используются только 16. Основными водами используемыми санаториями для лечения являются — славяновская и смирновская. Воды всех этих источников обладают уникально минерализацией, являются лечебными и признаны эталоном минеральных вод России.

Бальнеологический *курорт «Талая»* расположен в Магаданской области в долине речки Талая, в 256 км от города Магадан и 30 км от поселка Талая Хасынского района, на склоне Колымского хребта Курорт Талая (Магаданская область) является единственным в России санаторно-курортным учреждением, расположенным за полярным кругом (севернее 60 °С.ш), в зоне многолетних мерзлотных пород. Профиль курорта бальнеотерапевтический: заболевания системы кровообращения, костно-мышечной системы, нервной системы, болезни мочеполовой сферы, болезни кожи, гинекологические заболевания. Гидротермальное месторождение, представляет собой крупнейший в регионе естественный очаг разгрузки азотных термальных вод, связанных с современными вулканическими структурами: это слабоминерализованные щелочные кремнистые термы, которые используются для бальнеотерапевтических процедур.

Широко известный в стране центр туризма и климато-бальнеологический **курорт Теберда** — находится в городском округе Карачаевск в Карачаево-Черкесии на высоте 1260–1300 м над уровнем моря, в долине реки Теберды, в месте впадения в нее рек Джамагат и Муху. Здесь расположено несколько санаториев, оснащенных современным оборудованием. В лечении больных используются новейшие технологии и достижения медицины. Но «главный врач» здесь — чистейший, насыщенный озоном воздух.

Основная ценность природных факторов **курорта Тинаки** (Наримановский район Астраханской области) заключается в жарком климате, относительная влажность воздуха которого в летнее время способна снижаться до 30% и ниже. На курорте в качестве природных лечебных факторов, помимо климата, применяются хлоридные натриевые бромные рассолы, бром. Курорт Тинаки располагает ценными среднесульфидными, соленасыщенными, иловыми грязями озера Лечебное, расположенного в 50 км к западу от него.

Бальнеологический и климатический курорт Федерального значения **«Нальчик»** расположен в предгорной зоне Кабардино-Балкарской Республики на высотах от 500 — до 560 метров над уровнем моря в подкове гор центральной части Главного Кавказского хребта в самом комфортном в климатическом отношении районе столицы республики г. Нальчика. Относится к тем курортам, где для лечения и профилактики заболеваний пользуется целая совокупность лечебных факторов. К ним относятся: благоприятный климат, минеральные чистые воды и лечебные грязевые ванны. На этом курорте можно проходить лечение и профилактику таких заболеваний, как: заболевание опорно-двигательного аппарата, нарушение нервной системы (стрессы), заболевания гинекологического и пищевого (органы пищеварения) характера и так далее. Здесь проводится бальнеотерапия с помощью трех видов минеральных вод (сероводородная минеральная вода, йодобромная минеральная вода и азотнотермальная минеральная вода). Для питьевой профилактики и лечения на курорте имеется специальная слабоминерализованная гидрокарбонатная вода, в состав которой входит также хлорид и натрий. Большим лечебным эффектом обладает сероводородная лечебная грязь.

**Санаторно-курортный комплекс Сочи** является крупнейшим в России. В городе расположено около 600 учреждений для отдыха и лечения в Сочи. Это и лучшие в курортной отрасли санатории Сочи и пятизвездочные гостиницы Сочи, а также менее комфортабельные, но не менее уютные и удобные для отдыха пансионаты, оздоровительные комплексы, базы отдыха, частные отели и мини-гостиницы. Самый крупный в России город-курорт Сочи предоставляет великолепные условия для пляжного отдыха, который произвольно и естественно выливается в вечерний и ночной отдых. Сюда относятся такие курорты, как Лазаревское, Дагомыс, Сочи, Мацеста, Хоста, Адлер. В Сочи расположен НИИ курортного дела

и туризма, международный молодежный центр «Спутник», из культурных мероприятий город знаменит ежегодно проходящими здесь кино- и музыкальными фестивалями.

**Анапа** благодаря песчаным пляжам и постепенным увеличением глубины дна, которые протянулись на многие километры вдоль Черного моря, по праву считается одним из лучших курортов для детей

**4. Туристско-рекреационные центры горного типа.** Это территории интенсивной и экстремальной рекреации. В этом «вертикальном» мире большое значение имеет компактное сочетание самых противоречивых ресурсов (на площади в 50–100 км<sup>2</sup> можно наблюдать арктические льды, тропические леса, долины и пустыни). Туристско-рекреационные центры этого типа собирают горных туристов и любителей горнолыжного отдыха.

Горный туризм — это путешествие в горах по склонам, гребням, ледникам, через перевалы и горные потоки. Чаще всего под горным туризмом подразумевают только альпинизм, а между тем к нему относятся также геотуризм и минерологический туризм. Наиболее представлен в России горный туризм в Северной Осетии, Кабардино-Балкарии, Ингушетии, Краснодарском и Ставропольском краях, в Мурманской области, на Алтае, на Большом и Малом Кавказе, хребте Черского, Хибинах. Здесь разработаны сотни альпинистских маршрутов, созданы все условия для участников этого вида туризма. Летом в горах можно встретить геотуристов и минерологов (например, в Хибинах и на Урале) или дельтапланеристов (Черноморское побережье Кавказа).

Наиболее представлен горный туризм в Северной Осетии, Кабардино-Балкарии, Карачаево-Черкесии. В пределах этих субъектов разработаны сотни альпинистских маршрутов.

Кабардино-Балкарская республика считается одним из основных районов горного туризма и альпинизма во всей России, в республике находятся все пятитысячники Кавказа: Мижерги, Джангитау, Шхара, пик Пушкина, Эльбрус, Дыхтау и Коштан-Тау. На территории республики находятся горно-рекреационный комплекс «Приэльбрусье», альпинистский комплекс «Безенги». Основные центры для занятий туризмом, альпинизмом и горнолыжным спортом — поселки Терскол, Эльбрус, Тегенекли. В Карачаево-Черкесской республике расположены широко известные центры международного туризма, альпинизма и горнолыжного спорта — Домбай, Теберда, Архыз

Несмотря на то, что многие регионы России располагают прекрасными природными условиями для развития горнолыжного туризма, по его развитию Россия значительно уступает лидерам направления Австрии и Франции. Сегодня функционируют как давно известные горнолыжные курорты: Приэльбрусье, Домбай, Красная Поляна, так и относительно новые горнолыжные центры в европейской части России, ориентированные преимущественно на рекреантов выходного дня. Последние,

«пригородного» типа, развиваются в зоне влияния крупных городов и мегаполисов: Москва и Московская область — спортивный парк «Волен», СК «Сорочаны», спортивно-развлекательный центр «Яхрома»; Петербург и Ленинградская область — «Золотая Долина», «Снежный», «Красное озеро», «Игора», «Охта-Парк», «Тутори Парк»; в Орловской области — «Мценск», в Ярославской — «Николина гора»; на Урале — горнолыжные комплексы «Ежовая», «Адджигардак», «Губаха», «Манжерок» на Алтае и ряд других. Этот «пригородный» тип горнолыжных центров самый посещаемый. Лидируют по посещаемости подмосковный ГЛК «Сорочаны» и «Охта-Парк» в Санкт-Петербурге — каждый около 300 000 человек за сезон. (Для сравнения: три курорта Красной поляны принимают в сезон 500 тыс. посетителей (человеко-дней)).

Но основные горнолыжные центры — кластеры, привлекающие значительные потоки туристов, представлены в регионах Кавказа и Урала.

**Красная поляна** — это уникальный российский курорт на Западном Кавказе, расположенный у подножия вершин Главного Кавказского хребта, на высоте 550 м над уровнем моря, окруженный горами высотой от 2000 до 3000 м. Природные достоинства региона способствовали созданию лучшего российского горнолыжного курорта — с горнолыжными комплексами и отелями, отвечающими международным стандартам. Курорт Красная Поляна Сочи находится в 45 км от аэропорта Адлер и в 70 км от центра Сочи. Уже сегодня курорт принимает около 300 тыс. любителей горных лыж. Красную Поляну часто называют «Русской Швейцарией».

**Приэльбрусье** — один самых знаменитых горнолыжных курортов во всем мире, признанный международными специалистами. Располагается в Кабардино-Балкарии, знаменит соседством двух самых сложных для лыжников склона — это Эльбрус, самая высокая точка России и Европы, и Чегет, вероятно самый сложный спуск в России. На склонах Эльбруса можно кататься всем — от начинающих спортсменов до профессионалов. А вот Чегет — только для профессиональных лыжников.

**Домбай.** Этот курорт также является одним из самых популярных и *лучших горнолыжных курортов России*. Расположен он на склонах Северного Кавказа в Карачаево-Черкесии. Домбай — это горная долина, хорошо защищенная от пронизывающих горных ветров. Это не только центр для горнолыжников, но и отличное место для туристов (впечатляющие виды и природа). Домбай имеет большое преимущество в удобном расположении для жителей юга России, но сервис и качество трасс не позволяет конкурировать с Красной Поляной и Домбай постепенно теряет своих посетителей

Большое влияние на отток горнолыжников с Кавказа оказывают центры Урала и Сибири, где увеличилось количество современных ГЛК. На Урале — наверное, как нигде в России, — стремительно развивается горнолыжная индустрия. Количество ГЛК разной оснащенности — более 50. Причем новые

ГЛК возникают с нуля, но сразу оснащаются современной инфраструктурой и подъемниками. Популярности курортов Абзаково-Банное, Солнечная Долина способствуют близость крупных городов — Магнитогорск, Челябинск, Екатеринбург, Миасс. И в немалой степени спортивная составляющая — тут проводятся российские чемпионаты и этапы кубка.

**Абзаково** — лучший горнолыжный курорт, который находится на территории грозных Уральских гор. Этот курорт знаменит большим количеством трасс разного уровня сложности, а также имеет центр биатлона. Также здесь проводятся международные спортивные соревнования. Кроме спусков, можно насладиться комфортом спа-центра, сходить в аквапарк, зоопарк. На территории курорта доступны все виды проживания и множество разнообразных кафе и ресторанов. Также в Абзаково есть современный развлекательный центр «Non Stop».

**Аджигардак** — также один из лучших горнолыжных курортов Урала, расположенный недалеко от живописного города Аша. Комплекс предлагает десять хорошо подготовленных лыжных трасс для катания, есть семь подъемников буксировочного типа. Знак подтверждения качества работы курорта — сертификация Международной горнолыжной федерации.

**Шерегеш** — небольшой городок Таштагольского района Кемеровской области, расположенный у подножия горы Мустаг. Курорт был построен еще при Советском Союзе, однако сегодня активно развивается и знаменит своей хорошей инфраструктурой. Большинство трасс расположены на склоне горы Зеленая, а у ее подножия — более сорока гостиниц и отелей. Длина трасс самая разная, максимальная — до четырех километров.

**Кировск.** Еще один мегакурорт советских времен. В свое время его посещали до 1 млн катальщиков. Сейчас около 300 тыс. После тяжелого периода в 90-х курорт вновь переживает расцвет. Кировск расположен на Кольском полуострове, недалеко от столицы Финляндии. Главным достоинством Кировска, привлекающим сюда множество отдыхающих, являются горы Хибин. Включает курорты «Большой Вудъявр» и «Кукисвумчорр». Живописная природа и самые разнообразные рельефы влекут сюда как профессионалов, так и начинающих горнолыжников. Лучшее время для катания — март-апрель, любители экзотики едут сюда и зимой полюбоваться Северным сиянием и покататься на освещенных трассах.

В исследованиях туристкой деятельности часто используемой является категория «туристская зона». Это понятие, в общем виде, обозначает определенную территорию, не имеющую четких границ, но обладающую общими специфическими для развития туристской деятельности свойствами. В зависимости от целей субъекта исследования или управления в каждом конкретном случае определение этого понятия может значительно варьироваться. В отечественной практике исследования и управления туристско-рекреационной сферой можно обозначить множество видов

практики туристско-рекреационного зонирования. Здесь обозначим три, наиболее употребляемых и основных типа туристско-рекреационных зон:

- географические туристско-рекреационные зоны, выделяемые в результате процедур туристско-рекреационного районирования (см. п. 6.);
- статистические туристско-рекреационные зоны, выделяемые для целей статистического наблюдения;
- особые экономические туристско-рекреационные зоны, учрежденные для управления и стимулирования инновационными и инвестиционными процессами в туристско-рекреационной сфере (см. п. 9.3.).

В 2004 г. Госкомстатом РФ, в соответствии с собственной методикой, в Российской Федерации было выделено 13 туристских зон федерального значения<sup>1</sup>.

*Западная туристская зона* — Калининградская область

*Северо-западная туристская зона* — Санкт-Петербург; Ленинградская, Новгородская, Псковская, Вологодская области; Республика Карелия.

*Центральная туристская зона* — Москва, Московская, Владимирская, Калужская, Рязанская, Смоленская, Тверская, Тульская, Ярославская области.

*Южно-Русская туристская зона* — Белгородская, Брянская, Воронежская, Курская, Липецкая, Орловская, Пензенская и Тамбовская области, Республика Мордовия

*Поволжская туристская зона* — Республики Калмыкия, Татарстан, Марий Эл, Удмуртия, Чувашия, Астраханская, Саратовская, Ульяновская, Самарская, Волгоградская, *Ивановская, Кировская, Костромская и Нижегородская области.*

*Уральская туристская зона* — Республика Башкортостан, Оренбургская, Пермская, Свердловская и Челябинская области.

*Приазовско-Черноморская туристская зона* — Краснодарский край и Ростовская область.

*Кавказская туристская зона* — Ставропольский край и республики Адыгея, Дагестан, Ингушетия, Чеченская, Кабардино-Балкарская, Карачаево-Черкесская, Северо-Осетинская.

*Обско-Алтайская туристская зона* — Республика Алтай, Алтайский край, Кемеровская, Тюменская и Томская области.

*Енисейская туристская зона* — Республики Тува и Хакасия, Красноярский край.

*Байкальская туристская зона* — Республику Бурятию, а также Иркутскую и Читинскую области.

<sup>1</sup> Туризм и туристские ресурсы в России. Стат.сб./Росстат. М., 2004. 267 с

*Дальневосточная туристская зона* — Приморский и Хабаровский края, Амурская и Сахалинская области, Еврейская автономная область.

*Туристская зона «Российский Север»* — республики Коми, Саха, автономные округа Чукотский, Таймырский, Ханты-Мансийский, Эвенкийский, Ямало-Ненецкий, Архангельская, Мурманская, Камчатская и Магаданская области.

### **Контрольные вопросы и задания**

1. Какие статистические показатели определяют место страны на международном туристском рынке?
2. Какие основные факторы определяют позицию России на международном туристском рынке в настоящее время?
3. Определите два основных подхода к проблеме изучения туристских центров. Какими соображениями объясняется нюанс между понятиями «центр туризма» и «туристский центр»?
4. Следуя методике А.И. Зорина, дайте характеристику четырех генерализованных типов туристских центров.
5. Как меняется рейтинг популярности туристско-рекреационных центров горного типа?
6. Что такое «туристско-рекреационная зона». Перечислите основные типы туристско-рекреационных зон.
7. Задание: дайте сравнительную характеристику туристско-рекреационных центров России оздоровительного типа
8. Задание: используя статистические данные UNWTO, определите динамику лидерства стран по приему российских туристов и динамику лидерства стран по объему въездного потока в Российскую Федерацию. Прокомментируйте полученные данные.
9. Задание: каковы особенности современного состояния туристского рынка России и перспектив его развития?
10. Задание: используя данные Росстата, определите, как изменилось количество туроператорских компаний за последние 4 года, работающих в сфере: А) выездного туризма; Б) внутреннего и въездного туризма.
11. Задание: используя статистические данные UNWTO, определите коэффициент неравномерности туристского потока в страна-лидерах мирового туристского рынка по прибытиям (используйте методику расчета коэффициента неравномерности туристского потока, как отношение количества международных поездок к 100 тыс. жителей).

## СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА

В настоящее время сложилось несколько основных форм пространственной организации туризма. В конце XX века, благодаря Всемирной туристской организации, в научной, практической и нормативно-правовой сфере утвердился термин «туристская дестинация», определяемая как часть туристского пространства, имеющего границы и обладающего устойчивой привлекательностью для туристов и рекреантов за счет сформированных на основе туристско-рекреационного потенциала продуктов и услуг [Купер и др., 2008]. XX век также характеризуется новыми экономическими теориями и принципами управления, нашедшими отражение в пространственной организации туризма. Речь идет о многочисленных исследованиях территориально сконцентрированных и технологически объединенных предприятий и их конкурентоспособности, введения понятия «кластер», его применении в туризме, соотношении понятий «туристская дестинация» и «туристский (или туристско-рекреационный) кластер», формировании особых экономических зон. Определение туристско-рекреационных кластеров приводится в Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российскую Федерацию (2011–2018 годы)», а также в ФЗ № 116 «Об особых экономических зонах в Российской Федерации». В понятийном плане кластером является сосредоточенная на конкретной территории совокупность туристско-рекреационных предприятий и организаций, географически и функционально взаимосвязанных, конкурентоспособных и дополняющих друг друга в сфере производства и реализации туристско-рекреационных продуктов и услуг. В соответствии с действующим законодательством, определенные по решению Правительства РФ особые экономические зоны, имеющие единую управляющую компанию, и создающие благоприятные условия для инвесторов, также могут рассматриваться как территории формирования и развития туристских кластеров. Таким образом, новые формы пространственной организации туризма — дестинации, туристско-рекреационные кластеры и особые экономические зоны туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ) — имеют ряд общих черт (в первую очередь,

обязательность формирования и реализации туристских продуктов и у слуг), но и существенные отличия, касающиеся географических и организационно-управленческих сфер. В представленной ниже главе произведен научный анализ принципов формирования, управления и развития туристских дестинаций, кластеров и особых экономических зон туристско-рекреационного типа, показана их взаимосвязь и преемственность, их роль в развитии современного туризма.

### 9.1. Туристские дестинации

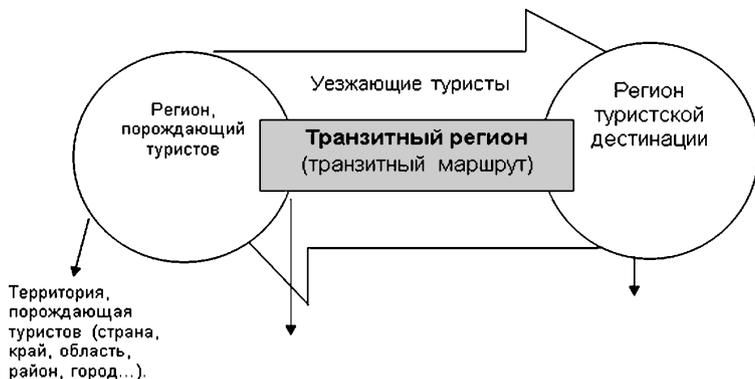
Само слово «дестинация» произошло от латинского «местонахождение». В зарубежной литературе существует два подхода к определению понятия «дестинация».

Термин «*дестинация*» вошел в словарь туризма первоначально как понятие, которое означало «*место назначения*». Считается, что данное понятие вошло в тезаурус туризма в 1840 г., когда первые туристы, — единомышленники организатора экскурсий за здоровый образ жизни Томаса Кука, — прочитали в его программе, что «*destination*» их поездки (т.е. место назначения) — город Ламфборо, в котором планируется съезд Ассоциации трезвенников южных графств центральной Англии. Так появилась первая туристская дестинация мира — Ламфборо, где одновременно собралось более пятисот туристов [Рассохина, 2014].

Согласно другой точке зрения дестинация — это географическая территория, обладающая привлекательностью для туристов. То есть здесь на первый план выступает категория «привлекательности», которая может не совпадать для различных групп туристов. Например, туристы различного возраста, достатка, интереса, отдыхающие на одной ограниченной территории (кемпинг, отель) могут иметь совершенно разные цели путешествия. Одних больше привлекают пляжи и море, других — исторические места и музеи, для третьих важен активный отдых и развлечения и т.д.

Впервые концепция туристской дестинации была научно обоснована профессором Мейсенского университета (г. Окленд) Н. Лейпером (рис. 9.1.1) [[Leiper, Neil, 1979].

Он впервые рассмотрел туризм как систему, состоящую из следующих основных элементов: 1) географический компонент; 2) туристы; 3) туристская индустрия. Такое деление позволяет исследовать туристский сектор максимально полно со стороны спроса, предложения, их рыночного взаимодействия, а также с точки зрения внутренней организационной структуры. При этом, по мнению Лейпера, географический компонент включает в себя три основных составляющих: регион, порождающий туристов; транзитный регион; регион туристской дестинации.



Влияющие на туризм факторы: природные, экономические, технологические, социальные, культурные, политические, юридические, физические и т.п.

**Рис. 9.1.1.** Концепция туристской дестинации.

*Источник:* Leiper, Neil The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry, *Annals of Tourism Research* 6(4), 1979.

Таким образом, дестинация (место назначения) привлекает путешественников для временного пребывания, так как она обладает такими характерными особенностями, которых нет в странах их проживания. Индустрия туризма этих мест занимается расселением (размещением), организацией питания, отдыха и развлечений, розничной продажей товаров туристского спроса и сувениров и т.п. Вместе с тем, не любая территория может быть отнесена к дестинации.

В современной российской и мировой науке о туризме и рекреации сложилось комплексное социальное, географическое, экономическое и философское понимание дестинации. Но при этом до сих пор этот вопрос остается дискуссионным и единого устраивающего всех определения так и не сформировано.

Чтобы место (территория) могло называться дестинацией, оно должно отвечать следующим основным требованиям [Драчева, 2013]:

1. Наличие определенного набора услуг, необходимых для принятия туристов. Причем, это должен быть именно тот набор услуг и такого качества, которое турист ожидает, приобретая предлагаемый ему туристский продукт. К нему, в первую очередь, относятся:

- доставка (транспорт) до дестинации и обратно. В настоящее время требования потребителя к качеству обслуживания и комфортности перевозок увеличиваются, и выполнение их должно быть обязательным;

- возможность переночевать (наличие отелей, кемпингов, дачных домиков и т.д.) и поесть (рестораны, кафе, бары и т.д.) с соответствующим уровнем обслуживания.

2. Наличие достопримечательностей, которые могли бы заинтересовать туристов. Именно здесь возникает конкуренция между дестинациями. Чем интересней место с точки зрения возможностей увидеть и узнать больше нового, отдохнуть и развлечься, тем выше его рейтинг среди конкурентов и, соответственно, тем больше оно посещается туристами.

3. Наличие информационных систем, которые являются необходимым «инструментом» продвижения продукта на туристском рынке. Прежде всего, это возможность доступа к информации систем компьютерного резервирования и бронирования.

Итак, можно сделать следующий вывод: к дестинации могут быть отнесены территории, предлагающие определенный набор услуг, отвечающие потребностям туриста, удовлетворяют его спрос на перевозку, ночевку, питание, развлечения т.д. и является целью его путешествия.

Комплекс услуг, предлагаемый туристской дестинацией (рис. 9.1.2):



**Рис. 9.1.2.** Комплекс услуг, предлагаемый туристской дестинацией

С учетом научных подходов к определению туристской дестинации экспертами Всемирной туристской организации (UNWTO) остановимся на следующем определении:

**Туристская дестинация** — это территория, обладающая определенной привлекательностью для туристов, и удовлетворяющая следующим условиям: 1) наличие географических и административных границ; 2) наличие определенного набора туристско-рекреационных продуктов и услуг; 3) привлекательность ресурсов; 4) доступность (экономическая, транспортная и др.); 5) имидж и репутация, влияющие на ее конкурентоспособность на туристском рынке.

Каждой туристской дестинации свойственны свои специфические особенности, но все же можно выделить и ряд общих.

1. Дестинация обладает высоким туристско-рекреационным ресурсным потенциалом.
2. Современная туристская дестинация является управляемой системой, имеющей определенные органы государственного и общественного управления, определяющие общую политику развития, формирующие инвестиционный климат, регулирующие правила перемещения туристских потоков.
3. Дестинация представляет собой культурную ценность: посетители должны считать дестинацию привлекательной и заслуживающей времени и денег, потраченных на путешествие. Таким образом, важно поддерживать отличие условий дестинации от обычных «домашних» условий с помощью хорошего дизайна и управления, чтобы избежать разработки «унифицированного туристского ландшафта».
4. Дестинация как региональный туристский продукт неразделима, т.е. туристский продукт потребляется там, где он непосредственно производится, и, чтобы его испытать, туристы должны физически присутствовать в дестинации.
5. Услугами и удобствами дестинации пользуются не только туристы, но и другие люди: местные жители и работники данной дестинации. Таким образом, предприятия дестинации не могут быть ориентированы только на местных жителей или только на туристов, они должны ориентироваться на тех и других.
6. Продукт дестинации играет определенную роль в социально-экономическом развитии региона. Туризм является важным экономическим фактором региональной экономики.

Дестинация может быть первичной и вторичной. Первичная дестинация своей привлекательностью вызывает у клиента интерес посетить ее и, соответственно, главная ее цель — удовлетворить этот интерес туриста за определенный промежуток времени (например, за неделю). Вторичная дестинация (или «остановка в пути») представляет собой место, в котором неизбежна остановка на пути к первичной дестинации. Поэтому ее основная задача — удовлетворение желаний туристов на один-два дня. Вторичная дестинация представляет собой достаточно интересное место. С одной стороны, она является лишь необходимой остановкой на пути к первичной дестинации, а с другой стороны, она может также выступать местом привлечения туристов на несколько дней для осмотра ее достопримечательностей.

С точки зрения посещаемости первичная дестинация должна привлекать туристов на достаточно длительное время. Привлекательность вторичной дестинации для туристов ниже и, следовательно, ее главная задача

состоит в привлечении большего количества туристов, но на краткое время [Драчева, 2013].

Следует отметить еще одно важное обстоятельство. Первичная дестинация всегда характеризуется определенным местоположением территории (например, Дисней Лэнд), а вторичная должна обязательно удачно располагаться по отношению к транспортным коммуникациям.

В научно-исследовательских работах по проблематике туризма сложилось несколько ключевых подходов к классификации туристских дестинаций. Остановимся на некоторых из них. Согласно представлениям М.А.Морозова, можно выделить три типа дестинаций [Морозов, 2005].

Первый тип это крупные столичные города или приравненные к ним столицы или города типа Санкт-Петербурга), которые привлекают туристов своими достопримечательностями (познавательный туризм), хорошими возможностями для решения проблем бизнеса (конгрессы, бизнес-туризм, семинары, выставки). Существенную роль играет туризм с целью посещения знакомых и родственников, а также административных центров для решения задач управления. Поэтому в крупных городах существуют исторические, административные, торговые, бизнес-центры и рекреационные зоны.

Второй тип делится на две подгруппы:

1. Центры целенаправленного развития туризма деревни, города, в которых сохраняются обычаи, история, культура (например, музей деревянного зодчества в Суздале). Для привлечения туристов отели строят на небольшом расстоянии от этих городов и деревень.
2. Притягательные для туристов центры не столицы, но города, имеющие высокую степень привлекательности благодаря своей истории, культуре, науке (например, академгородок под Новосибирском).

Третий тип это центры, специально построенные для туристов («Disneyland» в Калифорнии и во Франции; «Naturebornholm» на о. Борнхольм, Дания).

Т.В.Рассохина (2013г.) расширяет подходы к классификации туристских дестинаций и предлагает в качестве основных классификационных признаков рассматривать масштаб, значимость, генезис, специализацию, удаленность, стадию жизненного цикла, возраст (таблица 9.1.1).

При развитии туристских дестинаций используют несколько стратегий [Ф. Хайр, 2013].

**Стратегия 1:**

- расширение известных мест и регионов;
- существующие организации туризма и аттракции образуют основу туристской дестинации.

Развитие туристской дестинации по данному варианту предусматривает определенные преимущества и недостатки.

## Классификация туристских дестинаций

	Признак	Тип дестинации	Примечание
I	<b>Масштаб</b> Определяется границами территориальной системы дестинации, характеризуется общностью ресурсного потенциала и сформированной системой управления.	Региональная	Регион мира
		Субрегиональная	Туристский субрегион мира
		Национальная	Страна
		Федеральная	Административный регион страны
		Местная (районная)	Местность объединенная общим административным управлением
		Локальная (кластер)	Локализованная на ограниченной территории группа экономических субъектов и объектов туристской индустрии
II	<b>Значимость</b> Определяется размещением регионов формирования туристских потоков приходящих в дестинацию	Глобальная	Привлекает устойчивые потоки туристов из всех регионов мира
		Региональная	Привлекает устойчивые потоки туристов из своего региона и эпизодически из других регионов мира
		Национальная	Привлекает устойчивые туристские потоки внутреннего туризма из всех регионов страны
		Федеральная	Привлекает потоки из туристов только из своего и соседних краев и областей страны
		Местная	Привлекает потоки туристов только своего района
III	<b>Генезис</b>	Сформировавшиеся на базе естественных ресурсов	Дестинации стихийно возникшие на базе редких или уникальных ресурсов.
		Сформировавшиеся на базе специально созданных ресурсов	Дестинации планомерно созданные в ходе реализации инвестиционной политики на базе искусственно созданных ресурсов.

Продолжение

	<b>Признак</b>	<b>Тип дестинации</b>	<b>Примечание</b>
IV	<b>Специализация</b> Определяется ресурсным потенциалом дестинации, удовлетворяющим тем или иным туристским целям	Познавательные	Имеет значительные ресурсы познавательного туризма и развитую инфраструктуру туристских экскурсионных услуг
		Деловые	Обладают значительным деловым потенциалом, являются очагами финансовой, индустриальной, инвестиционной активности
		Курортно-оздоровительные	Обладают значительными лечебно-оздоровительными ресурсами и развитой инфраструктурой санаторно-курортного типа
		Развлекательные	Обладают развитой развлекательной инфраструктурой (казино, парки развлечений и т.п. 0
		Экологические	Обладают уникальными или редкими экологическими системами привлекательными для изучения и освоения.
		Религиозные	Формируются вокруг значимых религиозных святынь. Привлекают паломников.
		Спортивные	Обладают ресурсами для развития того или иного вида спортивного туризма. Дополнительно классифицируются в зависимости от вида спорта
		Образовательные	Обладают уникальными образовательными центрами отличающимися глобальной значимостью генерируемого знания либо методиками обучения (языки)
	Полифункциональные	Имеющие значимые ресурсы различных типов и привлекающие туристские потоки с различными целями	

	<b>Признак</b>	<b>Тип дестинации</b>	<b>Примечание</b>
V	<b>Удаленность</b> Определяется для каждого региона генерации туристов	Дальние	более 3000 км более 2 суток наземным транспортом или более 6 часов авиатранспортом
		Удаленные	от 1000 до 3000 км до 2 суток наземным транспортом или до 6 часов авиатранспортом
		Средне удаленные	от 300 км до 1000 км до 10 часов наземным транспортом или до 2 часов авиатранспортом
		Ближние	до 200 км до 3 часов наземным транспортом
VI	<b>Стадия жизненного цикла дестинации</b>	Формирующиеся	1. Дотуристская 2. Рост туристов. 3. Продвижение. Инвестиции, Рабочие места. 4. Сокращение потока туристов, низкая загрузка туристской инфраструктуры. 5. Новая ценовая политика или новая идея развития дестинации
		Развивающиеся	
		Развитые (Зрелые)	
		Затухающие	
		Возобновленные	
VII	<b>Возраст</b> Определяется периодом устойчивого приема туристских потоков	Старые	Сформировавшиеся до 1950 г.
		Молодые	Сформировавшиеся в 1950 х-1980-х г.
		Новые	Сформировавшиеся после 1980 г.

Источник: Рассохина Т.В., 2013.

*Преимущества:*

- возможность использования известности существующих мест и марок;
- возможность использования и усиления существующих структур;
- возможность концентрации финансовых средств;
- центры компетенции.

*Недостатки:*

- неучтенные регионы теряют дальше свое значение;
- пробелы: необходимы стратегии для более слабых регионов;

- туризма;
- снижение мотивации туристически менее значимых регионов.

**Стратегия 2** предусматривает развития туристской дестинации с «0».

В этом случае необходим четкий перечень мероприятий по планированию развития туризма на данной территории:

- выбор территории для создания туристской дестинации ;
- определение туристского продукта;
- инвентаризация ресурсов;
- анализ рынка;
- организация работы;
- налаживание международных контактов;
- обработка информационных источников;
- разработка рекламных материалов;
- вхождение в международный рынок.

При формировании туристской дестинации с «0» необходимо разрабатывать туристский продукт, учитывая следующие позиции:

- выгодное экономико-географическое положение;
- историко-культурное наследие и степень их концентрации;
- наличие туристских объектов показа;
- принадлежность к популярному туристскому маршруту;
- наличие концептуальной основы для развития туристской индустрии региона;
- устойчивое развитие гостиничной инфраструктуры;
- богатые традиции гостеприимства, опыт приема и обслуживания гостей;
- наличие благоприятных условий для развития различных видов туризма;
- создания условий для роста благосостояния граждан;
- сохранение стабильной социальной и культурной обстановки в дестинации, забота о местном населении;
- наличие на территории пересечения речных, железнодорожных, автомобильных, авиационных дорог;
- наличие ресурсов для развития различных видов туризма.

Комплекс работ по развитию туристской индустрии на территории в целом включает:

- развитие внутреннего и въездного туризма;
- развитие кадровой базы;
- поиск новых туристско-рекреационных ресурсов;
- экономическую политику;
- социальную политику;
- развитие деятельности некоммерческих организаций;
- система охраны и использования ресурсов;

- законодательную базу;
- развитие малого и среднего бизнеса;
- развитие различных направлений туризма.

Необходимым условием развития туристской дестинации является научное сопровождение всех этапов ее формирования, начиная с этапа принятия решения и планирования, а также разработка внутренних правил и стандартов качества туристско-рекреационных услуг.

**Стратегия 3** получила название «Стратегия централизации», связанная с концентрацией на территории туристской дестинации имеющихся туристско-рекреационных услуг, преимущественно социально-экономического генезиса (инфраструктуры, финансов, кадров и т.д.)

*Преимущества:*

- понятная структура и распределение компетенций;
- успех при продаже дополнительных продуктов;
- предотвращение дублирования внутри дестинацию.

*Недостатки:*

- 1) сложность в реализации;
- 2) мотивационная проблема;
- 3) информационная проблема;
- 4) малая поддержка инноваций;

**Стратегия 4** базируется на комплексном (всеобъемлющем) подходе, когда в рамках административных границ одновременно формируется несколько туристских дестинаций.

*Преимущества:*

- все территории включаются в концепцию дестинации;
- мотивация для создания субрегиональных единиц;
- высокая пригодность для больших гетерогенных областей;
- конкуренция и взаимодополняемость оказывают плодотворное влияние

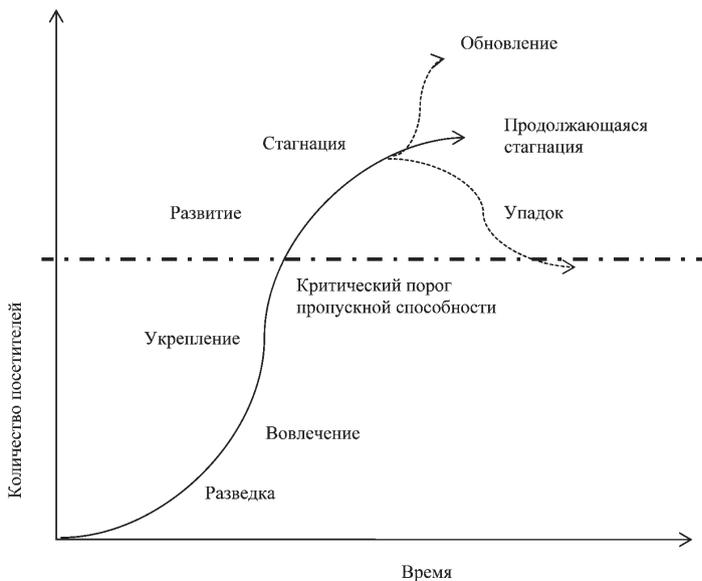
*Недостатки:*

- границы дестинации определяются не с точки зрения гостя;
- соединение многих слабых дестинаций не ведет автоматически к укрупнению;
- высокие издержки координации;
- возможные противоречия в пределах дестинации.

Существует несколько подходов к анализу жизненного цикла дестинаций. Одной из основных является психографическая сегментация Стенли Плога. Американский психолог Стенли Плог, является представителем социологического направления в географии туризма. Он увязал стадию развития дестинации с психографическими характеристиками основного контингента посетителей. Психогеография изучает образ жизни людей, т. е. устоявшиеся формы их бытия в мире. Эти формы находят выражение в деятельности, ин-

тересах и мнениях, которые самым непосредственным образом отражаются на туристских предпочтениях человека. Но не все психографические характеристики в равной мере определяют поведение туристов. Особенно сильное влияние оказывают следующие пять: склонность к переменам, готовность к приключениям и риску, степень консерватизма, требования к комфорту в путешествии и интеллектуальный уровень туристских запросов. На основе этих признаков С. Плог выделил два крайних типа личностей психоцентрики и аллоцентрики, которые различаются моделями туристского поведения и выбирают разные места для отдыха [Александрова, 2016].

С. Плог предположил, что контингент посетителей меняется с развитием туристской территории. На начальной стадии основные посетители дестинации — аллоцентрики, по своей природе первопроходцы. Но как только она становится более обустроенной и известной, среднецентрики вытесняют аллоцентриков, вынуждая их продвигаться дальше. На этой стадии, когда дестинация уже перестала быть экзотической, но еще не является традиционной, она принимает наибольшее число посетителей. Одновременно начинается ее угасание. Дестинация все больше коммерциализуется, утрачивая былую туристскую привлекательность. Одним из признаков вступления туристской территории в завершающую стадию эволюции служит появление психоцентриков.



**Рис. 9.1.3.** Жизненный цикл дестинации  
*Источник:* Butler R., 1980.

В восьмидесятых годах XX века формируется еще одна модель жизненного цикла дестинации, разработанная Ричардом Батлером [Butler R., 1980]. В 1980 г. Ричард Батлер представил свою S-образную модель цикла курорта (Tourism Area Life Cycle), согласно которой дестинация проходит пять стадий в своей эволюции в условиях свободного рынка и устойчивого спроса: разведка, вовлечение, развитие, укрепление, стагнация (рис. 9.1.3). Главным показателем перехода от одной стадии к другой служит изменение количества туристских прибытий и, кроме того, учитывается состояние природной среды и туристской инфраструктуры, а также отношение местного населения к приезжим.

**СТАДИЯ РАЗВЕДКИ.** Согласно Р. Батлеру, разведывательная стадия характеризуется небольшим количеством посетителей, которые приезжают на продолжительный срок и которых привлекают природные и культурные аттракции. Посетителями, в том числе, могут быть жители близлежащих населенных пунктов. Туристская индустрия как таковая отсутствует, так как развитие инфраструктуры туризма для незначительного числа туристов является нерентабельным. Фактор сезонности туристского спроса пока не проявляет себя. На этой стадии туризм оказывает слабое влияние на окружающую природу и культурную среду, экономику дестинации; несмотря на это посетителей принимают как важных и почетных гостей, поскольку те демонстрируют спрос на местные товары и услуги. Существует определенная сложность с тем, как определить, когда начинается разведывательная стадия. В настоящее время дестинацию, проходящую эту стадию, можно охарактеризовать как нетронутую местность или освоенную территорию, где развитая экономика отсутствует, представлена рудиментарно или является сырьевой (т. е. основные статьи дохода: добыча нефти, газа, угля, вырубка леса и т.д.). Так, например, северное побережье и большая часть Центральной Австралии, север Канады, бассейн реки Амазонки, часть Сибири, Центральная Азия находятся на стадии разведки.

**СТАДИЯ ВОВЛЕЧЕНИЯ.** Отличия данной стадии от предыдущей: *во-первых*, число прибытий начинает расти; *во-вторых*, местных жителей включают в обслуживание туристов и организуют их прием. Первое и второе в свою очередь стимулирует создание туристской инфраструктуры. В этот же период начинает проявляться фактор сезонности и формироваться туристский рынок. Дестинациями поставщиками туристов являются соседние регионы. Однако масштабы туристского бизнеса еще сравнительно малы, как и незначителен эффект, оказываемый на окружающую среду.

*Факторы, вызывающие переход на стадию вовлечения:* К внутренним факторам относятся те, что возникают посредством деятельности сообщества дестинации, например, инициативные местные предприниматели, вкладывающие в реализацию и рекламу венчурных проектов туризма. Внешние факторы создаются за пределами дестинации. Назовем некоторые из них:

- «сарафанное радио», когда туристы, уже посетившие регион, рассказывают о нем в своем городе, крае, стране;
- инструменты интернет-маркетинга;
- публикации во всемирных туристских путеводителях, например, таком как Lonely Planet, которые читают тысячи потенциальных посетителей;
- известное масштабное событие: визит знаменитости, выход релиза к фильму, строительство международного аэропорта или федеральной дороги. Специальное мероприятие выступает в качестве катализатора, мгновенно увеличивающее количество прибытий в дестинацию. Хотя, приведенные события могут происходить и на других стадиях ЖЦД, когда туристский сектор достаточно развит. На этой стадии находятся некоторые малые островные государства (территории) Тихоокеанского региона.

**СТАДИЯ РАЗВИТИЯ.** Когда дестинация демонстрирует быстрый рост индустрии туризма и гостеприимства в сравнительно короткий период времени, отмечается большое количество туристских прибытий, следует говорить о стадии развития. В дестинацию приходят крупные туроператорские компании и международные гостиничные цепи. География происхождения туристов — любая страна мира. На этой стадии растет нагрузка на окружающую среду, меняется ландшафт местности: земля, отведенная под сельскохозяйственные нужды, превращается в поля для гольфа, тематические парки, апартаменты, мангровые рожи исчезают, на их месте появляются причалы для яхт, фермы пустеют из-за перекупки земли спекулянтами и оттоком людских ресурсов в туристский сектор. «Чувство места» или уникальность дестинации стадии разведки и вовлечения сменяется универсальным, международным, стандартизированным ландшафтом. Трансформируется отношение местных жителей к посетителям: от апатичного в начале стадии до раздраженного по мере увеличения числа туристов. Возникает необходимость в системе планирования и контроля на региональном и национальном уровнях. Такая ситуация сложилась в ряде рекреационных районов Мексики и прибрежной зоны на севере и западе Африки.

**СТАДИЯ УКРЕПЛЕНИЯ.** Замедляются темпы роста туристских прибытий. Туризм начинает играть определяющую роль в развитии и становится основным сектором экономики дестинации. Количество туристов превышает численность местного населения. Экологическая, социальная и экономическая нагрузка на дестинацию выше, чем ее пропускная способность. Период для активизации туристской политики, которая и выходит на первый план. На этой стадии дестинация полностью интегрируется в глобальную туристскую систему. Высокая плотность туристов в дестинации, в основном за счет психоцентриков, предпочитающих краткосрочные

турпакеты, крупных туроператоров. Сезонность оказывает значительное влияние на региональную экономику, наряду с ухудшением качества турпродукта в силу перегруженности отелей и ресторанов, износом инфраструктуры. Сообщество дестинации раскалывается на две группы, антагонистов, винящие туризм во всех проблемах и тех, кто либо приспосабливается к новым условиям либо покидает регион. Стадию укрепления переживают известные курорты Франции, Испании, а также Карибского бассейна.

**СТАДИЯ СТАГНАЦИИ.** Пик туристских прибытий уже пройден, и прироста не наблюдается, в том числе и потому, что дестинация более не считается модной. Этот период характеризуется ценовыми войнами, ведущими к дальнейшей деградации турпродукта и банкротству, либо преобразованием отелей в апартаменты, таймшерные модули или квартиры для пенсионеров, студентов и др. Индикатором стагнации, помимо стабилизации прибытий, являются повторные визиты посетителей, психотриков, приверженных данному туристскому центру. Типичным примером служит курорт Коста Брава (Испания) и часть Багамских островов. Стадия стагнация в теории может длиться неопределенный период, но вероятнее всего перейдет в стадию упадка или обновления.

**СТАДИЯ УПАДКА.** Стадия упадка как один из вариантов после стадии стагнации возникает в силу ряда факторов:

- постоянные посетители более не удовлетворены предложением турпродукта. Привлечь новых посетителей не удастся;
- заинтересованные лица, предприниматели дестинации, власти не делают попыток обновить турпродукт, либо они не успешны;
- антагонизм местных жителей достигает предела и выражается в повсеместной враждебности, что выливается в формирование негативного имиджа дестинации;
- появление новых субъектов рынка, которые осуществляют интервенцию, заведая и переориентируя туристские объекты. Средства размещения выставляются на продажу, покупаются и перестраиваются новыми владельцами для использования в нетуристских целях.

Стадия упадка может быть ускорена эффектом «снежного кома», когда крупные отели и главные аттракции приходят в запустение, негативно влияют на жизнеспособность малых гостиниц и других туристских объектов.

**СТАДИЯ ОБНОВЛЕНИЯ.** Альтернативой упадку является обновление туристской индустрии дестинации. О стадии обновления можно говорить не только как об одном из сценариев после стадии стагнации, но и о как сменяющей стадию упадка. Случай Атлантик Сити (штат Нью-Джерси, США), который был превращен в центр игорного бизнеса, отменив монополию Лас Вегаса, подтверждает последнее. Согласно Р. Баглеру, эта стадия сопровождается выходом нового туристского продукта или, по крайней

мере, ребрендингом существующего, для появления конкурентных преимуществ дестинации и возвращения «чувства места». Стадия обновления редко является спонтанным процессом. Как правило, она есть следствие намеренных действий, стратегией менеджеров дестинации и бизнеса. Успех достижения обновления связан со способностью частного и государственного сектора к кооперации и фокусированию на том, что каждый из них делает лучше. Государственный сектор обеспечивает маркетинг дестинации, обслуживание и управление муниципальными аттракциями. Частному сектору отводится ключевая роль в таких секторах индустрии как средства размещения, питание, туроперейтинг, транспорт и некоторые аттракции.

Таким образом, развитие туристской дестинации это сложный поэтапный процесс от определения территории как потенциальной туристской дестинации до ее становления как таковой, зависящей от различных факторов внутренней и внешней среды. В своем развитии туристские дестинации проходят несколько стадий развития.

1. Дотуристская стадия, связанная с нетуристской специализацией территории.
2. Рост численности туристов. Туристов привлекают красота нетронутой природы и культура. В этот период на территории приходит бизнес. В результате формируются основы туристской инфраструктуры.
3. Продвижение. Местные власти начинают предпринимать усилия по формированию качественных и востребованных туристами продуктов и услуг, продвижению туристских возможностей территории, следствием чего является устойчивый рост туристских потоков. В результате формируется туристский рынок. Перед сектором бизнеса стоит задача по обеспечению разветвленной инфраструктуры дестинации. Ведется политика активного продвижения дестинации на рынке, в результате чего происходит дальнейшее увеличение потока туристов.
4. Инвестиции в туризм. Инфраструктура не справляется с объемом прибытий туристов: строятся магазины, пабы, бары, гостиницы, казино, т.е. все необходимые средства обслуживания, способные изменить облик дестинации.
5. Создание новых рабочих мест. В дестинацию приезжают работать люди из других регионов и даже стран, оседают там, продолжают прибывать туристы, внося свои обычаи, культуру. В результате начинаются конфликты между ними и местными жителями (возникают социальные, экологические, экономические проблемы). Эта дестинация уже более не является модной и становится, как и остальные, унифицированной.
6. Сокращение потоков туристов. Туристы хотят посещать интересные, необычные места, а не типичные дестинации.

7. Средства обслуживания практически не используются (например, пустуют гостиницы) и, как следствие, несут убытки.
8. Скидки, новая ценовая политика или новая идея развития дестинации способствуют оживлению туристского спроса. На этом этапе основная задача — поиск или создание нового фактора привлекательности.

Управление жизненным циклом дестинации — это прогнозирование, учет внешних факторов и работа с внутренними факторами, влияющими на эволюцию дестинации, постоянный мониторинг маркетинговой среды, активные действия менеджеров дестинации направленные на устойчивое развитие территории как туристской дестинации.

Таким образом, туристская дестинация — территория, имеющая географические границы, обладающая определенными туристско-рекреационными продуктами и услугами, сформированными на основе туристско-рекреационных ресурсов и обеспечивающими устойчивый туристский поток, проходящая в своем эволюционном развитии несколько стадий с постепенным усложнением, а иногда и сменой, продуктовой цепочки.

Дестинация — это в высокой степени организованная часть туристско-рекреационного пространства. В зависимости от охвата территории и концентрации на ней туристских потоков можно выделить макро-, мезо- и локальный уровни организации дестинаций. Так, на основании исследований г.П. Долженко (2008) в Российской Федерации можно выделить шесть туристских дестинаций мезо-уровня, находящихся на разных стадиях развития.

**1. Черноморское побережье Краснодарского края** — это наиболее крупная туристская дестинация страны, в которой ежегодно отдыхают более 12 млн россиян. Наличие теплого моря и пляжей, продолжительного купального сезона, уникальных мацестинских минеральных вод, лечебных грязей, особоохраняемых природных территорий, а также горнолыжных трасс, расположенных в 0.5 часа езды от побережья Черного моря (горнолыжный кластер «Красная поляна»), способствуют развитию таких видов туризма, как купально-пляжный, лечебно-оздоровительный, горнолыжный, событийный, конгрессно-выставочный, экологический и др. Эта дестинация переживает новый этап в своем развитии в связи с проведением в г. Сочи XXII Олимпийских зимних игр.

**2. Кавказские Минеральные Воды** — вторая крупная туристская дестинация, имеющая более чем двухсотлетнюю историю. Она сформировалась благодаря большому разнообразию лечебных минеральных вод и лечебных грязей. и включает более 130 санаториев, оснащенных современной лечебно-оздоровительной базой. Основным видом туризма в дестинации является лечебно-оздоровительный. В ее состав входят пять компактно расположенных городов — Пятигорск, Кисловодск, Ессентуки, Железноводск, Лермонтов. В санаториях эффективно лечат многие заболевания: сердечно-сосудистые, нервные расстройства, желудочные недуги, и др.

Большое развитие получили экскурсии природоведческого характера по окрестным достопримечательностям и особенно в горы Кавказа. В настоящее время на курортах Кавказских Минеральных Вод ежегодно восстанавливают здоровье более 800 тыс. человек.

**3. Московская область** является третьей по значимости в России туристской дестинацией. Она обладает высоким туристско-рекреационным потенциалом и достаточным числом современных средств размещения туристов.

Живописная природа Подмоскovie представлена лесными массивами южной тайги и смешанных лесов, обилием водных объектов, целебными минеральными источниками, лечебными (сапропелевыми) грязями. Это способствует эффективному санаторно-курортному лечению. Основные виды туризма — лечебно-оздоровительный, спортивно-оздоровительный, культурно-познавательный. Эта дестинация активно взаимодействует с Москвой в ее новых границах и с городами «Золотого кольца России», что позволяет формировать потоки до нескольких миллионов туристов круглогодично.

**4. Северо-Западный регион** относится к четвертой туристской дестинации, которая включает Санкт-Петербург, Ленинградскую, Псковскую, Новгородскую, Вологодскую, Калининградскую области и Республику Карелия. Природные ресурсы дестинации характеризуются разнообразием лесных массивов, водных объектов, наличием заметных запасов хлоридно-натриевых и железисто-гидрокарбонатных вод, лечебных сапропелевых иловых грязей, встречающихся вдоль побережья Финского залива.

Петром I в 1719 г. в 54 км от Петрозаводска был заложен первый в России курорт «Марциальные воды», который функционирует до настоящего времени и вместе с другими курортами способствует развитию санаторно-курортного и спортивно-оздоровительного туризма. В первой половине XIX века в Новгородских землях были открыты радоновые источники и лечебные грязи, которые используются для лечения больных и в наши дни. Курортные зоны были созданы на базе минеральных вод и лечебных сульфатных грязей в Псковской области (санатории «Хилово» и «Голубые озера»).

В начале XX века на территории современной Калининградской области уже были популярны курорты, активно используемые населением европейских стран для лечения и отдыха. Высокий уровень природных лечебно-оздоровительных ресурсов обеспечивался наличием минеральных вод, лечебных грязей, хвойных лесов и моря с песчаными пляжами.

В настоящее время туристские потоки в Калининградскую область, как дестинацию лечебно-оздоровительного профиля, формируются в основном отдыхающими из Москвы, Санкт-Петербурга, Северо-Западного и Уральского регионов.

**5. Алтайский регион** относится к пятой туристской дестинации России. Он объединяет Алтайский край и Республику Алтай. Горные пейзажи,

представленные сочетанием лесных массивов и альпийских лугов; множество озер, обладающих значительными запасами лечебной грязи и рапы; более 35 минеральных источников; разнообразие и уникальность флоры и фауны; высокий уровень экологического благополучия делают этот регион весьма привлекательным для санаторно-курортного и экологического туризма, Алтай известен и как регион альпинизма, горно-пешеходного, пешеходного, конного, водного туризма, охоты и рыбалки.

В Алтайском регионе насчитывается около 40 здравниц. Наибольшую популярность в Западной Сибири и в восточных регионах страны приобрел курорт «Белокуриха», ставший основой особой экономической зоны туристско-рекреационного типа. Создание туристско-рекреационного кластера обеспечило ежегодный прирост туристского потока на 200–250 тыс. человек.

Более 70% туристского потока в Алтайский регион формируются за счет жителей Уральского и Сибирского Федеральных округов. Около 30% туристов формируются в основном за счет жителей Москвы и Санкт-Петербурга.

**6. Байкальский** регион относится по значимости к шестой российской дестинации. Эта туристская дестинация находится на начальной фазе формирования, что связано со значительной удаленностью этого уникального региона мирового значения от мест массового проживания российских и иностранных туристов.

В начале 90-х гг. XX века на берегах Байкала, на территории Иркутской области и Республики Бурятия, насчитывалось всего несколько гостиниц. В настоящее время число средств размещения уже превысило шестьсот единиц и продолжает расти. В Республике Бурятия завершается создание особой экономической зоны туристско-рекреационного типа «Байкальская гавань» и создаются четыре туристско-рекреационных и авто-туристских кластера. Это позволит создать благоприятные условия для увеличения потока российских и иностранных туристов. Уже сейчас рост турпотока составляет до 10–15% в год.

Наибольшей популярностью Байкальский регион пользуется у туристов из Москвы, Санкт-Петербурга, сибирских и дальневосточных регионов, а также граждан Китая, Монголии, Южной Кореи и Японии.

## **9.2. Туристско-рекреационные кластеры: отечественный и зарубежный опыт**

Развитие рыночной экономики в России потребовало нового подхода к процессам, происходящим в туристской индустрии. Возникли проблемы, связанные с управлением и развитием туристских местностей и курортов.

Индустрия туризма обладает такими особенностями и характерными признаками, которые придают особую актуальность кластерному подходу в развитии данной отрасли:

- географическая локализация мест создания и потребления туристских услуг;
- наличие межотраслевых связей;
- нематериальный характер туристского продукта;
- преобладание малого и среднего бизнеса.

Применение концепции кластеров в индустрии туризма весьма уместно, учитывая, что продукт непосредственно связан с местными ресурсами, требует взаимодействия предприятий и администрации региона, что приводит к созданию цепочки взаимодействующих хозяйственных субъектов, сконцентрированных на определенной территории.

Основным методом развития туристской инфраструктуры в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российскую Федерацию (2011-2018 годы)» принят кластерный подход, при котором реализуется стратегия стимулирования ограниченного числа субъектов страны, в рамках отобранных наиболее перспективных инвестиционных проектов создания туристско-рекреационных и автотуристских кластеров.

**Туристско-рекреационный кластер** — группа географически соседствующих и взаимодействующих на принципах государственно-частного партнерства компаний, научно-образовательных и общественных организаций, органов государственного управления, формирующих и реализующих туристские продукты и услуги на основе использования туристско-рекреационного потенциала территории [Кружалин, Шабалина и др., 2014].

Туристско-рекреационные кластеры по сравнению, например, с промышленными кластерами, имеют ряд особенностей, которые заключаются в следующем.

1. Наличие уникальных туристско-рекреационных ресурсов (природных и искусственно созданных человеком объектов показа и привлечения туристского интереса), на основе которых формируются туроператорскими компаниями уникальные продукты и услуги.

2. Гибкость состава, границ, конфигурации и внутренней структуры туристско-рекреационного кластера. Это проявляется в свободном присоединении предприятий и организаций к кластеру и выходом из него, нечеткостью и изменчивостью географических границ, расположением как внутри административных районов, так и на стыке нескольких территориальных образований.

3. Наличие на территории инфраструктуры, необходимой для ведения туристского бизнеса. Она обеспечивает связанность элементов кластера и его функционирование как единого экономического организма, облегчает трансферт знаний и технологий.

4. Результатом работы предприятий туристско-рекреационного кластера является совокупность услуг, каждая из которых сама является комплексной. Их качество оценивается потребителем (туристом) и зависит

от множества факторов: особенностей воспитания, возраста, культурных традиций, привычек и др. Туристские услуги представляют собой продукт, обеспечивающий относительно высокую доходность на вложенный капитал при использовании местных ресурсов, постоянной ориентации на внешний рынок, изменяющийся спрос, сохранении и улучшении позиции на рынке относительно конкурентов. Следовательно, для туристско-рекреационного кластера большое значение имеет предоставление и продвижение не свойств продукта, а реальной пользы и выгоды от него для своего клиента.

5. Производство услуг в туристско-рекреационном кластере не имеет четкой постоянной последовательности как, например, в промышленном кластере. Более того, набор услуг, включенных в каждый турпродукт, различен и зависит от выбора конкретного потребителя (туриста), минимальное их количество определено законодательно.

6. Приоритетная роль региональных (местных) администраций, иницирующих и/или поддерживающих инициативы по формированию туристско-рекреационных кластеров, определяющих устойчивые функциональные и экономические связи между организациями, ориентированными на удовлетворение общественных потребностей в рекреации и туризме. Взаимодействие может осуществляться в формате встреч; юридически оформленных отношениях между фирмами; создания ассоциаций, союзов, партнерств. Участники туристско-рекреационного кластера – собственно туристские компании, представители общественных организаций, администрации, образовательных научно-исследовательских структур и т.п., – взаимодействуют друг с другом в контексте сложного переплетения конкуренции и сотрудничества, при руководящей функции администрации и научно-методическом сопровождении.

К ресурсным предпосылкам относят следующие группы ресурсов, определяющие целесообразность создания кластера:

- собственно туристско-рекреационные ресурсы;
- административный ресурс;
- трудовой потенциал;
- финансовые ресурсы;
- общая и туристско-рекреационная инфраструктура;
- научно-технологическая инфраструктура;
- информационная инфраструктура.

У кластерной организации туристского сектора экономики есть явные преимущества:

1. **Для администрации** — увеличивается количество налогоплательщиков и налогооблагаемая база (центры управления малым и средним бизнесом, как правило, находятся на той же территории, что и сам бизнес), появляется удобный инструмент для взаимодействия с бизнесом, снижается

зависимость от отдельных бизнес-групп, появляются основания для диверсификации экономического развития территории. С помощью кластеров органы власти могут эффективнее использовать новые рыночные тенденции для социально-экономического развития региона, сочетая оценки внутри кластера (как участник кластера) и понимание внешних макроэкономических факторов, социально-политических тенденций и реалий. То есть кластерный подход предоставляет органам власти инструментарий эффективного взаимодействия с бизнесом, более глубокого понимания его характерных показателей и тактических задач, дает возможность целенаправленного, реального и мотивированного стратегического планирования ресурсов региона, развития территорий.

**2. Для бизнеса** — кластер может существенно снижать барьер выхода на рынки сбыта продукции и поставок сырья и материалов, рабочей силы. Используя влияние и авторитет кластера, бизнес и региональные власти совместно могут искать пути наиболее эффективного продвижения своих инициатив через федеральные структуры, включая подготовку законопроектов и лоббирование на федеральном уровне прохождения региональных и отраслевых инициатив.

**3. Для общества** — улучшение благосостояния населения, развитие инфраструктуры, снижение безработицы. Кластеры стимулируют значительное повышение производительности труда и внедрение инноваций. В рамках кластера происходит постоянное взаимодействие, что способствует формальному и неформальному обмену знаниями, сотрудничеству между организациями, трансферт технологий и знаний. В рамках кластера органы власти могут резко повысить эффективность инициатив по стимулированию предпринимательской активности населения. Например, субсидирование программ подготовки и переподготовки кадров, что открывает новые возможности перед предпринимателями, рабочими и специалистами.

В основе функционирования кластера заложены принципы государственно-частного партнерства.

Термин **«государственно-частное партнерство» (ГЧП)** предполагает институциональное и организационное сотрудничество между государством и бизнесом с целью реализации общественно значимых проектов [Кружалин, 2009]. Активное применение механизмов ГЧП началось за рубежом, где многие страны практикуют ГЧП в тех областях, на которые у государства не хватало денег, но которые и нельзя полностью отдать в частные руки.

В России с течение 2005–2012 гг. были созданы основные инструменты государственно-частного партнерства. В Стратегии развития России до 2020 г. отражены приоритеты государственно-частного партнерства. В Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» прописаны основные

принципы формирования и управления туристско-рекреационными кластерами. Наиболее эффективное развитие туристско-рекреационных кластеров на принципах ГЧП в настоящее время реализуется в ОЭЗ ТРТ [Кружалин, 2009]. Именно здесь формируются определенные льготные условия по реализации инвестиционных туристских проектов.

К основным инструментам ГЧП относятся:

- 1) устранение законодательных и процедурных препятствий;
- 2) подготовка инвестиционных площадок, а также создание координирующих (управляющих) организаций;
- 3) концессии разных видов;
- 4) государственные льготы;
- 5) передача объектов в долгосрочное пользование на льготных условиях (лизинг, управление объектом).

В качестве основных проблем формирования и развития туристско-рекреационных кластеров на принципах ГЧП сегодня можно выделить следующие [Кружалин, 2009].

1. Отсутствие профессиональных туристских кадров, способных понимать все преимущества и выгоды от подобной формы кооперации; низкая восприимчивость руководящих работников к инновациям.
2. Отсутствие практики стратегического планирования туристской деятельности на основе государственно-частного партнерства.
3. Проблемы с региональной качественной туристско-рекреационной инфраструктурой и транспортной доступностью регионов РФ.
4. Достаточно длительный период «запуска» туристско-рекреационного кластера (в среднем, около 3 лет).

Структуру туристско-рекреационного кластера можно представить в виде четырех сегментов (рис. 9.2.1) [Пидгурская, 2006]:

1. «Ядро кластера» составляют туроператоры и турагенты, которые занимаются созданием, продвижением и реализацией турпродукта. Для создания туристского продукта используются услуги смежных предприятий и организаций (предприятий общественного питания, гостиничной инфраструктуры и т.д.). Функциональную особенность туристского продукта определяет туристско-рекреационный потенциал территории. Они находятся в тесном взаимодействии с администрацией и общественными структурами, которые также включены в ядро. От их действий, во многом, зависит облик и состояние кластера.

2. «Основа кластера» — предприятия, обеспечивающие туристам транспортное обслуживание, питание, гостиничное обслуживание, отдых, лечение и развлечения. Эти услуги составляют суть туристского продукта и без данных предприятий существование кластера невозможно. Формальные связи туроператоров с такими предприятиями, как правило, юридически оформлены.

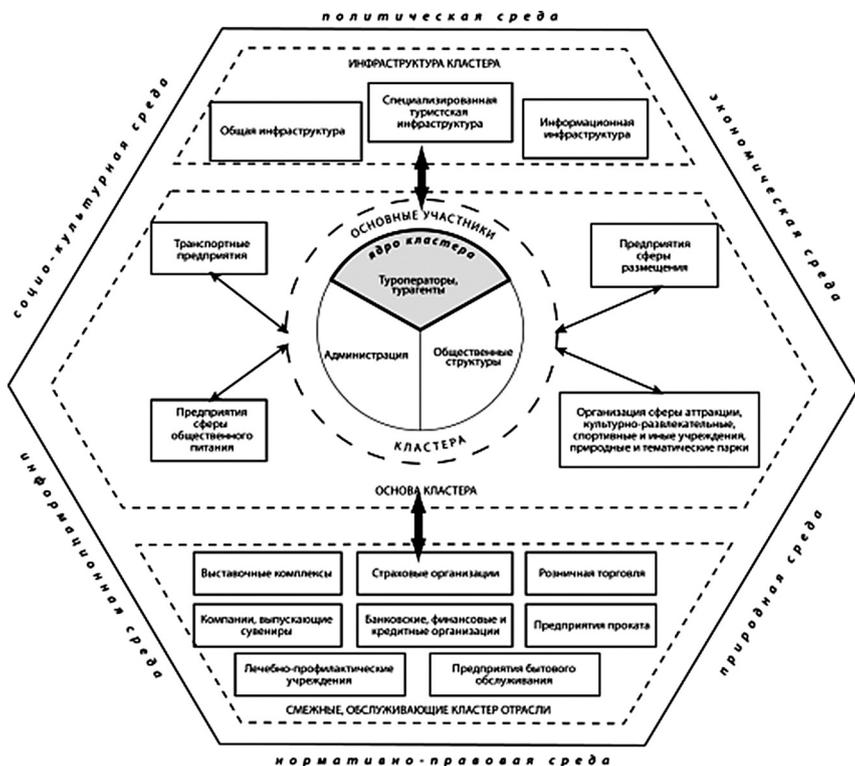


Рис. 9.2.1. Структура туристско-рекреационного кластера (по материалам Пидгурской Н.Н., 2006)

3. Смежные, обслуживающие кластер предприятия — организации, оказывающие дополнительные и сопутствующие услуги туристам. К таким можно отнести предприятия бытового обслуживания; проката; выставочные комплексы; компании, выпускающие сувениры; страховые организации; финансовые организации; предприятия розничной торговли. Турпродукт может быть реализован и без этих предприятий, но это приводит к потере доходов кластера и к ухудшению качества туристских услуг. Формальные и неформальные связи туроператоров с предприятиями данной группы более слабые по сравнению с предыдущей группой.

4. Инфраструктура кластера. Обеспечивает нормальную работу всех звеньев кластера. Включает в себя следующие составляющие:

- 1) общую инфраструктуру — совокупность инженерных, транспортных, коммуникационных, энергетических и прочих средств и сооружений, обеспечивающих нормальную жизнедеятельность региона;

- 2) специальную туристскую инфраструктуру. К ней можно отнести подъездные пути на территориях объектов туризма, пешеходные тропы, автономные системы канализации и утилизации, отдельные сети и объекты энергетики, телекоммуникации;
- 3) информационную инфраструктуру, к которой относятся туристские информационные центры, сайты, туристские представительства на целевых рынках и информационные объекты, расположенные в населенных пунктах.

Вся инфраструктура кластера создает не только некоторую площадку для его работы, но и очерчивает его пространственные и функциональные ограничения. Инфраструктура, не соответствующая по своему уровню развития нуждам туристско-рекреационного кластера, становится тормозом дальнейшего развития, деформирует каркас и структуру кластера.

Элементарно устроенный кластер должен включать в себя, как минимум, 2 блока: «ядро кластера» и «основу кластера».

Большое влияние на развития туристско-рекреационного кластера оказывает его внешняя среда: экономическая, политическая, нормативно-правовая, природная, социокультурная и информационная среды.

Экономическая среда характеризуется уровнем развития и состоянием экономики. Большое значение для развития туристско-рекреационных кластеров оказывает политическая стабильность, поскольку она оказывает сильное влияние на общую экономическую ситуацию. Кроме того, нужно учитывать экономическую ситуацию в стране или регионе, откуда поступают основные туристские потоки.

Социокультурная среда определяет ментальность местного населения, традиции, склонности и привычки в проведении отдыха, отношение к приезжим, другим культурам и т.д.

Природная среда определяется ресурсами и дополнительными условиями развития туристско-рекреационной деятельности на территории. На базе ключевых природных ресурсов (как и культурно-исторических) может формироваться специализация туристско-рекреационного кластера.

Особое значение при формировании туристско-рекреационных кластеров имеет нормативно-правовая и политическая среды. Развитие туризма и рекреации зависит от местных (региональных) администраций. В Российской Федерации с 2007 г. все субъекты должны иметь региональные программы развития туризма. Обобщение опыта разработки региональных программ развития туризма позволило принять летом 2011 г. ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018годы)».

Туристско-рекреационный кластер может формироваться как на локальном (муниципальном уровне, уровне отдельных поселений), так и на региональном уровнях. Также существуют примеры межрегиональных

туристских кластеров. В зависимости от масштабов задач и имеющихся территориальных возможностей территории выделяются моно- и полифункциональные кластеры. Обычно усложнение структуры кластера происходит в результате исторического опыта развития пространства в туристско-рекреационных целях.

Туристско-рекреационный кластер характеризуется различной по сложности структурой: монофункциональный (узкоспециализированный) и полифункциональный. Монофункциональный кластер обеспечивает развитие определенного, одного направления туризма, являющегося ключевым для данной территории. Полифункциональный кластер обеспечивает развитие как основного, так и дополнительных видов туризма, получивших развитие с течением времени по мере освоения туристско-рекреационного пространства. Процесс усложнения происходит по мере развития туристско-рекреационного кластера и выражается в изменении его границ и географического каркаса.

Сравнительный анализ отечественной и зарубежной литературы указывает на сходство факторов развития туризма и факторов развития туристско-рекреационных кластеров, что нашло отражение в таблице 9.2.1.

Все перечисленные группы факторов могут оказывать как активизирующее, так и лимитирующее воздействие на формирование и развитие туристско-рекреационных кластеров.

В условиях высокой конкурентной борьбы туристские кластеры на территории региона склонны к кооперированию, проведению совместной взаимодополняющей деятельности, а также к партнерству с другими отраслевыми кластерами.

Изучение методологических подходов, передового зарубежного и отечественного опыта формирования кластеров позволяет утверждать, что для осуществления этого процесса требуется ряд предпосылок:

1. Наличие совокупности предприятий, взаимодействующих в рамках бизнес-процессов, использующих конкурентные преимущества территории и ориентированных на динамично развивающиеся сегменты рынка.

2. Функционирование значительного числа малых и средних предприятий, использующих различные, но с некоторыми общими чертами технологии и/или специализирующихся на выпуске одного или нескольких видов продуктов/услуги.

3. Наличие научных организаций с высокой предпринимательской культурой; квалифицированной рабочей силой; свободных производственных помещений и инфраструктуры, необходимых для организации бизнеса.

4. Хорошо развитая инфраструктура, поддерживающая инновационное развитие и создание новых предприятий (бизнес-инкубаторы, информационно-технические центры).

**Ключевые факторы становления и развития  
туристско-рекреационных кластеров**

Группа	Факторы
<b>Факторы внешней среды – генерирующие</b>	<b>Факторы формирования туристско-рекреационного спроса:</b>
<b>Политические</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– сложившиеся экономические и культурные связи между бизнесом, государством и общественностью, стабильность</li> <li>– региональная политика в отношении туристской деятельности</li> </ul>
<b>Социально-экономические</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– текущий уровень социально-экономического развития региона</li> <li>– инвестиционный климат в регионе</li> <li>– степень развитости регионального туристского рынка, его вклада в экономику региона</li> <li>– безопасность (криминогенная ситуация)</li> </ul>
<b>Институциональные (нормативно-правовые)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– защищенность бизнеса, административные препятствия или льготы, предоставляемые бизнесу</li> <li>– законодательные особенности паспортного и таможенного режима</li> <li>– безопасность путешествий</li> <li>– активность администрации по внедрению кластерной политики</li> </ul>
<b>Факторы внутренней среды:</b> <b>1. Ресурсные:</b>	<b>Факторы формирования туристско-рекреационного продукта:</b>
<b>Природные</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– геоморфологические, климатические, гидрологические, биологические, ландшафтные</li> <li>– экологическая ситуация</li> </ul>
<b>Культурно-исторические</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– предприимчивость населения</li> <li>– этническая самобытность</li> <li>– наличие объектов показа истории и культуры</li> </ul>
<b>Инфраструктурные</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– туристская инфраструктура (места размещения и питания, экскурсионного, бытового и прочего обслуживания)</li> <li>– развитие транспортной инфраструктуры и транспортная доступность</li> <li>– информационная инфраструктура (специфические стандарты, текущие и перспективные для кластера технологии, информация о туробъектах, маршрутах)</li> <li>– научно-технологическая инфраструктура (исследования)</li> </ul>

Группа	Факторы
	и разработки по актуальным проблемам кластера, сотрудничество между университетами, научно-исследовательскими организациями и предприятиями)
<b>Финансовые</b>	— внутренние (собственные средства участников кластера) — внешние (заемные средства, целевая государственная поддержка)
<b>Трудовые ресурсы</b>	— наличие и качество специалистов — подготовленность менеджеров — качество специального профессионального образования
<b>Информационные (в том числе маркетинговые)</b>	— мода и тенденции — наличие концепции проекта (бренд, легенда, имидж и т.п.) — качество позиционирования — качество предоставления услуг — уровень информационной поддержки и продвижения туристских продуктов и услуг — уровень внутреннего спроса
<b>2. Деятельностные</b>	
<b>Технологические</b>	— внедрение современных поисковых систем на предприятиях туристской индустрии — использование АСУ предприятиям туриндустрии — использование современных каналов дистрибуции туристского продукта
<b>Инновационные</b>	— внедрение инновационных принципов работы предприятий туриндустрии (например, экоменеджмент) — оптимизация бизнес-процессов

5. Сильные торгово-промышленные палаты и эффективные профессиональные ассоциации, которые предоставляют компаниям возможность встречаться и обмениваться опытом.

6. Атмосфера доверия и творчества, являющаяся следствием взаимных преимуществ, которыми пользуются предприятия, расположенные на одной территории.

7. Политика региональных органов власти и управления, направленная на поддержку и развитие туристской отрасли и снижение административных барьеров в целом. В данном случае роль органов власти состоит в том, чтобы стимулировать и поддерживать развитие позитивных факторов и способствовать преодолению препятствий, используя все возможные меры для улучшения общеэкономического климата в регионе.

Для принятия решения на уровне органов исполнительной власти региона и последующей реализации туристской кластерной политики необходимо прохождение нескольких **этапов формирования туристско-рекреационных кластеров (ТРК)** [Кружалин, Шабалина и др., 2014].

**1. Административно-управленческий этап**, включающий принятие решения о развитии туристско-рекреационной деятельности в регионе, разработку научно-обоснованной концепции и программы развития туризма, создание координационного совета по развитию туризма при администрации с участием представителей бизнеса, общественности, специализированных учебно-научных заведений, уточнение состава участников кластера, разработка предпочтений для представителей бизнеса с целью привлечения необходимых объемов инвестиций.

**2. Исследовательский этап**, включающий проведение социологического опроса местных жителей и гостей о необходимости и видах туристско-рекреационного освоения территории, инвентаризацию туристско-рекреационных ресурсов (реестр), создание паспорта территории, оценку экологического состояния территории, проведение оценки туристско-рекреационного потенциала территории и выявление наиболее благоприятных пространств для развития ключевых туризма.

**3. Проектировочный этап**, связанный непосредственно с созданием проектов туристско-рекреационных кластеров, подготовкой документации по проекту создания ТРК с целью участия в конкурсном отборе, проведение туристско-рекреационной экспертизы, определение источников и объемов финансирования для реализации проектов.

**4. Инженерный этап**, включающий организацию строительства и реконструкцию объектов инфраструктуры и иных объектов ТРК на основе государственно-частного партнерства с использованием нормативного и индикационного подходов по их размещению в пространстве.

**5. Управленческий этап**, включающий создание в структуре администрации подразделения по развитию индустрии туризма, туристского информационного центра или их сети, организацию эффективной работы координационного совета по развитию туризма в регионе и муниципальных образованиях при губернаторе и/или главе администрации.

**6. Кадровый этап** — создание региональной системы подготовки кадров «под ключ» для проектируемых и строящихся туристско-рекреационных кластеров, взаимодействие с ведущими научными центрами по научному и кадровому сопровождению создания проектов ТРК и иных разработок по развитию индустрии туризма.

Таким образом, на первом и втором этапах процесса управления формированием туристско-рекреационных кластеров в регионе необходимы особые усилия администрации, научной общественности и бизнеса по принятию научно-обоснованного решения о месте, специализации, составе

участников ТРК, механизмах их взаимодействия. Указанные этапы проходят практически параллельно, так как проекты ТРК должны уже найти отражение в региональных (муниципальных) программах развития туризма.

Задача **первого этапа формирования туристско-рекреационных кластеров — «административно-управленческого»** — активизация процессов кластеризации в регионе, подключение к этим процессам новых потенциальных участников. Для того, чтобы процесс кластеризации реально начался, в современных российских условиях требуется инициатива администрации региона. Действия властей должны быть направлены, прежде всего, на формирование координационного центра (или управляющей компании) для планирования и реализации инвестиционных проектов, лоббирования интересов их участников, разрешения внутренних конфликтов, координации деятельности, содействия развитию. Таким образом, задача первого этапа — создание элементарно устроенных и оптимальных по численности участников ТРК.

Кластер предполагает взаимодействие различных структур и организаций, поэтому членами координационного совета могут стать все заинтересованные в его создании и развитии лица: представители местных органов власти, различных объединений и союзов предпринимателей, крупных компаний, научных и образовательных учреждений региона.

После создания координационного совета необходимо определить: цели и задачи кластера; состав его основных участников, т.е. производителей, поставщиков, потребителей, взаимосвязанных между собой в процессе формирования и реализации качественных туристских продуктов. Кроме того, координационный совет существенным образом помогает внедрению механизмов государственно-частного партнерства для согласованности инвестиционных вложений в развитие объектов инфраструктуры.

Во время **второго этапа формирования туристско-рекреационных кластеров — «исследовательского»** — на территории необходимо проведение социологических опросов и просветительской деятельности среди населения, развитие в них толерантности к гостям региона, повышения их предпринимательской активности. Важной процедурой «исследовательского этапа» также является оценка туристско-рекреационного потенциала территории с выделением ключевых образующих ресурсов. Для этого проводится паспортизация ресурсов и оценка туристско-рекреационных ресурсов, т.е. разрабатывается кадастр ресурсов туризма.

В рамках 1 и 2 этапов производится анализ ключевых групп предпосылок — факторов создания кластера, на которых впоследствии будут развиваться конкурентные туристские продукты и услуги. К этим факторам относятся:

- 1) ресурсные факторы, которые являются или могут стать центром притяжения туристского интереса и спроса, т.е. дадут возможность

- предпринимателям запустить рентабельный бизнес по обслуживанию прибывающих туристов;
- 2) стремление участников к взаимодействию, что предполагает не только конкуренцию между собой, но и координацию взаимодействия в рамках выстраивания более длинной цепочки создания добавленной стоимости туристского продукта;
  - 3) благоприятная среда для реализации кластерных инициатив, которая касается в целом уровня социально-экономического развития территории и позволяет предполагать, насколько хорошо распространяться результаты кластерных инициатив и насколько быстрыми темпами будет развиваться взаимодействие фирм в пределах растущего кластера.

Анализ этих ключевых групп предпосылок позволяет оценить готовность работающих в регионе компаний и, в целом, территории к перспективному взаимодействию, нацеленному на создание и развитие туристско-рекреационного кластера.

«Исследовательский этап» проектирования ТРК завершается разработкой стратегии, координирующей будущие практические действия всех заинтересованных участников. В первую очередь, это предполагает стратегическое планирование на уровне органов исполнительной власти, что в числе прочих предпосылок повлияет на возможности взаимодействия компаний, формирование их рыночных стратегий, а также разработку программных документов, определяющих дальнейшее развитие туристской деятельности.

Следующим этапом формирования ТРК является **третий** — **«проектный этап»**, который, собственно, и связан с детальной проработкой документации для решения вопроса о включении данного проекта в перечень мероприятий ФЦП «О развитии внутреннего и въездного туризма в РФ (2011–2018 годы)» [Кружалин, Шабалина, 2012].

Перечень включает в себя следующие документы.

1. Заявка на включение проект в ФЦП и пояснительную записку, сводный план развития туристско-рекреационного кластера (описание самого проекта и объектов туристской инфраструктуры, информацию о земельных участках и схему планируемого размещения объектов на земельных участках, план-график разработки проектной документации, план-график финансирования проекта).
2. Документы, подтверждающие возможность софинансирования программных мероприятий за счет средств различных бюджетов на принципах ГЧП (федерального, местного, заемных источников и т.д.).
3. Паспорта инвестиционных проектов, входящих в ТРК.
4. Результаты интегральной оценки эффективности использования средств федерального бюджета, направляемых на капитальное строительство.

5. Документация по застройщику и правоустанавливающие документы на земельный участок.
6. Положительное заключение государственной экспертизы проектной документации и инженерных изысканий.
7. Положительное заключение государственной экспертизы о достоверности сметной стоимости объектов капитального строительства.
8. Положительное заключение по проекту государственной экологической экспертизы.

Важным элементом в «проектном этапе» является проведение туристско-рекреационной экспертизы инвестиционных проектов с целью выявления их эффективности, инновативности, согласованности с требованиями природной и социо-культурной среды.

Под туристско-рекреационной экспертизой следует понимать «комплексное исследование, направленное на оценку соответствия туристско-рекреационных свойств и характеристик территорий, объектов и проектов их освоения и строительства нормативно-правовым и иным требованиям устойчивого развития сферы туризма и отдыха» [Шабалина, 2012]. Главная особенность туристско-рекреационной экспертизы заключается в том, что она включает в себя несколько различных этапов и форм аналитических исследований, которые сами по себе являются самостоятельными видами экспертизы.

Туристско-рекреационная экспертиза включает в себя как экспертизу отдельных проектов, так и экспертизу территории. Туристско-рекреационная экспертиза территорий является обязательной процедурой выработки стратегии развития туризма.

Туристско-рекреационная экспертиза инвестиционных проектов — комплексная процедура, имеющая свои организационно-нормативные и технологические особенности в различных странах мира. На сегодняшний день нет единого механизма ее проведения. В зависимости от ранга и особенностей конкретного инвестиционного проекта в реализации туристско-рекреационной экспертизы принимают участие различные муниципальные и региональные органы. В зарубежном законодательстве нормативно-правовое обеспечение организации и проведения туристско-рекреационной экспертизы инвестиционных проектов включает в себя два больших блока: первый — технические требования к строительству самих объектов инфраструктуры, второй — требования к нанесению ущерба окружающей среде. Соответственно применяемыми нормами права в вопросе регулирования экспертизы туристско-рекреационных проектов являются градостроительные кодексы и законодательство в сфере защиты окружающей среды.

Таким образом, все проекты туристско-рекреационных кластеров разных уровней должны проходить комплексную процедуру рассмотрения — экспертизу проектов, носящую комплексный характер.

**Четвертый этап — «инженерный этап»** проектирования ТРК, который состоит из выбора наиболее оптимальных территорий для строительства объектов ТРК на принципах устойчивости с использованием нормативного и индикационного подходов, аттрактивности природной среды «функции места», и обоснования эффективности использования механизмов ГЧП.

**Пятый этап — «управленческий».** Для достижения заметной внутренней динамики кластер нуждается в привлечении оптимального количества участников. Его наличие позволит эффективно взаимодействовать представителям малого и среднего бизнеса на основе внешней конкуренции и внутренней кооперации. Сложно устроенные кластеры обладают большей устойчивостью к внешним воздействиям. Таким образом, на пятом, «управленческом этапе» проектирования туристско-рекреационного кластера усилия органов местной исполнительной власти, заинтересованных участников бизнес-сообщества региона и общественности необходимо нацелить на создание и развитие кластера, разработку научно-обоснованной системы мониторинга развития рекреации и туризма, выработки показателей эффективности функционирования ТРК на принципах устойчивости.

Для оценки экономической эффективности устойчивого туризма используют ряд показателей, среди которых особое место занимают расходы туристов, расчет экономического воздействия которых проводится с помощью мультипликатора. Эффект мультипликатора позволяет дать количественную экономическую оценку развития туризма в любом регионе России. Эффективность создания кластеров также заключается в их межсекторном сотрудничестве, где на пересечении секторов могут быть созданы соответствующие инновационные продукты и услуги. Для оценки устойчивого развития туристско-рекреационных кластеров необходимо разработать индикаторы, способные определять нормы регулирования и управления туристской индустрией в данном территориальном образовании.

Формирование туристско-рекреационных кластеров должно быть связано с научно-методическим сопровождением и созданием системы подготовки и переподготовки кадров, обслуживающих туристско-рекреационные потоки. В этой связи необходимо остановиться **на шестом, заключительном, этапе проектирования туристско-рекреационных кластеров — «кадровом».** Именно на этапе проектирования необходимо оценить количественные и качественные показатели потребностей предприятий ТРК в соответствующем персонале. Особое внимание стоит уделить совместной разработке программ переподготовки и повышения квалификации кадров на базе высших профессиональных учебных заведений регионов.

Проектирование туристско-рекреационных кластеров связано с использованием следующих научных подходов: системного, социологического, статистического, картографического, корреляционного, математического, метода классификации и т.д.

Кластеры в своем развитии претерпевают ряд этапов и могут создаваться как на постоянной, так и на временной основе.

Наиболее успешные инновационные кластеры формируются там, где осуществляется прорыв в области технологии производства с последующим выходом на новые рынки. В этой связи многие страны активно используют кластерный подход в формировании и регулировании своих национальных инновационных программ, в том числе и в туристско-рекреационной деятельности.

В своем развитии туристско-рекреационные кластеры проходят несколько этапов (рис. 9.2.2).



Рис. 9.2.2. Этапы развития кластера

Трансформацию туристско-рекреационного кластера можно представить следующим образом: возникновение, развитие, зрелость и упадок или перерождение.

**Первичный кластер** формируется в том случае, когда компании, находящиеся в географической близости друг от друга, начинают кооперироваться вокруг основной деятельности и реализовывать общие возможности территории через свои взаимодействия, путем создания единого туристского продукта.

На данном этапе развития кластера появляются некоторые конкурентные преимущества, благодаря сотрудничеству компаний, согласованность действий участников по дальнейшему развитию кластера, тем не менее, конкурентоспособность остается на невысоком уровне.

**Развивающийся кластер** характеризуется возникновением или вовлечением новых участников кластерной деятельности, появлением новых взаимосвязей, а также формальных и неформальных институтов поддержания сотрудничества.

На данном этапе отмечаются высокие темпы увеличения туристского потока, при этом рост имеет ярко выраженный сезонный характер, что приводит к ряду негативных моментов: снижению рентабельности туристского

бизнеса, повышению рисков и недостаточному уровню инвестиций в индустрию туризма на территории. Сезонность спроса и высокие темпы его роста в высокий сезон при неадекватном повышении предложения приводят к возникновению «узких» мест в структуре кластера, что ограничивает прием туристов на данной территории.

Кроме того, в развивающихся кластерах зачастую наблюдается отстающее развитие инфраструктуры, что обычно связано с инертностью государственных структур и предприятий, занимающих монопольное положение на рынке некоторых услуг (транспортное обслуживание, предоставление услуг связи, энергообеспечение и иные коммунальные услуги). Это, в свою очередь, снимает динамичность и гибкость предложения (туроператоров, предприятий размещения), снижая тем самым конкурентоспособность кластера.

На данном этапе развития действия участников туристского кластера направлены на снятие всех возможных ограничений по спросу и предложению для возможности принятия все увеличивающегося потока туристов в кластер. Их стратегия заключается в увеличении доходов кластера за счет повышения количества прибывающих туристов и, соответственно, в увеличении количества вовлекаемых ресурсов и факторов производства туристских услуг.

Таким образом, в целях повышения конкурентоспособности развивающиеся кластеры решают такие задачи, как: уменьшение фактора сезонности, расширение «узких» мест в структуре кластера, развитие инфраструктуры и т.д.

**Зрелый кластер** — это кластер, достигший определенной критической массы взаимодействующих структур, а также развивший связи за своими пределами с другими предприятиями, кластерами и т.п. Как правило, в подобных кластерах существует внутренняя динамика дальнейшего развития взаимодействий между участниками кластера путем образования совместных предприятий или деления на более мелкие структуры.

Для туристско-рекреационного кластера, находящегося на этапе зрелости, характерны низкие темпы роста туристского потока или даже отсутствие роста, а также невозможность увеличения предложения по причине достижения кластером своего предела посещаемости туристами (пропускного потенциала). Вместе с тем, благодаря развитой инфраструктуре, вовлечению всех необходимых для развития индустрии туризма отраслей — участников кластера, отлаженным процессам взаимодействия между ними на данном этапе туристско-рекреационный кластер обладает наибольшими конкурентными преимуществами.

**Перерождение (трансформация) кластера** может быть вызвана такими внешними причинами, как технологические изменения или сдвиги в потребностях туристов. Для обеспечения жизнеспособности кластеру

необходимо постоянно адаптироваться к изменениям. Трансформация кластера характеризуется разрывом старых взаимосвязей между участниками кластера и формированием новых, выходом из кластера части участников и присоединением к нему компаний, прежде не участвовавших в деятельности кластера. В случае радикальной трансформации на месте зрелого кластера может образоваться кластер развивающийся; менее радикальные трансформации приводят к восстановлению кластера на стадии зрелости. Трансформация может также привести к формированию на месте одного кластера нескольких кластеров различного уровня развития.

Конкурентоспособность на данном этапе развития кластера зависит от действий участников кластера и степени его трансформации.

**Упадок кластера** может являться результатом действия как внутренних, так и внешних сил. Основной эндогенной причиной упадка является внутренняя негибкость, снижающая производительность и замедляющая инновации. Источниками внутренней негибкости могут быть чрезмерная консолидация участников, разрушающая локальное соперничество, а также формирование группового мышления, препятствующего распознаванию возможностей и угроз в результате технологического прогресса и внедрения инноваций.

Как правило, эндогенные причины сами по себе не способны привести кластер к упадку: для этого необходимо определенное внешнее воздействие. Технологические изменения и сдвиги в потребительских предпочтениях могут привести к трансформации кластера, однако внутренняя негибкость препятствует подобному развитию событий. Кластер, не способный отреагировать на изменения внешней среды, обречен на снижение конкурентоспособности и упадок.

Процесс кластеризации предприятий туристской отрасли затруднен из-за преобладания компаний малого и среднего бизнеса. Небольшим компаниям сложнее сформировать ядро кластера, координирующее рыночные стратегии и направления развития его участников. В этой связи последствия государственной политики могут решающим образом сказаться на возможности создания туристско-рекреационного кластера. Необходимо учитывать, что туристско-рекреационные кластеры, находящиеся на разных этапах развития (первичный, развивающийся, зрелый, трансформирующийся, кластер в упадке), имеют свои специфические ограничения по спросу и предложению, неодинаковый потенциал для развития, а, следовательно, и разный уровень конкурентоспособности.

Так, туристско-рекреационный кластер наибольшими конкурентными преимуществами обладает на этапе зрелости (зрелый кластер).

Таким образом, кластер, как особая пространственно-организационная форма развития туризма, обладает рядом общих и отличительных

черт, характерных для рассмотренных выше туристских дестинаций. В отличие от туристских дестинаций, географические границы кластера не постоянны, они зависят от количества и месторасположения участников кластера. В этой связи можно выделить несколько основных географических структур туристско-рекреационных кластеров.

1. «Точечный» или «локусный» — локализованный на определенной территории, определяющаяся наличием ключевых участников кластера (администрации, бизнес-сообществ и общественных организаций, включая научно-исследовательские и образовательные структуры) и работающая на принципах государственно-частного партнерства.

2. «Линейно-точечный» — разновидность туристско-рекреационных кластеров, характеризующаяся наличием центров развития туризма (точечными туристско-рекреационными кластерами), а также налаженным транспортным сообщением — транспортным каркасом.

3. «Ареальный» — локализованный на определенной территории, включающий в себя совокупность туристско-рекреационных кластеров низшего уровня и отдельных туристско-рекреационных комплексов. Для данной структуры характерно единство туристско-рекреационных функций кластера, т.е. единство продуктообразующих туристско-рекреационных ресурсов, наличие специализации.

4. «Кольцевой» — совокупность туристско-рекреационных кластеров низшего уровня (точечных), а также туристско-рекреационных комплексов, объединенных между собой транспортными магистралями. Особенности кольцевого туристско-рекреационного кластера — замкнутость туристско-го маршрута.

5. «Линейный» — разновидность ареальной структуры, характеризующаяся вытянутостью вдоль определенной оси. Представляет собой совокупность кластеров низшего уровня, туристско-рекреационных комплексов, сосредоточенных в границах распространения продуктообразующих туристско-рекреационных ресурсов.

6. «Радиально-кольцевой» — более развитая структура звездочного кластера. Характеризуется расширением границ кластера, формирование взаимозаменяемых туристско-рекреационных продуктов и услуг за счет формирования самостоятельных кластеров локального и ареального типов. Ареальные кластеры обрастают между собой разветвленной сетью транспортных туристских коридоров, имеющих радиально-кольцевую структуру. Доминанта в виде ключевого туристского центра — туристского и транспортного хаба — сохраняется.

7. «Рассредоточенный» — представляет собой совокупность кластеров низшего ранга, туристско-рекреационных комплексов, рассредоточенных на территории, но имеющих общие принципы функционирования и управления. Рассредоточенный тип туристско-рекреационных кластеров можно

рассматривать применительно к региональному и национальному уровням организации туристско-рекреационного пространства.

Кроме географических границ и структуры, отличие кластеров от туристских дестинаций заключается в особом наборе участников и характером связи между ними. Для туристско-рекреационных кластеров обязательным условием взаимодействия представителей бизнеса, местных сообществ и администрации является использование механизмов государственно-частного партнерства, создание на этих принципах управляющей компании, что также отличает туристскую дестинацию от кластера. Управленческие функции в туристских дестинациях ложатся на органы исполнительной власти, занимающиеся вопросами развития туризма в регионе (муниципальном образовании).

Для обеспечения эффективного функционирования и управления туристско-рекреационными кластерами необходимо реализовать целый комплекс мероприятий:

1. Разработка конкурентоспособной концепции развития туризма в субъектах РФ. Некоторые субъекты Российской Федерации таковых еще не имеют, либо их стратегии характеризуются неглубоким уровнем проработки.

2. Выявление проблем, не связанные с инфраструктурой, которые сдерживают развитие туризма в регионе. Это, как правило, нехватка квалифицированных кадров или барьеры для развития малого предпринимательства.

3. Разработать мастер-план, план маркетинга и комплекс мероприятий по формированию бренда региона, привлечению частных и государственных инвестиций, обеспечить управление реализацией выбранной стратегии и развитием туризма в регионе.

4. Проектирование, функционирование и управление туристско-рекреационными кластерами подразумевает использование механизмов государственно-частного партнерства. В этой связи проекты формирования туристско-рекреационных кластеров подлежат комплексной туристско-рекреационной экспертизе, которая включает элементы экологической, градостроительной, технологической экспертиз и экономическому анализу.

В различных регионах России формируется сеть туристско-рекреационных кластеров, обеспечивающую потребности граждан Российской Федерации в отдыхе и путешествиях, и получивших федеральную поддержку в соответствии с ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)». В 2011–2015 гг. было начато строительство более 152 объектов обеспечивающей инфраструктуры в 36-ти кластерах на территории 27-ти регионов Российской Федерации. За время реализации ФЦП 45 объектов обеспечивающей инфраструктуры введено в эксплуатацию (рис. 9.2.3).

2011	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Алтайский край, Ивановская область, Псковская область, Ростовская область, Рязанская область, Ярославская область</li> </ul>
2012	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Краснодарский край, Липецкая область, Ставропольский край, Республика Бурятия, Республика Тыва</li> </ul>
2013	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Республика Саха (Якутия), Вологодская область, Калужская область, Оренбургская область, Чувашская Республика, Костромская область, Республика Алтай</li> </ul>
2014	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Амурская область, Кабардино-Балкарская Республика, Калининградская область, Кемеровская область, Республика Адыгея, Республика Ингушетия, Чеченская Республика</li> </ul>
2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Свердловская область, Тверская область</li> </ul>

**Рис. 9.2.3.** Субъекты Российской Федерации, участвующие в реализации ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» в 2011–2015 гг.

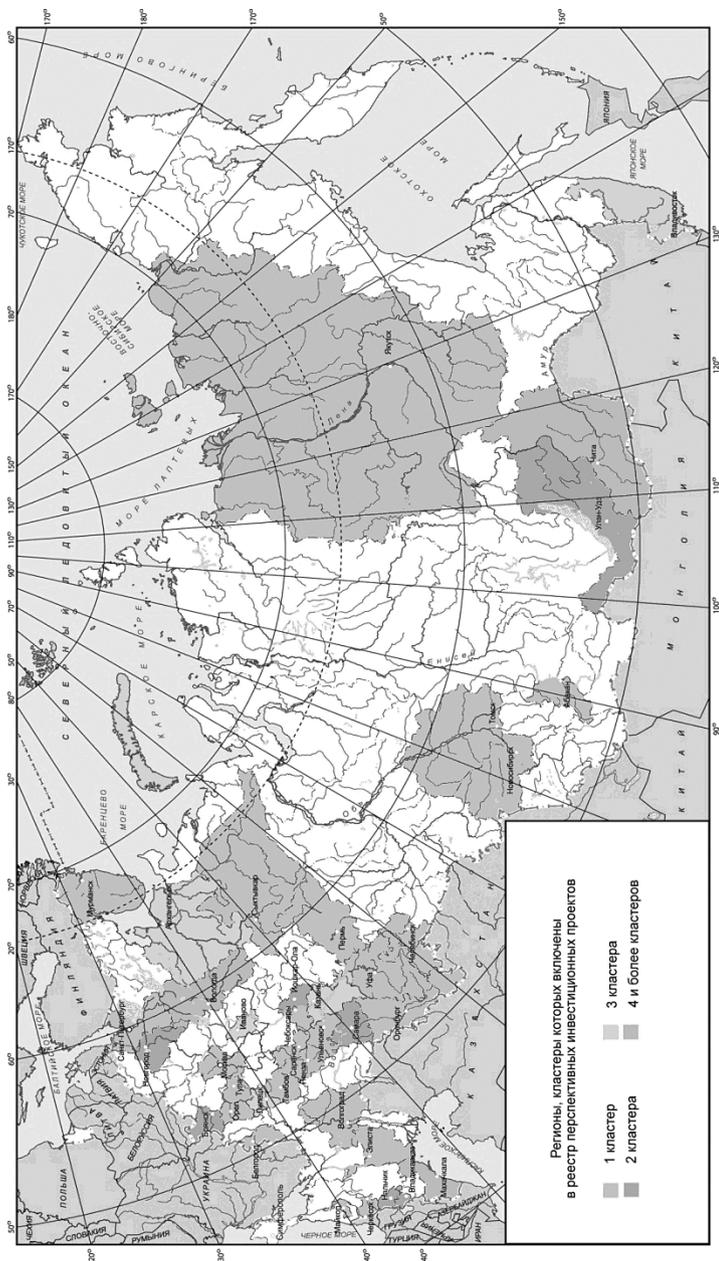
*Источник:* по данным Ростуризма, 2016 г.

В 2016 году был построен и введен в эксплуатацию еще 21 объект обеспечивающей инфраструктуры, 86 — находились в стадии строительства. К 1 января 2017 г. количество кластеров, имеющих федеральную поддержку, возросло до 46, а перечень субъектов пополнился 10-ю регионами Российской Федерации (Республики Дагестан, Карелия, Татарстан, Удмуртская, Карачаево-Черкесская, Хабаровский край, Московская, Мурманская, Новгородская, Новосибирская области) (рис. 9.2.4, 9.2.5). В перспективе эти территории могут стать центрами для развития регионального туризма и основой формирования туристских дестинаций. ТРК «Белокуриха» (Алтайский край) и ТРК «Шерегеш» (Кемеровская область) — самые успешные примеры реализации проектов туристско-рекреационных кластеров с момента начала работы ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)».

### **9.3. Особые экономические зоны туристско-рекреационного типа**

Федеральный закон Российской Федерации от 22.07.2005 №116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» положил начало формированию новых пространственно-организационно-экономических образований — особых экономических зон (ОЭЗ). В соответствии с действующим законодательством, особые экономические зоны подразделяются по следующим функциям.





**Рис. 9.2.5.** Количество туристско-рекреационных кластеров в субъектах Российской Федерации (на 1 января 2017 г.), финансируемых в рамках ФПП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» в 2011–2016 гг.

*Источник:* по данным Ростуризма, 2017 г.

**Промышленно-производственная зона (ППЗ)** — часть национальной таможенной территории, внутри которой налажено производство конкретной промышленной продукции; при этом инвесторам предоставляются различные льготы.

**Технико-внедренческая зона (ТВЗ)** — территория, выведенная за пределы национальной таможенной территории, внутри которой размещаются научно-исследовательские, проектные, конструкторские бюро и организации. Примеры ТВЗ: технопарки, технополусы.

**Туристско-рекреационная зона (ТРЗ)** — территория, на которой ведется туристско-рекреационная деятельность — создание, реконструкция, развитие объектов инфраструктуры туризма и отдыха, развитие и оказание услуг в сфере туризма.

Все ОЭЗ предусматривают определенные преференции, выражающиеся в снижении издержек инвестора до 30% (рис. 9.3.1).

Основной целью создания особых экономических зон туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ) является повышение конкурентоспособности туристской деятельности Российской Федерации за счет внедрения указанных организационно-экономических механизмов.



**Рис. 9.3.1.** Характеристика особых режимов в ОЭЗ

Механизм формирования туристско-рекреационных особых экономических зон был запущен в 2006 г.: из 28 заявок было выбрано семь проектов по созданию туристско-рекреационных особых экономических зон.

Первоначально постановлениями Правительства РФ создано семь особых экономических зон туристско-рекреационного типа [Официальный сайт ОАО «Особые экономические зоны», <http://www.russez.ru>]:

- 1) в Калининградской области — «Куршская коса» (Постановление Правительства РФ от 3 февраля 2007 г. № 73);
- 2) в Краснодарском крае (Постановление Правительства РФ от 3 февраля 2007 г. № 70);
- 3) в Ставропольском крае — «Кавказские Минеральные Воды» (Постановление Правительства РФ от 3 февраля 2007 г. № 71);
- 4) в Алтайском крае — «Бирюзовая Катунь» (Постановление Правительства РФ от 3 февраля 2007 г. № 69);
- 5) в Республике Алтай — «Алтайская долина» (Постановление Правительства РФ от 3 февраля 2007 г. № 67);
- 6) в Республике Бурятия — «Байкальская гавань» (Постановление Правительства РФ от 3 февраля 2007 г. № 68);
- 7) в Иркутской области — ОЭЗ на территории п. Листвянка (Постановление Правительства РФ от 3 февраля 2007 г. № 72).

Постановлением Правительства РФ от 31 марта 2010 г. № 201 на территории острова Русский Приморского края создана туристско-рекреационная особая экономическая зона.

К настоящему моменту приостановлены работы по созданию ОЭЗ ТРТ на территории Краснодарского края и Калининградской области.

В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 14 октября 2010 г. № 833 «О создании туристического кластера в Северо-Кавказском федеральном округе, Краснодарском крае и Республике Адыгея» было принято решение сформировать в границах кластера следующие ОЭЗ ТРТ:

- а) туристско-рекреационную особую экономическую зону на территории Зеленчукского района Карачаево-Черкесской Республики;
- б) туристско-рекреационную особую экономическую зону на территории Апшеронского района Краснодарского края;
- в) туристско-рекреационную особую экономическую зону на территории Майкопского района Республики Адыгея;
- г) туристско-рекреационную особую экономическую зону на территории Черекского, Чегемского, Эльбрусского районов Кабардино-Балкарской Республики;
- д) туристско-рекреационную особую экономическую зону на территории Алагирского и Ирафского районов Республики Северная Осетия — Алания;
- е) туристско-рекреационную особую экономическую зону на территории Хунзахского района Республики Дагестан.

Согласно постановлению Правительства РФ от 27 декабря 2012 г. № 1434, в состав Кавказского туристского кластера включена особая экономическая

зона туристско-рекреационного типа на территории Ставропольского края, созданная постановлением Правительства РФ от 3 февраля 2007 г. № 71.

Таким образом, с 2007 г. запроектировано создание 13 особых экономических зон туристско-рекреационного типа. Наиболее успешно осуществляется развитие ОЭЗ ТРТ «Бирюзовая Катунь» в Алтайском крае и «Байкальская гавань» в Республике Бурятия.

**1. ОЭЗ «Бирюзовая Катунь».** Территория особой экономической зоны туристско-рекреационного типа расположена на левом берегу р. Катуни, в районе горы Красный камень, она включает альпийские луга, смешанные леса и горный ландшафт общей площадью 32,3 кв. км.

Создание особой экономической зоны туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь» является первым этапом формирования организационной и экономической среды для создания и функционирования в Алтайском крае курортно-рекреационного комплекса, ориентированного на максимальное использование природно-ресурсного потенциала и особенностей местности. Этот комплекс охватывает территорию 4 районов края, включая город-курорт федерального значения «Белокуриха» с общей численностью населения 92 тыс. человек. Ожидаемый объем инвестиций составит 37,8 млрд руб.

Экономическими и бальнеологическими факторами, а также преимуществами создания подобного комплекса являются: разнообразие природных ландшафтов, наличие водных объектов, среднегодовая температура воздуха +5 °С, высота снежного покрова от 400 до 600 мм, количество солнечных дней в году — не менее 235.

Все это создает условия для круглогодичного предоставления различных комбинаций туристских и рекреационных услуг: уникальные природно-лечебные и гидроминеральные ресурсы (ионизированный воздух, лечебная и питьевая минеральная вода, хвойные леса); эстетическая и рекреационная ценность территории; наличие туристических объектов, в том числе:

- историко-культурных — свыше 5000 памятников истории (археологии, архитектуры), музеи, традиционные народные ремесла, промыслы;
- природных: горные реки, пригодные для организации сплавов, купания, уникальные природные комплексы и памятники, места рыбалки, охоты;
- возможность организации маршрутов различной категории сложности и развития разнообразных видов туризма, таких как: подводный, природный, рыбная ловля и охота, экологический, культурный, водный (рафтинг, байдарки, каяки), спортивный (альпинизм), спелеотуризм, оздоровительный (климатотерапия, ландшафтотерапия), экскурсионный (пеший, конный, лыжный), горнолыжный.

Алтайский район широко популярен среди туристов-водников. Для сплава пригодны 2 реки — Катунь и Песчаная. Регулярно проводятся международные соревнования по технике водного туризма.

Большой интерес для туристов представляют пещеры Алтайского района. Помимо большого количества сравнительно неглубоких пещер на территории района расположены несколько крупнейших в Западной Сибири пещер глубиной до 340 м и протяженностью ходов до 2500 м. Это пещеры «Геофизическая», «Экологическая», «Алтайская». Перспективное развитие ОЭЗ ТРТ «Бирюзовая Катунь» показано на рис. 9.3.2.



**Рис. 9.3.2.** Схема ОЭЗ ТРТ «Бирюзовая Катунь»

Рядом с создаваемой особой экономической зоной «Бирюзовая Катунь» (около 90 км) расположен курорт федерального значения «Белокуриха».

Результатом создания особой экономической зоны является интеграция природных, рекреационных и культурно-исторических ресурсов Алтайского края.

Концепция особой экономической зоны предполагает два этапа развития. «Бирюзовая Катунь» — это первый этап.

На втором этапе предполагается создание на территории Алтайского края особого анклава — курортно-рекреационной местности. В ее состав в перспективе должны войти 4 района — Чарышский, Солонешенский, Смоленский, Алтайский и город-курорт Белокуриха.

Создание особой экономической зоны предусматривается осуществлять за счет всех источников финансирования, общий объем которого составит до 2026 г. ориентировочно 10,47 млрд руб. Из федерального бюджета потребуется 6,93 млрд руб., из бюджета субъекта Российской

Федерации — 0,3 млрд руб., из местного бюджета — 0,08 млрд руб., из внебюджетных источников — 3,16 млрд руб. Бюджетные средства планируется использовать на строительство объектов инженерной инфраструктуры (высоковольтная линия, газопровод, автодорога, мостовой переход, объекты наружных путей водоснабжения, очистные сооружения и канализация, объекты связи, реконструкция аэропортов). В местах создания инфраструктуры на прилегающих территориях будет развиваться придорожный сервис.

Предполагается, что основными крупными резидентами ОЭЗ станут: ОАО «Интурист» (Москва), ООО «Алтай-Известь», ООО «АНТЕ».

По оценке специалистов Главного управления экономики и инвестиций администрации Алтайского края, к 2026 г. предполагаемые налоговые поступления в бюджеты всех уровней составят 31,7 млрд руб. Туристический поток в ОЭЗ возрастет до 1,1 млн человек.

Количество создаваемых рабочих мест в результате функционирования туристической зоны составит 3 тыс., а с учетом мультипликативного эффекта в смежных отраслях — 7 тыс.

**2. ОЭЗ «Байкальская гавань».** Для выбора территории в Республике Бурятия (РБ), на которой можно было бы создать туристско-рекреационную особую экономическую зону, правительством Республики Бурятия были привлечены российская компания ЗАО «ЭКТИС» и международный эксперт в области проектирования горнолыжных курортов — компания Ecosign Mountain Resort Planners Ltd. («Экосайн»).

«Экосайн» является хорошо известной в мире компанией, ее главный офис расположен в городе Вистлер (Whistler), Британская Колумбия, Канада. Компания имеет опыт планирования более 250 крупных горных курортов в 32 странах мира.

Туристско-рекреационная особая экономическая зона (ОЭЗ ТРТ) «Байкальская гавань» создается в непосредственной близости от озера Байкал — уникального природного объекта мирового значения — в Прибайкальском районе Бурятии на территории площадью свыше 70 тыс. га.

Особенности участка ОЭЗ ТРТ — наличие на территории всех необходимых ресурсов для создания горноклиматического курорта мирового уровня: горы с вершинами до 1771 м, вертикальным перепадом до 1271 м и подходящими для строительства трасс склонами, теплое озеро Котокельское, горные реки, удобные для сплава и рыбалки, минеральные источники и лечебные грязи, флора и фауна, близость к инженерной и транспортной инфраструктуре.

Концепция ОЭЗ ТРТ «Байкальская гавань» предполагает:

- создание двух всесезонных горноклиматических курортов с развитой инфраструктурой и материальной базой отдыха, включая горнолыжные комплексы; создание центра водного туризма и отдыха;



тие оставшихся трех — «Гора Бычья», «Бухта Безымянная», «Горячинск». С выходом на полную мощность участков «Турка» и «Пески» ожидаемое количество туристских прибытий составит более 180 тыс. в год, а количество мест размещения туристов около 2 000. При полном освоении всех пяти участков ожидаемое количество туристских прибытий составит более 1 млн в год, а количество мест размещения туристов около 22 300.

ОЭЗ ТРТ «Байкальская гавань» начала строиться на территории Прибайкальского района Республики Бурятия на берегу озера Байкал в 2007 г. по принципу государственно-частного партнерства. По завершении строительства «Байкальская гавань» станет всесезонным курортом с горнолыжным комплексом, гостиницами и отелями, яхт-клубом, рыбацкой деревней, парком развлечений, центром семейного отдыха, SPA-курортом. Правительство РФ начало выполнять свою часть обязательств, вложив в развитие инфраструктуры ОЭЗ почти 2 млрд руб. из запланированных 6,5 млрд руб. Ожидаемый объем частных инвестиций составляет около 60 млрд руб.

Туристские объекты, построенные на всей территории зоны, будут в состоянии удовлетворить разнообразные запросы туристов различных категорий и денежного достатка. Предполагается строительство крупного центра SPA-терапии, бальнеологии и восточной медицины, центра проведения международных спортивных соревнований и фестивалей.

Базовая инфраструктура включает строительство на территории ОЭЗ двух внутренних дорог длиной 20 и 30 км стоимостью 1,4 млрд руб.

Для приема туристов из близлежащих регионов и г. Улан-Удэ предусматривается восстановление аэропорта в Горячинске. В поселках Гремячинск и Горячинск имеются вертолетные площадки, которые требуют реконструкции. Также планируется восстановление морского порта в с. Турка для возобновления работы морского пути для туристов, прибывающих из Иркутской области.

Ввиду недостатка мощностей на данной территории предполагается строительство новой ЛЭП (220 кВ) с двумя подстанциями мощностью 30 и 40 МВт.

Осуществлять теплоснабжение участка предусматривается с помощью электрических котлов и солнечных коллекторов, работа которых будет финансироваться инвесторами.

Водоснабжение и водоотведение будут осуществляться в соответствии с экологическими требованиями. Очистка будет производиться с помощью активированного угля (биосорбирование) и озонирования без применения хлора. Такая технология отвечает всем экологическим требованиям для Центральной экологической зоны озера Байкал.

Всего стоимость строительства базовой инфраструктуры составит около 7 млрд руб.

Для развития ОЭЗ необходимо дальнейшее развитие внешней инфраструктуры, которая включает удлинение взлетной полосы международного аэропорта г. Улан-Удэ «Мухино» и реконструкцию аэропорта. Аэропорт сможет принимать воздушные суда всех типов и увеличить пропускную способность до 1млн пассажиров в год.

Создание особой экономической зоны планируется осуществлять за счет всех источников финансирования, общий объем которого ориентировочно составит до 2026 г. 57,06 млрд руб. Из федерального бюджета потребуется 10,2 млрд руб., из бюджета субъекта Российской Федерации — 3,05 млрд руб., из местного бюджета — 0,09 млрд руб., из внебюджетных источников — 43,72 млрд руб. Бюджетные средства планируется использовать на строительство объектов инженерной инфраструктуры (строительство ЛЭП, подъездных и внутренних дорог, объектов водоснабжения и водоотведения, реконструкция аэропортов).

Инвестиционная привлекательность Республики Бурятия при реализации проекта ОЭЗ ТРТ обусловлена тем, что Байкальский регион позволяет сформировать уникальный диверсифицированный туристский продукт, на основе: неисчерпаемого природного и историко-культурного потенциала; благоприятной экологической обстановки; развитой сети объектов инженерной, транспортной, социальной инфраструктуры; наличия сети туристских организаций.

Предполагается, что основными крупными резидентами ОЭЗ станут: ООО «Бурятинтур», ООО «Байкалкурорт», ООО «Байкал-фарм», ООО «Бурятгеопроект», ООО «ЗОЛ», ОАО «Континент», ООО «Кристалл Сибирь», ООО Торговый Дом «Сибирский деловой клуб», ЗАО «Сибирь Тур», ООО «Реставрация Н», ЗАО «ВистКом», ЗАО «Еврофинанс», ООО «Гранд Байкал», АНО «Агентство культурных инициатив "Аллегро"», Компания ДиВиАй групп, ООО «Тан», ООО «Инвестиционная финансовая компания "Метрополь"», ООО «Байкал-пульс», ЗАО «Ригельмед», ООО «В мире фантазий», ООО «Пилигрим», ОАО «Центр олимпийской подготовки "Юниверс-Байкал"», Межрегиональный профессиональный союз работников производственной, научно-технической и управленческой сфер деятельности.

По оценке экспертов Республики Бурятия, к 2026 г. предполагаемые налоговые поступления в бюджеты всех уровней составят 55,04 млрд руб., а туристский поток в ОЭЗ возрастет до 1,0 млн туристов. Количество создаваемых рабочих мест в результате функционирования туристической зоны составит 18 тыс., а с учетом мультипликативного эффекта в смежных отраслях — 34 тыс.

Таким образом, создание особых экономических зон туристско-рекреационного типа должно способствовать инвестиционной активности регионов и активизации внутреннего и въездного туризма. Однако из 15 ОЭЗ туристско-рекреационного типа оправдали ожидания на создание соци-

ально-экономического эффекта и на 2017 г. действуют только три ОЭЗ туристического типа: «Байкальская гавань», «Бирюзовая Катунь» и «Ворота Байкала». Еще две зоны: ТРТ «Завидово» и ОЭЗ ТРТ «Северокавказский туристический кластер», учрежденные соответственно в 2015 и 2016 гг., находятся в стадии становления.

ОЭЗ ТРТ имеет ряд характерных черт, позволяющих их рассматривать как новую модель освоения туристско-рекреационного пространства. Можно сказать, что ОЭЗ ТРТ сочетают в себе черты, свойственные туристским дестинациям (формирование туристских продуктов и услуг на базе ключевых ресурсов и туристско-рекреационного потенциала в целом, четкие границы и внутренняя географическая структура территории ОЭЗ), а также черты, отражающие особенности функционирования туристско-рекреационных кластеров (использование механизмов государственно-частного партнерства, наличие управляющей компании, хотя и при ключевом руководстве государственных органов федерального значения и т.д.). Соответственно, можно сделать вывод о наличии различных современных пространственно-организационных формах туризма и о повышении значимости научного обоснования системы управления туристско-рекреационными пространствами разного ранга.

Установление для территорий особого экономического статуса является действенным инструментом региональной политики, способным содействовать развитию кластерных инициатив и создавать мультипликативные эффекты в территориальном межотраслевом комплексе. В совокупности с процедурами регионального маркетинга эти механизмы регулирования могут воплотиться в развитие конкурентоспособных туристско-рекреационных кластеров.

В то время как учреждение статуса ОЭЗ требует особых предпосылок развития (например, уже имеющейся базы туристской инфраструктуры), создание туристско-рекреационных территорий опережающего развития возможно на территориях, которые имеют высокий рекреационный потенциал, но отличаются низким уровнем развития туристской и сопутствующей инфраструктуры (Федеральный закон от 3 декабря 2011 г. № 392-ФЗ «О зонах территориального развития в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»).

Территория опережающего развития — часть территории субъекта РФ, на которой в соответствии с решением Правительства РФ установлен особый правовой режим осуществления предпринимательской и иной деятельности в целях формирования благоприятных условий для привлечения инвестиций, обеспечения ускоренного социального-экономического развития и создания комфортных условий для обеспечения жизнедеятельности населения. Эта форма особого статуса территорий может быть удачно применена и как инструмент развития монопрофильных муниципальных

образований, в том числе за счет развития их туристско-рекреационного потенциала (Постановление Правительства РФ от 22 июня 2015 г. № 614 «Об особенностях создания территорий опережающего социально-экономического развития на территориях монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов)»).

Как мы видим, существует значительное разнообразие различных современных пространственно-организационных форм туризма. Их практический смысл в развитии туристско-рекреационных функций территории определяется результатами научного обоснования системы управления туристско-рекреационными пространствами разного ранга.

#### **9.4. Брендовые туристские маршруты**

С момента становления мирового туризма прошло менее 200 лет. Но за этот непродолжительный промежуток времени туристские прибытия выросли в 45 раз, и, несмотря на все сдерживающие факторы развития, туризм имеет постоянный устойчивый рост как прибытий, так и денежных поступлений.

Получив столь быстрое развитие, туризм совершенствуется и трансформируется. Практически раз в десятилетие меняется модель поведения потребителей. Туристы XXI века становятся более избирательными в отношении турпродукта, чему способствует первоначально эпоха глобализации. Одним из главных преимуществ туристских дестинаций становится интересный туристский бренд.

**Туристский бренд** — это стратегия повышения конкурентоспособности региона для увеличения внешних и внутренних туристских потоков. Создание туристского бренда способствует формированию привлекательного и узнаваемого образа региона в глазах различных целевых аудиторий и повышает его конкурентоспособность как туристского направления.

Осенью 2015 года создается Комитет по импортозамещению в туризме при Министерстве культуры Российской Федерации, который вводит понятие «брендовый маршрут». С этого момента ведется активная работа регионов по созданию, выбору и продвижению брендовых маршрутов.

Основными целями деятельности Комитета являются:

- взаимодействие с федеральными и региональными органами власти, профессиональным туроператорским сообществом, общественными объединениями для определения туристских программ в сфере внутреннего туризма с последующим присвоением программам, получившим положительную экспертную оценку, категории «брендовый маршрут»;
- формирование группы экспертов из числа профессионального туроператорского сообщества, разработка методологии оценки туристских программ и критериев категории «брендовый маршрут»;

- установление коммуникаций между организаторами туристских программ и туроператорского сообщества для продвижения последними брендовых маршрутов и их последующей реализации широкому кругу лиц;
- поддержка туроператорского сообщества, продвигающего и реализующего брендовые маршруты в соответствии с нормативно-правовыми актами Российской Федерации в части субсидирования и иной поддержки со стороны Министерства культуры Российской Федерации.

Согласно методическим рекомендациям, брендовым маршрутом принято называть маршрут (турпродукт), продвигающий уникальные особенности (это могут быть как материальные, так и духовные ценности) конкретного региона, отличительными характеристиками которого являются: узнаваемость, круглогодичность, регулярность, целостность, завершенность, соответствие стандартам услуг. Брендовый маршрут должен пройти оценку федерального органа исполнительной власти в сфере туризма.

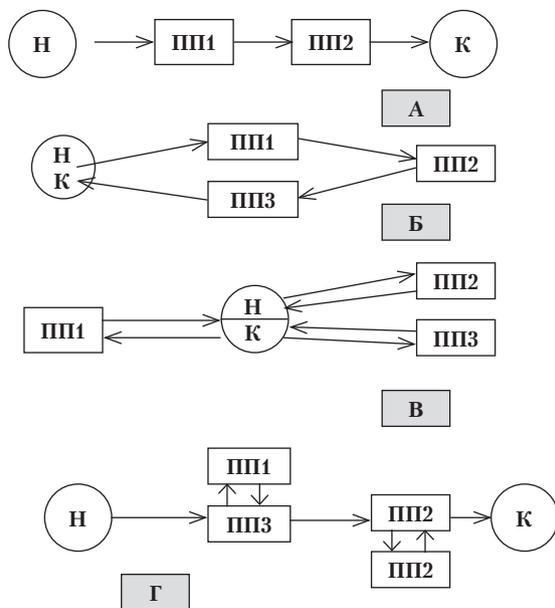
Министерством культуры Российской Федерации разработан пакет документов для представления брендовых маршрутов, среди которых: техническое задание на создание брендовых маршрутов, шаблон описания маршрута для подачи на рассмотрение Комитета по импортозамещению и др. В данных документах определены типы брендовых маршрутов, услуги, которые в них включаются, численность туристов, размещение, питание, транспортное и экскурсионное обслуживание участников.

Брендовый маршрут должен выполняться по строго определенной программе и на одинаковых для всех участников условиях. Он должен иметь логотип, который размещается на транспортных средствах, объектах инфраструктуры, информационных материалах объектов, предоставляющих услуги, а также должен иметь информационный пакет, актуальный для всех заездов.

Для стимулирования путешествий по брендовым маршрутам должна действовать бонусная карта для туристов. Все объекты инфраструктуры и услуги, включенные в них, должны быть стандартизированы, иметь соответствующие лицензии, разрешения (если подобное установлено законодательством РФ).

Различают: линейные, радиальные, кольцевые, а также комбинированные маршруты (рис. 9.4.1).

**Линейный маршрут** — путь следования, начало и окончание которого происходят в разных географических пунктах пребывания. Это наиболее распространенная разновидность туристского маршрута. Турист пребывает в дестинации в течение 7—10 дней и более, совершая однодневные экскурсии из места своего пребывания. После отдыха турист возвращается обратно в место постоянного проживания.



- А — линейный тип маршрута  
 Б — кольцевой тип маршрута  
 В — радиальный тип маршрута  
 Г — комбинированный тип маршрута  
 Н — начальная точка маршрута  
 К — конечная точка маршрута  
 ПП 1–3 — промежуточные точки маршрута

**Рис. 9.4.1.** Виды туристских маршрутов

Источник: Сенин В.С., 2003.

Возможен также и вариант радиальных перемещений. **Радиальный маршрут** — путь следования, начало и окончание которого происходят в одном географическом пункте пребывания, располагаясь в котором, турист совершает путешествия в другие пункты пребывания, возвращаясь при этом в пункт начала путешествия. К примеру, туристы из Саратова приехали в Москву и после двухдневного пребывания в столице России, оставив за собой места в гостинице, совершили двухдневные выезды в Смоленск, Ростов-Великий и Владимир.

**Кольцевой маршрут** — путь следования, начало и окончание которого происходят в одном географическом пункте пребывания, например тур «Золотое кольцо России» (Москва — Сергиев Посад — Ростов-

Великий — Ярославль — Кострома — Иваново — Суздаль — Владимир — Москва).

**Комбинированный маршрут** — путь следования, который содержит все элементы линейного, кольцевого и радиального маршрутов в той или иной комбинации. К примеру, можно посетить тур «Золотое кольцо России» в комбинации с посещением не входящих в туристский маршрут старинных городов России — Смоленска, Твери, Нижнего Новгорода и других.

Брендовые маршруты должны быть организованы таким образом, чтобы предоставить потребителю (заказчику турпродукта) возможность присоединения к маршруту на любом этапе его выполнения без потери качества и целостности продукта и, таким образом, позволить ему самому определять продолжительность тура. Они могут быть: региональными (проходить по территории одного субъекта Федерации) и межрегиональными (проходить по территории двух и более субъектов Федерации).

Данные виды должны включать: услуги по перевозке туристов, услуги средств размещения, услуги предприятий питания, экскурсионные или другие виды обслуживания (в зависимости от возможностей региона, в том числе по организации досуга туристов), страхование (при необходимости). Туристам должна быть дана возможность выбора категории размещения на маршруте (в зависимости от возможностей региона), выбора дополнительных экскурсий (не входящих в стоимость турпродукта) и проведения досуга. Остальные услуги, а также очередность их предоставления являются фиксированными и неизменными на протяжении всего маршрута.

Туристам на брендовом маршруте должна предоставляться:

- достоверная, исчерпывающая информация о маршруте, его потребительских свойствах, график посещения объектов показа и прочее;
- информационный пакет (печатная продукция или информация на электронных носителях): ознакомительные материалы по маршруту, буклеты, листовки, карты, контактная информация отелей, такси и прочее;
- просмотр видео о достопримечательностях и туристских ресурсах региона во время переездов;
- информация о возможности приобретения экскурсий по желанию за дополнительную плату;
- возможность организации активного отдыха (спортивные мероприятия, пикник, отдых на природе и прочее) и вечернего досуга;
- предоставление свободного времени во время переездов и экскурсионной программы и рекомендации для его проведения (покупка сувениров, посещение туристских зон и прочее).

Согласно характеристике Комитета по импортозамещению ассоциации туроператоров России, брендовыми маршрутами являются те маршруты, которые продвигают культурно-познавательное наследие конкретного

региона. Но, исходя из сущности брендинга как инструмента маркетинга, бренд должен продаваться, а для этого он должен быть адаптирован к специфическим потребностям потребителей.

В ряде субъектов Российской Федерации природные достопримечательности являются туристскими брендами, например Черное море и Крымские горы в Республике Крым, о. Байкал в Иркутской области и Республике Бурятия, Куршская коса в Калининградской области, Ключевская сопка в Камчатском крае и многие другие.

Согласно исследованиям Мартина Линдстрема (2006), бренд должен иметь пять измерений: визуальный, тактильный, звуковой, вкусовой и обонятельный, которые образуют его общую уникальность и привлекательность.

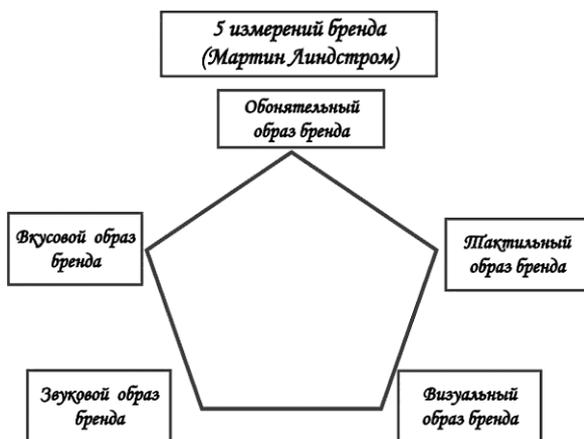


Рис. 9.4.2. Пять измерений бренда по М. Линдстрому.

Источник: BRAND Sense, 2006.

Так как брендовые маршруты являются маршрутами, раскрывающими уникальность и самобытность регионов, данные критерии также должны быть учтены. Таким образом, брендовый маршрут должен включать в себя знакомство с национальной кухней, фольклором и образом жизни и быть интерактивным, а не только обзорным.

Еще одной отличительной характеристикой брендового маршрута является круглогодичность, но, как известно, многие субъекты РФ имеют уникальные сезонные предложения, которые сами по себе являются визитной карточкой региона и ради которых туристы приезжают в данный регион. Например, пляжный, летний отдых в Краснодарском крае, Калининградской области и Республике Крым или зимний активный отдых в Свердловской области, Республике Карелия и т.д. Как уже говорилось ра-

нее, по данным анкетирования, туристы, отдыхающие в Крыму, чаще всего приезжают к морю и важным критерием отбора туристского маршрута для данных туристов будет наличие свободного дня либо дней, которые они смогут провести на пляже. Таким образом, являясь круглогодичным, брендовый маршрут должен меняться в зависимости от сезона.

На территории Российской Федерации имеются такие известные туристские маршруты, которым десятки лет, как, например, «Золотое кольцо России» или «Транссибирский экспресс». Они всегда поддерживались и развивались. Сейчас создаются новые брендовые маршруты, такие как «Серебряное ожерелье России», «Красный маршрут», «Великий чайный путь», «Великий шелковый путь». Последние три в основном ориентированы на китайских туристов. Новый проект «Великий волжский путь» создается с нуля и направлен на объединение приволжских регионов. Маршрут «Русские усадьбы» пока неизвестен иностранным туристам, но может быть востребован ими. Россия у иностранцев ассоциируется с Москвой и Санкт-Петербургом, а что касается регионов, то у иностранных туристов информации практически нет ни относительно их географического расположения, ни по наполнению.

Особое значение в организации интересных туристских маршрутов играют исторические города и поселения. В России 539 поселений (среди них не только города, но и 108 поселков городского типа или сельских поселений) относятся к историческим объектам. В них сохраняются не только отдельные памятники истории и культуры, но и памятники градостроительства, архитектурные ансамбли, образцы исторической застройки и исторические ландшафты. Исторические города и тяготеющие к ним сельские поселения в сочетании с окружающей природой рассматриваются как основа историко-культурного и природного потенциала Центра России.

В объединение туристских маршрутов «Серебряное ожерелье России» входят города Новгородской земли, расположенные вокруг северной столицы России — города Санкт-Петербурга. На сегодня, по данным Ассоциации туроператоров России, проект «Серебряное ожерелье» лидирует среди всех федеральных туристских проектов по темпам продаж и вниманию СМИ. Проект развивается при постоянной поддержке полпреда Президента Российской Федерации в СЗФО. 29 марта 2016 г. на площадке полпреда подписано Соглашение между Министерством культуры Российской Федерации и высшими исполнительными органами государственной власти субъектов Северо-Западного федерального округа по реализации совместного проекта «Серебряное ожерелье». Аналогично привлекательным для туристов из Японии, Китая и Кореи станет бренд «Восточное кольцо России» (Хабаровск, Якутия, Бурятия, Камчатка, Сахалин и другие восточные территории), поскольку они воспринимают Хабаровск как «Европу в двух часах езды». Название «Саянское кольцо России» говорит само за себя, поскольку в бренде четко обозначен туристский маршрут,

который заведомо интересен любителям экологического и этнографического туризма, тем более что для Запада Россия часто ассоциируется именно с Сибирью.

Маршрут «Золотое кольцо России» известен во всем мире как «путешествие по древним русским городам Центральной России». В 2017 году отмечалось его 50-летие, в связи с чем местными властями готовится перезагрузка бренда «Золотое кольцо» — новый межрегиональный проект «Золотое кольцо 2.0», целью которого является увеличение к 2022 г. туристского потока (ночевок) «Золотого кольца» до 5,6 млн человек в год. В связи с юбилеем маршрута готовится создание главного туристского информационного ресурса «Золотого кольца России» — «Golden ring of Russia» с целью динамичного развития и популяризации старейшего туристского маршрута.

В феврале 2017 года Центр информационных коммуникаций «Рейтинг» и журнал «Отдых в России» при участии исследовательского агентства VCGGroup опубликовали рейтинг «ТОП-100 туристских брендов России», но помимо него был также составлен рейтинг «ТОП-25 туристских маршрутов». Современные туристские маршруты плохо известны россиянам. В ТОП-100 рейтинга вошли только 5 маршрутов: «Золотое кольцо России», «Янтарный край», «Долина гейзеров», «Ульяновск — родина В.И. Ленина» и «Малое Золотое кольцо Владимирской области». Брендový маршрут — это не просто красивое название и логотип. Главным в брендových маршрутах должно быть качество продукта, доработанное до мелочей. За основу любого маршрута берется уникальность региона, а далее на этом строится весь маршрут, доступный и качественный.

Согласно методическим рекомендациям Ассоциации туроператоров России (АТОР), брендovým маршрутом принято называть маршрут (тур-продукт), продвигающий уникальные особенности (это могут быть как материальные, так и духовные ценности) конкретного региона, отличительными характеристиками которого являются: узнаваемость, круглогодичность, регулярность, целостность, завершенность, соответствие стандартам услуг.

Многообразие культуры России с ее историческими корнями известно во всем мире, и при формировании и продвижении национального туристского продукта на мировой туристский рынок именно культура правомочна стать основным — глобальным (зонтичным) брендом Российской Федерации. Кроме того, в век глобализации туристы привыкли получать стандартизированные качественные услуги, но при этом ищут новых впечатлений, и уникальный конгломерат разнообразия этносов, бытовых укладов, вероисповеданий, прикладных искусств и природных ландшафтов — то, что и составляет богатство российской культуры и природы, — основа для продвижения страны как туристского бренда. Вследствие этого именно

культурно-познавательные маршруты стали основой для формирования брендовых маршрутов.

На сайте АТОР представлены все документы для предоставления брендового маршрута, а также указаны маршруты, уже утвержденные Комитетом по импортозамещению. Всего на май 2017 года утверждено 33 маршрута (табл. 9.4.1).

Таблица 9.4.1

**Маршруты, утвержденные Комитетом  
по импортозамещению Российской Федерации**

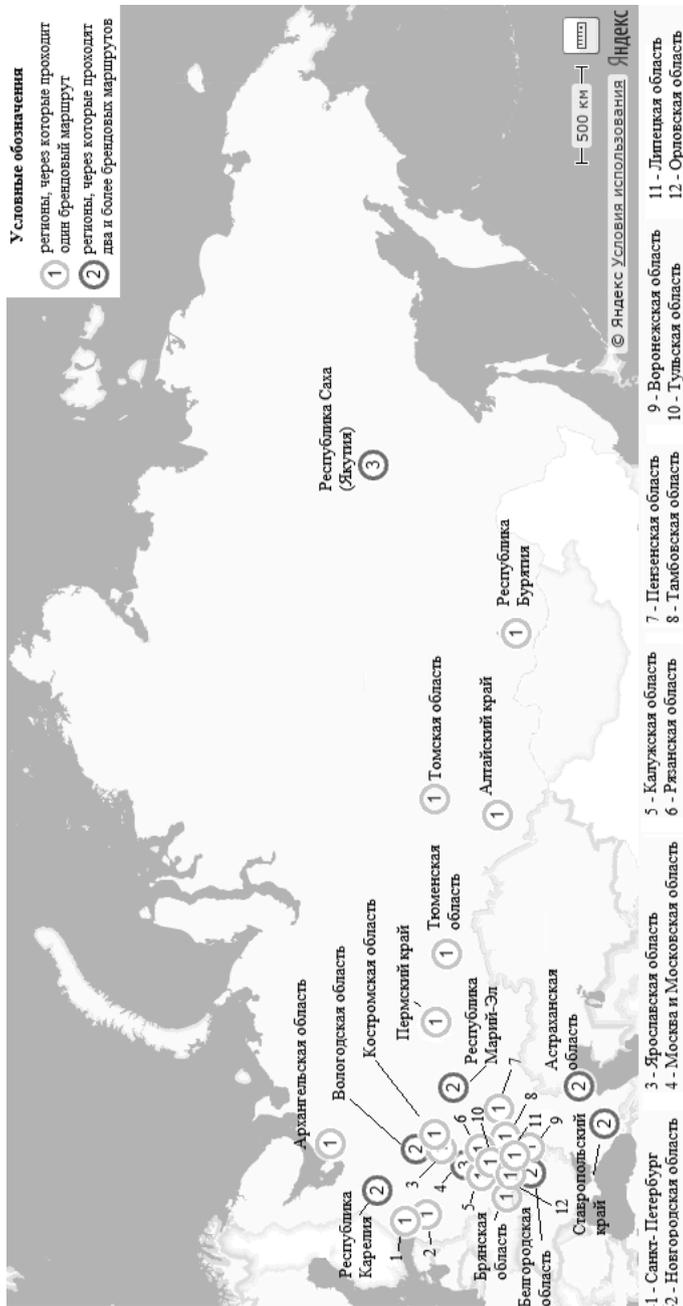
№ п/п	Название маршрута	Населенные пункты, через которые проходит маршрут	Продолжительность тура
<b>Маршруты, входящие в Федеральный проект «Русские усадьбы»</b>			
1	Продлись, продлись очарованье...	Брянск — Дятьково — Овстуг — Брянск	2 дня /1 ночь круглогодично
2	Дом с мезонином: гнездо семьи и рода	Рязань — Солотча — Константиново	2 дня/1 ночь круглогодично
3	Русские усадьбы на рубеже веков	Тамбов — Ивановка — Мичуринск	3 дня/2 ночи круглогодично
4	Русские усадьбы. Тульская область	Москва — Дворяниново — Поленово — Тула — Ясная Поляна — Москва	2 дня/1 ночь круглогодично
5	В краю волшебном, где Снегурочка живет	Кострома — Щельково — Кострома	2 дня/1 ночь круглогодично
6	По лермонтовским и купринским местам	Пенза — Наровчат — Мокшан — Пенза — Лермонтово — Кувака — Пенза	2 дня/1 ночь осень-зима
7	Усадьбы Юга России	Минеральные Воды — Пятигорск — Эссентуки — Кисловодск	3 дня/2 ночи круглогодично
8	Усадьбы Юга России	Минеральные Воды — Пятигорск — Железноводск — Эссентуки — Кисловодск	4 дня/3 ночи круглогодично
9	Узоры Подмосковья	Москва — Мелихово — Талеж — Пешково — Озеры — Зарайск — Коломна — Москва	2 дня/1 ночь круглогодично
10	Неоконченная пьеса русской усадьбы	Липецк — Скорняково (Задонский район) — Пальна-Михайловка (Становлянский район) — Елец	3 дня/2 ночи круглогодично
11	Дворянское гнездо — литературный венец Орловской губернии	Орел — Спасское-Лутовиново Мценского района Орловской области — Орел	2 дня/1 ночь круглогодично

Продолжение

№ п/п	Название маршрута	Населенные пункты, через которые проходит маршрут	Продолжительность тура
<b>Маршруты, входящие в Федеральный проект «Серебряное ожерелье»</b>			
12	Горячее сердце Русского Севера	Череповец – Устюжна – Белозерск – Череповец	3 дня/2 ночи круглогодично
13	Повесть временных лет	Великий Новгород – Старая Русса – Валдай	3 дня/2 ночи круглогодично
14	Карельская сказка	Петрозаводск – Кижы – Марциальные воды	3 дня/2 ночи круглогодично
15	Душа Русского Севера	Вологда – Тотьма – Ферапонтово – Кириллов – Сугорье – Вологда	3 дня/2 ночи круглогодично
<b>Маршруты, входящие в Федеральный проект «Великий шелковый путь»</b>			
16	Путешествие сквозь время: по следам Великого шелкового пути (летняя программа)	Астрахань – Евпраксино – Алтынжар – Козлово – Маково – Астрахань	4 дня/3 ночи первая декада июля – первая декада сентября
17	Путешествие сквозь время: по следам Великого шелкового пути (круглогодичная программа)	Астрахань – Евпраксино – Алтынжар – Козлово – Астрахань	3 дня/2 ночи круглогодично
<b>Маршруты, входящие в Федеральный проект «Великий чайный путь»</b>			
18	НеобыЧАЙные истории земли Пермской	Пермь – Кунгур	3 дня/2 ночи круглогодично
19	Чайный путь – врата Сибири	Тюмень – Ялуторовск – Заводоуковск – Тобольск – Абалак – Тюмень	5 дней/4 ночи круглогодично
20	Томск – сердце Сибири!	Томск – Семилужки – Тимирязево – Зоркальцево – Петрово – Заречное	3 дня/2 ночи круглогодично
21	Легенды Бурятии	Улан-Удэ – Ацагат – Иволгинск – Тарбагатай – Гремячинск – Турка	8 дней/7 ночей круглогодично
<b>Маршрут, входящий в Федеральный проект «Золотое кольцо. Перезагрузка»</b>			
22	Старая сказка на новый лад	Переславль-Залесский – Ярославль – Гаврилов-Ям – Великое – Ростов Великий	4 дня/3 ночи, 3 дня/2 ночи круглогодично

№ п/п	Название маршрута	Населенные пункты, через которые проходит маршрут	Продолжительность тура
<b>Маршруты, входящие в Федеральный проект «Великий волжский путь»</b>			
23	Чудеса земли Марийской	Йошкар-Ола — Козьмодемьянск — Йошкар-Ола	2 дня/1 ночь весна-лето-осень
24	Край звонких гуслей	Йошкар-Ола — Козьмодемьянск — Чебоксары	2 дня/1 ночь круглогодично
<b>Маршруты, входящие в Федеральный проект «Восточное кольцо»</b>			
25	Гостеприимная Якутия. Праздник Ысыах — якутский Новый год	Якутск — национальный природный парк «Ленские Столбы» — Якутск	6 дней/ 5 ночей ежегодно в конце июня
26	Удивительная Якутия	Якутск — национальный природный парк «Ленские Столбы» — Якутск.	5 дней/ 4 ночи июнь, июль, август
27	Удивительная Якутия (с посещением песчаных дюн)	Якутск — национальный природный парк «Ленские Столбы» — Якутск — Булгунняхтаах — дюны Тукулааны — Булгунняхтаах — Якутск	6 дней/ 5 ночей июнь, июль, август
<b>Маршрут, входящий в Федеральный проект «Россия — родина космонавтики»</b>			
28	Калуга. Точка отсчета	Москва — Боровск — Обнинск — Калуга — Никола-Ленивец — Москва	2 дня/1 ночь круглогодично
<b>Независимые маршруты</b>			
29	В поисках литературных сокровищ	Воронеж — Новожиловинное (Рамонский район) — Рамонь — Воронеж	2 дня / 1 ночь круглогодично
30	Барнаул ждет вас	Барнаул	2 дня/ 1 ночь круглогодично
31	Славная Белгородчина. Память о великих предках	Белгород — Яковлево — Алексеевка — Головчино — III Ратное поле России (с. Прохоровка) — с. Кострома — Белгород	3 дня/2 ночи круглогодично
32	Петровские города	Санкт-Петербург — Шлиссельбург — Новая Ладога — Лодейное Поле — Петрозаводск — Вологда — Архангельск	5 дней/ 4 ночи круглогодично
33	Великоленный XIX век	Белгород — Головчино — Белгород	4 дня/3 ночи круглогодично

Источник: составлено автором по материалам сайта Ассоциации туроператоров. — <http://www.atorus.ru>



**Рис. 9.4.3.** Распределение брендовых маршрутов по регионам Российской Федерации.

*Источник:* составлено на основе сервиса «Яндекс. Карты»

Многие маршруты входят в Федеральные проекты. Больше всего маршрутов включает в себя Федеральная программа «Русские усадьбы», а именно 11 маршрутов из разных регионов. В другие Федеральные проекты входит не более 4-х маршрутов, а еще 5 маршрутов являются независимыми, так как не попали ни в один Федеральный проект.

Утвержденные Комитетом по импортозамещению маршруты расположены неравномерно по территории Российской Федерации, что видно из рис. 9.4.3. Большинство брендовых маршрутов находятся на территории ЦФО и СЗФО. Всего брендовые маршруты распространены в  $\frac{1}{3}$  субъектов Российской Федерации. Есть регионы, в которых утверждено более одного брендового маршрута, причем часть маршрутов межрегиональные.

Понятие брендового маршрута появилось всего 2 года назад и пока мало изучено. Проектирование брендовых маршрутов осуществляется так же, как и проектирование обычных туристских культурно-познавательных маршрутов. Технически брендовым маршрутом может называться лишь маршрут, одобренный комиссией Комитета по импортозамещению и входящий в программу импортозамещения. Несмотря на это, регионы создают брендовые маршруты и выпускают их на рынок еще до оценки комиссии, что, с одной стороны, противоречит определению брендового маршрута, а с другой — является частью кампании территориального брендинга субъектов Российской Федерации. Но, так или иначе, брендовые маршруты помимо технических и технологических требований, необходимых для любых туристских маршрутов, должны соответствовать методическим рекомендациям Комитета по импортозамещению, а также оправдывать свое название, имея атрибутику любого бренда: определенный имидж, создаваемый тематикой маршрута и качеством услуг, и визуализированную отличительность (логотип, слоган, фирменные цвета и др.).

На май 2017 года в 27 из 85 субъектов Российской Федерации уже утверждены 33 брендовых маршрута, а также многие маршруты только ждут комиссию для утверждения, что показывает плавное освоение такого понятия, как брендовый маршрут, и введение его в практику.

### **Контрольные вопросы и задания:**

1. Дайте определение туристской дестинации и охарактеризуйте основные ее признаки.
2. В чем заключаются основные принципы, положенные в основу классификации туристских дестинаций.
3. Охарактеризуйте основные жизненные циклы туристской дестинации, исходя из концепций П. Плога и Р. Балтера.
4. Объясните, для чего формируются особые экономические зоны туристско-рекреационного типа.

5. Охарактеризуйте понятие «туристско-рекреационный кластер», каковы его основные участники, каковы причины их объединения в кластер.
6. Охарактеризуйте географическую и организационную структуру туристско-рекреационного кластера.
7. Дайте характеристику основных факторов, определяющих развития туристско-рекреационных кластеров.
8. Каковы общие черты развития туристско-рекреационных кластеров, исходя из анализа отечественного и зарубежного опыта.
9. Какие новые организационно-экономические формы организации пространства в туристских целях Вам известны?
10. Дайте определение брендовым туристским маршрутам.
11. Задание: выявите основные критерии, которым должны соответствовать брендовые туристские маршруты. Проанализируйте брендовые туристские маршруты, размещенные на сайте АТОР (Ассоциации туроператоров России) на предмет соответствия критериям.
12. Задание: укажите, какие основные предпочтения получают резиденты особых экономических зон туристско-рекреационного типа. Приведите примеры.
13. Задание: охарактеризуйте основные этапы формирования туристско-рекреационных кластеров. На каком из этапов необходимо проведение туристско-рекреационной экспертизы территории.
14. Задание: определите, в чем сходство и различие понятий «туристско-рекреационный кластер» и «особая экономическая зона туристско-рекреационного типа», проиллюстрируйте на конкретных примерах.
15. Задание: проанализируйте карто-схему распространения брендовых туристских маршрутов по территории Российской Федерации и выявите регионы с максимальным и минимальным их количеством. Попробуйте объяснить полученные результаты.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Авторы учебника «География туризма» ставили перед собой задачу — дать целостное представление о закономерностях и тенденциях развития туризма в странах и регионах мира, о территориальных туристско-рекреационных системах, условиях и факторах их формирования, современных методах исследования и районирования туристско-рекреационного пространства, его эффективного освоения и развития. Эти знания являются базисными для подготовки специалистов туриндустрии.

Для студентов учебник является важным инструментом в обучении — источником знаний.

Работа с учебником должна происходить в течение всего семестра, а его материал — распределяться равномерно по неделям, в соответствии с темами лекций и семинарских занятий. Неплохой эффект дает чтение учебника не после лекции, а наоборот, перед ней. Студент, уже ознакомленный с темой по учебнику, воспринимает и запоминает основные положения лекции намного легче.

При ознакомлении с каким-либо разделом рекомендуется прочитать его целиком, стараясь уловить логику и основную мысль автора. При вторичном чтении лучше акцентировать внимание на основных, ключевых вопросах темы. Можно составить их краткий конспект, что позволит изученный материал быстро освежить в памяти перед экзаменом. Не забудьте отметить сложные и не понятные вам места, чтобы на занятии задать вопрос преподавателю.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) следует соблюдать следующие правила:

- подготовка должна быть системной в течение всего семестра;
- наиболее интенсивная подготовка должна начинаться не позднее, чем за месяц-полтора до сдачи экзамена (зачета): необходимо распределить вопросы таким образом, чтобы успеть выучить или повторить их полностью до начала сессии;
- перед экзаменом первые 2–3 дня должны быть использованы для подготовки ответов на вопросы в соответствии с программой лекционного курса. В последний день необходимо прудусиотреть повторение курса в целом, чтобы систематизировать материал, а также доучить некоторые вопросы (как показывает опыт, именно этого дня обычно не хватает для полного повторения курса);
- «репетиция» сдачи: экзамена (зачета): вопросы (задания) распределяются по билетам, и моделируется ситуация. Вытянув билет,

в течение 30 минут (времени, которое на экзамене обычно дается на подготовку) делается попытка письменно ответить на вопросы. Нужно отказаться от соблазна сразу заглянуть в книгу, иначе смысл «репетиции» будет потерян. Напрягается память, и лишь по истечении 30 минут сверяются ответы с учебником или конспектом. В такой ситуации запоминаются все недочеты своего ответа, и на экзамене ответ будет правильным (не случайно содержание своих ответов на экзамене студенты помнят годами).

Уважаемые студенты! Желаем вам успехов в овладении знаний по географии туризма.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Абанкина Т.В.* // Отечественные записки. — 2005. — № 4.
2. *Акимова Т.А.* Социология досуга : учебное пособие. — М. : Изд-во МГУКИ, 2003.
3. *Алаев Э.Б.* Социально-экономическая география : понятийно-терминологический словарь. — М. : Мысль, 1983. — С. 350
4. *Александрова А.Ю.* География туристских потоков в Российской Федерации: статистика, тренды, проблемы // Наука. Инновации. Технологии. — 2017. — № 1. — С. 95–108.
5. *Александрова А.Ю.* Международный туризм : учебник — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : КНОРУС, 2016.
6. *Александрова А.Ю.* Формирование интегрированной системы статистики туризма в Российской Федерации // Вестник Московского университета. — 2017. — № 1. — С. 41–61.
7. *Апостолов Н.* Туристически ресурси. — Варна : Университетско изд-во, 2003.
8. *Артемьева О.А.* Экономическая сущность туристских ресурсов [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.rusnauka.com/30\\_NNM\\_2012/Economics/6\\_119231.doc.htm](http://www.rusnauka.com/30_NNM_2012/Economics/6_119231.doc.htm)
9. *Атали Ж.* На пороге нового тысячелетия. — М. : Международные отношения, 1993.
10. *Багрова Л.А., Багров Н.В., Преображенский В.С.* Рекреационные ресурсы (подходы к анализу понятия) // Известия АН СССР. — М., 1977.
11. *Берталанфи фон Л.* Общая теория систем — критический обзор // Исследования по общей теории систем / ред. Садовский В.Н., Юдин Э.Г. — М. : Прогресс, 1969.
12. *Блануца В.И.* Географическое изучение сетевого мира: исходные установки и перспективные направления // География и природные ресурсы. — 2012. — № 1. — С. 5–13.
13. *Богданов А.А.* Тектология. Всеобщая организационная наука. В 2 кн. — М. : Экономика, 1989.
14. *Боголюбов В.С., Орловская В.П.* Экономика туризма. — М. : Академия, 2005. — 192 с.

15. *Бредихин А.В.* Рекреационно-геоморфологические системы. — М. ; Смоленск, 2010.
16. *Веблен Т.* Теория праздного класса. — М. : Прогресс, 1984.
17. *Веденин Ю.А.* Культурный ландшафт как объект культурного и природного наследия // Известия РАН. — 2001. — № 1.
18. *Веденин Ю.А.* Динамика территориальных рекреационных систем. М. : Наука, 1982.
19. *Веденин Ю.А., Голубчиков Ю.Н., Тишков А.А.* Туристическая география как исследовательское направление в системе географических наук // Известия РАН. — 2017. — № 4. — С. 128–140.
20. *Власова Т.И.* Экономика современного туризма: состояние и проблемы // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Труды VII Международной научно-практической конференции. МГУ имени М.В. Ломоносова, географический факультет, Москва, 27–28 апреля 2012. — СПб. : Д.А.Р.К., 2012. — С. 24–31.
21. *Водзинская В.В.* Активность личности в сфере досуга / в кн.: Активность личности в социалистическом обществе. — М. : Наука, 1976.
22. *Гезгала Ян.* Туризм в народном хозяйстве — М. : Прогресс, 1974.
23. География туризма : учебник / В.Л. Погодина, И.Г. Филиппова ; под ред. Е.И. Богданова. — 2015. — 255 с.
24. География туризма : учебник / кол. авторов; под ред. А.Ю. Александровой. — 5-е изд. перераб. и доп. — М. : КНОРУС, 2016. — 592 с.
25. *Голд Дж.* Основы поведенческой географии. — М. : Прогресс, 1990.
26. *Голубчиков Ю.Н.* Теоретические основы туристической географии. — М.: Издательский сервис, 2017.
27. *Гордон Л.А., Клопов Э.В.* Человек после работы. — М. : Мысль, 1972.
28. Государственное и муниципальное управление в сфере туризма : учебник / кол. авторов; под общ. ред. Е.Л. Писаревского. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 192 с.
29. *Грушин Б.А.* Свободное время. Актуальные проблемы. — М. : Мысль, 1967.
30. *Грушин Б.А.* Свободное время. Величина. Структура. Проблемы. Перспективы. — М. : Правда, 1966.
31. *Дмиревский Ю.Д.* Туристские районы мира : учебное пособие. — Смоленск : СГУ, 2000. — 224 с.
32. Доклад о состоянии и развитии туризма в Российской Федерации в 2014 году. — М. : Министерство культуры Российской Федерации, 2015. — 220 с.

33. Доклад о состоянии и развитии туризма в Российской Федерации в 2015 году. — М. : Министерство культуры Российской Федерации, 2016. — 212 с.
34. Долженко г.П. Основы туризма. — М. : Ростов н/Д : Издательский центр «МарТ», 2009.
35. Драчева Е.Л. Основные понятия международного туризма как системы. — М. : КНОРУС, 2013.
36. Дуликов В.З. Социально-культурная работа за рубежом. М. : Изд-во МГУКИ, 2003.
37. Дурович А.П., Кабушкин Н.И., Сергеева Т.М. и др. Организация туризма : учебное пособие. / под общ. ред. Н.И. Кабушкина. — Мн. : Новое знание, 2005.
38. Жакье К. Туристская география Европы : учебное пособие. — М. : Финансы и статистика, 2008.
39. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма : справочник. — М., 2004.
40. Кавалаяускас П. Проблема территориальной организации рекреационной деятельности. — М. : АН СССР, 1989.
41. Казначеев В.П. Современные аспекты адаптации. — М. : Наука, 1980.
42. Колотова Е.В. Рекреационное ресурсоведение. — М. : РМАТ, 1999.
43. Косолапов А.В. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. — М. : КНОРУС, 2011. — 289 с.
44. Котляков В.М. и др. Где я должен побывать, чтобы познать Россию. — М. : РГО, 2015.
45. Красная С.А. Культурный туризм; просветительская сущность и факторы развития : автореф. дис. ... канд. культурологии. — М., 2006.
46. Кружалин В.И. Государственно-частное партнерство и формирование туристско-рекреационных кластеров. — Вестник «Национальной Академии туризма». — 2009. — № 2.
47. Кружалин В.И. Теоретические и практические аспекты развития туризма и рекреации в России // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Труды VI международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 27–28 апреля 2011 г. — Спб. : Д.А.Р.К., 2011. С. 16–23.
48. Кружалин В.И., Валькова Т.М., Голубчиков С.Н. Туристическая география: Балканы, Крым, Кавка. — М. : Диалог культур, 2015.
49. Кружалин В.И., Валькова Т.М., Шабалина Н.В., Тульская Н.И. Современное состояние и перспективы развития туристско-рекреационного ком-

- плекса Крымского федерального округа. — Вестник «Национальной Академии туризма». — 2015. — № 36.
50. *Кружалин В.И., Кружалин К.В., Шабалина Н.В.* Современное состояние туризма и вопросы кадрового обеспечения туристско-рекреационного комплекса Российской Федерации. — Вестник «Национальной Академии туризма». — 2016. — № 40.
  51. *Кружалин В.И., Кружалин К.В., Шабалина Н.В.* Состояние российского туризма, проблемы и перспективы. // Вестник «Национальной Академии туризма». — 2016. — № 37.
  52. *Кружалин В.И., Шабалина Н.В.* О ходе реализации ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011—2018 годы)», Аналитический вестник Комитета Совета Федерации по социальной политике. — 2012. — № 25.
  53. *Кружалин В.И., Шабалина Н.В.* Рекреационная география: история, современное состояние и перспективы развития. — Тверь, 2006.
  54. *Кружалин В.И., Шабалина Н.В., Аугина Е.В., Новиков В.С.* Процессы управления и саморегулирования в туризме. — М., 2014.
  55. *Кружалин В.И., Шабалина Н.В., Тульская Н.И.* Научные подходы к формированию рейтингов регионов России по уровню развития индустрии туризма, Туризм: право и экономика. — 2011. — № 4.
  56. *Кузык. С.П.* География туризма, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, Геогр. ф-т. — К. : Знання, 2011. — 271 с.
  57. *Кун Т.* Структура научных революций. — М. : Прогресс, 1977.
  58. *Купер К.* и др. Экономика туризма: теория и практика : учебник / под ред. Е.И. Богданова и О. Йоргенсена. — Спб. : Омега, 2008.
  59. *Кусков А.С., Голубева В.Л., Одицова Т.Н.* Рекреационная география. М., 2010.
  60. *Лыскова О.В.* Социальные практики российских туристов: предпочтения стран и городов посещения // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. — 2012. — №1. — С. 31—45.
  61. *Мажар Л.Ю.* Территориальные туристско-рекреационные системы : монография / Л.Ю. Мажар. Смоленск : Универсум, 2008. — 212 с.
  62. *Мазуров Ю.Л., Пакина А.А.* Экономика и управление природопользованием : учебное пособие. — М. : Изд-во МГУ, 2003.
  63. *Манаков А.Г.* Туристское районирование мира: геокультурный подход // Псковский регионологический журнал. — 2010. — № 9. — С. 82—90.
  64. *Маркузе г.* Одномерный человек. — М. : АСТ ЗАО НПП «Ермак», 2003.

65. *Маслоу А.* Мотивация и личность — СПб. : Питер, 2007.
66. Менеджмент туризма : учебник / А.Д. Чудновский, Н.В. Королев, Е.А. Гаврилова, М.А. Жукова, Н.А. Зайцева. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 576 с.
67. *Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т.* Рекреационная география. — М., 1981.
68. *Мироненко Н.С.* Эволюция представлений и моделей в отечественной рекреационной географии. — 2006.
69. *Мироненко Н.С., Эльдаров Э.М.* Гуманитарные аспекты исследования рекреационных систем // Вестник Московского университета. — 1998. — № 1.
70. *Морозов М.А.* Туристские дестинации и закономерности их развития : монография. — М. : МИГМТ, 2005.
71. *Мухина Л.И.* Принципы и методы технологической оценки природных комплексов. М. : Наука, 1973.
72. *Николаенко Д.В.* Рекреационная география : учебное пособие / Д.В. Николаенко. — М. : Гуманит. изд. центр «ВЛАДОС», 2001. — 288 с.
73. *Новиков В.С.* Инновации в туризме — М. : ИЦ Академия, 2007. — 208 с.
74. *Ожегов С.И., Шведова Н.Ю.* Толковый словарь русского языка. — М. : Оникс, 2008.
75. *Орлов А.С.* Социология рекреации. — М. : Наука, 1995.
76. *Орлов г.П.* Свободное время как социальная категория. — Свердловск, 1973.
77. Основы туризма : учебник / кол. авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 384 с.
78. *Пидгурская Н.Н.* Кластерный подход к регулированию туризма в регионе : автореферат диссертации. — М., 2006.
79. *Преображенский В.С., Квартальнов В.А.* Основные концепции и модели рекреологии // Теоретические проблемы рекреационной географии. — М. : Изд-во Ин-та повышения квалификации работников туристских организаций, 1989.
80. *Рассохина Т.В.* Менеджмент туристских дестинаций. — М., 2014.
81. Рекреационные ресурсы СССР: проблемы рационального использования. — М. : Наука, 1990. — 166 с.
82. Рекреационные системы. / ред. Мироненко Н.С., Бочваров М. — М. : Изд-во МГУ, 1986.
83. *Родоман Б.* Досуг вне государства: самоорганизация походных туристов // Отечественные записки. — 2005. — № 6. — С. 123–132.
84. *Родоман Б.Б.* Поляризованная биосфера — Смоленск : Ойкумена, 2002.

85. *Родоман Б.Б.* Уровни использования природы, окружающей среды и общение людей в сфере досуга // Рекреация и охрана природы. Научные труды по охране природы, вып. 3 / Ученые записки Тартуского университета, вып. 495, 1981. — С. 15—21.
86. *Романов А.А., Саакянц Р.Г.* География туризма : учебное пособие. — М. : Советский спорт, 2002. — 464 с.
87. Российский статистический ежегодник. 2013 : стат.сб. / Росстат. — М., 2013.
88. Российский статистический ежегодник. 2016 : стат.сб. / Росстат. — М., 2016. — 725 с.
89. *Саранча М.А.* Методические проблемы интегральной оценки туристско-рекреационного потенциала // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1.
90. Советский энциклопедический словарь. — М: Советская энциклопедия, 1989.
91. *Соколова М.В.* История туризма. — М. : Мастерство, 2002.
92. Статистика туризма : учебник / кол. авторов; под ред. А.Ю. Александровой. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 464 с.
93. Теоретические основы рекреационной географии / отв. ред. В.С. Преображенский. — М., 1975.
94. *Тикуннов В.С.* Геоинформатика : учебное пособие. — М. : Юнити, 2008.
95. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011—2018 годы)». URL : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_118424/5c35948bc6a4cab25917e88b3c476c0110f7194b/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_118424/5c35948bc6a4cab25917e88b3c476c0110f7194b/)
96. *Хазгет П.* География: синтез современных знаний. — М. : Прогресс, 1979.
97. *Хайр Ф.* Менеджмент туристских дестинаций [Электронный ресурс]. URL : <http://test.belarustourism.by/>
98. *Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С.* Управление индустрией туризма : учебное пособие. / А.Д. Чудновский. — 2-е изд. — М. : КНОРУС, 2005. — 448 с.
99. *Шабалина Н.В.* Теоретико-методологические основы создания туристско-рекреационной экспертизы. Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования — Труды VII Международной научно-практической конференции. МГУ имени М.В. Ломоносова, географический факультет, Москва, 27—28 апреля 2012 г. — Спб. : Д.А.Р.К., 2012. — С. 63—74.

100. Экономика и организация туризма: международный туризм : учебное пособие / Е.Л. Драчева, Ю.В. Забаев, Д.К. Исмаев [и др.] ; под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой. — 4-е изд., испр. и доп. — М. : КНОРУС, 2016. — 566 с.
101. Экономика туризма: учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова, Л.В. Хорева. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 320 с.
102. Экономическая теория : учебник / под ред. А.И. Добрынина, Л.С. Тарасевича. — СПб. : Питер-Паблишинг, 2002.
103. *Blanchard R.* La Flandre. Etude g'eographique de la flamande en France, Belgique et Hollande. P., 1906; Les Alpes occidentals, v. 1—7. P. 1943—1956; La Canada franÇais. P., 1960.
104. *Blanchard R.* La Flandre. Etude g'eographique de la flamande en France, Belgique et Hollande. P., 1906; Les Alpes occidentals, v. 1—7. P. 1943—1956; La Canada franÇais. P., 1960.
105. *Butler R.* The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources // Canadian Geographer. — 1980. — V. 24. — № 1. — P. 5—12.
106. *Butler R., Hinch T.* Tourism indigenous peoples. London: Thomson Business Press, 2006.
107. *Dumazedier J.-R.* Sociologie empirique du loisir. P., ed. du Seuil. 1974.
108. *Goelner C.R., Ritchie J.R.B.* Tourism: principles, practices, philosophies. Hoboken, New Jersey: Jon Wiley & Sons, 2009.
109. *Hunziker W., Krapf K.* Grudniss der Allgemeine Fremdenverkehrslehre. Zurich. Poligrafischer Verlag, 1942.
110. *Iovicic Z.* Turisticka geografija. Beograd, 1981.
111. *Leiper, Neil* The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry, Annals of Tourism Research 6(4), 1979.
112. *Leszczycki St.* Geografia turystyczna jako naukowe ujecie zagadnien turystycznych. Warszawa, 1932.
113. *Mariot P.* Geografia cestovneho ruchu. Bratislava, 1983.
114. *Matznetter J.* Border and Tourism: Fundamental Relations// Tourism and Borders: Proceedings of the Meeting of the IGU Working Group — Geography of Tourism and Recreation. — Frankfurt: Institut fur Wirtschafts und Sozialgeographie der J.W. Goethe Universitet, 1979.
115. *Mileska M.* Regiony turystyczne Polski, Stan obecny I potencjalne warunki rawoju // Prace Geograficzne. Nr. 43. 1963.
116. *Parker R.* Sociology of Leasure. — NY. 1976.

117. *Pearce D.* Towards a Geography of Tourism / *Annals of Tourism Research*, 1979, No 3.
118. *Pepeonik Zl.* The Plitvice Lakes as a Rarst Phenomen and as Tourist attraction//*Wiener Geographische Schriften*. B. 5. 1978.
119. *Porter, M.* (. Clusters and Competition New Agendas for Companies, Governments, and Institutions. In *M. Porter (Ed.), On Competition* (pp. 197–287). Boston: Harvard Business School, 1998)
120. *Scamoni A., Hoffman G.* Verfahren zur Darstellung des Erholungswertes von Waldgebieten. — *Archiv Forstwesen*, 1969, Bd.18, № 1.
121. *Sprincova St.* Vyvoj geografie cestovneho ruchu v Polsku I Ceskoslovensku // *Studia Geographica*. Nr. 61. 1977.
122. *Szerszynski B., Urry J.* Visuality, Mobility and the cosmopolitian: inhabiting the world from afar // *The British Journal of Sociology*, 2006. V. 57. Issue 1.
123. *Warszynska J.* Geografia turystyczna swiata. Warszawa, 1996.
124. *Warszynska J., Jackowski A.* Podstawy geografii turyzmu. Warszawa, 1996.
125. Top 100 City Destinations Ranking. Euromonitor International — WTM London 2017 Edition
126. World Travel and Tourism Council Travel and Tourism 2017 — Travel and Tourism Economic Impact 2017 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.wttc.org/site\\_media/uploads/downloads/world2017.pdf](http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2017.pdf)
127. Статистические материалы ЮНВТО — [http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/historical/ITA\\_1950\\_2005.pdf](http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/historical/ITA_1950_2005.pdf), <http://www.unwto.org/facts/eng/ITA&TR.htm> <http://mkt.unwto.org/en/barometer>
128. UNWTO Tourism Highlights 2000–2017 — Библиотека электронных публикаций ЮНВТО <http://www.e-unwto.org/>
129. UNWTO/GTERC Annual Report on Asia Tourism Trends — 2016 Edition, Executive Summary