

**ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства»**

**Кафедра экономики**

**Адамова Румина Абдурахмановна**

**«География туризма»**

**Учебное пособие  
(Курс лекций)**



**Махачкала – 2017 г.**

УДК 911 (470)(075.з)  
ББК 65.049 (2Рос) я73

**Составитель** – Адамова Румина Абдурахмановна, старший преподаватель кафедры экономики ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства».

**Внутренний рецензент** – Мудуев Шахмардан Ситтикович, доктор географических наук, профессор кафедры экономики ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства».

**Внешний рецензент** – Алиев Шарафудин Магомедович, кандидат географических наук, декан географического факультета Дагестанского государственного педагогического университета.

Адамова Р.А. Учебное пособие по дисциплине «География туризма» для направления подготовки «Менеджмент», профиль подготовки «Менеджмент в туризме, гостиничном хозяйстве и ресторанном бизнесе». – Махачкала: ДГУНХ, 2017. – 178с.

*В настоящем учебном пособии подробно рассмотрены основные понятия географии туризма: основные географические понятия; туризм, турист, дестинация территориальные рекреационные системы; туристско-рекреационное районирование; основные туристские центры Европы, Азии, Северной и Южной Америки, Африки, Австралии и Океании; основные туристские центры России; деловой туризм, спортивный туризм, лечебно-оздоровительный туризм, массовый туризм, сельский и экологический туризм.*

*Наряду с теоретическим материалом в каждой теме даются контрольные вопросы, в конце приводится список рекомендуемой литературы, периодических печатных изданий и интернет-ресурсов необходимых для освоения дисциплины. Предназначен для обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент», профиль подготовки «Менеджмент в туризме, гостиничном хозяйстве и ресторанном бизнесе», а также преподавателей читающих лекции на данном направлении.*

## Содержание

Аннотация.....	4
Тема 1. Введение в дисциплину. Предмет и место в системе географических наук.....	5
Тема 2. Развитие основных научных школ географии туризма.....	19
Тема 3. Методы туристско-географических исследований.....	37
Тема 4. География природных ресурсов мира.....	46
Тема 5. География антропогенных ресурсов мира.....	59
Тема 6. Пространственная структура мирового туристского рынка...	71
Тема 7. Туристские регионы мира.....	81
Тема 8. Транспортно-географические факторы в развитии туризма...	94
Тема 9. Геополитический фактор в развитии туризма.....	102
Тема 10. География массового (морского и горнолыжного) туризма..	109
Тема 11. География городского туризма.....	118
Тема 12. География делового туризма.....	127
Тема 13. География сельского и экологического туризма.....	134
Тема 14. География религиозного туризма.....	144
Тема 15. География лечебно-оздоровительного туризма.....	154
Тема 16. География спортивного туризма.....	164
Информационное обеспечение дисциплины.....	176

## **Аннотация**

География туризма занимает важное место в системе подготовки обучающихся по специальности «Менеджмент в туризме, гостиничном хозяйстве и ресторанном бизнесе». Она направлена на изучение пространственной организации туристской деятельности, включая распространение туристских ресурсов, характер и пространственную структуру туристского рынка, закономерности размещения основных центров туризма и туристскую специализацию отдельных районов.

Учебный материал дисциплины ориентирован на усвоение новейших тенденций в этой научной области. Он включает: современное концептуальное понимание туризма и туристскую деятельность в их пространственных аспектах; качественная подборка необходимых методов для практической работы; представления об основных типологических характеристиках туристских ресурсов; современные взгляды на пространственную структуру туристского рынка; географический обзор распространения основных видов туризма. Повышенным акцентом и принципиальной новизной в учебном содержании являются темы, затрагивающие развитие туризма, под воздействием транспортного и геополитического фактора. В этом плане авторы постарались затронуть все аспекты проявления данных факторов, которые подкреплены отдельными примерами.

Учебное пособие по «Географии туризма» предназначено для обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент», профиля подготовки «Менеджмент в туризме, гостиничном хозяйстве и ресторанном бизнесе».

## **Тема 1. Введение в дисциплину. Предмет и место в системе географических наук**

План:

1. Цели и задачи дисциплины «География туризма»
2. Факторы, воздействующие на развитие туризма
3. Предмет и место туризма в системе географических наук

### **1. Цели и задачи дисциплины «География туризма»**

С середины XX столетия туризм представляет собой активно развивающийся сектор мировой экономики. Это явление характеризуется как общими, характерными для большинства стран тенденциями, так и специфическими чертами, что позволяет говорить о пространственных (географических) особенностях развития туристской деятельности. География туризма – ветвь географии изучающая особенности территориальной организации индустрии туризма рассматриваемой в процессе общественного воспроизводства и взаимодействии с природным и культурным окружением. География туризма призвана комплексно рассмотреть сложившиеся в мировой экономике районы отдыха и туризма, выявить закономерности и региональные особенности их формирования и развития.

Основная цель дисциплины – сформировать представление о различиях и территориальных (региональных, страновых) особенностях развития международного туризма.

Для ее достижения решаются следующие задачи:

- характеризуются туристские ресурсы. Представляя результат развития природы (природные туристские ресурсы) или общества (культурно-исторические туристские ресурсы), они лежат в основе формирования специфических видов туристской деятельности и определяют туристскую специализацию районов отдыха и развлечений;

- рассматривается размещение основных видов туризма, их организационно-технологические особенности;

- изучаются исторические и социально-экономические предпосылки развития туризма, территориальная организация его материальной базы и туристской политики в разных регионах и странах мира;

- рассматриваются основные направления туристских потоков, географическое распределение доходов и расходов в международном

туризме; определяется значение туризма в экономике отдельных стран, регионов, мира в целом;

- характеризуются ведущие туристские страны, крупнейшие рекреационные районы и туристские центры мира.

Современный мир огромен и разнообразен. Туризм, зародившись как коммерческое направление общественного производства в середине XIX столетия, получает развитие все в новых странах и новых формах (видах).

В настоящее время туризм превратился в массовое социально-экономическое явление международного масштаба. Это явление имеет много граней и ни одна из существующих ныне наук не может полностью охарактеризовать его как объект собственных исследований.

Туризм, и в этом твердо убеждены все путешествующие, – это их (туристов) деятельность во время отдыха. Туризм в представлении большинства людей связан с отдыхом, удовольствием, новыми впечатлениями. Он стал характерной чертой образа жизни современного человека, стремящегося к смене впечатлений, познанию яркого и разнообразного мира.

С экономической точки зрения туризм – это особый вид потребления туристами материальных благ, услуг и товаров, который выделяется в отдельную отрасль хозяйства. Она обеспечивает туристам всем необходимым: транспортными средствами, объектами размещения, питания, культурно-бытовыми услугами, развлечениями. Для многих стран туризм стал весомой статьей государственных доходов и входит в число наиболее перспективных отраслей национальной экономики. В сфере туризма занято свыше 250 млн человек. На его долю приходится около трети мировой торговли услугами, 7,9 % мировых доходов от экспорта, 11 % мировых потребительских расходов, 7 % общеглобального объема инвестиций, 5 % всех налоговых поступлений (География туризма, 2009). Туризм оказывает огромное влияние на развитие транспорта, строительства, связи, торговли, сельского хозяйства, производство товаров народного потребления, выступая катализатором социально-экономического развития.

Туризм также представляет собой форму международного сотрудничества. Расширяется география путешествий, охватывая новые направления, страны и регионы, соответственно растет количество международных поездок, достигнув к 2001 г. почти 700 млн. Деятельность многих туристских компаний по своему характеру

стала интернациональной и опирается на материальную базу (гостиницы, предприятия питания, культурно-развлекательные учреждения) в различных странах и регионах. В настоящее время у зарубежных и российских географов существуют разные подходы к концепциям развития географии туризма. Это и экономическая концепция, и региональная, и пространственная, и эволюционная.

### **Основные понятия туризма**

Термины «туризм» и «турист» появились еще в конце XVIII века. В первой половине XX в. в связи с увеличением туристских потоков назрела необходимость дать определение туризму. Как сложное социально-экономическое явление он этому поддается с трудом. Согласно некоторым исследователям слово «туризм» имеет французское происхождение, тем не менее, впервые было применено на Британских островах для определения путешествия на континент английской молодежи. Путешествия эти назывались *grandtour*, а путешественников начали называть туристами (Ердавлетов, 2010).

Туризм в самом широком смысле понимается как миграция населения, не связанная с переменой места жительства или работы. Такое определение туризма принято в статистике. В более узком смысле – это отрасль экономики, одна из сферы обслуживания социально-культурных потребностей населения. Широкое распространение среди специалистов получило сущностное определение туризма, предложенное Международной ассоциацией научных экспертов в области туризма: Туризм – совокупность отношений и явлений, которые возникают во время перемещения и пребывания людей в местах отличных от их постоянного места проживания и работы.

В настоящее время в международной практике широко используется определение, выработанное Международной конференцией по статистике путешествий и туризма (Оттава, 1991 г.) и одобренное Всемирной Туристской Организацией (ЮНВТО) и Статистической комиссией ООН.

Посетитель – лицо, которое путешествует и осуществляет пребывание в местах, находящихся за пределами его обычной среды, на срок не более 12 мес. с любой целью, кроме занятий деятельностью, оплачиваемой из источников в посещаемом месте.

Турист – это частный случай посетителя, который при выезде за пределы обычной среды осуществил как минимум одну ночевку.

Однодневные посетители (т. е. на срок менее 24 часов и без ночевки) называются экскурсантами.

## **2. Факторы, воздействующие на развитие туризма**

Причины, воздействующие на динамику, структуру туризма, формирующие его специфику на уровне регионов и отдельных стран, группируются в виде факторов развития. К ним относятся: географические, культурно-исторические, политические, социально-экономические, демографические, научно-технические факторы.

Географию туризма в меньшей степени интересуют комплексные физико-географические исследования природы, экономики, населения какого-то региона за рубежом или в нашей стране, и не устанавливается взаимодействие между обществом людей и окружающей средой. В большей части она изучает и описывает те особенности природы (рельеф, воды, растительность, животный мир, ландшафт, геология), которые являются притягивающей силой для туриста и экскурсанта. Кроме того, в сферу деятельности дисциплины входят памятники археологии, истории и культуры, объекты и события, которые привлекают людей с самыми разными потребностями. Цели, виды и формы путешествий, планирование тура тесно связаны с определенными географическими районами и объектами. Поэтому географический фактор в туризме играет ключевую роль (Романов, Саакянц, 2002).

**Географические факторы** подразделяются на физико-географические, экономико-географические, этнические, культурно-исторические и геополитические факторы.

К физико-географическим факторам относятся характер рельефа (равнинный, горный, предгорный, пустынный и т. д.), особенности географического положения, климатические и ландшафтные особенности местности, богатство и уникальность растительного и животного мира, наличие экзотических и уникальных природных объектов, морские и океанские ресурсы, леса, необъятный животный мир, минеральные воды и грязи.

Чем богаче разнообразные природные ресурсы в каком-то регионе, тем больше у него возможностей для привлечения туристов.

Экономико-географические факторы влияют на развитие туризма двояко. С одной стороны они выступают как объекты, привлекающие туристов в конкретное место, с другой стороны являются важным средством развития рекреации и туризма. В первом случае из-за различий в уровне развития регионов и стран экономики у

представителей деловых и промышленных кругов проявляется интерес. В программу путешествий бизнесмены включают посещение научных центров и промышленных предприятий с целью изучения опыта, ознакомления с результатами в научно-технической сфере, технологий, повышения профессионального уровня. Во втором случае экономико-географические факторы способствуют развитию материальной базы туризма, модернизации и реконструкции объектов, внедрению новейших технических достижений и информационных технологий.

К экономико-географическим факторам, прежде всего, относятся; выгодность экономико-географического положения (относительно туристских рынков, транзитные возможности); уровень социально-экономического развития принимающей страны и страны, поставляющей туристов; наличие квалифицированных кадров для организации приема туристов; уровень цен на ресурсы, услуги средств размещения, общественного питания, транспорта, экскурсионные и т. д.; уровень развития внешних и внутренних транспортных связей данного района.

Этнические факторы влияют на развитие туризма следующим образом. На нашей планете проживает большое количество различных наций и народностей, которые имеют свои историю, культуру, традиции, обычаи, религию. Все больше и больше людей стремятся познакомиться с жизнью разных народов, посещая различные страны.

Геополитический фактор в последние годы стал весьма существенным при принятии туристами решений до поездкам. Турист, прежде чем поехать в какой-либо регион, тщательно взвесит все «за» и «против» с точки зрения стабильности ситуации, отсутствия межнациональных конфликтов, отношения местного населения к приезжим и т. д.

Природные и культурно-исторические особенности территории (страны, региона) составляют ее рекреационные ресурсы, т. е. использующиеся для отдыха и туризма.

**Природный фактор.** В разных частях света и странах сформировались природно-территориальные комплексы (природные зоны), представляющие собой сочетание взаимосвязанных компонентов природы – рельефа, климата, растительности и животного мира.

На основе этого естественного разнообразия развиваются различные виды туризма. В горах – альпинизм, скалолазание,

горнолыжный и спелеотуризм. На побережьях и акваториях южных морей есть прекрасные условия для купально-пляжного отдыха, серфинга, дайвинга. В современных путешествиях есть место для орнитологических туров и сафари, рафтинга (сплав по рекам), пустынного, арктического, круизного и экологического туризма. Ничего бы этого не было, если бы наш мир был представлен во всех его уголках однообразной природой.

Многие территории обладают лечебными свойствами благодаря их природным особенностям – климату, выходам на поверхность минеральных источников, лечебным грязям, особым растениям, которые формируют микроклимат, имеющий оздоравливающий эффект.

**Культурно-исторические факторы** тесно связаны с этническими факторами. Туристов всегда привлекают музеи, выставки, картинные галереи, архитектурные памятники и исторические места. Интерес к ним – мощный рычаг для развития туризма.

Культурно-исторические особенности разных стран также лежат в основе контрастности и разнообразия мира. История, сохранившаяся в памятниках, традиции и обычаи народов, архитектурный облик старых городов, гастрономические изыски национальной кухни – все привлекает путешественника, устремившегося за новыми впечатлениями. Кому подавай шумный бразильский карнавал, кому – спокойное созерцание японского сада камней. В Китай отправляются полакомиться необычными блюдами и прикоснуться к истории древнейшего государства, взойдя на Великую стену. Во Франции можно наслаждаться прекрасным вином, путешествуя по городам и весям виноградарства – Шампань, Божоле, Коньяк и оценить по достоинству замковую архитектуру Средневековья. В Таиланде можно увидеть жилые кварталы на воде (вся жизнь их обитателей проходит в джонках).

**Средиполитических факторов**, влияющих на развитие туризма, следует отметить взаимоотношения между странами, которые могут способствовать или, наоборот, препятствовать обмену между ними. Развитию туризма и иных форм внешнеэкономических отношений способствуют регулирование разногласий между странами, заключение договоров о сотрудничестве, отказ от территориальных притязаний и признание сложившихся границ.

На развитие международного туризма влияет внутривнутриполитическая обстановка в странах и регионах, а также в тех районах, через которые проходят туристские коммуникации. Смена политических

режимов, сопровождающаяся массовыми волнениями и использованием вооруженных сил (Руанда, Уганда, Индонезия) религиозный фанатизм (арабские страны), терроризм (Египет), захват заложников (Филиппины) представляют большую опасность для туристов и не способствуют их притоку в страну.

**Социально-экономические факторы** имеют наиболее важное влияние на развитие туризма. Устойчивое развитие хозяйства создает экономическую основу путешествий. Растут доходы населения, формируется новый стиль жизни, требующий достойного отдыха. Рост доходов расширяет социальную базу туризма, путешествия становятся доступными многим. Развитие экономики позволяет делать инвестиции в индустрию гостеприимства, создавать туристскую инфраструктуру, обеспечивать высокое качество туристского сервиса.

**Демографические факторы** также оказывают влияние на развитие туризма. Рост населения увеличивает мировой туристский потенциал, в результате чего новые людские резервы вовлекаются в туристскую деятельность.

**Научно-технические факторы** влияют на туризм особенно значимо в эпоху НТР. Современная наука и техника преобразуют путешествия, делают их мобильными, зрелищными и более разнообразными, чем прежде. Новые технические возможности позволяют безопасно и комфортно путешествовать на традиционном автобусе, многопалубном круизном теплоходе, подводной лодке или воздушном шаре. С помощью новых технологий в тематических парках разворачиваются захватывающие картины и действия, переносящие туристов то в иные миры, то в другие страны нашей планеты; возможными стали и «путешествия во времени».

### **3. Предмет и место туризма в системе географических наук**

Термин «География туризма» зародился в США в 20-х годах XX столетия. Чуть позже, через 10—15 лет научные статьи появились во Франции, Англии и Японии. В послевоенные годы улучшение в экономике подхлестывало ученых развитых стран проводить исследования по географическим аспектам туристской деятельности. В Советском Союзе основы географии туризма начали формироваться в середине 60-х годов прошлого столетия. В то время происходили значительные изменения в социально-экономической жизни: быстрый рост потребностей населения в рекреационной деятельности способствовал осознанию того, что удовлетворение

этих потребностей станет важнейшим фактором развития общества. Поэтому индустрия отдыха бурно развивалась (В.С. Преображенский, Ю.А. Веденин и др., 1989).

За рубежом научное направление географии туризма в 60-х годах базировалось на теоретических и методологических основах экономической географии и изучало проблемы влияния на хозяйственную структуру, занятости населения, транспортных потоков. В 70-х годах рекреационно-туристская проблема рассматривалась уже в рамках социальной географии. Немецкие ученые Рупперт и Майер назвали ее географией свободного времени. В нашей стране к этому времени проведены исследования в области культурной климатологии (Чубуков, 1962), по оценке природных условий отдыха (Смирнова, 1969; Веденин, Мирошниченко, 1969), по поляризации урбанизированных и рекреационных ландшафтов, проблемам рекреационных ландшафтов, проблемам рекреационного районирования (Родоман, 1971).

В 1969, 1972 и 1976 годах были проведены Всесоюзные совещания по проблемам отдыха и туризма. Выпущены коллективные монографии. Постоянно формируется концепция о рекреационно-географическом пространстве как основе дальнейшего развития теории в рекреационной географии и главном объекте исследований.

Рекреационно-географическое пространство характеризуется многомерностью и системностью. Его основной системообразующей связью выступает деятельность. Одновременно формируется банк общих рекреационных знаний, уточняются методологические и теоретические принципы рекреации, что воздействует на распространение рекреационной тематики как на другие сферы знания (экономика, архитектура, социология), так и на сложные области географии.

Во второй половине 70-х и 80-е гг. XX в. туризм характеризуется формированием в стране ряда научных центров, включившихся в развитие учения о ТРС. В разработку концепции ТРС активно включаются географы и экономисты Московского, Ленинградского, Ставропольского, Северо-Осетинского университетов, а также ряда научных центров России и республик бывшего СССР. В 1987 г. появляется первая работа, ставящая под сомнение само существование и дальнейшее развитие учения о ТРС (Мироненко Н.С., Эльдаров Э.М., 1987).

Отличительная особенность советской географии состоит в том, что она до конца 80-х годов была общественно-географической дисциплиной, изучающей территориально-рекреационные системы (ТРС). После распада Советского Союза многие из ТРС, расположенные за пределами России, развивались, попав в зоны этнических и рекреационных конфликтов.

90-е гг. XX в. характеризуются коренной сменой парадигм и исследовательских векторов в рекреационной географии. Развивается адаптационный подход к географическому изучению рекреационных проблем (Эльдаров Э.М., 1990; Мироненко Н.С., Эльдаров Э.М., 1998). В этот период усиливается туристская составляющая учения о ТРС, что приводит к трансформации рекреационных систем в туристско-рекреационные. Функционально-структурная парадигма ТРС меняет ориентиры с социальной и плановой составляющих на коммерческую и экономико-управленческую.

Ныне рекреационная география ориентируется не на ТРС, а на более широкий предмет. Это фундаментальная географическая дисциплина.

Говоря о месте рекреационной географии в системе географических наук, необходимо знать, что эта система очень динамична. Эта система может быть представлена следующим образом (по Николаенко Д. В.).

Таблица 1

### Система географических наук

№ п/п	Название блока	Название дисциплин
1	Общественные науки	Экономическая география, социальная география, география населения и миграций, география сферы обслуживания, география культуры, география рекреации (туризма) и т.д.
2	Естественные науки	Физическая география, география почв, климатология, геоморфология, биогеография и т.д.

3	Теоретические и методологические	Теоретическая география, метагеография, картография
---	----------------------------------	---

Из данных таблицы 1 видно, что рекреационная география входит в блок гуманитарных географических дисциплин. Она имеет право на существование только в сочетании с другими научными и прикладными дисциплинами. География туризма же является составной частью дисциплины «Рекреационная география».

Современное географическое представление о туризме складывалось под влиянием интеграции (синтеза) научных знаний. Речь идет о внутренней интеграции – более тесном взаимодействии географии туризма со многими частными науками двух ветвей географии – социально-экономической географии (география населения, география сферы обслуживания, география транспорта, география промышленности, география сельского хозяйства, география культуры и др.) и физической географии (ландшафтоведение, геоморфология, гидрология суши, климатология, биогеография и др.).

География туризма изучает факторы территориальной организации туристской деятельности, пространственно-временную избирательность в поведении туристов, в частности устанавливает причины территориальной неравномерности потребительского спроса на туристские продукты, а также закономерности размещения разных типов туристских предприятий и влияние туризма на отраслевую и территориальную структуры хозяйства стран и районов.

С естественно-географическими дисциплинами географию туризма связывают исследования устойчивости природных комплексов к туристским ресурсам, вопросы охраны окружающей среды в связи с развитием массового туризма.

В наши дни география туризма, развивая системный подход как единую методологическую основу географической науки, создает дополнительные стимулы для общей консолидации географических знаний. География туризма обладает мощным интеграционным потенциалом, выступая важным связующим звеном между социально-экономической и физической географией.

География туризма активно вовлекается в процесс внешней интеграции в пределах междисциплинарных комплексов наук. Она содержит основы знаний целого ряда естественных и гуманитарных и

технических наук, использует их методы и информацию. При этом степень ее интегрированности с разными научными сферами и отраслями не одинакова. В некоторых науках возникли специальные дисциплины, которые занимаются проблемами туризма и отдыха. В медицинских науках таким разделом является курортология. Она изучает природные курортные факторы (минеральные воды, лечебные грязи, особенности климата) и их действие на организм человека, а также разрабатывает методы их использования с лечебной и профилактической целью. Многие положения курортологии имеют большое значение для эффективной территориальной организации лечебно-оздоровительного туризма.

Плодотворна связь географии туризма с экономической наукой, особенно с такими ее дисциплинами, как экономика и статистика туризма. В рамках экономики туризма изучаются процессы, протекающие в туризме как отрасли хозяйства, познаются экономические отношения, которые складываются и развиваются в сфере производства, обмена, распределения и потребления туристских продуктов на внутреннем и внешнем рынках.

Статистика имеет дело с массовыми явлениями и процессами в туризме, которые находят отражения в системе статистических показателей. Как научная дисциплина она количественно описывает условия и результаты туристской деятельности, выявляет и анализирует социально-экономические закономерности развития этой отрасли хозяйства при помощи различных статистических методов.

Статистика туризма характеризует наличие и качество туристских ресурсов; объем, структуру, динамику, а также направление туристских потоков; уровень, состав и структуру потребительских туристских расходов и потребления населением потребительских услуг; сеть, размещение и производственную деятельность каждого вида предприятия индустрии туризма; финансовые отношения туристских предприятий; направления и эффективность инвестиций в туризм и т.д.

География туризма сближается с маркетингом и менеджментом туризма. Менеджмент как наука изучает природу управленческого труда, причины и следствия, факторы и условия, при которых совместный труд людей становится производительным и эффективным.

Интеграционный процесс менеджмента туризма с географией туризма ускорился с включением в исследовательское поле

географии туризма новых пространственно выраженных явлений, характеризующих современный этап развития мирового туристского рынка, - сетевых производственных структур и логистических цепей в туристском бизнесе, территориальных структур туристских кластеров.

Высокая степень интегрированности отмечается между географией туризма, точнее туристским страноведением и географическим туристским краеведением, и маркетингом туристских территорий как концепции управления туристскими территориями и составной части менеджмента туризма. Благодаря маркетингу комплексная туристско-страноведческая и краеведческая характеристика получают логическое завершение и имеют определенное конструктивное значение. Туристская территория становится объектом продвижения, особым продуктом, обладающим потребительской ценностью, с благоприятным имиджем, престижем. Таким образом, создаются условия для реализации ее туристского потенциала, стабильного регионального туристского развития.

География туризма имеет много общего с социологической наукой, в частности социологией досуга, которая сложилась сравнительно давно, к 1920-м гг. Проблемы отдыха освещаются и в отечественной, и в зарубежной социологии.

Западная школа социологии досуга – это отрасль социологии, изучающая поведение индивидов и социальных групп в свободное время, способы удовлетворения потребностей в отдыхе, развлечении, общении, развитии личности, а также функционирование учреждений досуга.

В настоящее время в нашей стране формируется новое научное направление – социология рекреации. Ее предметные границы включают всю сферу жизнедеятельности людей и производные от нее элементы в других сферах общественной жизни, закономерности осуществления рекреационных явлений. География туризма заимствует методику социологических обследований при проведении опросов путешествующих лиц, работников туристской индустрии.

Разрушаются барьеры между географией туризма и исторической наукой, прежде всего историей туризма. Актуальность применения исторического, а затем и временного подхода в туристско-географических исследованиях вызвана обращением ученых к процессам развития туризма как системного объекта.

С точки зрения задач регионального планирования, иными словами разработки “территориальных сценариев” развития сферы туризма,

особого внимания заслуживают проблемы взаимодействия местного населения с различными компонентами рекреационной среды и вытекающие конфликты из такого взаимодействия.

Так, например, под влиянием рекреации происходят изменения в отраслевой и территориальной структуре хозяйства района, формируются различные типы рекреационно-хозяйственных сочетаний производств: «рекреация – сельское хозяйство», «рекреация – лесное хозяйство», «рекреация – промышленность», «рекреация – транспорт» и др. Однако, если раньше в основном исследователи оценивали туризм как средство хозяйственной активизации менее развитых районов, то теперь, когда он в ряде районов стал не только равноправной отраслью хозяйства наряду с другими, но и вытеснил некоторые из них, произошла переоценка его роли. Отдельные исследователи приходят к выводу, что интенсивное развитие рекреационной отрасли в отличие от отраслей промышленности способствует моноструктуризации хозяйства. Поэтому задачей исследования становится выявление таких путей рекреационно-хозяйственного комплексобразования, которые бы не препятствовали поступательному ходу социально-экономического развития района.

Туризм способствует комплексному развитию социальной инфраструктуры в районе, значительному расширению сферы обслуживания населения. На этой основе существенно повышается уровень социального развития территорий, рождаются более прогрессивные формы быта и отдыха местного населения. Происходит повышение социального статуса малых городов, слабозаселенных территорий. В индустриально развитых и высокоурбанизированных районах проблемы формирования рекреационной сферы как важнейшей составляющей социальной инфраструктуры входит в число насущных задач хозяйственного строительства. Но при этом следует видеть и противоположную в географическом плане сторону туризма: в районах с относительно невысоким уровнем развития интенсивный процесс рекреационного освоения может снижать ряд показателей личного потребления местного населения. При формировании выраженных моноструктур туризма создаются условия узкого выбора профессий, а отсюда вытекают нежелательные социально-демографические процессы, связанные с оттоком молодежи, ухудшением демографических характеристик воспроизводства населения района.

В культурологическом аспекте рекреация является проводником тех или иных новаций, способных сказываться как позитивно, так и негативно на культуре и в целом на образе жизни субъекта территории. Результаты негативного влияния рекреации могут выражаться, например, в форме выраженного негостеприимного отношения местного населения к приезжим отдыхающим. Рекреация выступает стимулятором развития культурных традиций в районах массового отдыха. Вместе с тем для

осуществления массовых форм туризма необходим сам по себе достаточный уровень культурного развития территории. Например, на юге Италии появление международного туризма стало возможным только после проведения в конце 50-х начале 60-х годов ряда правительственных мероприятий, связанных с решением «проблемы Юга» по всемерному улучшению состояния культурной среды в пределах данного района.

В рамках экологического аспекта проблемы рекреационных нагрузок и деградации природных комплексов под воздействием массового отдыха тесно сваны с вопросами организации деятельности местного населения по поддержанию высокого уровня среды обитания и воспроизводству природных ресурсов. Не последнюю роль в решении указанных проблем играет заинтересованность субъекта территории в строгой охране окружающей его среды. Причем в основе такой заинтересованности должны лежать не одно лишь естественное чувство любви к родной природе и высокая экологическая культура людей, но также знание ими путей достижения реального экономического эффекта от включения природных ресурсов в фонды туризма, понимание той важной социально-культурной роли, которую призваны играть местные рекреационные ресурсы в общем процессе районного воспроизводства. В данном аспекте особое значение приобретают вопросы стимулирования у людей, занятых обеспечением условий для отдыха, интереса в проявлении истинно делового отношения к охране, рациональному использованию и облагораживанию окружающей их природной рекреационной среды(Мироненко Н.С., Эльдаров Э.М., 1987).

## **Основные термины и понятия**

***География туризма***

***Туризм***

***Турист***

***Посетитель***

***Факторы географии туризма***

***Рекреационная география***

### ***Вопросы для самостоятельного изучения***

1. Каково интегрированное значение географии туризма для развития научных знаний о туризме?
2. Туризм как многогранное явление современного мира?
3. Отличие понятия «туризм» в советский период и в нынешнее время?

4. Предмет изучения дисциплины «География туризма»?
5. Роль географического фактора в туризме

## **Тема 2. Развитие основных научных школ географии туризма**

План:

1. Современные зарубежные теории и концепции географии туризма.
2. Модель жизненного цикла туристского центра (модель Р.В. Батлера).
3. Развитие отечественной школы рекреационной географии.
4. Концепция системности и модель рекреационной системы В.С. Преображенского

### **1. Современные зарубежные теории и концепции географии туризма.**

XIX в. Был периодом бурного развития промышленности, образования больших городских скоплений, развития железнодорожного сообщения. Эти процессы привели к значительным пространственным и структурным преобразованиям отдельных стран и регионов. Им сопутствовало постоянно растущее туристское движение, достигшее в некоторых странах значительных размеров к концу XIX в. И еще более оживившееся с началом его демократизации после Первой мировой войны. Пространственные явления, которые были связаны с развитием туризма и нередко приводили к образованию новых социально-экономических структур стран, регионов и местностей, вдохновили географов заняться вплотную туристской проблематикой.

Туризм становится предметом географических исследований. Его трактовка на протяжении ряда последующих десятилетий претерпевала изменения, интерпретировать которые можно только на основе знания этапов эволюции пространственных туристских явлений. Базовые модели, заложившие теоретический фундамент современных исследований территориальной организации туризма, появились в 1970-1980-х гг. Большинство пространственных моделей исходят из определения туризма как формы временной миграции людей и представляет его в качестве системы, состоящей из двух

взаимосвязанных элементов: места отправления и место назначения. При этом авторы концентрируют внимание на разных срезах этой системы, расставляют разные акценты на ее компоненты, используют разный терминологический аппарат.

Туристические модели можно объединить в четыре класса:

- модели туристских путешествий (перемещений)
- модели отбытий – прибытий
- структурные модели
- модели развития туризма.

**Пространственные модели туристских путешествий.** Главное внимание в этих моделях уделяется системообразующим связям – перемещениям туристов. Этот класс объединяет так называемые маршрутные модели, основанные на известной функции разложения расстояния.

Чехословацкий ученый П. Мариот одним из первых связал место постоянного проживания туристов с местом назначения (туристским центром) тремя типами маршрутов: маршрутами доставки туристов туда, маршрутами доставки туристов обратно и маршрутами отдыха. Прямой и обратный пути следования туристов, нередко совпадающие, непосредственно соединяют пункт отправки с пунктом конечного назначения. В отличие от них, маршрут отдыха прокладывается через ряд промежуточных туристских центров, посещение которых часто не является основной целью поездки. Он может составить часть пути следования туристов.

Также пространственные модели разработали С.К. Кемпбелл, М. Клаусон, Ж. М. Миосек и др.

**Модели туристских отбытий-прибытий.** В отличие от моделей путешествий эти модели исходят из того факта, что большинство мест является одновременно местом назначения. Их двойная функция, а также взаимосвязи между туристскими районами, центрами нашли отражение в моделях Ж.М. Турота, Ж.О.Ж. Лундгрена, Д.Ж. Пирса.

**Структурные модели туризма.** С середины 1970-х гг. западная географическая мысль обращается к проблеме постоянного воспроизводства неравномерности регионального развития и причинам сохранения отсталости многих стран, районов. Основное внимание фокусируется на определенном типе отношений между Центром и Периферией на разных пространственных уровнях – отношениях зависимости, когда периферия подчиняется Ядру. В географии туризма эта общая направленность исследований

проявилась в повышенном интересе к воздействию международного туризма на развивающиеся и наименее развитые страны мира, а также к связям между странами – поставщиками и экспортерами туристов.

Структурные модели туризма С.Ж. Бритона, Ж. Каза, Т.Л. Хиллса и Ж.О.Ж. Лундгрена имеют много общего. Некоторые из них, в частности модель С.Ж. Бритона, отражают процессы концентрации и деконцентрации в туризме в странах, генерирующих туристские потоки и принимающие их. Степень концентрации туристского рынка возрастает от локального к региональному и национальному уровню. В моделях также показан низкий уровень деконцентрации туризма в отсталых странах.

Таким образом, в 1970-80-е гг. за рубежом появились разные географические модели туризма. Они разрабатывались независимо друг от друга, продолжали развивать основные положения более ранних трудов и были слабо увязаны между собой. Однако некоторые темы нашли свое освещение во многих публикациях. Это пространственное взаимодействие элементов туристской системы – районов, откуда приезжают туристы, и районов, являющихся их местом отдыха, зависимость величины туристского спроса от дальности путешествия, представление об иерархии туристского пространства.

## **2. Модель жизненного цикла туристского центра (модель Р.В. Батлера)**

Сопоставление развития дестинации с жизненным циклом можно встретить и в специализированной литературе еще в 60-х гг. XXв., одним из первых об этом написал Вальтер Кристаллер (Walter Christaller) в 1963 г. Наиболее известной в классе распространенных моделей развития туризма является модель жизненного цикла туристской дестинации Р.В. Батлера. Туристская дестинация рассматривается с позиций системного подхода и определяется как основной элемент туризма. Выявлены признаки соответствующих стадий развития дестинации и факторы, влияющие на их длительность и обуславливающие переход на следующую стадию. На основе модели Р. Батлера предложены альтернативные сценарии развития дестинации и подходы к управлению ее жизненным циклом.

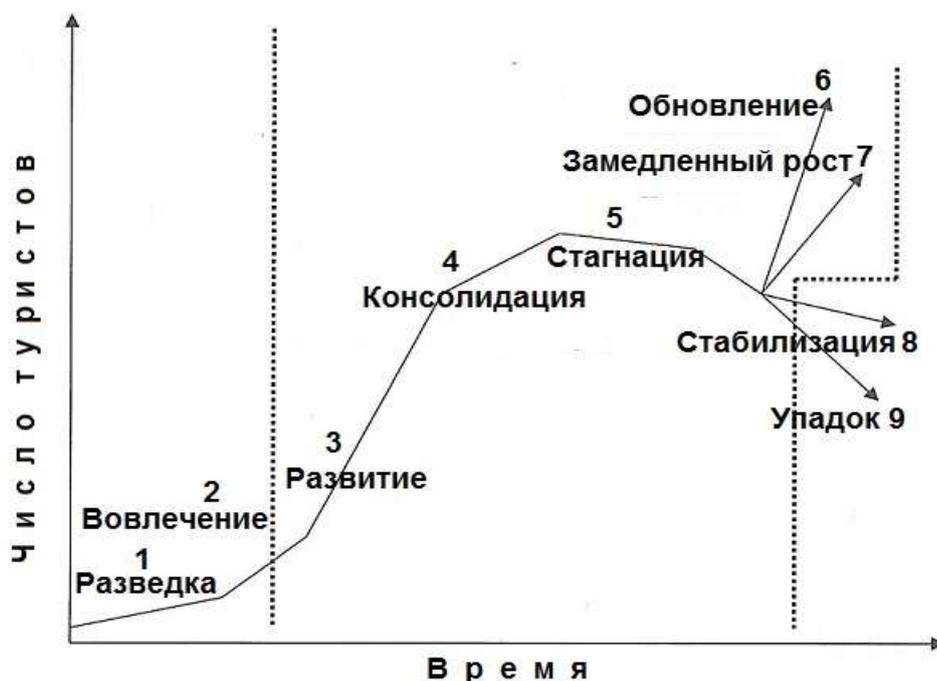
Понятие «туристская дестинация» является относительно новым для российских практиков и теоретиков туризма. Туристские

дестинации - это страны, регионы, города и другие территории, которые выбирают для посещения туристы и которые являются результатом воздействия их деятельности.

Идея того, что дестинация может претерпевать в своем развитии периоды аналогичные жизни человека, а именно: рождение, рост, зрелость, старение и даже смерть - воплотилась в концепции жизненного цикла дестинации (ЖЦД). Данная тема является ключевой в менеджменте дестинации, в котором определение стадии ЖЦД есть необходимый этап, связанный с планированием дестинации и выбором стратегии ее развития. ЖЦД, прохождение всех стадий, не следует воспринимать как неизбежный процесс, а скорее как то, чем можно управлять и приходить к желаемым результатам.

В 1980 г. Ричард Батлер представил свою S-образную модель цикла курорта, согласно которой дестинация проходит шесть последовательных стадий в своей эволюции в условиях свободного рынка и устойчивого спроса: разведка, вовлечение, развитие, укрепление, стагнация, упадок или обновление. В зависимости от мер менеджеров дестинации при наступлении стадии стагнации возможно несколько сценариев развития: продолжающаяся стагнация, упадок или обновление (рис. 1).

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.



**Рис.1. Модель Р.В. Батлера жизненного цикла туристского центра**

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 LonelyPlanet, 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 рощи 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 тур-пакеты, крупных туроператоров.

Сезонность оказывает значительное влияние на региональную экономику, наряду с ухудшением качества турпродукта в силу перегруженности отелей и ресторанов, износом инфраструктуры. 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, психоцентриков, 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. Батлеру, 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.

Есть некоторые критичные моменты модели Батлера. Модель Р. Батлера не учитывает влияние других секторов экономики на развитие дестинации. Создается впечатление, что туризм - это единственная экономическая деятельность в регионе, которая влияет на отношение местных жителей и изменения окружающей среды. Подобный изолированный подход игнорирует внешнюю среду дестинации, которую необходимо учитывать при анализе туристской системы.

Следующий вопрос, обсуждаемый касательно модели Р. Батлера - это география ее применения. Термин «дестинация» может быть применим и к отдельному небольшому центру развлечений, аттракции и к целому континенту (например, Европа, Австралия). К какому типу, классу дестинаций наиболее приложима модель Р. Батлера? Практика применения модели показывает, что она описывает относительно небольшой, специализированный курорт.

Итак, подводя итог критике применения модели ЖЦД Р. Батлера, следует сказать что она, как и любая модель не избежала идеализации. «Идеальная модель» небольшого, специализированного курорта в условиях свободного рынка и устойчивого спроса, когда немногие меры приняты для того, чтобы управлять прогрессией ЖЦД и постепенной деградацией туристского продукта дестинации.

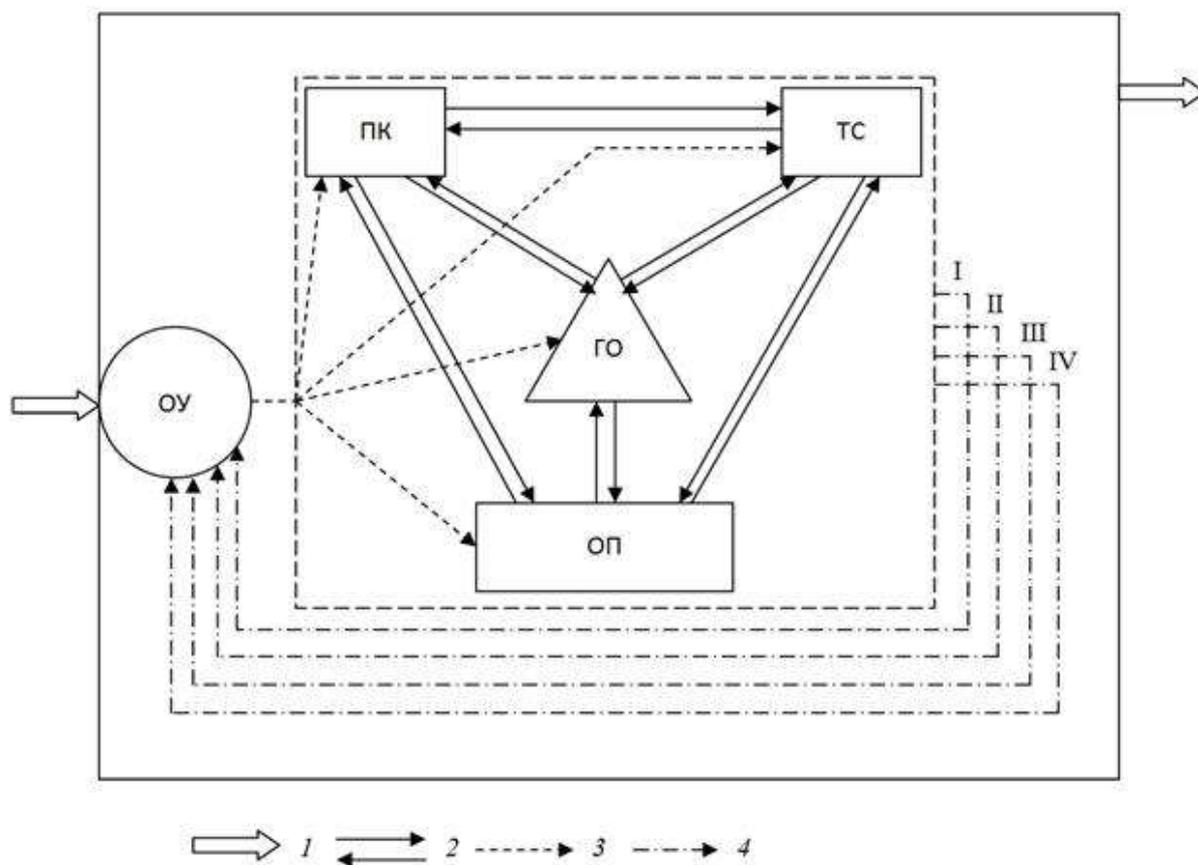
### **3. Развитие отечественной школы рекреационной географии туризма.**

Туризм является сложным и многоаспектным явлением, имеющим генеральную цель – удовлетворение туристско-рекреационных потребностей людей, включающим в себя множество различных элементов и их связей, организованных в определенные структуры, представляя собой системное образование. При этом системность характеризуется целостностью составляющих его элементов во взаимодействии с окружающей средой. Советская школа рекреационной географии подготовила научную почву для возникновения в России современной географии туризма. В Советском Союзе рождение рекреационной географии относится ко второй половине 60-х гг. XX в., когда в стране стремительно росли рекреационные потребности населения при остром дефиците средств их удовлетворения. Она положила начало новому, для отечественной

географии, научному движению, предметной сущностью которого стала деятельность людей в свободное время.

Дисциплина формировалась в период научно-технического прогресса. В отечественной рекреационной географии системный подход был изначально заложен в качестве основы, в результате чего была обоснована теория территориальных рекреационных систем как предмета научного исследования и одной из основных форм организации отдыха и туризма. Вся система понятий этого научного направления базировалась на антропоцентрическом характере систем рекреации и туризма, что означает замыкание всех системных связей на потребности туриста. На этой методологической основе были разработаны принципы оценки рекреационного спроса, природных и культурно-исторических рекреационных ресурсов, инфраструктуры, обеспечивающей функционирование и развитие рекреационных районов.

Предметом изучения рекреационной географии с 1970-х гг. стали «территориальные рекреационные системы» (ТРС). ТРС определяется как социальная географическая система, гетерогенная по составу, состоящая из взаимосвязанных подсистем: группы отдыхающих, природных и культурных комплексов, технических сооружений, обслуживающего персонала и органа управления, характеризующаяся функциональной и территориальной целостностью. В изучении ТРС важная роль отводилась выявлению и анализу ее элементов, раскрытию структуры, связей между элементами (подсистемами), которые рассматривались с помощью матрицы (Рис. 1).



**Рис. 2. Схема территориальной рекреационной системы (Теоретические основы рекреационной географии, 1975)**

ПК - природные и культурные комплексы, ТС - технические системы, ОП - группа обслуживающего персонала, ОУ - орган управления, ГО - группа отдыхающих; 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 возможностях технических систем, IV - о состоянии обслуживающего персонала

Несколько отличное определение ТРС дает Д.В. Николаенко, трактуя ее как форму организации рекреационной деятельности на определенной территории, в рамках которой достигается максимальная взаимосвязь, пространственная и функциональная координация различных подсистем, участвующих в реализации рекреационной функции данной территории. При этом ТРС определяется как высшая форма организации рекреационной деятельности, редко встречающееся явление, исключительно важное

для интенсивного и максимального рекреационного освоения определенной территории в минимальные сроки.

Ю.В. Поросенков и Т.М. Худякова, не отрицая роли РС в качестве основного объекта исследований ряда наук, указывают на то, что территориальный аспект позволяет более четко показать значимость географической составляющей в исследовании проблем туризма. Они рассматривают ТРС как частный вариант территориальных социально-экономических систем, что, в свою очередь, позволяет говорить о статусе рекреационной географии как общественно-географической науки. При этом указывается на сложность применения понятия ТРС в рекреационно-географических исследованиях, что связывается авторами с размытостью самого понятия «рекреация», отсутствием четких его отличий от туризма и отдыха.

Несмотря на революционность идей – ориентация в исследованиях на потребности человека, не присущая отечественной географической науке того времени, – концепция ТРС была разработана в условиях централизованного планового ведения народного хозяйства из чего и вытекали ее основные недостатки:

- недостаточная гуманизованность, так как фактически ориентированность на потребности человека была скорее формальной;
- в модели, претендующей на антропоцентричность, фактически в формировании, функционировании и развитии ведущая роль отводилась органам управления;
- ТРС рассматривались скорее как технические системы, а процессы самоорганизации и сами отдыхающие в них недооценивались; слабая эмпирическая база и излишняя теоретизированность данной модели, что характеризует ее жесткость и негибкость к стремительно меняющимся туристско-рекреационным явлениям и процессам;
- ТРС рассматривались как рекреационные дестинации, однако такие системы функционируют лишь в тесной взаимосвязи с территориями, генерирующими рекреационные потоки, тем самым модель ТРС не охватывала весь комплекс рекреационных явлений и процессов и др.

В 1982 г. Ю.А. Веденин с целью решить вопрос об ориентированности классической модели ТРС на дестинацию, предложил выделять два типа моделей ТРС:

- объектно-центрированные – ТРС в классическом понимании, в которых упор делается на территории, принимающие рекреантов;

- субъектно-центрированные модели, в которых акцент делается на людей и места их обитания как центров спроса.

С современных научных представлений концепцию ТРС развивает Л.Ю. Мажар, указывая на то, что территориальные туристско-рекреационные системы (ТТРС) представляют собой один из видов общественных геосистем, совокупность элементов сферы рекреации и туризма, объединенных пространственными отношениями и взаимосвязями (рис. 2).

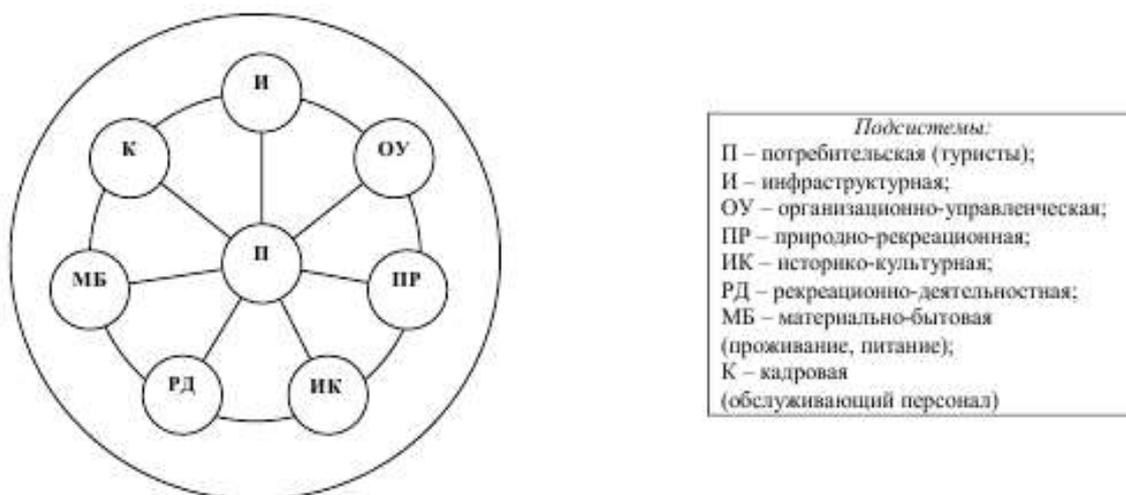


Рис. 2. Принципиальная схема ТТРС [7]

На формирование, развитие и функционирование ТТРС оказывают влияния как факторы (свойства самих ТТРС), так и условия (внешние свойства среды), тем самым рассматриваются отношения «система-среда». В качестве условий были выделены: природные, географические, туристско-рекреационные, экономические, социальные, демографические и экологические. К группам факторов были отнесены: геотерриториальные (факторы местоположения), экономические, геополитические, организационно-управленческие, туристско-рекреационные потребности человека, инфраструктурные, социально-психологические, материально-бытовые, демографические, экологические, медико-санитарные,

туристско-ресурсные, рекреационно-деятельностные, инновационные, кадровые.

Л.Ю. Мажар предлагает выделять четыре иерархических уровня ТТРС: 1) ТТРС высшего уровня – мировая туристско-рекреационная система – во многом определяет всю туристско-рекреационную деятельность также в отдельных странах и регионах;

2) национальные туристско-рекреационные системы (НТРС) являются ключевыми в иерархической соподчиненности систем данного вида. С одной стороны, они в своем взаимодействии определяют характер и уровень развития мировой туристско-рекреационной системы, а с другой – напрямую регулируют деятельность соответствующей сферы на региональном уровне; 3) региональные туристско-рекреационные системы в Российской Федерации (РТРС) рекомендуется исследовать на уровне субъектов федерации, так как все они находятся в единой системе государственного управления и встроены в «вертикаль власти»;

4) локальные туристско-рекреационные системы ограничиваются пространством муниципальных образований, сельских округов и администраций, городских и сельских населенных пунктов, что позволяет более детально организовывать процесс территориального проектирования и планирования туристской деятельности.

Таким образом, важным вкладом Л.Ю. Мажар стало рассмотрение ТТРС в контексте комплексных общественных геосистем, выявление пространственной иерархии и иерархии свойств ТТРС, а также подробная проработка элементарного состава ТТРС, выявление факторов и условий формирования, функционирования и развития ТТРС. Однако представленный подход к ТТРС имеет и недостатки. Так, не совсем понятно, как соотносит автор между собой факторы и подсистемы ТТРС. Модель называется территориальной системой, однако, по сути, она отражает набор возможных функциональных подсистем ТТРС, но не выражает территориального аспекта, в частности, что в туризме взаимодействуют три типа территорий: отправляющая туристов и место их проживания, транзитные территории и туристская дестинация. И все же стоит отметить, что в работе делается существенный вклад в развитие идей о ТТРС.

Как указывает А.Ю. Шайдаров, важнейшим условием формирования в регионе высокоэффективной и конкурентоспособной туристской индустрии, обеспечивающей широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в разнообразных туристских услугах, является создание региональных

туристско-рекреационных систем (РТРС), под которыми понимаются различные модели построения туристского пространства на территории региона, исходящие из возможностей наиболее рационального использования региональных туристских природных и историко-культурных ресурсов. В исследованиях автора РТРС рассматривается как сложная целостная организационно-экономическая система, имеющая свою специфическую функцию (общую цель) – осуществление процесса воспроизводства туристского продукта. В рамках своей функции РТРС имеет ряд предметных подцелей: возрождение, сохранение и эффективное использование туристских ресурсов; создание условий для полного удовлетворения платежеспособного спроса на турпродукт РТРС; развитие смежных отраслей региональной экономики и повышение занятости населения.

В рамках системно-функционального подхода РТРС считается сформированной, когда в процессе своего создания она достигнет такого качества (состояния), что станет способной выполнять свою функцию. А.Ю. Шайдаров правомерно утверждает, что на функционирование РТРС влияют следующие факторы:

- наличие устойчивого спроса на туристский продукт, производимый РТРС и обусловленный ростом реальных доходов населения региона, а также страны и населения других стран;
- высокая степень освоения региональных туристских ресурсов, их техническое, экологическое состояние и возможность получения экономической выгоды от их использования;
- цена и качество туристского продукта РТРС, предлагаемого к реализации;
- полнота и стабильность нормативно-правовой (законодательной) базы в сфере регионального туризма;
- рекламное, информационное и кадровое обеспечение региональной туристской деятельности;
- высокий уровень общей культуры населения региона и его морально-психологическая готовность к восприятию массовых туристских потоков;
- состояние в сфере безопасности личности;
- хозяйственная устойчивость, техническое состояние и высокий уровень развития базовых элементов РТРС.

Представленная точка зрения показывает возможность выхода концепции ТРС в экономико-управленческую практику, что отражается на процессах формирования национальных и

региональных туристско-рекреационных систем. Однако если в географических науках туристско-рекреационное системообразование имеет ярко выраженный территориальный аспект, то в экономико-управленческой деятельности территориальная привязка ограничивается только уровнем стран и их регионов и уступает «пальму первенства» контекстам функциональным, представляющим в качестве наиболее важного компонента ТРС хозяйствующие субъекты и всю систему взаимосвязей, возникающих между ними.

Таким образом, в нашей стране учение о ТРС развивается на протяжении последних 45 лет и прошло в своей эволюции несколько наиболее важных этапов.

**Первый этап** охватывает конец 60-х и первую половину 70-х гг. XX в. и связан преимущественно с работами В. С. Преображенского, его учеников и коллег. Данный этап ознаменован появлением понятия «рекреационная система», подключением территориальных аспектов к исследованию проблем организации рекреационной деятельности, итогом чего становится появление понятия ТРС и формирование соответствующего учения. Учение о ТРС в те годы развивается в основном учеными ИГ АН СССР и МГУ им. М. В. Ломоносова.

**Второй этап** охватывает вторую половину 70-х и 80-е гг. XX в. и характеризуется формированием в стране ряда научных центров, включившихся в развитие учения о ТРС. В разработку концепции ТРС активно включаются географы и экономисты Московского, Ставропольского, Ростовского, Пермского, Воронежского, Казанского, Ленинградского, Северо-Осетинского университетов, а также ряда научных центров России и республик бывшего СССР.

Происходит углубление учения о ТРС, появляются системные характеристики туристских регионов и центров страны, усиливается роль социальной и плановой составляющих модели ТРС.

**Третий этап** ограничивается 90-ми гг. XX в. и характеризуется коренной сменой парадигм и исследовательских векторов в рекреационной географии. Так, появляются первые работы, ставящие под сомнение само существование и дальнейшее развитие учения о ТРС, усиливается туристская составляющая учения о ТРС, что приводит к трансформации рекреационных систем в туристско-рекреационные. Функционально-структурная парадигма ТРС меняет ориентиры с социальной и плановой составляющих на коммерческую и экономико-управленческую.

**Четвертый этап** (начало XXI в. – по настоящее время) ознаменован появлением серьезных исследований, связанных с критикой учения о ТРС, а также предпринимаются попытки подмены понятия ТРС другими понятиями территориальной организации туризма – туристскими кластерами, туристскими дестинациями и т. д.

В то же время, благодаря появившимся возможностям доступа к зарубежным исследованиям, происходит пересмотр сущности и содержания ТРС, предлагаются частные варианты использования теории ТРС, уделяется значительное внимание окружающей среде как фону и как фактору организации ТРС.

#### **4. Концепция системности и модель рекреационной системы В.С. Преображенского.**

Концепцию системности в рекреационной и туристической деятельности предложили московские ученые В. Преображенский и Л. Мухина еще в 1969 г. По их версии, совокупность явлений, связанных с рекреационной деятельностью (куда мы относим и сферу туризма), необходимо рассматривать как систему, составленную из различных, но взаимосвязанных элементов. Системность позволяет полнее и точнее изучать отдельные элементы системы, вовлеченные в сферу рекреационной (туристической) деятельности, в частности такие ее свойства, как функциональность, целостность, иерархичность, устойчивость и динамичность. Модель рекреационной системы разработал В. Преображенский (1975 г.). Ее рассматривают как социальную систему - сложную, управляющую и частично самоуправляющую, образованную из взаимосвязанных подсистем - отдыхающих, природных и культурных территориальных комплексов, технических систем, обслуживающего персонала и органа управления. Большой отвагой и научной предусмотрительностью В. Преображенского является то, что центром модели рекреационной системы в период расцвета тоталитарного коммунистического режима он считал человека (отдыхающих). Отношения с другими подсистемами в модели ученый рассматривал как зависимые от социальных, возрастных, национальных, региональных и индивидуальных особенностей группы или отдельного человека относительно других подсистем.

Природные и культурные территориальные комплексы представлены не только как ресурсы, но и как условия

удовлетворения рекреационных потребностей, технические же системы должны выполнять жизнеобеспечивающую функцию, а также удовлетворять специфические рекреационные потребности отдыхающих. Обслуживающий персонал в такой модели с помощью технических систем и природных комплексов обслуживает отдыхающих (туристов), обеспечивая их широким пакетом услуг, туристическими товарами, информацией, связью и т.п. И, наконец, орган управления, анализируя результаты функционирования подсистем, принимает необходимые решения об изменениях соотношений между подсистемами в пользу отдыхающих (туристов).

Изучение ТРС как целостного образования предполагало не только установление отдельных ее элементов, но и раскрытие структуры ТРС, связей между этими элементами. Именно они определяют системные характеристики ТРС и могут быть выявлены с помощью матрицы связей, которую образуют первичные элементы системы.

Концепция ТРС разрабатывалась в условиях административно-командной системы с присущим ей централизованным планированием народного хозяйства.

В.С. Преображенский выделил «узкие места» в учении о рекреации – слабая гуманитаризация; диспропорции в развитии теории, методического аппарата и эмпирических исследований и, в частности, недостаточная эмпирическая изученность процессов самоорганизации рекреационной деятельности; незавершенность формирования стройной рекреологической (междисциплинарной) концепции. Тем самым был очерчен тематический круг актуальных исследований.

## **Основные термины и понятия:**

*Туристская дестинация*

*жизненный цикл дестинации*

*модель Батлера*

*управление жизненным циклом дестинаций*

*модель Преображенского*

## **Вопросы для самостоятельного изучения**

1. Модели управления туристских дестинаций
2. Особенности развития Российской школы география туризма
3. Постижения советской школы рекреационной географии

### **Тема 3. Методы туристско-географических исследований**

#### **План:**

1. Методология географии туризма
2. Методы исследования, используемые в географии туризма.

#### **1. Методология географии туризма**

Для туристско-географических исследований важнейшим остается пространственный подход, основной задачей которого является выявление особенностей размещения туристических объектов, поиск закономерностей развития туризма на разных территориях и разработка рекомендаций по улучшению обслуживания, перспектив развития и охраны окружающей среды в районе приоритетного развития туризма. Именно с ним связаны объяснения о пространственном движении туристов, региональной структурой туристского рынка, размещения материально-технической базы туризма и т.п.

Научное познание туризма предполагает непрерывный поиск новых методологических подходов и методических приемов исследования. Современный этап развития географии туризма характеризуется стремлением к систематизации, классификации, теоретическим обобщениям, синтезу накопленных знаний. Единой методологической основой, органически увязывающей разные научные представления о туризме в общую концепцию, выступает системный подход. Он нацелен на раскрытие сущности объектов (в данном случае туризма) как систем, изучение их многообразных внутренних и внешних связей, определение механизмов формирования устойчивой структуры систем.

Распространение идеи системного подхода и представление о конструктивном характере географии туризма, вместе с накопленным опытом исследований, привели к разработке концепции особого класса геосистем – территориальной рекреационной системой (ТРС). Таким образом, общей методологической основой географии туризма (и рекреационной географии) является диалектическое мировоззрение. Оно раскрывает сущность социально-экономических формаций, основные законы их развития, правильное диалектическое понимание взаимодействия общества и природы в процессе общественного производства и еще научное познание связей и взаимосвязей между общественными и природными явлениями. Именно системный подход позволил разработать в географии

туризма узкофункциональные модели и составлять программы межаспектных исследований.

По мнению А.А. Крючкова (География туризма, 2009) современная география туризма направлена на развитие общественной практики, которая включает процессы гуманизации, экономизации и экологизации.

– Гуманизация и социологизация ориентируют туристско-географическую проблематику на применение социально-культурного и культурно-образного подходов. С их помощью изучаются поведение и восприятия в туризме, которые очень динамичны и зависят от места их носителей в социальной культуре. Это охватывает ряд субъективных отношений туристов, а для успешного продвижения дестинации – целенаправленное конструирование образов туристских территорий (использование исторических, литературных представлений, мифология ресурсов и др.).

– Экономизация, которая направлена на преследование экономической эффективности. Речь и идет о поддержании устойчивой конкурентоспособности: повышения туристских возможностей определенных территорий, эффективное использование ресурсов, удовлетворение потребностей туристов наиболее рациональным способом, предпосылки налаживать эффективное производство туристских услуг, осуществлять эффективное государственное регулирование и др.

– Экологизация, которая направлена на уменьшение антропогенного давления на географическую среду. Данный аспект ориентирует географию туризма к постоянному мониторингу территории по отношению предельно допустимой туристской нагрузки (максимально допустимое количество туристов, которые могут одновременно пребывать на этой территории, не вызывая нарушения геоэкологического равновесия). Внимание к экологической проблематике в туристско-географических анализах развивает концепцию об «устойчивом развитии».

## **2. Методы исследования, используемые в географии туризма**

Методика географии туризма находится в стадии становления. Она характеризуется обилием и разнообразием методов. В самом общем виде «метод» (от греч. *Methodos* – путь исследования) – это способ, прием достижения цели, образ действий. География туризма

заимствовала методы у разных наук (естественных и общественных) с дисциплинарной спецификой их применения. Среди традиционных географических методов для географии туризма наиболее важны типологический, сравнительно-географический, картографический. Используются методы социологических обследований туристов и работников туристской индустрии, клинико-физиологических и текущих медицинских наблюдений (анализ влияния климатических факторов и микроклиматических условий, рельефа, растительности и др. на организм человека), математические и математико-статистические методы. Полезны полевые и камеральные методы исследований.

К самым популярным из общенаучных методов относится *описательный метод*. Под описанием в географии туризма понимается упорядоченная характеристика территории, а также теоретическое обобщение полученного материала, т.е. систематизация, объяснение и построение теории. В большинство случаев описание составляет основу туристско-географического исследования, так как представляют не что иное, как результат описания, подкрепленный оценочными действиями. Информационной обеспеченности описательного метода в географии туризма поддерживается туристических путеводителей, буклетов, рекламных объявлений, достопримечательностей для туристов, программ туристических мероприятий и даже описания художественной литературы. Ведь все эти составляющие относятся к банку данных, что создает специальную информацию. Другим способом сбора информации, в частности в процессе оценки туристической привлекательности, является анализ географических и тематических карт (рельефа, климата, фауны и флоры, наличия исторических памятников), а также дешифрирования космических снимков. Весомый источник информации о развитии мирового туризма – банк данных ЮНВТО. На сайте ([unwto.org](http://unwto.org) - WorldTourismOrganization) размещены сведения о развитии туризма во всем мире, регионах и в отдельных странах, а также материалы, посвященные проблемам развития туризма. Статистические данные о развитии туризма и в ежегодниках, которые выдают специализированные организации ООН, особенно ЮНЕСКО.

Вместе с тем в исследованиях по географии туризма не обойтись без исследований на местности, то есть полевых, охватывающих сплошной, выборочный, маршрутный способы и "способ ключей". *Метод наблюдения* традиционно пользуется как

один из самых присущих географии (в т.ч. географии туризма). Он направлен на собирание первичной информации, посредством экспедиции, экскурсии, сопровождаемыми различными полевыми исследованиями. Полевые географические разведки предполагают подготовительный период, собственно полевой и заключительный, есть камеральный, который заканчивается получением выводов. Такие исследования могут осуществлять с целью определения эффективности природных или даже историко-культурных ландшафтов потребностей туристов, их поведения и др. С помощью собранной информации, делаются важные обобщения и выявляются различные закономерности.

*Статистический метод* используется для анализа социологических опросов, что позволяет методом сравнения выявить отличия одной социокультурной системы от другой. В подобных исследованиях широко применяют метод статистической оценки (определение функций по результатам наблюдений), метод статистической проверки гипотез и пр. Результаты таких исследований – очень важное средство обоснования развития туризма, активного отдыха. Статистическую массу в этом случае могут составлять: доходы населения, его расходы, валютных поступлениях, прибытия, отбытия, количество ночевок, количество койко-мест круглогодичного действия, объем предоставленных туристско-рекреационных услуг в денежном выражении, объем доходов от развития туризма и т.п. Неоднократно недостаток информации о развитии туризма, выезды выходного дня, мотивации туристических поездок за пределы государства, развитие приграничного туризма, заставляют исследователей прибегать к социологическим опросам (анкетирование), возникающие в виде междисциплинарного метода полевых исследований.

Статистические данные, касающиеся развития туризма в мире, в отечественных справочниках публикуют неполно - это очень общие показатели, позволяющие осуществлять текущий анализ развития международного и внутреннего туризма. В таком случае приходится применять недешевые способы получения необходимых данных о развитии туризма, его мотивацию и главные международные турпотоки - анкетирование и интервьюирование. Недостатком анкетирования является то, что туристы, заняты осмотром туристических объектов, неохотно отвечают на вопросы анкетера, а это в определенной степени обедняет полученную информацию. Кроме того, ответы, например, по мотивации туристических

путешествий могут быть очень разными, если назойливо прерывать процесс прослушивания, скажем, во время экскурсии. При таких обстоятельствах нельзя получить объективную информацию. Поэтому очень важно, чтобы анкетирование или интервьюирование осуществляли опытные высококвалифицированные специалисты.

Для географических исследований нередко применяют и *графические методы* (построение таблицы, графики, диаграммы), способствующие изучению территории туристической специализации.

В условиях развития информационного общества в исследовании туризма важное место занимают *математические методы*, в частности экономико-математические и социально-пространственные модели с использованием компьютерных технологий. Они направлены на формализации туристско-географических представлений, отражающих количественные отношения реальных географических объектов. Это позволит не только проследить процесс развития туризма, но и получить научно обоснованные результаты с его перспектив, которых требует современная наука.

Для обработки собранного материала чаще всего используют *методы классификации и типологии*. Под классификацией понимается группировка изучаемых объектов по количественным признакам, а под типологией – группировка объектов по качественным признакам. Тесно связан с ними *сравнительно-географический метод*. Он заключается в выявление между изучаемыми объектами черт сходства и различия, которые в свою очередь могут быть количественными и качественными (Максаковский, 2009). В географии туризма сравнительно-географический метод используется при изучении самых различных объектов, но чтобы сравнение было плодотворным, оно должно удовлетворять трем требованиям:

- во-первых, сравниваться должны лишь такие явления, между которыми может существовать определенная объективная общность;
- во вторых, для познания объектов их сравнение должно осуществляться по наиболее важным, существенным признакам;
- в третьих, сравнивать можно только одномасштабные объекты и территории.

*Картографический метод* – это систематизация и обобщение результатов географических исследований в форме картографических моделей, карт, картосхем. Карта представляет собой уменьшенное и

обобщенное изображение территории – своеобразную модель реальной территории. Поэтому именно карта играет важную роль в исследовании пространственных закономерностей тех или иных явлений. Ее сборки – это еще и важный итог географических исследований. Карта в свою очередь предназначена для научного и практического отражения явлений, объектов, для иллюстрации, а также учебных целей. Задачей туристического картографирования молодые ученые-географы М. Рутинский и А. Стецюк называют:

- освещение закономерностей и форм территориального распространения природных и историко-культурных рекреационных ресурсов, характера туристического освоения территории и материально-технической базы туризма;

- оценка современного состояния уровня использования рекреационно-туристических ресурсов, уровня туристического освоения и рекреационной нагрузки на территорию;

- моделирование оптимальных вариантов развития и совершенствования территориальной организации сферы туризма на основе анализа комплекса природных и социально-экономических факторов.

Туристические карты распределяют на обзорные, маршрутные, где отражена территория с соответствующей нагрузкой вдоль туристических маршрутов (пешеходных, лыжных, водных, велосипедных, конных, автомобильных и комбинированных), и планы городов с перечнем объектов туристической инфраструктуры, списком улиц и площадей, маршрутов городского транспорта и другие. Они должны стать ориентиром на местности и реально отражать существующие связи между туристическими объектами определенной территории, быть надежным инструментом их познания. Туристические карты должны отличаться хорошим изображением ориентиров на местности, типом надписей, размещением условных знаков (легенды), хорошим содержанием, дополняющих основные элементы карты.

Польский исследователь Д. Марковская на туристических картах выделяет три главные группы знаков:

- 1) знаки, обозначающие краеведческие ценности;
- 2) знаки, показывающие состояние туристического освоения;
- 3) другие знаки.

Первую группу охватывают знаки, отражающие живую и неживую природу, а также историко-культурные объекты (исторические памятники, архитектуру, памятники фольклора.

Вторую группу - средства размещения (ночевки и т.п.), питания, канатно-подвесные дороги и другие транспортные коммуникации. К третьей группе относятся объекты, которые не входят непосредственно в туристическую инфраструктуру.

В построении туристических карт очень важно применять картографические способы: точечный (это помогает локализовать объекты); метод картограмм; метод картодиаграмм; значковый; изоритмичный; линейный. Каждый из них имеет свою нагрузку и отражает определенный смысл туристических явлений. Так, линейный метод определяет величину туристических потоков, частоту транспортных доставок.

Среди туристических карт целесообразно выделить группу, связанную с отражением городских поселений. Городская туристическая карта должна схематично изображать транспортную систему города, место концентрации и расположения главных объектов познания, а также объекты инфраструктуры, характеризующие места проживания, питания, спортивные объекты, культурные заведения и др. В такой карте должны быть краткие описания объектов и объекты, достойные осмотра. То есть, упомянутые карты должны содержать информацию о системе застройки, структуру и характер города, функции отдельных ее сегментов.

В исследованиях географии туризма наблюдается возвращение от количественных методов к качественному анализу с использованием социологических, психологических и этнологических методологий, а также применение экономической теории и теории менеджмента. К качественным показателям, которые широко применяют в географической практике, относится так называемый коэффициент Баретия и Деферта, что указывает на уровень развития туристической функции.

В туристско-географических анализах особое место занимают *оценочные методы*. Они используются, чтобы выявить некоторые свойства среды (привлекательность, контрастность, уникальность, выразительность, доступность и др.), в которой развивается туризм, еще даже измерить экономической эффективности развития туризма в данном районе. Популярными стали некоторые типы оценок:

– Медико-биологическая (рекреационная) оценка, исследующая воздействие (комфортность) природных факторов на человеческий организм (Таблица 1.). Ведущую роль при этом играет оценка рекреационных климатических элементов (температура, скорость и

направление ветров, количество осадков, влажность, облачность, атмосферное давление, ультрафиолетовая радиация).

Таблица 1.

**Сочетания температуры и относительной влажности воздуха, благоприятнее для человека**

<i>Температура (°C)</i>	<i>Относительная влажность воздуха (%)</i>
20	85
25	60
30	44
35	33

– Психолого-эстетическая оценка исследует воздействие природного или культурного ландшафта на эмоциональность человека. Речь идет об эмоциональной реакции человека на тот или иной ландшафт (Таблица 2.). Эстетическая ценность ландшафта зависит от его морфологической структуры и разнообразия элементов, а также от таких свойств как уникальность, способность к психологическому воздействию, экзотичность и др. В этом плане не случайно, территории, обладающие большой эстетической ценностью, при равенстве других свойств, пользуются повышенным спросом у туристов.

Таблица 2.

**Условная оценка степени контрастности основных пар природных комплексов**

<i>Пары природных комплексов</i>	<i>Оценка в баллах</i>
Лес – водоем	5
Лес – луг	4
Кустарниковые заросли – луг (поле)	3
Лес – кустарниковые заросли	2
Поле – луг	1

– Технологическая оценка отражает взаимодействие человека и природной среды, посредством «технологии» туристской деятельности. В ней выделяется два аспекта: с одной стороны выявляется пригодность ресурсов для организации различных видов туризма, с другой – возможности инженерно-строительного освоения территории. Технологическая оценка применяется и к культурно-историческим ресурсам (на примере бальной шкалы) по следующим критериям: степень физической сохранности объекта (высокая, средняя, низкая); время комфортного срока использования объекта; пропускная способность; количество экспонатов для показа; доступность и т.д. (Таблица 3.).

Таблица 3.

## Технологическая оценка культурно-исторических ресурсов

Степень физической сохранности объекта	Продолжительность комфортного периода использования объекта	Пропускная способность (человек в день)	Количество экспонатов для показа	Транспортная доступность	Техническая обеспеченность
Высокая					
Средняя					
Низкая					

– Экономическая оценка позволяет определять эффективность различных мероприятий, направленных на более полное и рациональное использование ресурсов. Основная проблема, заключается в том, что экономически оценить туристские ресурсы довольно сложно. Экономическая оценка наиболее удачна для тех ресурсов, хозяйственный эффект от которых можно измерить – минеральные воды, лечебных грязей, леса, заповедники. К экономической оценке причисляется также определение допустимой емкости (нагрузки) туристских территорий или ресурсов (Таблица 4.).

Таблица 4.

## Нормы допустимой рекреационной нагрузки некоторых туристских ресурсов

Туристские ресурсы	Норма (человек/м <sup>2</sup> )
Пригородные зоны отдыха	80
Пляж	8
Площадки для пикника	100
Тропы для пеших прогулок	80
Тропы для конной езды	80
Горные лыжи	90

Среди методов, заимствованных из других отраслей науки, в частности от экономической науки, существует метод SWOT-анализ (от английских терминов: strengths - сила, weaknesses - слабость, opportunities - возможности и threats - угроза). Этот метод применяли для определения возможностей развития туризма на определенной территории. Под понятием "сильные стороны" (strengths) и "слабые стороны" (weaknesses) понимают внутренние факторы, влияющие на развитие определенного явления, а понятие "шанс" или "возможность" (opportunities) и "угроза" (threats) применяют для

наружных факторов, чаще всего определяют дальнейшую перспективу этого явления.

### **Основные термины и понятия**

*Метод*

*Методология*

*Гуманизация*

*Экономизация*

*Экологизация*

### **Вопросы для самостоятельного изучения**

1. Метод баллов в географии туризма
2. Метод SWOT в географии туризма
3. Картографический метод и его оценка

## **Тема 4. География природных ресурсов мира**

План:

1. Природные условия и ресурсы
2. Рельеф
3. Климатические ресурсы
4. Водные ресурсы
5. Почвенные и биологические ресурсы

### **1. Природные условия и ресурсы**

Природные условия – это компоненты природы, которые влияют на жизнедеятельность людей (рельеф, климат, природная зональность и т.д.). Природные условия – это разнообразные природные явления, тела или природные процессы, существенные на данном уровне развития технологии производства туристского продукта, но непосредственно не участвующие в этом процессе.

Природные ресурсы – это природные тела, явления, процессы или отдельные элементы рельефа, которые проявляются на определенной площади в течение определенного времени и которые могут быть использованы в жизнедеятельности человека.

Важнейшей составной частью природно-ресурсного потенциала, в сфере туризма, являются **рекреационные ресурсы**, под которыми понимаются компоненты природной среды, объекты хозяйственной деятельности, обладающие уникальностью, оригинальностью, эстетической привлекательностью, целебно-оздоровительной

значимостью, могущие быть использованы для организации различных видов и форм рекреационных занятий.

География природных ресурсов, изучает размещение и структуру отдельных видов и территориальных сочетаний естественных ресурсов, проблемы их экономической оценки и рационального хозяйственного использования. Значение географии природных ресурсов возрастает в связи с изучением ею географических аспектов охраны и воспроизводства природных ресурсов и окружающей среды, проблем ресурсообеспеченности человечества.

География природных ресурсов включает разделы, связанные с изучением: а) земельных фондов; б) лесных и др. растительных ресурсов; в) климатических ресурсов; г) гидроресурсов суши; д) ресурсов животного мира; е) ресурсов недр земли; ж) ресурсов Мирового океана.

В системе географических наук географию природных ресурсов обычно относят к экономико-географическим дисциплинам; однако существует мнение и о промежуточном её положении на грани физической географии и естественных наук с одной стороны и экономической географии – с другой.

Новые задачи ставит перед географией природных ресурсов современная научно-техническая революция, которая открывает возможности намного более полного использования природных ресурсов и вовлечения в хозяйственный оборот новых их видов, что расширяет ресурсно-сырьевую базу развития человечества и ведёт к существенным изменениям в её географическом размещении.

Важным показателем в развитии туризма является природно-ресурсный потенциал. Такие крупные страны, как Россия, Канада, США, Китай, Бразилия, Австралия отличаются огромным природно-ресурсным потенциалом, который при рациональном использовании влияет на туристическую деятельность.

Изучение природной среды и природных ресурсов в туристическом страноведении осуществляется в следующей последовательности: рельеф, климат, водные ресурсы, почва, флора, фауна и т.д. Итак, природные рекреационные ресурсы, с одной стороны, входят в состав природной среды в качестве ее компонентов (водные ресурсы – часть гидросферы, минеральные ресурсы – часть литосферы), с другой стороны они – составная часть социально-экономической жизни общества.

## **2. Рельеф**

Геоморфологические рекреационные ресурсы представляют собой сочетание элементов, форм и типов рельефа, имеющих различный генезис, возраст и эволюцию, обладающих научной, медико-биологической и психолого-эстетической ценностью и используемых для удовлетворения потребностей людей в рекреации.

Вовлечение геоморфологических ресурсов в процессе рекреационной деятельности может быть различным по характеру

- 1) как элемент аттрактивности может восприниматься зрительно;
- 2) как база размещения объектов рекреационного назначения может использоваться без прямого их расходования, в результате чего геоморфологические рекреационные ресурсы подвергаются воздействию, изменению и деградации.

Условия рекреационной деятельности во многом определяются особенностями рельефа. Рельеф – совокупность неровностей суши, дна океанов и морей, разнообразных по очертаниям, происхождению, возрасту и истории развития. Характер рельефа (степень его вертикального и горизонтального расчленения, крутизна и экспозиция склонов, интенсивность проявления современных рельефообразовательных процессов) влияет на многие виды рекреационной деятельности, определяет эстетические свойства пейзажей, условия солнечного освещения, возможности строительства. Каждому типу рельефа соответствует определённый тип рекреационной специализации. Для лечебно-оздоровительного отдыха как функционально, так и эстетически наиболее благоприятна пересечённая местность, но с незначительными превышениями. Поэтому, как правило, лечебно-оздоровительные учреждения располагаются либо на равнинных территориях, либо в предгорной (200-400 м.) и в среднегорной (400-1000 м.) зонах.

Для оздоровительных целей наиболее благоприятен крупнохолмистый или грядовый рельеф; относительно благоприятна слабохолмистая и волнистая местность; ровная плоская поверхность неблагоприятна, т. к. с точки зрения эстетики пейзажного восприятия монотонный рельеф неинтересен, а также функционально малопригоден.

Неблагоприятны территории, подверженные оползням и эрозии. Это обстоятельство необходимо учитывать при строительстве рекреационных учреждений.

Оценка рельефа для спортивного туризма:

- а) Пешеходный туризм.

Категорийные походы (1-4 категории сложности) проводятся на равнинной, предгорной и горной местностях. Категории маршрутов зависят от высоты местности, крутых склонов, протяжённости дистанции и наличия препятствий на трассе. На равнинах препятствиями являются болота (с кочками, расположенными на расстоянии менее 1,5-1 м. друг от друга), лесные кустарниковые чащи, крутые берега рек и склоны оврагов с крутизной 25-40.

б) Горный туризм.

Основными ресурсами для горного туризма является горный рельеф, скалы, ледники, снежники. Горный туризм распространён в горных районах, преимущественно в среднегорье и высокогорье до высоты 3000-5000 м.

Определение рекреационного потенциала рельефа позволит повысить эстетическую ценность рекреационной деятельности и расширить рекреационную ёмкость регионов с наименьшим воздействием на природный комплекс.

### 3. Климатические ресурсы

Климатические рекреационные ресурсы - представляют собой метеорологические элементы или их сочетания, обладающие медико-биологическими свойствами и используются в процессе рекреации.

Этот вид рекреационных ресурсов - основополагающий. Определённые типы климата способствуют эффективному повышению физических и духовных сил человека как сами по себе, так и в сочетании с другими природными ресурсами, которые могут быть отнесены к рекреационным в данном регионе. В этом смысле климатические рекреационные ресурсы могут иметь региональный аспект.

Воздействие климата на организм человека называют **биоклиматом**. В соответствии с этим биоклиматические параметры отличаются от обычных метеорологических характеристик, так как представляют собой комплексное воздействие метеорологических характеристик воздушных масс на организм человека: температуры, скорости ветра, влажности, давления.

Для оценки биоклимата все биоклиматические параметры рассматриваются по степени благоприятности их воздействия на организм человека. При этом неблагоприятные факторы, оказывающие повышенную нагрузку на адаптационные системы организма человека, названы раздражающими. Метеорологические условия, приводящие к менее выраженному напряжению

приспособительных механизмов в организме человека, названы тренирующими. В целом они относительно благоприятны, а для большинства людей, не страдающих тяжёлыми заболеваниями, являются полезными условиями, оказывающими тренирующее воздействие. Щадящие климатические условия благоприятны для всех без исключения людей, в том числе для ослабленных больных, находящихся на лечебном отдыхе в санатории или на курорте.

Категорирование медико-климатических условий дает научно обоснованные критерии для рекомендаций населению при освоении новых территорий, выборе места жительства, планировании и проектировании профиля курортных зон, организации санаторно-курортного процесса, повышении эффективности санаторно-курортного лечения и организации оздоровительного отдыха.

Термический режим характеризуется продолжительностью периодов: безморозного, благоприятного для летней рекреации; благоприятного для зимней рекреации; купального периода; а также теплоощущением человека в холодный и зимний период для обеспеченности теплом в тёплый период. Период, благоприятный для зимней рекреации устанавливается когда среднесуточная температура достигает  $-5^{\circ}\text{C}$ , но не ниже  $-25^{\circ}\text{C}$ , при этом возможны занятия всеми видами зимнего отдыха. Период, благоприятный для летней рекреации, определяется числом дней со среднесуточной температурой выше  $+15^{\circ}\text{C}$ , при этом становятся возможными занятия всеми видами летнего отдыха. Продолжительность купального сезона определяется числом дней с температурой воды выше  $+17^{\circ}\text{C}$ . На территории России продолжительность купального сезона варьирует от 30 до 120 дней в году.

Режим влажности. В биоклимате учитываются две основные характеристики влажности: относительная и абсолютная. Для рекреационных целей важна относительная влажность в дневные часы. Зимой почти повсеместно относительная влажность высокая, её суточный ход не выражен, преобладают «влажные» дни с влажностью около 70%. В тёплый период ночные значения влажности бывают достаточно высокие: 70-80%. В отдельные «сухие» дни влажность днём опускается до 30% и менее. Наиболее часто «сухие» дни отмечаются в мае. В целом для здоровья людей благоприятна относительная влажность в 40-60%. Длительная влажность менее 30% действует иссушающе на кожу. Однако существует определённый контингент больных, страдающих

нефритами, для которых лечение в сухом климате жизненно необходимо.

С абсолютной влажностью связано такое дискомфортное явление, как духота. Оно наблюдается в тёплое время года, когда влагосодержание очень высоко. Духота особенно тяжело переносится, если сопровождается термическим перегревом, - развивается гигротермический дискомфорт; она негативно влияет на страдающих заболеваниями сердечнососудистой системы, бронхиальной астмой. В летние месяцы сильная духота характерна для Черноморского и Каспийского побережья Кавказа.

Режим осадков. Зимой по продолжительности залегания снежного покрова определяет пригодность территории к занятиям лыжным туризмом. Летом играет роль не столько количество самих осадков, сколько повторяемость дождливых погод, которые препятствуют туристским занятиям. Дождливым принято считать день, когда выпадает более 3 мм осадков (в дневное время), однако, это относительная величина.

#### **4. Водные ресурсы**

Водные рекреационные ресурсы включают все типы поверхностных и подземных вод, обладающих научной, психолого-эстетической, медико-биологической ценностями и используемых для удовлетворения потребностей людей в рекреации.

С точки зрения экономического использования водные рекреационные ресурсы могут быть технологически обязательными (гидроминеральные или морские воды) и способствующими рекреационному процессу (пресная питьевая вода). В свою очередь технологически обязательные водные ресурсы могут вовлекаться в процесс рекреационной деятельности различным образом:

1) как элемент аттрактивности воспринимается зрительно - морской и речные пейзажи, экскурсионные водные объекты - водопады;

2) использоваться без прямого их расходования - морские и речные купания, в результате чего гидрологические рекреационные ресурсы подвергаются воздействию, изменению и даже деградации;

3) непосредственно расходоваться, например, гидроминеральные ресурсы.

Водные рекреационные ресурсы включают ресурсы вод Мирового океана, поверхностные и пресные подземные воды, гидроминеральные и термальные вод, лечебные грязи.

С точки зрения рекреационного использования ресурсы морских и пресных вод (реки, озёра) относятся как к возобновимым, так и невозобновимым. К возобновимым относятся биологические, гидрологические и энергетические составляющие этих вод, способные к самовосстановлению. К невозобновимым относится минеральная составляющая водных ресурсов, а также песок, гравий и другие материалы континентального шельфа.

Гидроминеральные и гидротермальные рекреационные ресурсы, являясь ресурсами недр, исчерпаемы и невозобновимы. Обычно они расположены в глубинных слоях литосферы и имеют ограниченное число выходов на поверхность Земли. Поэтому нарушение гидрологического режима района выхода этих вод на поверхность приводит к тому, что они уходят вглубь земной коры. Источники истощаются и теряют экономическую значимость.

К водным объектам, представляющим интерес для рекреационной деятельности, относятся моря, большие и малые реки, озёра, искусственные водоёмы - от крупных водохранилищ, построенных на реках, до прудов и заполненных водой карьеров.

Обеспеченность территории водными объектами определяют следующие характеристики:

- обводненность - отношение протяженности водных объектов в километрах к площади территории;
- заозеренность - отношение площади водных зеркал к площади территории.

### **Оценка водных объектов для пляжно-купального отдыха.**

Пляжно-купальный отдых организуется на берегах морей, озёр, рек и искусственных водоёмов (прудов, карьеров, водохранилищ). При оценке рассматриваются условия подхода к воде, наличие пляжной полосы, характер дна, скорость течения (реки), преобладание слабого волнения на крупных водоёмах, температурный режим. Купальный сезон считается возможным для широкого круга отдыхающих, когда температура воды достигает +17 °С.

В настоящее время для пляжно-купального отдыха начали активно использовать искусственные водоёмы: водохранилища, пруды и карьеры.

Водоохранилища, построенные в средней полосе России и в Сибири для транспортных целей или как резервуары с питьевой

водой, стали широко использоваться рекреационными учреждениями для яхтинга, виндсерфинга и для пляжно-купального отдыха.

Для строительства отдельных здравниц перспективны малые реки и озёра. На малых реках можно строить гидропарки, состоящие из системы различных водоёмов, соединённых каналами. Такие объекты незначительны по площади. Поскольку под воду уходят чистые луговины, они изначально экологически чистые и могут легко очищаться по мере необходимости путём спуска плотины.

Разновидностью гидропарков являются аквапарки - развлекательные учреждения с комплексом различных водных аттракционов. При организации оздоровительного отдыха на воде необходимо соблюдать допустимые антропогенные рекреационные нагрузки.

### **Водные ресурсы для спортивного туризма**

Для спортивного туризма водные объекты оцениваются в зависимости от вида водного туризма. Яхтинг требует большой акватории (свыше 400 га.) с достаточной глубиной (от 3 м.) и значительной изрезанностью береговой линии. Благоприятным моментом является повторяемость слабого волнения менее 3 баллов в пределах данной акватории. Наиболее благоприятные условия для развития яхтинга отмечаются в морских заливах, крупных озёрах, водохранилищах, но если они имеют удобные бухты.

Крупные водоёмы используются также для катания на буерах (зимой), на гидроциклах, моторных катерах и для виндсерфинга.

Сплавы на лодках и плотах - для семейного туризма, который не преследует спортивных целей, наиболее пригодны спокойные малые реки, текущие в пределах лесной зоны. При выборе маршрута необходимы данные о полноводности рек, её режиме и подходах к воде.

Спортивные категорийные сплавы на байдарках, каноэ, катамаранах и плотах проходят по рекам, отличающимся большим количеством препятствий. Сложность маршрута определяется скоростью течения реки, протяжённостью маршрута и количеством препятствий (пороги, каменистые перевалы, водопады).

Гидроминеральные ресурсы являются одними из основных природных лечебных факторов, используемых в санаторно-курортной практике. К ним относятся минеральные воды и лечебные грязи. Минеральные воды представляют собой сложные растворы, в которых компоненты находятся в виде ионов, несвязанных молекул,

коллоидных частиц и растворённых газов. Минеральные воды на основании различных критериев подразделяются на:

- по преобладанию анионов - хлоридные, гидрокарбонатные и сульфатные;
- по преобладанию катионов - натриевые, магниевые, кальциевые;
- по содержанию газа - сульфидные, углекислые, радоновые;
- по содержанию биологически активных микрокомпонентов - железистые и йодо-бромные.

Запасами минеральных вод отличаются: Россия, Франция, Италия, Испания, Венгрия, Болгария

Лечебные грязи - содержат вещества, подобные гормонам и витаминам, благодаря чему являются биогенными стимуляторами. Среди них, в зависимости от происхождения выделяют: торфяные, сапропелевые (встречаются во Владимирской области), иолово-сульфидные и сопочные грязи.

## **5. Почвенные и биологические ресурсы**

Почвенные рекреационные ресурсы - это разнообразие типов почв регионов рекреационной специализации, через которые происходит обмен веществом и энергией между литосферой, атмосферой и гидросферой и которые формируют физико-химические, фаунистические и флористические и комплексно-природные рекреационные ресурсы. Это опосредованный ресурс, способствующий созданию и развитию рекреационного сектора экономики.

Значение растительного покрова в качестве рекреационного ресурса очень велико, так как с ним связано оздоровительное влияние ландшафта благодаря ионизационным и фитонцидным свойствам растений. Особенно велика роль лесов, так как именно лесные массивы способствуют повышению содержания кислорода в воздухе и его ионизации (процесс образования ионов в воздушной среде, оказывающий очищающее влияние на организм человека). Оптимальной ионизацией характеризуются смешанные леса и чисто сосновые боры, а из древесных пород помимо сосны, - берёза бородавчатая, липа сердцелистная, рябина обыкновенная, дуб красный и черешчатый, лиственница сибирская, ель обыкновенная, пихта одноцветная.

Леса обогащают воздух кислородом и поглощают углекислый газ, недаром их называют «лёгкими городов». Кроме того, они очищают воздух от различных видов загрязнений, в том числе и шумового, так

как шум разрушающе воздействует на нервную систему. Поэтому очень важно наличие зелёного леса вдоль автомагистралей и вокруг различных рекреационных объектов. Леса благоприятно влияют и на радиационный и термический режимы. В летний период они снижают теплоощущение человека в дни с дискомфортом перегрева примерно от 1 до 5 °С в зависимости от площади лесного массива: площадь в 1 га снижает на 1 °С, площадь в 15-20 га - на 5 °С. Лесными ресурсами богаты такие страны, как Россия, Финляндия, Канада, Бразилия, Конго и т.д.

Луга для рекреации имеют очень большое значение, так как, занимая открытые пространства (поляны, опушки), они разнообразят пейзаж. В санаториях луга обычно используются для строительства климатосооружений и спорткомплексов.

Болота для рекреации неблагоприятны, а потому заболоченные участки обычно исключаются из зоны, пригодной для рекреационного освоения, за исключением тех случаев, когда они занимают ограниченные участки (1-2 га) и расположены среди лесного массива. Такие болота не снижают микроклиматических характеристик местности, не затрудняют проходимость и разнообразят местный пейзаж, так как отличаются специфическим, достаточно декоративным набором растений с особыми пряными запахами.

Большие болотные массивы, богатые ягодниками, могут ограниченно использоваться для сбора грибов, ягод и охоты.

Сельскохозяйственные угодья являются необходимым элементом ландшафта и не снижают рекреационной значимости территории. Если она велика, то такая территория не представляет большого интереса для рекреационного освоения. Чередование полей с перелесками и лесными массивами придаёт своеобразие пейзажу и не ухудшает рекреационных качеств ландшафта.

Флористические рекреационные ресурсы объединяют всё разнообразие растительного мира, обладающего лечебными свойствами, научной, научно-познавательной, природно-эстетической рекреационной и медико-биологической ценностью и участвующего в процессе восстановления духовных и физических сил человека. Флористические рекреационные ресурсы незаменимы, но экономически восполнимы. Они выступают одновременно технологически обязательными и способствующими рекреационному процессу природными ресурсами, непосредственно участвуя в процессе восстановления духовных и физических сил человека и

формируя другие рекреационные ресурсы. Объединяясь в рекреационном комплексе с другими рекреационными ресурсами, они создают высокую степень аттрактивности любого ландшафта. Вовлечение лесных ресурсов в процесс рекреационной деятельности может быть различным по характеру:

- 1) восприниматься зрительно - пейзажи, экскурсионные объекты;
- 2) использоваться без прямого их расходования, например экскурсии в лес, в горы;
- 3) непосредственно расходоваться, например, сбор ягод, грибов, орехов.

В связи с большим спросом населения на отдых в лесу значительные площади территорий Гослесфонда России являются лесами рекреационного назначения, в результате чего наблюдается прогрессирующая лесных биогеоценозов. Это обуславливает необходимость разработки мероприятий по оптимизации и регулированию рекреационного лесопользования.

Ягодные, грибные уголья и уголья с лекарственными растениями используются для создания природных рекреационных парков или территорий, на которых отдыхающие занимаются сбором лесных и луговых даров.

При оценке угодий основными факторами, обуславливающими ценность природного комплекса, являются наличие и обилие ягод, грибов и лекарственных растений, а также степень разнообразия их видов, обеспечивающая достаточно длительный прогулочно-промысловый сезон. Для оценки природного комплекса в его современном состоянии рассматриваются такие показатели как обилие, разнообразие, редкость видов ягод и грибов, лекарственных растений.

Фаунистические рекреационные ресурсы - это природные ресурсы, объединяющие всё разнообразие животного мира, обладающего научной, научно-познавательной, природно-эстетической и медико-биологической ценностью и используются в процессе восстановления духовных и физических сил человека, его трудоспособности. Фаунистические рекреационные ресурсы относятся к возобновимым, так как они обладают способностью к самовосстановлению, незаменимы и экономически восполнимы. Они выступают одновременно и технологически обязательными ресурсами, непосредственно участвуя в процессе восстановления духовных и физических сил человека, и способствующими рекреационному процессу, формируя почвенные и комплексные

рекреационные ресурсы. Все вместе они создают высокую степень attractiveness любого ландшафта.

Ландшафтно-рекреационный потенциал - интегральная оценка пригодности данной территории для рекреации и туризма; включает в себя рекреационную оценку ландшафтов и экологическое состояние природной среды. Ландшафт - геосистема (сочетание форм рельефа, горных пород, климата, внутренних вод, почв и сообщества организмов, взаимосвязанных в своих пространственных изменениях и истории развития) с единым происхождением, общей историей развития, формирующейся в однородных условиях.

Интегральная оценка ландшафта складывается из средних значений основных составляющих ландшафта. При трехбалльной системе оценок устанавливается следующая градация территории для рекреационного освоения:

- неблагоприятная - 1,0-1,4 балла;
- относительно благоприятная - 1,5-2,4 балла;
- благоприятная - 2,5-3,0 балла.

На основании полученных значений ландшафтного потенциала производится зонирование территории по степени благоприятности для рекреационного освоения.

Природные заказники, памятники природы и заповедные участки леса - это территории, выделяемые для редких уникальных и типичных природных комплексов, охрана которых поручается землепользователям этих территорий: лесничествам, лесхозам, если ООПТ находятся на территории Гослесфонда или сельской администрации, если они находятся в пределах земель бывших колхозов, совхозов. Землепользователи этих ООПТ организацией рекреационной деятельности на них не занимаются.

Самая распространённая форма охраны территорий - заказники. Под заказником понимается временно охраняемая территория (акватория), на которой сохранены определённые виды флоры и фауны, геологические объекты, элементы ландшафта. В пределах заказника запрещаются отдельные формы хозяйственной деятельности. Также они закрыты для посещения туристами.

Ботанические заказники, созданные для охраны определённых видов растительного покрова, обычно используются для регламентированной зимней охоты и рыболовства.

В зоологических заказниках, в которых охраняются представители фауны, разрешается регламентированный сбор грибов, ягод и лекарственных растений.

Геологические и гидрологические заказники представляют интерес для познавательного прогулочного туризма, школьных экскурсий и учебных занятий для студентов географических и геологических факультетов.

Для целей познавательного туризма особое значение имеют комплексные заказники, в которых туристов знакомят с редкими видами животного и растительного мира, живописными пейзажами.

Памятники природы - это уникальные природные объекты (водопады, пещеры, живописные скалы) или мемориальные природные объекты. Памятники природы всегда стараются включать в туристские маршруты как наиболее аттрактивные природные объекты.

Заповедные участки леса выделяются лесниками как эталонные или лесные уникальные территории, имеющие значение для сохранения и воспроизводства определённых растительных формаций. Их посещение обычно входит в маршруты экологического туризма. Национальные парки и заповедники - особые виды ООПТ, которые имеют администрацию, в функцию которой входит организация как природоохранной, так и рекреационной деятельности.

Национальные парки - это природоохранительные учреждения, территории которых включают природные комплексы и объекты, имеющие особую экологическую, историческую и эстетическую ценность, предназначенные для использования в природоохранных рекреационных, просветительских, научных и культурных целях. Задачей национальных парков наряду с природоохранной функцией является создание условий для регулируемого туризма и отдыха в природных условиях. Во всём мире национальные парки активно охвачены туристской индустрией.

Заповедники - природоохранные учреждения, территория которых включает природные комплексы и объекты, представляющие уникальную экологическую ценность, предназначенные для использования в природоохранных, научных и научно-просветительских целях. В отличие от национальных парков заповедники имеют очень ограниченное рекреационное использование, в основном только просветительское.

К числу крупных и самых известных заповедников и национальных парков относятся: Йеллоустоунский национальный парк, Гранд-Каньон, Джаспер, Олимпик – в США, национальный парк Грассленд – в Канаде, Лос-Гласьярес – в Аргентине, Серенгети,

Найроби, Масаи Мара, имени Крюгера – в Африке, Ильменский заповедник, Алтайский заповедник, Кавказский заповедник, Воронежский заповедник – в России и др.

### **Основные термины и понятия**

*Природные условия*

*Природные ресурсы*

*Рельеф*

*Климат*

*Водные ресурсы*

*Заповедники*

*Заказники*

*Национальные парки*

### **Вопросы для самостоятельного изучения**

1. Крупнейшие рекреационные объекты мира
2. Крупнейшие заповедники мира
3. Назовите основные группы туристских ресурсов и дайте их характеристику

## **Тема 5. География антропогенных ресурсов мира**

### **План:**

1. Культурно-исторические ресурсы туризма
2. Памятники, входящие в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО
3. Социально-экономические ресурсы туризма

Антропогенные ресурсы это те объекты и явления, связанные с деятельностью человека и являющиеся результатом его материального и нематериального характера. Материальные объекты охватывают совокупность материальных ценностей общества на каждой исторической стадий его развития, а также средств производства (оригинальные предприятия промышленности, сельского хозяйства), транспорта, политические, научные и образовательные учреждения, спортивные сооружения. Нематериальные (духовные) антропогенные объекты – это достижения общества в искусстве, науке, литературе, образовании и общественной жизни (в труде и быте).

### **1. Культурно-исторические ресурсы туризма**

Культурно-исторические ресурсы служат предпосылкой для организации культурно-познавательных видов туризма, выполняя, прежде всего, познавательные, воспитательные и образовательные функции. В зависимости от их основных признаков памятники истории и культуры подразделяются на **5 основных видов**: истории, археологии, градостроительства и архитектуры, искусства, документальные памятники (Александрова, 2010).

– **Памятники истории.** К ним могут быть отнесены здания, сооружения, памятные места и предметы, связанные с важнейшими историческими событиями в жизни народа, а также с развитием науки и техники, культуры и быта народов, с жизнью выдающихся политических, государственных, военных деятелей, народных героев, деятелей науки, литературы, искусства.

– **Памятники археологии.** Это городища, курганы, остатки древних поселений (селища, земляные валы, наскальные рисунки), укреплений, производств, каналов, дорог, древние места захоронений, каменные изваяния, наскальные изображения, старинные предметы, участки исторического культурного слоя древних населенных пунктов.

– **Памятники градостроительства и архитектуры.** Для них наиболее характерны следующие объекты: архитектурные ансамбли и комплексы, исторические центры, кварталы, площади, улицы, остатки древней планировки и застройки городов и других населенных пунктов, сооружения гражданской, промышленной, военной, культовой архитектуры (православные храмы, католические соборы, протестантские кирхи, еврейские синагоги, буддистские пагоды, мусульманские мечети), народного зодчества, а также связанные с ними произведения монументального, изобразительного, декоративно-прикладного, садово-паркового искусства, пригородные ландшафты.

– **Памятники искусства.** К ним относятся произведения монументального, изобразительного, декоративно-прикладного и иных видов искусства.

– **Документальные памятники.** Это акты органов государственной власти и управления, другие письменные и графические документы, кинофотодокументы и звукозаписи, а также древние и другие рукописи и архивы, записи фольклора и музыки, редкие печатные издания.

### ***Памятники истории и культуры и их разновидности***

Культурно-исторический потенциал является основой познавательного туризма. Он представлен различными видами исторических памятников, мемориальных мест, народными промыслами, музеями, то есть сочетаниями объектов материальной и духовной культуры. Каждая эпоха оставляет свой след, который обнаруживается в культурных слоях общественной жизни. Практически каждая местность может представлять интерес для культурно-познавательного туризма. Но места, где долго жили люди, хранят большой след материальной культуры. В целом среди *памятников* культурного наследия можно выделить (Кусков, 2008):

- памятники археологии;
- культовую и гражданскую архитектуру;
- памятники ландшафтной архитектуры;
- малые и большие исторические города;
- типичные сельские поселения;
- музеи, театры, выставочные залы и другие объекты социокультурной инфраструктуры;
- объекты этнографии, народные промыслы и ремесла, центры декоративно-прикладного искусства;
- технические комплексы и сооружения.

Туристы, посещая ту или иную страну, воспринимают культурные памятники в целом, т.е. как *комплексы*. К ним относятся группы изолированных или объединенных строений архитектуры, единство или связь с ландшафтом, которые представляют выдающуюся универсальную ценность с точки зрения истории, науки и искусства. В культурные комплексы составной частью входит и природа: в городах это парки и скверы, зеленые насаждения во дворах и на улицах; в сельской местности – приусадебные участки; в старинных усадьбах и монастырях – ландшафтные рукотворные пейзажные парки и сады. Нарушение исторического ландшафта негативно влияет на аттрактивность культурного объекта.

Существует множество форм включения культурно-исторических ресурсов в систему рекреационного туристского обслуживания. Наиболее распространенная форма – организация музеев и экскурсионно-исторических маршрутов. Аттрактивность культурных комплексов определяется их художественной и исторической ценностью, модой и доступностью по отношению к местам спроса.

Типичные примеры культурных комплексов в России – это сохранившиеся в средневековых городах кремли (в Москве, Великом

Новгороде, Владимире, Ростов и т.д.) или комплексы загородной архитектуры, представленные усадьбами и дворцово-парковыми ансамблями (такими как Петергоф, Царское село, Ораниенбаум, Павловск в окрестностях Санкт-Петербурга, Архангельское и Царицыно в Подмосковье).

### ***Методы оценки и анализа культурно-исторических ресурсов***

Оценка культурных комплексов для туристских целей производится двумя основными методами:

1) Определением значимости культурных комплексов в мировой и отечественной культуре, которое производится экспертным путем: устанавливаются объекты мирового, федерального, регионального и местного значения;

2) Необходимым и достаточным временем для осмотра. Этот метод позволяет сравнивать различные территории по перспективности историко-культурного потенциала для туризма. Некоторые авторы (Пирожник, 1985) называют его экскурсионным потенциалом объекта. Так, например, для осмотра музеев или дворцовых комплексов Лувра, Эрмитажа, Прадо требуется, по крайней мере, один день, а для обычного городского памятника – несколько минут.

Для культурно-исторических ресурсов и комплексов, также как и для природных, важными характеристиками для составления объективных оценок являются некоторые свойства:

– **аттрактивность** культурных ресурсов – зависит от их художественной и исторической ценности, моды и доступности до посещения;

– **уникальность** ресурсов, определяется редкостью и исключительной привлекательностью для туристов из любого уголка земного шара;

– **познавательная ценность** – связь ресурса с конкретным историческим субъектом, жизнью и творчеством известных людей;

– **надежность** ресурсов – обуславливается двумя факторами: *устойчивостью* к рекреационным нагрузкам и *стабильностью* его соответствия ценностным критериям, сформировавшимся у населения. Первый фактор определяет, какой поток туристов может выдержать данный культурный комплекс. Это особенно важно для музеев, где необходимо поддерживать определенный температурно-влажностный режим для сохранения экспонатов. Остро стоит вопрос о применении современных технических средств для повышения

устойчивости культурных комплексов к рекреационным нагрузкам и о регулировании потоков экскурсантов. Второй фактор связан с долговременностью интереса туристов к данному культурному объекту. Сохраняется стабильность их интереса к объектам мирового наследия (египетским пирамидам, античной архитектуре Афин, архитектурным и историко-культурным памятникам Парижа, Санкт-Петербурга и пр.);

– **емкость** культурного комплекса определяется продолжительностью периода, в течение которого туристы могут воспринимать содержащуюся в нем информацию, и зависит от двух факторов: аттрактивности объекта, осмотра и психофизиологических возможностей человека, которые отличаются значительной индивидуальностью и имеют определенный предел;

– **сохранность** – подготовленность ресурса к организованному приему туристов;

– **экзотичность** – степень контрастности объектов по отношению к условиям места постоянного проживания туристов, а также необычность объекта;

– **известность** – популярность культурно-исторического объекта или комплекса среди туристов;

– **рекреационная ценность** – возможность использования объекта для организации отдыха и оздоровления туристов, т.е. культурно-исторические ресурсы, обладающие лечебными свойствами;

– **выразительность** – степень взаимодействия объекта к организованному приему туристов.

Среди оценочных показателей по выявлению наиболее ценных качеств у культурно-исторических ресурсов, относятся, качества принятые в ЮНЕСКО (Организация по образованию, науке и культуре при ООН). Их отбор производится на основе определенных качеств, которые объединены в 6 критериев. Для включения в Список ЮНЕСКО объект должен соответствовать одному из показателей:

- 1) являться шедевром творческого гения;
- 2) отражать существенное влияние взаимообмена общечеловеческими ценностями в пределах определенного периода времени или определенного культурного района мира на развитие архитектуры или технологии, монументального искусства, градостроительства или планирования ландшафтов;

- 3) являться уникальным или, по меньшей мере, исключительным свидетельством культурной традиции или цивилизации, существующей или исчезнувшей;
- 4) представлять выдающийся пример типа строения, архитектурного или технологического ансамбля или ландшафта, иллюстрирующего важный этап (этапы) в истории человечества;
- 5) представлять выдающийся пример традиционного человеческого поселения или землепользования, характерного для культуры или взаимодействия человека с окружающей средой, особенно если они разрушаются под воздействием необратимых факторов;
- б) быть прямо или косвенно связанным с событиями или жизненными традициями, идеями или верованиями, произведениями литературы и искусства, представляющими выдающееся мировое достояние.

По мнению ведущих специалистов в области географии туризма (Веденин, 1998; Александрова 2010; Тарасенок, 2011) один из самых удачных способов продвижения на туристский рынок культурно-исторических, да и природных ресурсов, является их сознательная мифологизация. Мифология туристских ресурсов ориентирована на конструирование образных представлений конкретных объектов и территорий, с помощью исторических фактов, литературных описаний, а также характерных знаков, символов или легенд. Главное требование для этого процесса – востребованность общественного сознания, наличие потребителей. В реальности к мифологии туристских ресурсов относится и организация значимых общественных событий (культурные фестивали разного типа, чемпионаты, Олимпийские игры).

## **2. Памятники, входящие во всемирное наследие ЮНЕСКО**

Особый интерес для туристов представляют те культурно-исторические и природные ресурсы, которые включены в Список ЮНЕСКО. Список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО стал составляться в 1972 г., когда была принята Конвенция об охране выдающихся культурных и природных объектов. Сюда входят археологические памятники, уникальные культурные ландшафты, исторические центры городов и отдельные памятники архитектуры, ставшие достоянием всего человечества, памятники, которые представляют пример традиционного уклада жизни, монументы,

связанные с учениями и верованиями, имеющими всемирное значение, заповедники и национальные парки. Достоянием ЮНЕСКО становится и нематериальное культурное наследие, включающее фольклор, фестивали, церемонии, религиозные и языческие обряды, спортивные состязания и т.д.

В начале 2010 г. список объектов культурного и природного наследия включал 890 объектов, в т.ч. 689 культурных, 176 природных и 25 смешанных (природных и культурных). На самом деле их значительно больше (свыше тысячи), т.к. некоторые из них включают целые комплексы и архитектурные ансамбли вроде замков долины Луары во Франции или дворцов и храмов в историческом центре Санкт-Петербурга. Объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО расположены в 148 странах мира, первая десятка которых представлена в табл. 1. Список ежегодно пополняется примерно на 20-30 объектов.

*Таблица 1.*

**Первые 10 стран по количеству объектов Всемирного наследия в ЮНЕСКО (2010 г.)**

<b>Страны</b>	<b>Количество объектов</b>	<b>в т.ч. памятники культуры</b>	<b>в т.ч. памятники природы и смешанные</b>
1. Италия	<b>44</b>	42	2
2. Испания	<b>41</b>	36	5
3. Китай	<b>38</b>	27	11
4. Германия	<b>33</b>	31	2
5. Франция	<b>33</b>	30	3
6. Мексика	<b>29</b>	25	4
7. Великобритания	<b>28</b>	23	5
8. Индия	<b>27</b>	22	5
<b>9. Россия</b>	<b>23</b>	<b>15</b>	<b>8</b>
10. США	<b>20</b>	8	12

К культурным памятникам Всемирного наследия, находящимися на территории России, относятся: исторический центр Санкт-Петербурга и дворцово-парковые ансамбли его окрестностей, Погост Кижи, Московский Кремль и Красная площадь, исторические памятники Великого Новгорода, исторический центр Ярославля, Новодевичий монастырь (Москва), Троице-Сергиева лавра в Сергиевом Посаде, Цитадель и Старый город Дербента, историко-

архитектурный комплекс Казанского Кремля, историко-архитектурный ансамбль «Соловецкие острова», белокаменные памятники Владимира и Суздаля, церковь «Вознесения» в Коломенском, Ансамбль Ферапонтова монастыря.

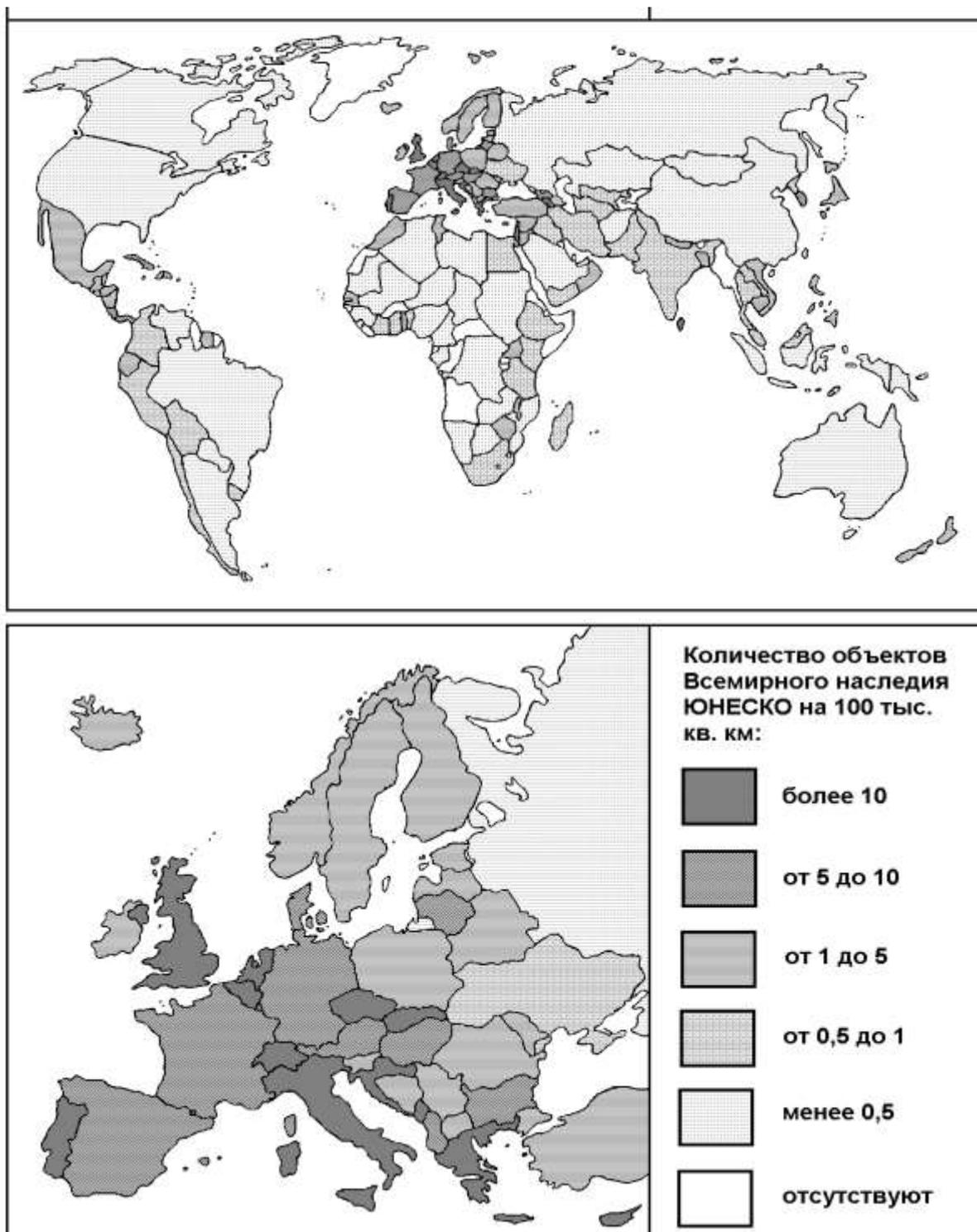
Среди известных культурных объектов в Зарубежной Европе, включенные в Список ЮНЕСКО, относятся: мегалитические постройки Ирландии и Южной Англии (Стоунхендж), древние наскальные рисунки в пещерах Ласко во Франции и Альтамира в Испании; памятники Античности на территории Греции (Афинский Акрополь, Дельфи, Олимпия) и Италии (Колизей, Пантеон, Римский форум); кафедральные соборы в Париже, Риме, Кельне; исторические городские центры Флоренции, Венеции, Авиньона, Праги, Риги, Кракова, Таллинна и др. В Зарубежной Азии памятники ЮНЕСКО сконцентрированы, прежде всего, на территориях Китая (Великая Китайская стена, Терракотовая армия, Храм Небо в Пекине, дворец Потала в Лхасе) и Индии (мавзолей Тадж-Махал в Агре, Красный Форт). Наибольшей известностью на Ближнем Востоке пользуются – наследие Египта (пирамиды Гизы, некрополи Мемфиса, руины Фивы и Луксора), Израиля (Иерусалим, библейские холмы) и Саудовской Аравии (Большая мечеть в Мекке). В Африке выделяются культурные памятники Туниса (Сус, Карфаген, Кайруан), Марокко (Фес, Марракеш), Танзании (руины Килва-Кисивани). Памятники ЮНЕСКО в Северной и Южной Америке преобладают на территориях Мексики (индейские поселения Чичен-Ица, Эль-Тахин, Хочикалько, исторические центры Пуеблы, Мехико, Кемпече) и Бразилии (исторические города Ору-Прету, Олинда, Сан-Луис, Салвадор-ди-Байя). В Список культурно-исторических объектов Всемирного наследия Австралии и Океании включены здание Оперного театра в Сиднее и каторжные поселения на о. Тасмания.

В распределении объектов Всемирного культурного и природного наследия по частям света существует явная диспропорция: 44% объектов ЮНЕСКО приходится на Европу, и еще 23,5% – на Азию. Затем следует Америка (17%), Африка (13%), Австралия и Океания (2,5%). Отмеченный контраст еще более заметен в распределении памятников культуры – в Евразии сконцентрировано 3/4 мирового культурного наследия (50% – в Европе и 25% – в Азии). Данное явление объясняется и евроцентричностью современной мировой культуры, и сохранившимся наследием древних цивилизаций Востока, с одной стороны, и молодостью европейской цивилизации в Америке,

Австралии, и почти не сохранившимся наследием древних африканских цивилизаций, с другой стороны.

Однако дополнительные (относительные) показатели распространения признанных ЮНЕСКО памятников природы и культуры все же свидетельствуют о большей их концентрации в постиндустриальном «ядре». По количеству объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО на единицу площади, «ядро» почти в два раза превышает среднемировой показатель, а по количеству памятников природы и культуры в пропорции к численности населения – почти втрое.

По густоте объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО (т.е. по их количеству на единицу площади) лидирующие позиции в мире занимают небольшие по площади, но густонаселенные страны Европы: Бельгия, Швейцария, Нидерланды, Чехия, Словакия, Италия, Португалия, Греция и др. В большинстве случаев именно эти страны выступают в качестве наиболее известных в Европе и мире центров притяжения иностранных туристов. Вполне естественно, что большие по площади страны, такие как Россия, Канада, США, Бразилия и др. занимают по густоте объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО достаточно низкие позиции (Рис. 1.).



**Рис. 1. Количество объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО на 100 тыс. кв. км**  
 Источник: Манаков А.К. Туристские регионы мира. География культурного наследия. Псков: ПГПУ, 2011

### 3. Социально-экономические ресурсы туризма

Социально-экономические ресурсы туризма определяются как совокупность объектов и явлений антропогенного характера, которые

необходимы для наиболее эффективного развития индустрии туризма в стране или районе. При этом социально-экономические объекты и явления в процессе организации отдыха выступают то как условия, то как ресурсы. Социально-экономические ресурсы подразделяются на (Кусков, 2008):

- информационные
- материально-технические и производственные
- финансовые
- инфраструктурные

*Информационные ресурсы туризма* образуют информацию различного рода, которую турист получает в разное время:

- а) в процессе подготовки к туристской поездке, используя для этого путеводители, справочники, материалы периодической печати, советы друзей, знакомых и родственников;
- б) в ходе реализации туристской поездки с помощью наблюдений, рассказов экскурсоводов, знакомства с буклетами, картами, путеводителями на месте;
- в) по окончании туристской поездки с целью углубить, закрепить представления и впечатления от поездки посещаемой страны.

В большинстве стран мира информационным ресурсам туризма уделяется большое внимание. Страны, специализирующиеся на приеме туристов, огромными тиражами издают путеводители по основным районам и туристским центрам, буклеты, справочники, карты, листовки, каталоги, рекламный материал. Зачастую эти материалы раздаются туристам бесплатно или за символическую плату в информационных киосках, музеях, переходах метро и т.д.

*Материально-технические и производственные ресурсы* туризма составляют основной фонд туристской отрасли. В настоящее время используется понятие «материально-техническая база» (МТБ). Под МТБ понимается совокупность материальных и вещественных элементов производительных сил, используемых для производства туристских услуг. К МТБ туризма относятся: туристские фирмы, гостиницы, туристские базы, предприятия питания и торговли, инфраструктура досуга и развлечений, туристские клубы, предприятия по производству сувениров и др. К производственным ресурсам туризма относятся те хозяйственные объекты, которые пользуются интересом со стороны туристов и принимают участие в реализации любого туристского продукта. Такими могут быть индустриальные предприятия или ремесленные производства, которые в процессе их развития добились какой-то аттрактивности

(например, автомобильные и пивные заводы Германии и Чехии, некоторые спиртные заводы России, цеха для производства эфирного масла розы в Болгарии, парфюмерные фабрики Франции, кондитерские фабрики Швейцарии). А еще предприятия, учреждения или организации, обеспечивающие создание и эксплуатацию МТБ и готовящие квалифицированные кадры для сферы туризма.

*Финансовые ресурсы туризма* составляют денежные средства, которые могут поступать в сферу туризма и расходоваться различными путями. Существует несколько основных путей поступления денежных средств в сферу туризма:

- а) инвестирование, которое может быть как государственным, так и частным;
- б) доходы от пребывания иностранных туристов;
- в) денежные средства, которые могут быть как основных, так и сопутствующих производств.

Основными объектами финансовых ресурсов туризма выступают банковские учреждения и инвестиционные компании.

*Инфраструктурные ресурсы туризма* отождествляются в основном с транспортно-коммуникационной инфраструктурой. Она охватывает инфраструктуру авиационного, железнодорожного, автомобильного, водного транспорта. Оценивается как со своими количественными (длина, емкость), так и со своими качественными показателями (густота/км<sup>2</sup>, скорость движения и др.).

### ***Основные термины и понятия***

*Всемирное наследие ЮНЕСКО*

*Памятники культуры*

*Памятники истории*

*Памятники архитектуры*

*Документальные памятники*

### ***Вопросы для самостоятельного изучения***

1. Какова сущность культурно-исторических ресурсов туризма?
2. Что относится к социально-экономическим ресурсам туризма?
3. Что образует материально-техническую базу туризма?

## **Тема 6. Пространственная структура мирового туристского рынка**

### **План:**

1. Общая характеристика мирового туристского рынка
  - а) *Факторы развития международного туризма*
  - б) *Современное состояние мирового туристского рынка*
2. Туристская регионализация мира

### **1. Общая характеристика мирового туристского рынка**

Международная торговля туристскими услугами является одним из наиболее быстрорастущих секторов мирового хозяйства. Торговля туристскими услугами имеет отличительные черты в отличие от товаров, потому что не имеют вещественной формы и потребляется там же, где и производятся. Из-за этой специфики экспортно-импортные операции в международном туризме часто называют *невидимой торговлей*. Роль этой торговли во многих странах неуклонно растет. Современный этап развития глобального рынка характеризуется и с усилением обмена туристскими услугами путем ввоза (импорта) и вывоза (экспорта) капитала. Перемещение капитала по линии туризма осуществляется с целью получения прибыли, укрепления позиции инвесторов в зарубежной экономике, завоевания туристских рынков. Этот процесс способствует развитию специализации и кооперирования, углублению интернационализации экономики, ведет к образованию международных производственных структур – транснациональных корпораций (Александрова, 2010).

Современная география международного туризма сложилась в значительной степени в результате международного разделения труда, которое реализуется через мировой туристский рынок. Сущностью международного туристского разделения труда является международная специализация отдельных стран по определенным видам туризма, которой способствует обмен туристами между странами. Это развитие международного разделения труда является результатом взаимодействия многих факторов природно-ресурсного, культурного, технического и общественного характера, которые определяют условия туристской специализации стран и обмена туристами между ними. Значение разных групп факторов меняется со временем, что обуславливает взлеты и падения отдельных стран на глобальном туристском рынке и создает мозаичную картину

мирового туризма. Поэтому современный туристский рынок имеет ярко выраженную пространственную структуру.

#### ***а) Факторы развития международного туризма***

Главные факторы, воздействующие на развитие международного туризма можно подразделить на 4 основные группы: географическое положение, туристско-ресурсные, социально-экономические, материально-технические.

– *Географическое положение* выступает во всех своих разновидностях:

- физико-географическое положение, во многом определяет набор природно-рекреационных ресурсов;

- экономико-географическое положение, в особенности по отношению к главным туристским рынкам;

- транспортно-географическое положение, выгоды которого крайне привлекательны для туристов;

- геополитическое положение, поскольку близость к очагам международного напряжения и тем более военных конфликтов служит для туристов едва ли не главной «отпугивающей» причиной.

– *Туристско-ресурсные факторы* выражаются в количестве и качестве природных и культурно-исторических ресурсов. Они находят выражение в красивой богатой природе, климате, ландшафтах, культурном наследии и т.д. Нужно иметь в виду, что влияние ресурсного потенциала обычно также опосредуется социально-экономическими факторами и в первую очередь зависит от размеров и характера рекреационных потребностей населения.

– *Социально-экономические факторы* играют главную роль. Они формируют общий уровень развития страны, структуру ее хозяйства, качество жизни (особенно рост национальных доходов), социально-профессиональный состав общества, его образовательный уровень, степень урбанизированности и мобильности населения, политическую стабильность и др. К этой группе факторов относятся еще внешнеэкономические связи, которые выражены развитием новых видов международных туристских форм – научного (конгрессного) и делового туризма.

– *Материально-технические факторы*. Основные из них связаны с развитием средств транспорта, размещения, связи, предприятий общественного питания, розничной торговли, сервиса. Материально-техническая база, предназначена для размещения

туристов, занимает одно из первых мест при формировании туристской инфраструктуры.

### ***б) Современное состояние мирового туристского рынка***

Исследование мирового туристского рынка требует количественных показателей, в основе которых лежат статистические данные. Статистика международного туризма включает два основных раздела: статистику туристских доходов (поступлений) и расходов и статистику туристских потоков. Поступления от международного туризма представляют собой расходы иностранных посетителей в стране пребывания, включая затраты на внутренние переезды и покупки. Основными показателями туристских потоков являются количество прибытий иностранных посетителей в страну и продолжительность их пребывания (за определенный период времени) и количество выездных (убытий) туристских путевок.

Международной туризм входит в число крупнейших экспортных отраслей мировой экономики. Согласно данным ЮНВТО, в 2011 г. поступления от международного туризма превысили 1 трлн. дол., без учета доходов от международных транспортных перевозок. В общем экспорте товаров и услуг на его долю приходится около 5%. В глобальной структуре мирового экспорта туристские услуги занимают шестую позицию после топлива, телекоммуникационного оборудования, химической промышленности, автомобилестроения и продуктов питания.

Поступления от международного туризма концентрируются в группе развитых стран Северной Америки (США и Канада) и Западной Европы (Франция, Великобритания, Германия, Италия). Список 10 самых доходных дестинаций традиционно возглавляет США (Таблица 1.), но если перечислим показатели Особых административных районов Макао и Гонконга, а также 23-ю провинцию Тайвань в Китае, то он уже лидирует по этому показателю в мире. В этом рейтинге Россия входит в третью десятку стран мира с общим объемом 11,4 млрд. дол. в 2011 г.

*Таблица 1.*

### **Первые 10 самых доходных туристских дестинаций в мире (2011 г.)**

<b>Место в мире</b>	<b>Дестинация</b>	<b>Поступления (млрд. дол.)</b>
1.	США	116.3

2.	Испания	59.9
3.	Китай	53.8
4.	Франция	48.5
5.	Италия	43.0
6.	Германия	38.8
7.	Великобритания	35.9
8.	Австралия	31.4
9.	Макао (Китай)	27.8
10.	Гонконг (Китай)	27.7

По расходам туристов первое место в мире также занимают США, за ними следуют Германия, Великобритания и Япония. По расходам от международного туризма Россия входит в первую десятку стран мира (более 23 млрд. дол.- пассив в 2011 г.).

Туристские потоки представляют собой реализованный туристский спрос, а их география в мире имеет ряд особенностей. Одной из них является *преобладание внутрорегиональных поездок над межконтинентальными*. Другая характерная черта состоит в том, что *основные туристские потоки зарождаются в развитых странах мира и одновременно тяготеют к ним*. Развивающиеся страны глобального Юга играют пока менее заметную роль на мировом туристском рынке. Характерная особенность, в начале 1970-х годов – *утвердилась зависимость между продолжительностью пребывания в месте назначения и его удаленностью от места происхождения туристов*. Чем более длинный путь преодолевают туристы до принимающей страны, тем дольше они остаются в ней. Так, например, средняя продолжительность пребывания иностранных туристов в Чехии составляет около 5-6 дней, тогда как в островной, удаленной от основных рынков выездного туризма, Новой Зеландии она возрастает до 20 дней (Александрова, 2010).

География туристских потоков в мире выделяет регион «Европа» как крупнейшим в развитии международного туризма. По оценкам ЮНВТО, международные туристские прибытия в мире в 2011 г. достигли почти 1 млрд., из которых на Европу проходят 504 млн. прибытий или около 50 % от общемировых. Европейские страны пользуются популярностью, как у самых европейцев, так и у жителей США, Канады и Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР). Вторую и третью позицию занимают АТР и страны Америки.

Крупнейшие мировые туристские потоки зарождаются именно в европейских странах: из Великобритании в Германию (16,3 млн.

прибытий), из Великобритании во Францию (14,8 млн. прибытий), из Германии во Францию (13 млн. прибытий), из Германии в Австрию (10,7 млн. прибытий), из Германии в Испанию (10 млн. прибытий), а вне Европы – из США в Мексику (19,5 млн. прибытий), из Канады в США (17,8 млн. прибытий) и из Японии в Таиланд.

Основные страны-рецепторы международных туристских потоков в мире также являются европейскими (Таблица 2.). Регистрированные в России в 2011 г. международные туристские прибытия (22,6 млн.) ставят ее во вторую десятку стран мира.

Таблица 2.

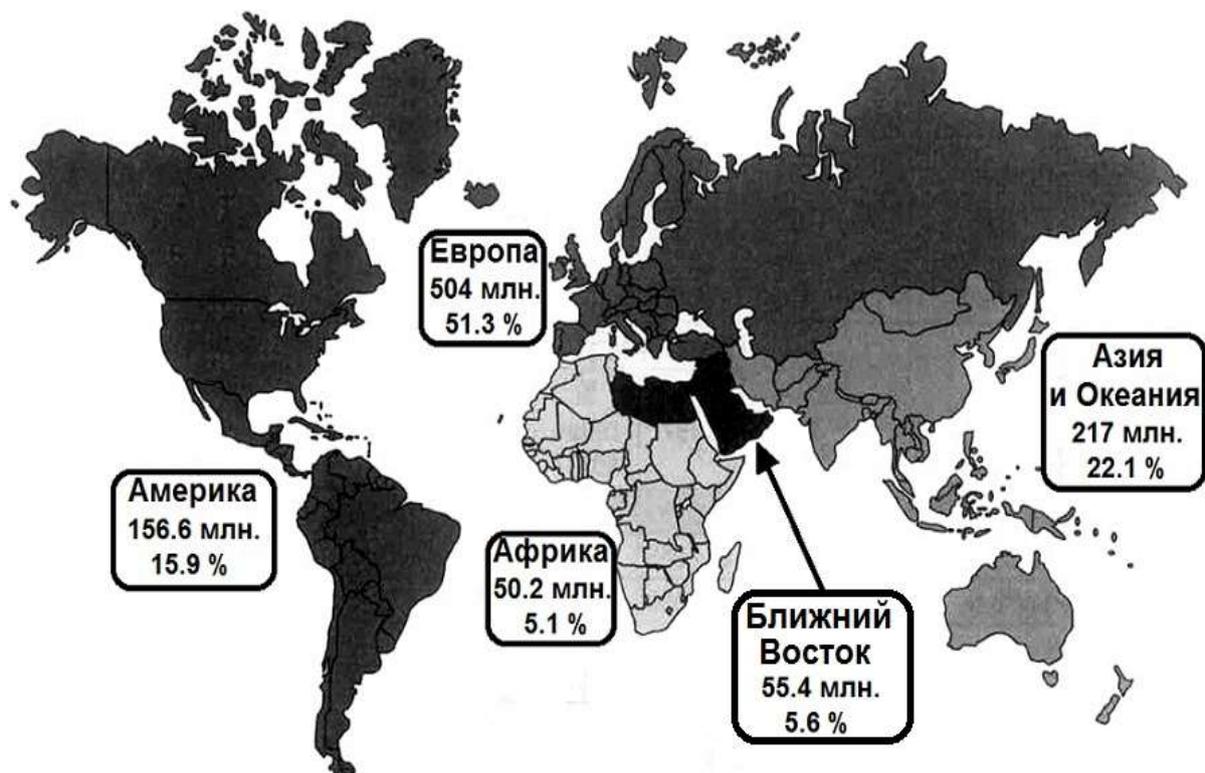
Первые 10 лидирующих стран в мире по числу туристских прибытий (2011 г.)

Место	Страна	Число туристов (млн.)
1.	Франция	79.5
2.	США	62.3
3.	Китай	57.6
4.	Испания	56.7
5.	Италия	46.1
6.	Турция	29.3
7.	Великобритания	29.2
8.	Германия	28.4
9.	Малайзия	24.7
10.	Мексика	23.4

## 2. Туристская регионализация мира

*Туристская регионализация* – процесс деления территории, при котором регионы идентифицируются по наличию у них особых рекреационных признаков. Выделяются туристские регионы, отличающиеся друг от друга по набору и степени выраженности признаков.

В основе региональной структуры международного туризма лежит деление мира на туристские регионы, предложенное специалистами ЮНВТО. В соответствии с предложенной структурой выделяются 6 туристских регионов мира: Европа, Америка, Ближний Восток, Африка, Южная Азия и Восточная Азия вместе с АТР (Азиатско-Тихоокеанского региона). Но для статистической отчетности последние два региона объединяются в один под общим именем Азия и Океания (Рис. 1).



**Рис. 1. Туристские регионы мира ЮНВТО**

\*Показатели отражают региональное распределение числа и доли входящего международного туристского потока в 2011 году

Источник: *Tourism Highlights. 2012 Edition*. Madrid: UNWTO, 2012.

В качестве основных критериев, применяемых в процессе туристской регионализации ЮНВТО, служит специфика распределения природных условий и ресурсов, общие черты в историко-географическом развитии. Их сочетание позволяет выявить достаточно обобщенные представления о структуре мирового туристского пространства. Каждый из этих регионов, за исключением Ближнего Востока, делится на туристские территории меньшего размера (субрегионы), число которых составляет 22 для всего планетарного пространства.

По версии ЮНВТО в *Европу* входят все зарубежные европейские страны, все страны бывшего СССР (СНГ и Балтии), а также находящиеся на территории Азии – Турция, Кипр и Израиль. Таким образом, внутри Европы выделяются 5 туристских субрегионов (Таблица 3.).

Таблица 3.

## Туристские субрегионы Европы ЮНВТО

Субрегион	Страны
1. Северная Европа	Великобритания, Дания, Ирландия, Исландия, Норвегия, Финляндия, Швеция
2. Центральная и Восточная Европа	Чехия, Польша, Венгрия, Словакия, Литва, Латвия, Эстония, Беларусь, Россия, Украина, Молдова, Румыния, Болгария, Грузия, Азербайджан, Армения, Казахстан, Узбекистан, Киргизия, Туркмения, Таджикистан
3. Западная Европа	Франция, Австрия, Германия, Бельгия, Нидерланды, Швейцария, Люксембург, Лихтенштейн, Монако
4. Южная Европа	Португалия, Испания, Андорра, Гибралтар, Италия, Ватикан, Сан- Марино, Мальта, Словения, Хорватия, Сербия, Черногория, Босния и Герцеговина, Македония, Албания, Греция
5. Восточное Средиземноморье	Турция, Кипр, Израиль

Туристский регион *Америка* объединяет оба материка: Северную и Южную Америку и подразделяется на 4 субрегиона:

- Северная Америка (США, Канада, Мексика);
- Центральная Америка (Белиз, Гватемала, Гондурас, Коста-Рика, Никарагуа, Панама, Сальвадор);
- Карибский субрегион (Больших и Малых Антильских островов, Багамские острова)
- Южная Америка (все государства материка и Фолклендские острова).

Туристский регион *Восточная Азия и АТР* включает субрегионы:

– Северо-Восточная Азия (Китай, Монголия, Южная и Северная Кореи, Япония)

– Юго-Восточная Азия (Бруней, Вьетнам, Индонезия, Камбоджа, Лаос, Малайзия, Мьянма, Сингапур, Таиланд, Филиппины);

– Австралазия (Австралия, Новая Зеландия);

– Меланезия (Вануату, Папуа-Новая Гвинея);

– Микронезия (Гуам, Кирибати, Маршалловы острова и др.);

– Полинезия (о-ва Кука, Самоа, Тонга, Французская Полинезия и др.).

Туристский регион *Южная Азия* включает страны, расположены в основном на полуострове Индостан, Индо-Гангской низменности и Иранском нагорье: Афганистан, Бангладеш, Бутан, Индия, Иран, Мальдивские о-ва, Непал, Пакистан и Шри-Ланка.

Туристский регион *Ближний Восток* объединяет арабские государства, находящиеся на юго-западе Азии (Бахрейн, Иордания, Ирак, Йемен, Катар, Кувейт, Ливан, ОАЭ, Оман, Палестина, Саудовская Аравия, Сирия) и северо-востоке Африканского континента (Египет и Ливия).

В туристский регион *Африки* относятся все страны континента за исключением Ливии и Египта. Он подразделяется на 5 туристских субрегионов:

– Северная Африка (Алжир, Марокко, Судан, Тунис);

– Западная Африка (Гана, Берег Слоновой кости, Нигерия, Сенегал, Гвинея, Того и др.);

– Центральная Африка (Ангола, Габон, Конго, ДР Конго, Камерун, Чад, Экваториальная Гвинея и др.);

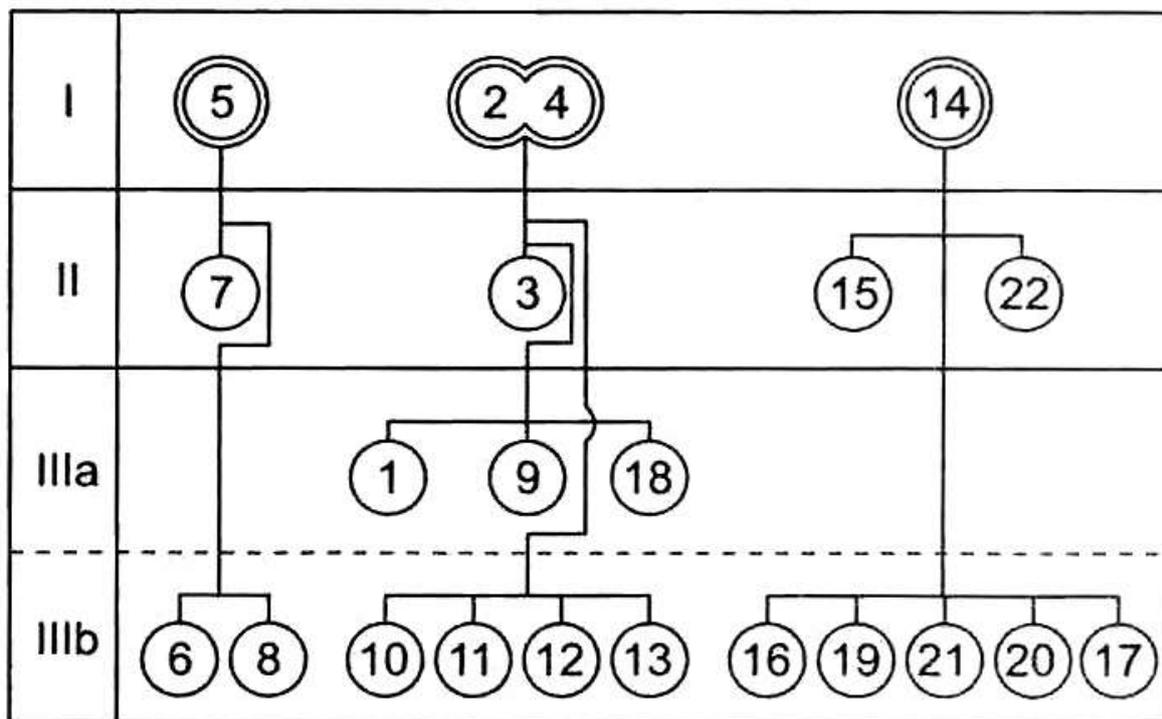
– Восточная Африка (Замбия, Зимбабве, Эфиопия, Мозамбик, Мадагаскар, Сейшельские о-ва, Танзания и др.);

– Южная Африка (Ботсвана, Лесото, Свазиленд, Намибия, ЮАР).

Мировое туристское пространство имеет и иерархическую структуру, которая отличается географической поляризацией, учитывая воздействие различных факторов (естественные преимущества, конкурентоспособность, внедрения инноваций) и статистических показателей туризма. Таким образом, туристское пространство выражается в виде пирамидальной структуры, в верхней части которой находятся страны Центра мирового туристского хозяйства, за ним располагаются страны Полупериферии, а в основании – страны Периферии. Понимание

положения отдельных стран в мировой поляризованной системе туристского хозяйства позволяет более реалистично смотреть на проблемы и перспективы развития туризма в конкретных регионах, местностях, населенных пунктах (Тарасенок, 2011).

Одна из хорошо разработанных региональных моделей мирового туристского пространства, имеющая иерархическую структуру, выдвинул И.И. Пирожник (1996 г.). Разработанная в схематическом виде эта модель отражает Центр-Периферийную обусловленность мирового туризма. Являясь переработкой туристской регионализации ЮНВТО, модель обладает иерархической подчиненностью между отдельными субрегионами. В ней страны мира объединены в четыре географические зоны, в зависимости от прогресса организации и интенсивности развития туризма. Она показывает общую взаимозависимость между ними, в котором изложены четко определенные поляризации туристского пространства мира (рис. 4).



**Рис. 2. Региональная структура мирового туристского пространства по И.И. Пирожнику**

I – Центры развития международного туризма; II – Зона интенсивного развития туризма; IIIa – Периферийная зона на экстенсивного развитие; IIIb – Периферийная зона экстенсивного туризма; географические субрегионы мира: 1 – Центрально-Восточная Европа; 2 – Северная Европа; 3 – Южная Европа; 4 – Западная Европа; 5 –

Северная Америка; 6 – Центральная Америка; 7 – Карибский субрегион; 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 – Восточное Средиземноморье; 19 – Австралазия; 20 – Меланезия; 21 – Полинезия; 22 – Микронезия.

Источник: Тарасенок А.И. Геоэкономика туризма. Минск: Новое знание, 2011.

Согласно данной схеме *Центр* туристского пространства мира образуют страны Северной Америки (США и Канада), Западной и Северной Европы и Восточной Азии (Япония, Южная Корея, Восточный Китай). В совокупности эти страны обладают самым высоким экономическим, научно-техническим и туристским потенциалом. В них сконцентрированы ведущие ТНК мира, а выпускаемые турпродукты наиболее разнообразны. Среди стран, входящие в эту зону, наблюдаются самые большие туристские потоки.

*Полупериферию* мирового туристского пространства образуют в основном страны Центральной и Восточной Европы, новые индустриальные страны (например, Таиланд, Малайзия, Мексика, Турция) и развитые страны Южного полушария (Австралия, ЮАР, Новая Зеландия).

К странам *Продвинутой периферии* относятся государства Латинской Америки (особенно Карибского бассейна), Юго-Восточной и Юго-Западной Азии.

*Глубокая периферия* охватывает большую часть стран Африки и Южной Азии, некоторые страны Латинской Америки (Гватемала, Гаити) и островные государств Океании.

Структура мирового туристского пространства находится в постоянном развитии, которое характеризуется генерированием инноваций (Центр) и их дальнейшим распространением и внедрением (Полупериферия и Периферия).

### ***Основные термины и понятия***

***Географическое положение***

***Туристско-ресурсные факторы***

***Социально-экономические***

***Материально-технические факторы***

***Туристская регионализация***

***Вопросы для самостоятельного изучения***

1. Что дает основание специалистам говорить о географическом развитии туристского рынка?
2. В чем состоит механизм происхождения и формирования иерархичной пространственной структуры мирового туризма?
3. Перечислите основные факторы туристского рынка. Охарактеризуйте каждый из них.

## **Тема 7: Туристские регионы мира**

### **План:**

1. Туристско-рекреационная характеристика Европы
2. Туристско-рекреационная характеристика Восточной Азии и АТР
3. Туристско-рекреационная характеристика Южной Азии
4. Туристско-рекреационная характеристика Америки
5. Туристско-рекреационная характеристика Ближнего Востока
6. Туристско-рекреационная характеристика Африки

### **1. Туристско-рекреационная характеристика Европы**

Традиционно Европа была и остается регионом наибольшего притяжения туристов. Этому способствуют высокий уровень экономического развития большинства стран, доходы населения и его социальная структура (преобладание среднего класса), позволяющие реализовать потребность в отдыхе за пределами своих стран. А потребность в качественном отдыхе, в том числе и за пределами городских районов, в плотно населенных, индустриальных и урбанизированных европейских странах, отличающихся стремительным и напряженным ритмом жизни, очень высока.

В Европе насчитывается около 40 суверенных государств, большинство из них невелики по размерам. Одиннадцать стран имеют площадь менее 50 тыс. кв. км: Люксембург, Мальта, Бельгия, Нидерланды, Дания, Швейцария, Словакия, Словения, Македония, Албания, Эстония. Ограниченность территории — фактор, способствующий росту интенсивности туристских убытий.

Развитию туризма в Европе способствуют природно-географические особенности региона. Его берега отличаются значительной изрезанностью, обилием внутренних морей, заливов, бухт, что способствовало созданию на побережьях многочисленных портов. Большинство европейских стран имеет приморское

положение, многие из них расположены на островах и полуостровах, поблизости от оживленных морских путей из Европы в Азию, Африку, Австралию и Америку. Природно-рекреационные ресурсы региона очень разнообразны. Основная часть Европы – это равнинные или холмистые местности. Наиболее крупные равнины – Восточно-Европейская, Среднеевропейская, Средне- и Нижнедунайская, Парижский бассейн. Горы занимают 17% территории. Основные горные системы — Альпы, Карпаты, Апеннины, Пиренеи, Карпаты, часть Кавказа. Наиболее посещаемые туристами зоны – Средиземноморье и Альпы.

Большая часть Европы расположена в умеренном климатическом поясе, лишь Исландия, север Скандинавского полуострова и север европейской России — в арктическом поясе. Южная часть региона (Пиренейский, Апеннинский и Балканский полуострова) – в субтропическом климатическом поясе. В целом природно-климатические условия благоприятны для отдыха, особенно в приморских странах Южной Европы, отличающихся обилием солнца и тепла.

Факторы, влияющие на туристскую активность населения – высокий уровень урбанизации, плотности и образованности населения. Население Европы отличает этническая и религиозная мозаичность, высокий уровень образования и духовной культуры. Европейские страны удобно расположены относительно друг друга — имеют общие границы, которые в основном проходят по легко преодолимым природным рубежам. Географическая близость и густая сеть коммуникаций делают поездки из страны в страну удобными и доступными. Именно в Европе в середине XIX в. туризм становится зоной предпринимательства, превращаясь постепенно из элитного в занятие широких масс населения.

Превращению Европы в ведущий туристский регион способствовали и культурно-исторические ресурсы. Она внесла огромный вклад в мировую цивилизацию. Нигде в мире нет такой высокой насыщенности разнообразными историческими и архитектурными памятниками разных эпох – неолита, Древнего Мира, Эпохи Возрождения, Эпохи Великих географических открытий, Промышленных переворотов и революций. «Старые камни Европы» – это величайшее достояние не только европейской, но и всей мировой цивилизации.

В Европе путешествия превратились в черту современного образа жизни. Этому способствует экономическая и политическая

стабильность в регионе, стремление правительств разных стран к сотрудничеству, в том числе и в области туризма.

Европа — основной туристский регион мира и сохранит свое лидерство, несмотря на то, что ее доля в туристских прибытиях неуклонно снижается: 1970 г. – 68,2 %; 2000 – 57,7 %; 2011 – 51,3 %; 2020 (прогноз) – 44,8 % (рис. 1). Подобная ситуация наблюдается и с доходами от туризма. Эффективное развитие рынка, непродолжительные поездки с невысокими душевыми затратами ведет к снижению удельного веса Европы в доходах от международного туризма: 1970 г – 61,5 %; 2011 г. – 49,4 %. При этом туризм в Европе носит ярко выраженный внутрорегиональный характер. В межрегиональном выездном туристском потоке выделяются США. Среди 10 стран с самым высоким доходом от международного туризма 6 находятся в Европе: Испания, Франция, Италия, Германия, Великобритания, Турция. Для региона характерна и самая высокая туристская активность. В прибытиях лидируют Южная и Западная Европа – более 60 прибытий на 100 человек. Для поездок за границу (убытия) – Северная и Западная Европа.

Самая посещаемая страна не только Европы, но и мира – Франция (каждый пятый отдыхающий в Европе приезжает в эту страну). Большой популярностью среди туристов пользуются Испания, Италия. Больше других путешествуют, в том числе и по Европе, немцы (на их долю приходится каждая 10 поездка в мире), англичане, подданные Бельгии и Нидерландов.

Среди видов туризма, получивших развитие в Европе, выделяются купально-пляжный (Италия, Франция, Испания, Греция, Турция, Болгария, Украина), горнолыжный (Австрия, Швейцария, Франция, Италия, Словения, Норвегия), лечебно-оздоровительный (Чехия, Венгрия, Италия, Германия, Польша), деловой (Германия, Великобритания, Бельгия) религиозный (Италия, Испания, Франция), образовательный (Великобритания, Германия), познавательный (повсеместно развит), круизный (Германия, Венгрия, Россия). Большинство путешествующих по Европе включают в свой отдых посещение различных развлекательных учреждений и мероприятий.

## **2. Туристско-рекреационная характеристика Восточной Азии и АТР**

Восточная Азия и Азиатско-Тихоокеанский регион объединяет страны Восточной, Юго-Восточной Азии, Океании и Австралию. Это

самый обширный туристский регион мира. Его отдельные части (субрегионы) значительно удалены друг от друга, что осложняет развитие внутрорегиональных туристских поездок. Кроме того, АТР удален и от основных туристских рынков мира — Европы и Америки. Однако обширность региона способствовала формированию здесь комплекса разнообразных природных и культурно-исторических рекреационных ресурсов. В настоящее время отмечается слабый уровень их использования.

Природные ресурсы региона велики. Здесь и величественные горные вершины (Кун-Лунь, Тибет, Японский Альпы), и обширные равнины (Великая Китайская равнина), и пустынные области (Гоби, Такла-Макан, Виктория), и теплые моря (Южно-Китайское, Арафурское, Андаманское, Тасмановое). Климат тоже отличается большим разнообразием — регион расположен между умеренными широтами Северного и Южного полушарий.

Восточная Азия и АТР отличается неравномерностью экономического развития. Наряду с высокоразвитыми (Япония, Австралия, Новая Зеландия) и быстро развивающимися (Республика Корея, Сингапур, Китай, Малайзия) государствами, в регионе немало стран, которые отягощены многими проблемами. Камбоджа, Лаос, Вьетнам, страны Океании имеют очень низкие темпы развития экономики, притом, что численность населения растет очень быстро. Отсюда — бедность подавляющего числа жителей, не позволяющая им совершать туристские поездки. Неграмотность населения, огромные государственные долги и отсутствие инвестиций в экономику, неразвитая транспортная и туристская инфраструктура — все это снижает потенциал АТР как туристского региона.

Развитие туризма здесь началось относительно недавно. Однако темпы его развития — самые высокие в мире: в 1970 г. доля прибытий в АТР составила 3,2 %, в 2000 г. — 16,0 %, 2011 г. (оценка) — 22 %. Ныне регион занимает второе место в мировом туристском потоке. Быстро растут и доходы, получаемые от туризма: в 1970 г. — 6,1 %, 2011 — 21 %. Наибольшими доходами от туризма выделяются КНР (в 2011 г. страна вышла на 4 место в мире по туристским доходам), Австралия, Гонконг.

Туристское развитие региона выразилось и в росте путешествий, предпринимаемых жителями стран АТР. Лидируют по расходам на туризм Япония, КНР, Республика Корея, Тайвань, Сингапур, Малайзия. Туристский расход высокоразвитых Австралии и Новой Зеландии имеет небольшие размеры из-за малой

численности населения и выезжающих туристов. Однако эти страны, располагаясь далеко от основных центров туризма, лидируют по расходам в расчете на 1 поездку за границу. Поездка жителям Австралии обходится в более чем 2000 долл. (включая транспортные расходы), это в 3 раза больше, чем в среднем по миру. Почти 33 % всех, прибывающих в АТР устремляются в КНР. Учитывая территории Сянган, Макао и Тайваня – 50 %.

Специализация Восточной Азии и АТР в туризме широка. Культурно-познавательный туризм хорошо развит на территории Китая, Японии, Монголии; религиозный и паломнический – в Индии, Китае, Японии; деловой – в Гонконге, Малайзии, Японии, Сингапуре; азартный – в Макао; купально-пляжный – в Таиланде, Индонезии, Китае, Австралии, на Филиппинах; горнолыжный – в Новой Зеландии.

### **3. Туристско-рекреационная характеристика Южной Азии**

На севере и северо-западе Южная Азия ограничена Гималайской и Гиндукушской горными системами, Иранским нагорьем, на востоке – Ассамо-Бирманскими горами. С юга берега Южной Азии омываются водами Индийского океана, Аравийского моря и Бенгальского залива. Регион включает: Индию, Пакистан, Бутан, Бангладеш, Непал, Шри-Ланку, Мальдивскую республику.

Географическое положение региона можно охарактеризовать как относительно благоприятное для развития туризма. Регион омывается водами Индийского океана, но Бутан и Непал имеют внутриконтинентальное расположение. В регионе преобладают сухопутные границы, которые проходят по высокогорьям, изолируя соседние государства друг от друга. Кроме того, сопредельные районы Азии не относятся к числу значительных поставщиков туристов.

Сами южно-азиатские страны имеют низкий уровень экономического развития, среди населения преобладают бедные люди с очень скромными доходами. Поэтому, несмотря на огромное число жителей, страны Южной Азии не являются поставщиками туристов. Низкий уровень социально-экономического развития определяет соответствующее качество туристской инфраструктуры и сервиса.

Регион имеет огромные перспективы для развития туризма. Природа стран Южной Азии живописна и разнообразна. Для него характерно необычайное разнообразие ландшафтов: пустыни,

тропические леса с самым влажным местом на планете, горные леса, горные тундры и ледники. Здесь расположены высочайшие горы планеты – Гималаи, где прекрасные условия для альпинизма, трекинга, экологического туризма. Для Непала горный туризм стал одним из главных источников валютных доходов. Самой престижной в мире вершиной для альпинизма является Джомолунгма – 8848 м, расположенная на границе Непала и Китая. На южных склонах гор ярко выражен муссонный климат. Больше всего осадков выпадает в низовьях Ганга (до 2500-3000 мм) в виде периодических ливней. Однако восточнее Инда климат засушливый. Здесь находится пустыня Тар.

В 2011 г. Южную Азию посетило 12,4 млн. туристов, которые привнесли в экономику стран около 23 млрд. дол.

Для Мальдивских островов основной вид туризма и источник дохода – купально-пляжный туризм. Международный туризм в Индии преимущественно познавательный и развлекательный, а также религиозный и деловой. Место, занимаемое Индией на туристском рынке, явно не отвечает ее рекреационному потенциалу. Здесь зародилась и развилась одна из самых самобытных культур мира — индийская, отсюда началось распространение буддизма. Именно в Индии находится большинство памятников культуры региона (мавзолей *Тадж-Махал* в *Агре*).

#### **4. Туристско-рекреационная характеристика Америки**

Америка вслед за Европой занимает ведущее место на рынке международного туризма, хотя развитие туристского бизнеса здесь началось относительно недавно – после Второй мировой войны. Однако состояние туристского рынка в регионе дифференцировано и прямо связано с уровнем социально-экономического развития стран региона. Наиболее высокой степенью хозяйственного развития, в том числе туристской инфраструктуры, всех видов транспорта, отличается Северная Америка (США и Канада). Латиноамериканские страны относительно слабо представлены на туристском рынке региона. Причины: удаленность от основных туристских рынков, особенно Старого Света; низкий уровень развития транспортных средств и внутренних коммуникаций; в целом невысокий уровень развития хозяйства, туристской инфраструктуры и сервиса; отсутствие экономической стабильности во многих странах.

В Америке расположено около 50 государств и самоуправляющихся территорий. Незаподлевающиеся

территории, в основном островные, находятся в бассейне Карибского моря: Антильские острова, Аруба (Нидерланды); Бермудские, Виргинские, Каймановы острова, Монтсеррат, Теркс и Кайкос (Великобритания); Пуэрто-Рико и Виргинские острова (США), Мартиника, Гваделупа (Франция) и некоторые другие. Они являются «осколками» бывших колониальных владений в регионе. На многих островах метрополии создали прекрасные курортные зоны (Бермудские, Пуэрто-Рико).

Америка располагается между трех океанов: Атлантическим, Тихим и Северным Ледовитым. Этот обширный регион включает два материка — Северную и Южную Америку с примыкающими к ним островами. На огромной территории раскинулись разнообразные ландшафты, их природные особенности составляют естественную базу богатых рекреационных ресурсов. Северо-Американский материк (24,3 млн. км<sup>2</sup>) имеет сложный рельеф. В его западной части протянулась горная система Кордильеры (наибольшая высота 6193 м — гора Мак-Кинли). Здесь нередко случаются землетрясения, есть действующие вулканы. В горах горнолыжные курорты встречаются вплоть до южной границы США. Восточную часть занимают обширные равнины и средневысотные горы. Берега расчленены неравномерно. Большой изрезанностью отличаются тихоокеанское и атлантическое побережья Канады, испытавшие оледенение, в результате которого здесь сформировалась сложная система фьордов. Атлантическое побережье США изобилует обширными пляжами, лагунами с хорошо прогретой водой. На его южном участке (Флорида) берега образованы постройками кораллов и мангровыми зарослями.

Разнообразен климат Северной Америки — от арктического на крайнем севере до тропического в Вест-Индии (островной субрегион в Карибском море). Климат приморских районов находится под воздействием океанов, во внутренних частях материка нарастает его континентальность. Наибольшее количество осадков выпадает на Тихоокеанском побережье. В Северной Америке получила развитие густая речная сеть. Самая крупная речная система — Миссисипи — Миссури (длина 6420 км). Другие значительные реки: Святого Лаврентия, Маккензи, Юкон, Колумбия, Колорадо. Реки, текущие на западе и севере материка имеют горный характер — стремительны, изобилуют порогами, водопадами. Такие качества способствуют развитию сплавного спортивного туризма (рафтинга). В северной части материка множество озер: Великие озера (Верхнее, Гурон,

Мичиган, Онтарио, Эри), Виннипег, Большое Невольничье, Большое Медвежье.

Северная Америка –многонаселенный и высокоурбанизированный субрегион, поэтому во многих районах естественные ландшафты уступили место культурным. Но для сохранения природы, а также для развития туризма были организованы многочисленные (свыше 50) национальные парки. Особенно это характерно для США, где в 1978 г. был принят Закон о национальных парках и рекреации. Но начало природоохранной деятельности было положено еще в 1916 г. Сейчас только в США насчитывается около 350 различных парковых зон, занимающих 3,2 % всей территории страны. Наиболее известные национальные парки: Йеллоустонский, Йосемитский, Глейшер, Секвойя, Гранд-Каньон и др.

Рельеф Южной Америки представлен сочетанием высоких гор и обширных равнин. Горный пояс Кордильер, протянувшийся вдоль тихоокеанского побережья материка, называется в Южной Америке Андийскими или Андами. Высочайшая вершина не только материка, но и всего западного полушария – гора Аконкагуа (6960 м). Почти на всем протяжении горные цепи несут на себе многочисленные конусы вулканов, в том числе действующих. Всю остальную площадь материка занимают плоскогорья (Гвианское, Бразильское, плато Патагонии) и равнины, включая самую крупную на земном шаре – Амазонскую низменность. Южноамериканский материк раскинулся преимущественно в низких широтах, что обеспечивает ему поступление огромного количества солнечного тепла. Поэтому здесь преобладают тропические ландшафты. На материке господствуют влажные тропические леса, саванны, с удивительно своеобразным и богатым растительным и животным миром. Лишь крайний юг континента заходит в умеренный пояс. В целом же Южная Америка – это царство тропической природы.

Своеобразны культурно-исторические рекреационные ресурсы Америки, которые формировались в условиях этнокультурного разнообразия коренных народов и европейской колонизации. Ко времени открытия Америки Христофором Колумбом (1492 г.) на ее территории существовали государства с высокоразвитыми цивилизациями: государство ацтеков (на Мексиканском нагорье со столицей в Теночтитлане), майя (на полуострове Юкатан, Мексика), инков (на западном побережье Южной Америки, со столицей в Куско). В конце XV в. Начинается колонизация континента Испанией

и Португалией. Большая часть современных государств Америки – бывшие колонии Испании, отсюда и широкое распространение испанского языка в регионе. Колонией Португалии была Бразилия. На восточном побережье Атлантики поселились выходцы из Англии. Европейская колонизация сопровождалась разрушением традиционной культуры и образа жизни аборигенов, поэтому памятников доколумбовой цивилизации в Америке сохранилось мало (Чичен-Ица, Мачу-Пикчу, Куско, Наска). Однако интерес к истории современных американцев и туристов из других стран мира способствует сохранению объектов, рассказывающих о прошлом Америки. Спрос на развлечения способствовал появлению таких специфических туристских объектов как тематические парки. Многие из них имеют зоны, посвященные истории Америки. Объектами туристского показа становятся любые сооружения и учреждения, позволяющие прикоснуться не только к прошлому, но и демонстрирующие современные достижения и образ жизни американской цивилизации (Голливуд, Белый Дом – резиденция президента США).

Среди факторов, влияющих на развитие туризма в Америке, следует отметить: удаленность от других регионов и, прежде всего, основного туристского рынка – европейского. Поэтому туризм в Новом Свете имеет в основном внутрорегиональный характер, особенно интенсивный обмен туристами идет между США, Канадой, Мексикой. В межрегиональных поездках американцев лидируют страны Европы (Великобритания, Франция, Италия, Германия, Испания). Но для многих американцев путешествие в Европу – дорогое удовольствие. Растущий интерес американские туристы проявляют к АТР, активно посещая Китай вместе с Сянганом, Японию, Республику Корея, Сингапур, Австралию.

Америка занимает третье место по туристским прибытиям (156 млн.), но ее доля в мировых прибытиях снижается.

Рекреационно-ресурсный потенциал, спрос на различные виды туров и туристских услуг способствовали развитию в Америке разных видов туризма. Наибольшей популярностью для отдыха у моря и развлечений, связанных с водой (купально-пляжный, серфинг, яхтинг, дайвинг, круизный туризм) пользуются юго-восток США (побережье Мексиканского залива, Флорида) и островные государства, а также территории Карибского бассейна (Багамские острова, Ямайка, Куба, Барбадос и др.).

## **5. Туристско-рекреационная характеристика Ближнего Востока**

Ближний Восток включает все арабские страны, расположенные в Юго-Западной Азии, Афганистан, Иран, а также два государства Северной Африки населенные арабами — Египет и Ливия. Регион охватывает огромную и очень пеструю в географическом, историческом и социально-экономическом отношении территорию. Ближний Восток расположен на стыке между тремя частями света – Европой, Африкой и Азией является перекрестком важнейших коммуникаций. Он имеет широкий выход к морям и крупным заливам Атлантического и Индийского океанов, а также к Каспийскому морю. Однако выгодное географическое приморское положение одних районов (Египет, Объединенные Арабские Эмираты) сочетается с удаленностью и изолированностью других (Йемен, Афганистан).

Рельеф разнообразный, преобладают нагорья, плато и высокие равнины. Основные низменности – Нильская и Месопотамская — стали в Древние времена колыбелью первых цивилизаций. Расположение региона в субтропическом и тропическом климатических поясах обуславливает обилие солнца, высокие температуры, сухость воздуха, дефицит воды. Ландшафтный облик региона формируют пустыни. Ближний Восток богат многочисленными историческими, культурными и религиозными памятниками. Лучше всего сохранились памятники древнеегипетской культуры (пирамиды, храмы, сфинксы). Имеются памятники древнеримской (Баальбек в Ливане) и средневековой арабской культур, многочисленные памятники, связанные с зарождением ислама. В целом Ближний Восток является одним из самых перспективных в туристском отношении районов мира.

Широким внутрорегиональным связям способствует то, что большинство населения исповедует ислам, а для арабских стран – еще и общность языка, истории, быта и культуры. Существуют и факторы, негативно сказывающиеся на развитии туризма. Природные условия обширных безводных пустынных пространств не способствуют массовому отдыху. Для региона в целом характерно слабое развитие транспортной сети; неравномерное экономическое развитие, что сказывается на уровне развития индустрии гостеприимства. Отсутствие политической стабильности, здесь неоднократно вспыхивали локальные конфликты между странами (война между Ираном и Ираком, агрессия Ирака против Кувейта).

Последние события – террористическая операция США против Афганистана. Но самый главный, существующий много десятилетий конфликт, обусловлен непростыми отношениями, которые сложились между Израилем (ЮНВТО относит его к Европейскому туристскому региону) и арабскими странами. Терроризм, захват заложников, использование армии в государственной политике создают имидж небезопасного для туризма региона в целом.

Основными странами на рынке международного туризма являются Египет и ОАЭ. Здесь созданы условия для комфортного купально-пляжного отдыха в сочетании с познавательным туризмом. В целом основной целью посещения туристами из других районов мира является знакомство с историческими достопримечательностями, культурой, паломничество. В Египте сформировалась сеть приморских климатических курортов, известных во всем мире: Хургада, Шарм-эль-Шейх, Дахаб, Нувейба. Хорошо прогретые воды Красного моря, богатый животный мир, распространение коралловых рифов создают идеальные условия для дайвинга. Поездки с деловыми целями ограничены и направлены в основном в нефтедобывающие страны региона (Саудовская Аравия, Кувейт), а также Египет. Саудовская Аравия выделяется масштабами паломничества. На ее территории расположены главные центры религиозного притяжения мусульман – Мекка и Медина, где, согласно религиозному учению родился пророк Мухаммед.

## **6. Туристско-рекреационная характеристика Африки**

Африканский макрорегион — это государства континентальной Африки, расположенные к югу от пустыни Сахара, а также ряд островных государств и территорий в Атлантике и Индийском океане (более 60 стран). Африка относится к молодым туристским регионам и отличается в настоящее время более высокими темпами прироста туристских потоков, чем в традиционных туристских регионах. Однако Африканский регион менее других устойчив в экономическом и политическом плане и это отрицательно сказывается на развитии туризма. Начало 80-х и середина 90-х – период застоя в туризме Африки из-за сокращения поездок в регион по причине боязни СПИДа. В целом Африка, будучи чрезвычайно притягательной и перспективной как регион туризма, пока еще мало освоена.

Африку отличает от других континентов особое географическое положение: экватор пересекает ее почти посередине. Благодаря

своему положению в двух полушариях она обладает широкими перспективами для развития туризма в течение всего года и таким образом может решать проблемы сезонности мирового туризма, особенно для туристов из Европы. Берега Африки омываются водами Атлантического и Индийского океанов. Побережья преимущественно слабо расчленены, почти не имеют хорошо защищенных морских бухт.

В Африке нет высоких и протяженных горных цепей (высочайшая точка — гора Килиманджаро 5895 м). В рельефе преобладают равнины, плато и плоскогорья, очень мало низменностей. Здесь раскинулись бескрайние просторы жарких саванн, пустыни и полупустыни, в том числе величайшая пустыня мира Сахара (8 млн. кв. км).

Основные черты климата Африки определяются, прежде всего, ее положением в экваториальных и тропических широтах, поэтому она — самый жаркий и сухой континент. Однако существуют значительные внутренние климатические различия. На экваторе круглый год высокие температуры (+24°C), осадки также выпадают в течение круглого года (более 2000 мм в год). Африка получает огромное количество солнечного тепла. Температуры воздуха высоки круглый год, а зима и лето отличаются главным образом по условиям увлажнения: лето характеризуется как сезон дождей, зима — сухой период. Несмотря на дефицит влаги на обширных пространствах, в Африке протекают самая полноводная река восточного полушария — Конго и самая длинная река на Земле — Нил. И в этом тоже проявляется контрастность, так характерная для природы всего континента.

Богат и экзотичен мир африканских животных, особенно травоядных — жирафы, зебры, многочисленные антилопы, слоны, носороги, бегемоты. Много хищников: львы, гепарды, гиены, шакалы. Для сохранения природы и ее рационального использования, в том числе и для развития туризма, правительства некоторых африканских государств (Кения, Танзания, Уганда, ЮАР, Намибия, Ботсвана) создают систему национальных парков. Среди африканских стран первое место по числу национальных парков принадлежит Кении, где они занимают 15 % всей территории. Всемирной славой пользуется национальный парк Серенгети, расположенный на территории Танзании.

Значительным туристским ресурсом являются исторические и культурные памятники, прежде всего Северной Африки. Для

европейцев и американцев традиционная культура местных народов столь же экзотична, как и африканская природа. Этнографические особенности многочисленных народов открывают широкие перспективы для развития познавательного туризма.

И все же Африка уступает многим районам мира по уровню туристских прибытий (50,2 млн. в 2011 г. или около 5 %) и размеру валютных поступлений от туризма (32,6 млрд. дол.). К числу факторов, которые затрудняют развитие туризма в регионе, относятся: низкий экономический уровень большинства африканских стран, слабо развитые туристская инфраструктура и сухопутная транспортная сеть, отсутствие развитого внутреннего туризма, который «прокладывает дорогу» международному туризму, наличие множества «горячих точек», территориальных притязаний и проблем между странами, что дестабилизирует обстановку и снижает уровень безопасности в туризме.

Наиболее широко представлены на рынке международного туризма страны Северной (Тунис, Марокко), Восточной (Кения) и Южной (ЮАР, Зимбабве) Африки. Тунис и Марокко специализируются на купально-пляжном, лечебно-оздоровительном и познавательном туризме. В национальных парках Восточной Африки традиционно организуются сафари, на берегу Индийского океана получили развитие климатические курорты.

### ***Основные термины и понятия***

#### ***Туристско-рекреационная характеристика***

#### ***Субрегион***

#### ***Международный туризм***

### ***Вопросы для самостоятельного изучения***

1. Какие страны Европейского туристского региона развивают лечебно-оздоровительный туризм?
2. В каких странах Восточной Азии и АТР развит горнолыжный туризм?
3. Какие ближневосточные страны имеют самое передовое место в международном туризме?

## **Тема 8. Транспортно-географические факторы в развитии туризма**

План:

1. Роль видов транспорта в развитие туризма
  - Железнодорожный транспорт
  - Автомобильный транспорт
  - Водный транспорт
  - Авиационный транспорт
2. Современные тенденции развития авиатранспорта как мощнейший фактор, влияющий на международный туризм
  - Глобальные стратегические альянсы авиаперевозчиков
  - Низкобюджетные авиакомпании

### **1. Роль видов транспорта в развитие туризма**

Транспорт всегда играл важную роль в развитии туристских миграций. Перемещение представляет собой наиболее характерную черту туризма, а транспорт, обеспечивающий это перемещение, является важнейшей отраслью, оказывающей услуги туристского типа. Без транспорта нет туризма, если не говорить о пеших экскурсиях и походах, ограниченных как числом участников, так и расстоянием. Транспорт играет большую роль в обслуживании экскурсий, то есть посещения городов и населенных пунктов, достопримечательных мест природы, культурно-исторических объектов и др.

Под давлением научно-технического прогресса в транспортную сферу, географическое пространство стало меняться. Речь идет не об уменьшении астрономических размеров земного шара, а о сокращении экономических расстояний и «психологической» удаленности мест на Земле. Перемещение из одной точки пространства в другое требует все меньше временных и иных затрат, и у людей складывается ощущение, что земная поверхность сжимается. В географической литературе говорится о «сжатии пространства», происходящее в результате создания новых видов техники для перевозки людей, транспортировки грузов, ослабления барьерных функций границ (Александрова, 2009).

Весьма выразительна зависимость между видом средства транспорта и уровнем благосостояния туриста, характером туристского путешествия и отдаленности цели выезда. Род используемых туризмом средств транспорта зависит как от географического положения и условий природной среды местности,

так и от степени развития сети коммуникаций. Для туризма транспорт стал меняться под давлением таких свойств как скорость, комфортабельность, стоимость, условия питания, уровень шума, безопасность.

Транспорт подразделяется на: сухопутный (автомобильный и железнодорожный), водный (морской и речной), и воздушный. Удельный вес отдельных видов транспорта в туристских перевозках формируется обычно по-разному в международном и внутреннем туризме, а также в разрезе стран либо их регионов. Наиболее популярны в высокоразвитых странах – автомобильный и авиационный транспорт.

### **Железнодорожный транспорт**

До первой половины XX в. железная дорога была одним из основных средств перемещения путешественников. Железные дороги обеспечивали поразительно ровное и комфортное движение по сравнению с дилижансом и паровыми судами. Укрепление железнодорожной системы способствовало развитию туризма вширь и вглубь. С его приходом в Великобритании морские курорты Саутенд, Блякпул и Брайтон стали чаще посещаться. Аналогичный феномен наблюдался и на территории Франции, где курорты как Биарриц, Сан Себастьян, Ницца, Кан и даже Шамони в Альпах были обеспеченными железными дорогами еще до конца XIX века.

Конкуренция, развернувшаяся между железнодорожными компаниями конца XIX в., привела к появлению спальных вагонов, а также организации питания в пути. Отныне дальние расстояния не являлись препятствием для туристов и других путешественников. Развитию железных дорог и связанных с ним туристских миграций сопутствовал процесс туристского благоустройства отдельных местностей и районов.

На нынешнем этапе в мировом железнодорожном транспорте наблюдается тенденция систематического развития электрической тепловозной тяги, постоянно возрастает уровень механизации и автоматизации движения поездов. Ведутся работы по дальнейшему изысканию путей увеличения скорости и повышения комфорта езды (ТЖВ во Франции, Шинкансен в Японии, Евростар в Италии, Скоростная железная дорога Москва–Санкт-Петербург в России и др.), а также более низкая стоимость проезда. Несмотря на это, наблюдается систематическое снижение удельного веса железнодорожного транспорта в международном туризме, особенно

резко это обозначилось с начала 60-х годов XX века. Железнодорожный транспорт также не может обеспечить такого высокого уровня обслуживания даже при условии применения специализированного подвижного состава, однако, он имеет и свои достоинства, поскольку во многих случаях превосходит водный транспорт по количеству посещаемых пунктов назначения.

### **Автомобильный транспорт**

В международном и внутреннем туризме главное значение имеют перевозки личными автомобилями (индивидуальные туристы) и автобусами (экскурсии). Стремительное развитие автомобильного транспорта, особенно использование личных автомашин, было вызвано в равной степени как ростом производства легковых автомобилей и автобусов, так и постоянно развивающейся улучшающейся сетью автодорог с твердым покрытием. Характерной чертой этого вида транспорта является высокая маневренность, подвижность, возможность преодоления больших расстояний за короткий срок и посещения большого числа туристских и других объектов. Густота современной сети дорог позволяет добираться на автомобиле практически в любой район страны или в другие страны. С 20-х годов прошлого века началось строительство специальных дорог, предназначенных для автотранспорта, названных автострадами. Одну из первых автострад построили в 1923 году в северной Италии. Сегодня густая сеть автострад развита на территории: США, Японии, Германии, Италии, Франции, Великобритании.

Широкую популярность получило путешествие на автобусах. Обладая высокой маневренностью и мобильностью автобусы практически вне конкуренции на маршрутах до 500 км. Высококомфортабельные туристские автобусы используются и на длинных маршрутах (туры по Европе, Золотому Кольцу в России).

Использование личных автомобилей для поездок в туристских целях, без которых трудно представить современный туризм, называют автотуризм. Это путешествия, рассчитанные, как правило, на несколько дней или недель. Автотуризм дает возможность путешественникам быть независимыми во времени, маршрутах и графике движения.

## **Водный транспорт**

В международном туризме на протяжении многих лет доминировали морские перевозки людей. Со временем, по мере развития авиации, их значение постепенно уменьшалось. Примером и объяснением может служить то, что, например, путешествие на судах из Франции в США через Северную Атлантику длится около 80 часов, а самолетом – только 8 часов. В то же время все большей популярностью пользуются морские экскурсии-круизы в районах западного побережья Европы, Средиземного моря, Карибского моря.

Круизный туризм получил наибольшее развитие с конца 50-х годов XX века, хотя практиковался он с незапамятных времен. Круиз представляет собой туристскую поездку по реке или морю, как правило, с заходом в порты, на борту специального пассажирского судна. В настоящее время десятки круизных компаний по всему миру эксплуатируют сотни пассажирских судов.

Водный транспорт может быть местом непосредственного отдыха туриста, его питания и развлечений. Такой «транспортный туризм» стал одним из наиболее популярных видов отдыха населения европейских городов, расположенных на морском побережье или на крупных реках (Вена, Будапешт, Лондон, Санкт-Петербург, Стамбул, Венеция, Неаполь, Валенсия, Севилья и др.). Для этой цели наиболее приспособлены средства водного транспорта – суда, на которых, благодаря высокому уровню комфорта, создаются условия отдыха, близкие по уровню к гостиницам высших категорий. Пассажирский морской (или речной) корабль как «движущийся дом» является наиболее притягательным для туристов более солидного возраста.

## **Авиационный транспорт**

Согласно статистике, темпы роста популярности авиатранспорта выше, чем автотранспорта, что обусловливается все большим расширением географии путешествий и существующей тенденцией к сокращению сроков путешествия. Продвижение международных туристов ориентируется в первую очередь на авиатранспорт (43%), потом идет автотранспорт (42%), а далее железнодорожный (8%) и водный (7%) виды транспорта (Casari, 2008). Значение воздушных сообщений в туризме возросло по мере увеличения провозной способности самолетов, повышения комфорта, а также сокращения времени полета. Особенно это отмечается с середины 50-х годов, когда появились реактивные самолеты, развивающие 700–1000 км/ч (ТУ-104, Боинг 707 и др.). Растущая

популярность воздушных путешествий привела к тому, что во многих странах они доминируют над другими видами транспорта. Особенно это касается островных либо удаленных от главных центров туристского спроса стран (Гавайские, Сейшельские острова, Таиланд). Во многих странах наблюдается также растущая роль воздушного транспорта и в перевозках внутренних туристов. Это касается, прежде всего, стран с огромной территорией (Россия, США, Канада, Австралия) или располагающие развитой сетью воздушных линий (Германия, Великобритания, Италия). Роль воздушного транспорта будет систематически возрастать, особенно если исходить из перспектив развития производства и применения новых моделей сверхзвуковых пассажирских самолетов.

Сеть международных авиаперевозок охватывает более 150 стран мира, а число авиакомпаний достигает более 1300 (Кусков, 2008). Их пассажироемкость растет постоянно, совершенствуется технология обслуживания. В России находится 76 международных аэропортов. Для удовлетворения современных требований туристов авиатранспорт начал меняться, под давлением новой техники для служб информации и резервирования мест. Значительная часть деятельности по продаже билетов и резервированию мест идет уже электронным путем через Интернет.

## **2. Современные тенденции развития авиатранспорта как мощнейший фактор, влияющий на международном туризме**

### **Глобальные стратегические альянсы авиаперевозчиков**

Своеобразная революция в развитии авиатранспорта произошла с проявлением в образовании глобальных союзов корпораций и международных стратегических альянсов. Такое сотрудничество между компаниями дает общий для всех участников альянса результат – рост объема воздушных перевозок и прибыли, а для туристов – высокая доступность и низкие цены на авиаперевозок. Сегодня деятельность международных стратегических альянсов рассматриваются как переломный этап в развитии всего туризма. Они переходят к сотрудничеству в рамках специальных поощрительных программ для часто летающих пассажиров и к взаимобмену идентификационными кодами. В простейшем случае взаимный обмен кодами (например «Аэрофлот» – SU и «Эйр Франс» – AF) становится деловым соглашением, по которому каждый из них приобретает

блоки мест на полеты компании партнера с последующей их перепродажей от своего имени. Согласно подписанному соглашению «Аэрофлот» не выполняя, скажем, полетов в Дублин или Корт (Ирландия) имеет возможность продавать перевозки под своим кодом на рейсы «Эйр Франс» в эти города через Париж. Одновременно «Эйр Франс», не поддерживая рейсов на территорию России, смог расширить свою сеть (Иркутск, Омск, Казань, Владивосток) за счет продаж на рейсы «Аэрофлота» через Москву.

*Стар Альянс* является первым и подлинно глобальным объединением авиаперевозчиков. Оно создано по инициативе немецкой авиакомпании «Люфтханза» и американской «Юнайтед». Маршрутная сеть альянса связывает 916 пунктов назначения в 160 странах на всех континентах. Количество ежедневно выполняемых рейсов увеличилось до 17 тыс. Для удобства туристов партнеры альянса вводят единые билеты в случае пересадок на самолеты других авиакомпаний-членов альянса; проводят согласованную тарифную политику; предоставляют совместное использование гостиничных номеров в аэропортах.

*Уануорлд* стал первым глобальным стратегическим альянсом авиаперевозчиков с централизованным менеджментом. Эффективное управление способствовало быстрому росту альянса. Он существует с 1998 г. и сегодня объединяет 727 пунктов назначений в 142 стран. Этот альянс контролирует большую часть рынка авиаперевозок между США и Великобританией. В рамках *Уануорлд* действует одноименная всемирная тарифная сеть, производится обмен идентификационными кодами, реализуется программа поощрения часто летающих пассажиров, проводится единая система бронирования и трансфертных операций.

*Скай Тим* возник недавно, в 2000 г. Маршрутная сеть альянса связывает 928 пунктов назначения в 174 странах. В 2006 году в альянс вступил «Аэрофлот». Целями и одновременно преимуществами *Скай Тим* являются облегченный набор полетных миль по программе поощрения часто летающих пассажиров и их взаимный зачет всеми членами альянса; совместное использование комнат отдыха в аэропортах, широкий выбор тарифов; унифицированная процедура регистрации пассажиров и багажа; единая система резервирования.

Большинство авиакомпаний находятся также в стратегических отношениях с турфирмами по всему миру, посредством таких систем электронного бронирования как «Амадеус», «Фиделио», «Галилео»,

«Сейбр», «Аполло» и др. Таким образом, транспортный фактор способствует выбору туристского продукта потребителем в виртуальном пространстве.

### **Низкобюджетные авиакомпании**

Тенденция к снижению средней стоимости одного километра перевозки пассажиров на международных авиалиниях (с 0,42 дол./км в 1930 г. до 0,068 дол./км в 1990 г.) связывается с беспрецедентным ростом международных туристских поездок. Мощным стимулом к активизации туристских обменов в настоящее время стала деятельность низкобюджетных авиакомпаний (low-costcarrier). Первым успешным таким авиаперевозчиком была PacificSouthwestAirlines в США, которая стала пионером концепции «низких цен», а первый рейс состоялся 6 мая 1949 г. Часто это первенство приписывают SouthwestAirlines, которая начала функционировать в 1971 г. и декларировала прибыль каждый год, начиная с 1973 г. После перерегулирования авиационных перевозок в Европе наиболее заметного успеха добились ирландская авиакомпания Ryanair, которая начала полеты по низким ценам в 1990 г., и EasyJet, созданная в 1995 г. Низкобюджетные авиакомпании появились в Азии и Океании с 2000 г., лидирующими компаниями стали малазийская AirAsia, индийская AirDeccan и австралийская VirginBlue.

Эту модель применили во всем мире, однако для наиболее эффективного применения нужна новая регуляция рынка воздушных перевозок. В 2006 году было объявлено о появлении новых «дешевых» авиакомпаний в Саудовской Аравии и Мексике.

Расстояние уже не является тем труднопреодолимым препятствием, которое раньше сдерживало развитие мирового туризма. Подтверждением тому служит тенденция к ускоренному росту межрегиональных и межконтинентальных туристских потоков, особенно между Европой, Северной Америкой и АТР.

Эти авиакомпании реализуют новую модель бизнеса, основанную на всемирной экономике и проводят политику предельно низких цен на перевозку пассажиров. Благодаря этим авиаперевозчикам трансатлантический полет можно совершить менее чем за 100 евро, а путешествие из Лондона в Варшаву – за 1 евро. А в начале 2000-х годов был даже такой случай, при котором словацкая авиакомпания «SkyEurope» выплачивала полет (стоимость 1 евро) пассажиров по маршруту София–Братислава. **Низкая цена**

**билетов** объясняется тем, что у них нет офисов продаж (все делается через Интернет), а значит, не надо содержать сотрудников и снимать помещения. Билеты электронные: туристу достаточно взять с собой в аэропорт распечатку пришедшего на его e-mail подтверждения брони. Теперь многие авиаперевозчики заявляют нулевую стоимость некоторых маршрутов, к чему в реальности не прибавляется стоимости регистрации пассажиров и багажа, «операционные расходы», стоимость бронирования места и обработки банковских карт. Все эти платежи не возвращаются даже в случае отмены полета по вине компании. Авиапарк самолетов у них современный, отвечающий всем стандартам качества.

Низкобюджетные авиакомпании представляют собой серьезную угрозу для компаний с традиционным полным сервисом обслуживания, так как высокий уровень себестоимости традиционных перевозчиков не дает им успешно конкурировать по цене – важнейшему фактору, по которому потребитель выбирает лоукост (низкая цена)перевозчика. С 2001 по 2003 гг., когда индустрия авиаперевозок пострадала от терроризма, войны и распространение вируса атипичной пневмонии, большинство традиционных авиакомпаний понесли значительные потери, в то время как многие низкобюджетные авиакомпании добились прибыли.

### ***Основные термины и понятия***

***Транспорт***

***Виды транспорта***

***Маршрут***

***Уануорд***

***Скай тим***

### ***Вопросы для самостоятельного изучения***

1. В чем заключается специфика водного транспорта?
2. Какую роль имеет, среди экскурсионных маршрутов, автомобильный транспорт?
3. Что имеется виду под термином «сжатие пространства» в международном туризме, под давлением транспортного фактора?

## **Тема 9. Геополитический фактор в развитии туризма**

План:

1. Сущность геополитического фактора в туризме
2. Региональная безопасность
3. Характер государственных границ
4. Международные отношения
5. Туристская деятельность как субъект (инструмент) геополитики

### **1. Сущность геополитического фактора в туризме**

В узком смысле, геополитика традиционно связывается с пространственным поведением стран на мировой арене. В этом плане, предметом исследования становится сам потенциал отдельных стран и их соперничество за влияние в пространстве. В более широком смысле, геополитика понимается как научная область, изучающая географические предпосылки и причины для проявляющихся экономических и политических проблем. Таким образом, политические и экономические процессы, влияющие на туризм и имеющие пространственную обусловленность, могут быть интерпретированы как геополитические.

Влияние геополитики на туризм имеет множество измерений, большая часть которых обладает комплексным характером, связанным с образно-географической моделью геополитической ситуации. В географических анализах, касающихся в той или иной мере регионального развития туризма, значение геополитических факторов для общей привлекательности зачастую недооцениваются. Об этом свидетельствуют как множество монографических изданий, так и конкретные туристические программы с маркетинговым акцентом. Геополитический фактор охватывает влияние геополитического положения, транспортного обеспечения, внешнеполитических отношений, контрасты в социально-экономическом отношении, политической стабильности (риска социальной напряженности, военных конфликтов, террористических актов). На современном этапе динамичных перемен в организации туризма, испытывающего воздействие глобальных процессов и повышенных требований туристов в выборе дестинации, геополитический фактор выражается еще и в обостренной конкуренции между самими туристскими субъектами в борьбе за привлечение туристских потоков.

Геополитический фактор становится крайне существенным при принятии множества решений, касающихся пространства России в области географии туризма. Перемены, связанные с распадом СССР и формирование на его территории 15 независимых государств, привели к тому, что туристские потоки стали реально зависеть от геополитических процессов. По мнению Д.В. Николаенко (2001) геополитический фактор приобретал повседневную реальность для России и стран бывшего СССР, потому что «если прежде никто не мог и помыслить о свободной поездке на дешевый курорт Турции и Греции, то в СНГ это стало нормальным делом».

## **2. Региональная безопасность**

Геополитический фактор проявляется посредством распространения информации о нестабильности конкретных территорий. В данном отношении туризм тесно связан с проблемами международной безопасности, глубоко зависит от степени решаемости межэтнических и политических конфликтов, поскольку он немислим в зонах социальной и военной нестабильности. Начиная с 90-х годов прошлого века таких примеров огромное количество: распад и последующие региональные войны в Югославии, которая входила в тот период в десятку самых посещаемых туристских стран, оказалась брошенной для международного туризма на долгие годы; война США в Ираке (1990 г.) нанесла серьезный ущерб туризму в целом на Ближневосточном регионе, также в Восточном Средиземноморье.

Геополитическим фактором, блокирующим развитие туризма, является также ухудшение экологической обстановки. Оно связано с расширением промышленного производства, автомобилизацией, техногенными катастрофами. Наиболее ярким действием данного фактора являются районы, пострадавшие от аварии Чернобыльской АЭС. Отрицательное воздействие на туризм оказывает и проявление международного терроризма. Под его воздействием отдельные дестинации отметили серьезный спад посещаемости: США (11 сентября 2001 г.), остров Бали (2002 г.), Мадрид (2004 г.) и др. Самый недавний пример, наглядно показывающий разрушительные последствия региональной нестабильности на развитие туризма, является волна социальных и политических революций (2011–2012 гг.) в ряде арабских стран. Только в такой стране, как Египет международных туристских прибытий в 2011 г. сократились более

чем на треть (с 14 на 9 млн.), потеряв миллиарды долларов потенциальной прибыли.

В условиях массовой культуры (телевидение, Интернет) влияние геополитического фактора заполнено неоднозначными представлениями, которые придают туристской привлекательности территории двусмысленность и неопределенность. Для такой страны, например, как Беларусь, относительно дистанцированное внешнее поведение в сторону Запада и сохранение некоторых социалистических элементов в своем экономическом развитии, ведут к серьезному ущербу ее туристической привлекательности, несмотря на то, что она пользуется стабильным социально-политическим управлением, хорошей транспортной сетью и отсутствием этнической напряженности и массовой преступности. И наоборот – такая страна как Турция, геополитическое положение, которой уязвимо (рядом с Ближним Востоком и Кавказом) и внутривнутриполитическая ситуация не стабильна (проблемы с курдами, частые теракты), которая характеризуется, как достаточно сложная и неустойчивая территория, но негативно эти процессы на ее туристскую посещаемость не сказываются, из-за стабильных отношений с Западом и НАТО. В случае с Турцией, конечно же, не следует недооценивать и привлекательность туристического потенциала.

Аналогичную ситуацию (со степенью условности) рисует тиражируемая информация СМИ о Северном Кавказе в связи с нестабильностью в Чечне (хотя и ситуация в республике теперь нормализованная), экстраполируется на все южные районы России. Вот и поэтому, несмотря на огромный потенциал для развития туризма, поездка на Кавказ становится предметом для размышлений не в последнюю очередь и с точки зрения, нет ли войны в этих регионах?; насколько стабильна там ситуация?; не случится ли чего неприятного за время пребывания семьи на отдыхе в этом месте? и т.д.

Что касается Дагестана, то здесь нельзя отрицать сложную общественно-политическую обстановку, в которой уже более 30 лет находится республика. Э.М. Эльдаров и Ш.М. Алиев (2005) утверждают, что нестабильная геополитическая ситуация на Северном Кавказе, возникшая с развалом СССР, приобрела затяжной, хронический характер. И действительно, в нынешнем Дагестане такая нестабильность весьма заметна: массовая безработица, острые экологические проблемы побережья Каспийского моря, разгул

криминала, "уход в лес" молодежи и т.д. В результате всего этого республика приобрела славу региона, в который ездить просто опасно. Получается так, что Дагестан, обладающий прекрасными возможностями для туристского развития (теплое море, пляжи, горы, огромное богатство культурно-исторических ресурсов) из-за геополитического фактора фактически лишился перспектив в плане широкого освоения своих богатых туристско-рекреационных ресурсов. В конкретном случае даже потенциальный поток инвестиций, направленный на развитие туристской сферы Дагестана не будет давать ожидаемую отдачу, если находится в прямой зависимости от геополитического фактора.

### **3. Характер государственных границ**

Существенное значение для развития международного туризма имеет и характер государственных границ. Их роль имеет множество проявлений, что касается туристского образа места, то определяющее значение как геополитического фактора имеет выполняемое ими функциональное назначение (зона контакта, зона интеграции, зона барьеров), связанное с пропускной способностью и интенсивностью туристских потоков.

Граница может являться реальным, иногда непреодолимым барьером или восприниматься таковым туристом. Например, жесткую миграционную политику или таможенные формальности выступают в качестве сдерживающего начала и приводят к уменьшению туристских поездок. Другой тип барьеров при трансграничных поездках носит психологический характер – туристы испытывают дискомфорт при пересечении границ, разделяющих враждующие страны, сильно укрепленных рубежей, межкультурных различий. В специальной литературе этот психологический феномен известен как «функциональная дистанция» (Александрова, 2010). Так по некоторым оценкам, до 20% времени при международных передвижениях тратится на пересечение государственных границ: оформление виз и других разрешительных документов, паспортный контроль, таможенные досмотры и т.д.

Например, в Болгарии 22 года назад два участка государственной границы – с Грецией и Турцией, выполняли четко выраженные функции барьеров, негативные последствия чего все еще пока не полностью преодолены. Несмотря на постоянно возрастающий двусторонний обмен, который за 2009 г. уже превышает 2,3 млн. поездок (с Грецией) и 1,5 млн. (с Турцией), государственные границы

с этими странами продолжают характеризоваться низкой степенью контактности и интеграционности, прежде всего из-за неудовлетворительного среднего числа и состояния пограничных КПП. Если для базы принять установленную в некоторых частях Западной Европы оптимальную пропускную способность границ, где через каждые 50 км государственной границы, по меньшей мере, один КПП, то на болгарско-турецкой границе это расстояние в 1,7 раза больше (86 км), а на болгарско-греческой – в три раза больше (164 км). По всей длине государственной границы Болгарии (2245 км) среднее расстояние между двумя КПП превышает 100 км. Эта констатация говорит о затруднениях в контактной функции государственных границ страны, которые создают психологический дискомфорт у туристов, в особенности в пик сезона, когда туристские потоки наиболее интенсивны.

#### **4. Международные отношения**

Влияние геополитики на туризм выражается и в отношении между государственными субъектами, которое отражается на направлении рекреационных потоков. Очень важное значение здесь имеют двусторонние политические отношения любой страны, которая развивает международный туризм, и странами, направляющими к ней наибольшее число туристов: наличие межгосударственных и межправительственных соглашений по сотрудничеству в сфере экономики, торговли, научно-технических и культурных взаимосвязей. Международный туризм являясь одним из форм международных экономических отношений, имеет ряд специфических черт. Мировой опыт свидетельствует, что страны, осуществляющие широкий туристский обмен, и в сфере политики всегда конструктивно решают возникающие между ними проблемы. В этом отношении примером последних лет могут быть российско-турецкие, российско-кипрские, российско-итальянские отношения. Поэтому туризм является формой народной дипломатии, приобретающий особую значимость в условиях глобализации и информатизации мира.

Особенно значим в этой связи культурный туризм – путешествия с целью знакомства с материальными и духовными объектами культуры, участия в событиях культурной жизни. Этот вид туризм высоко гуманен, отвечает самым насущным интересам человечества, способствует взаимопониманию, равноправному и взаимовыгодному международному сотрудничеству. Он стимулирует

уважению других народов и культур, и предотвращает «столкновения цивилизаций». Значение туризма во внешнеэкономических связях особенно наглядно проявляется в условиях кризиса. Речь идет, прежде всего, об общедоступности туризма, который может сыграть стабилизирующую роль в экономике страны.

## **5. Туристская деятельность как субъект (инструмент) геополитики**

Развитие туризма как устоявшейся социально-экономической деятельности, особенно в ее современных глобальных размерах, становится инструментом геополитической активности. Благодаря изменениям, которые покидают территорию, она является мощным фактором влияния в пространственных масштабах целых городов, регионов и стран. Изменения, осуществляемые туризмом, однако, имея свои положительные стороны, трансформируются и в питательную среду для возникновения ряда геополитических проблем.

На современном этапе динамического изменения в организации сферы туризма, отрасль испытывает серьезные последствия глобальных процессов и увеличение потребности туристов при выборе места назначения. В этих условиях геополитический фактор выражается даже в острой конкуренции между государственными учреждениями (страны, регионы, туроператоры) в борьбе за влияние на конкретной территории или для привлечения туристических потоков. Вот почему деятельность международного туризма в мире определяется некоторыми исследованиями как «империалистической» и имеющая «неоколониальный» характер, как правило, повышает риск культурной деградации и дегуманизации местной идентичности (Hall, 1994; Hoerner, 2008; Bettoni, Gibling, 2009). Многие страны попадают под зависимость от западного капитала в туризм (островные государства в Карибском бассейне, Фиджи, Соломоновы острова, Острова Кука, и т.д.). Как описывает К.М. Холл, этот процесс получил название «новая плантационная экономика» (Hall, 1994). Последствия этого процесса приводят к массовым проявлениям негативных социальных явлений: рост неприязни местных жителей к туристам и обострения социальных отношений, криминализация туризма, создание террористических групп и другие, которые по сути формируют комплексы геополитических проблем.

С принятием геополитики в широком смысле, как «проявление борьбы за власть и влияние в определенных областях, различных общественных организаций», туризм может быть представлен, как деятельность дважды связанная с нею. Во-первых, потому что реализация туристского продукта основана на территориальной конкуренции между различными социальными и экономическими субъектами, которое способствует антагонизму в его управлении. Во-вторых, туризм является по своей сути агрессивным явлением, способствующий, в большинстве случаев для процветания территорий, но в то же время провоцирует неприязнь среди некоторых общественных групп из местного населения. В этом случае речь идет о несправедливом и нелояльном процессе усвоения туристских благ, которые провоцируют разжигание социальных конфликтов различной природы. Их появление является результатом игнорирования традиций и поведение коренных общин и введений новых правил жизни, размещая их в подчиненное положение к экономическим интересам государств и корпораций. Наряду с повреждением и хищническим использованием земли, деградации экологического баланса, серьезнейшей из геополитических проблем, проявляется в «сегрегации» местного населения, с учетом, в некоторых случаях культурного, экологического и экономического геноцида (Bettoni, Giblin, 2009).

Пример: быстрое развитие туризма на французском острове Корсика в начале 60-х годов прошлого века в результате сознательной политики правительства, сознательно стимулирует повышенный механический рост его населения, выросло оно с 220 тыс. чел. в 1970 году до 320 тыс. чел. в 1985 году, в основном иммигранты нефранцузского происхождения. Это нашло свое отражение в новых общественных отношениях и урбанизации почти треть побережья. Местные региональные организации начали выражать недовольство, открыто объявив политику Франции «колониальной» на острове и развитие туризма как «схему перемещения корсиканцев» и «запрограммированного геноцида корсиканского народа». Впоследствии регионализм превратился в открытое сопротивление, сопровождающийся серией террористических атак. Дополнительное давление начинает создавать и криминализации туризма, создания мафиозных групп, которые ведут соперничество между собой. Данный случай провоцирует серьезную проблему, но даже в не столь окончательной оценке следует признать, что из-за туристской экспансии появляются

многочисленные негативные явления для туристических мест и потенциальных посетителей.

### ***Основные термины и понятия***

***Геополитика***

***Международные отношения***

***Туристская безопасность***

### ***Вопросы для самостоятельного изучения***

1. В чем состоит проявление геополитического фактора в сфере туризма?
2. Охарактеризуйте геополитическое положение Республики Дагестан. Какую оценку для развития туризма можете дать?
3. Какое значение имеют международные отношения для успешного развития туризма?

## **Тема 10. География массового (морского и горнолыжного туризма)**

План:

1. Купально-пляжный (морской) туризм
  - а) Особенности купально-пляжного туризма
  - б) Районы распространения морского туризма
2. Горнолыжный туризм
  - а) История горнолыжного туризма
  - б) Основные районы распространения горнолыжного туризма

### **1. Купально-пляжный туризм**

#### ***а) Особенности купально-пляжного туризма***

Купально-пляжный отдых является одним из наиболее популярных в мире. Три четверти туристов предпочитают проводить отпуск вблизи воды — на реках, озерах, морском побережье или в морском путешествии. Наиболее привлекательными остаются морские побережья, как составная часть формулы пассивного отдыха, известной как «три S»: море-солнце-пляж (Sea-Sun-Sand). Морской туризм включает купание, принятие солнечных ванн, прогулки по побережью, спортивные игры на берегу, серфинг, катание на лодках, катаерах, водных лыжах, подводное плавание, рыбалку и др. Для 70 % туристов, прибывающих в такие страны как Испанию, Грецию,

Болгарию, Таиланд, Австралию и ряд других, основным мотивом является отдых у моря. Для островных государств и территорий (Кипр, Гавайи, Куба, Бермуды, Мальдивы и многие др.) купально-пляжный отдых иностранных туристов стал весьма доходной отраслью хозяйства.

Лечебный эффект приморского климата и талассотерапии, высокий уровень обслуживания превратили приморские территории многих стран в курорты мирового значения. Притягательность купально-пляжного отдыха привело к созданию на побережьях морей, рек и озер дач, вилл, бунгало для временного отдыха, зданий системы таймшера, палаточных городков, кемпингов, трейлеров. В то же время среди отправляющихся к морю немало тех, кто путешествует «дикарём».

*Продолжительность* купального сезона определяется климатическими условиями и температурном режимом водоема. Оптимальные климатические параметры направлены на продолжительность солнечного сияния до 300 дней, среднегодовое атмосферное давление около 760 мм ртутного столба, скорость ветров не должна превышать 6 м/с, относительная влажность воздуха 50-60%. Таким образом, для эффективного развития морского туризма сочетание климатических элементов должно обеспечивать продолжительность периода гелиотерапии (принятие солнечных ванн) не менее 3 месяца. Температура воды должна быть не ниже 17°C, а наиболее благоприятная считается 20–24°C. Названным условиям в большей степени отвечают приморские и островные территории, находящиеся между 20° и 50° с.г.д. и ю.г.ш.

Районы, специализирующиеся на купально-пляжном туризме дополнительно ориентируются на развлекательный туризм (включая яхт-клубы, торговые центры, казино, дискотеки и др.). В приморских рекреационных районах создана мощная туристская индустрия. В Средиземноморье (Лигурийское побережье Франции и Италии), Карибском бассейне (Флорида, Бермудские острова), Калифорнии, на востоке Австралии вдоль побережья непрерывной цепочкой на многие километры тянутся санатории, пансионаты, отели, яхт клубы, развлекательные заведения.

### ***б) Районы распространения морского туризма***

Старейший приморский курортный район мира – Лигурийское побережье Франции (Ницца, Канн). Побережье Лигурийского моря от Канн (Франция) до Специи (Италия) носит название Ривьера, и

делится на Французскую и Итальянскую. Это зона отдыха и туризма международного значения с многочисленными климатическими курортами. На Итальянской Ривьере наиболее известные курорты – Рапалло, Сан-Ремо, Портофино.

В настоящее время большинство стран, имеющие выход к Средиземному и Черному морям интенсивно используют свои островные и прибрежные территории для развития купально-пляжного отдыха. Они входят в Средиземноморскую зону (Таблица 1), являющуюся самым крупным на рынке морского туризма. Наиболее посещаемые из них — острова Капри и Искьявблизи Неаполя (Италия), Адриатическое побережье Хорватии (курорт Дубровник), Адриатическое побережье Италии (Римини, МиланоМариттима, Лидо-диИезоло), Эгейское и Средиземноморское побережье Турции (курорты Бодрум, Кушадасы, Мармарис, Анталья, Алания, Кемер), Мальта, Кипр (курорт Лимасол), побережье Туниса (курорт Сус), Крымское побережье Украины, Черноморское побережье России и Болгарии и др. Больше всего иностранных туристов с целью отдыха в Средиземноморскую зону приезжает в Испанию, их привлекают пляжи Пиренейского полуострова (курорты Бенидорм, Валенсия, Аликанте, Малага), курорты на Балеарских(остров Мальорка) и Канарских (остров Тенерифе) островах, при этом островные курорты пользуются большей популярностью. Самые известные курорты Португалии находятся на острове Мадейра в Атлантическом океане.

В XX в. возросший спрос на купально-пляжный отдых у американцев обусловил быстрое развитие курортных зон в обеих Америках: Майами, Санта-Круз, Сан-Диего (США), Акапулько, Канкун(Мексика), Багамские и Бермудские острова, островные государства Карибского бассейна – Барбадос, Ямайка, Куба, Пуэрто-Рико. Широко известным является морской туризм в Бразилии (Рио-де-Жанейро, Ресифи, Вила-Веля), Уругвае (Пунта-дел-Есте), Аргентине (Мар-де-ла-Плата).

Популярные среди иностранных туристов районы прибрежного туризма сформировались на Ближнем Востоке – курорты на побережьях Красного моря – Хургадаи Шерм-эль-Шейх (Египет) и Персидского залива – Дубай, Абу-Даби, Шарджа(Объединенные Арабские Эмираты).

В последние десятилетия быстрее всего развивались приморские районы в экваториальной и тропической зонах Азии, почти не подверженных климатической сезонности: Сейшельские и

Мальдивские острова, Маврикий. Всемирную известность получили побережья Юго-Восточной Азии: курорт Паттайя, острова Пхукети Самуй(Таиланд), остров Бали (Индонезия), Пинанг (Малайзия), Хайнань(Китай).

В Австралии и Океании морской туризм выделяется как одним из самых известных. На Гавайских островах посреди Тихого океана американцы создали курортную зону с современной индустрией размещения и развлечений, принимающую ежегодно более 6 млн. туристов. Гавайи – родина серфинга и излюбленное место серфингистов из разных стран. Великолепными пляжами огромной протяженности, часто сложенными белым, блестящим на солнце коралловым песком, славится восточное побережье Австралии. Наиболее известные здесь курорты Голд-Коуст(Золотой Берег), Брисбен, Кэрнс. Среди государств, развивающие морской туризм в Океании выделяются: Нова Каледония, Фиджи и острова Французской Полинезии.

*Таблица 1.*

**Основные регионы и страны в купально-пляжном туризме**

<b>Туристский регион</b>	<b>Туристский субрегион</b>	<b>Страна</b>	<b>Принимающий географический регион</b>
Европа	Южная Европа	Испания, Италия, Португалия, Греция, Хорватия, Черногория	Средиземноморье
	Западная Европа	Франция	Средиземноморье, Атлантическое побережье
	Восточное Средиземноморье	Турция, Кипр, Израиль	Средиземноморье
	Центральная и Восточная Европа	Болгария, Украина, Россия, Абхазия	Черноморское побережье
		Латвия, Литва, Польша,	Балтика
Америка	Карибские страны	Куба, Доминиканская	Карибский бассейн

		Республика, Ямайка	
	Северная Америка	Мексика, США	Тихоокеанское побережье, Атлантическое побережье Карибский бассейн
Азия и АТР	Юго-Восточная Азия	Малайзия, Индонезия, Таиланд, Филиппины	Побережья Южно- Китайского моря, Андаманское море, акватория Больших Зондских островов
Африка	Северная Африка	Тунис, Марокко	Средиземноморье
Ближний Восток		Египет, ОАЭ	Средиземноморье, побережья Красного моря и Персидского залива

## 2. Горнолыжный туризм

### *а) История горнолыжного туризма*

Горнолыжный спорт зародился в Норвегии в XIX веке, но современные формы горнолыжного спорта пришли из Австрии. Первый горнолыжный клуб также появился в Норвегии, а среди его основателей был известный полярный исследователь Фритьоф Нансен. Из Скандинавии вместе с норвежскими путешественниками эмигрантами лыжный спорт проник в горные районы Европы и Америки.

Широкую популярность этого спорта в Европе устанавливается с 20-х годов прошлого века, стимулируя массовое строительство горных лыж в Альпах. Большая заслуга в этом принадлежала Австрии и Швейцарии, которые уделяли большое внимание его развитию. Потом Италия и Франция ускорили усвоение Альп, направленное на создание инфраструктуры горнолыжного спорта. В это время появляются и канатные дороги-подъемники,

которые расширили пропускную способность, трансформируя этот вид спорта действительно в массовый. Как вид туризма катание на лыжах превращается в 50-60-х гг., особенно после первой трансляции Олимпийских игр, когда начинается эпоха и горнолыжного бума.

Горнолыжный туризм в последние три десятилетия развивается очень быстро. Привлекательность горнолыжного туризма обусловлена тем, что это единственный массовый вид спорта и отдыха в зимнее время. К тому же зимний горный пейзаж отличается высокой эстетичностью, также как и сам спуск по трассе ярко экипированных лыжников. Заниматься горнолыжным туризмом в настоящее время стало модным. Горнолыжный туризм и отдых включает катание на лыжах, слалом, прыжки с трамплина, фристайл, сноуборд, фрирайд и горнолыжные походы. Интерес к данному виду отдыха обусловлен еще и тем, что сегодня лыжные туры, предоставляемые туристскими компаниями, могут проходить с максимальным комфортом. Кроме того, наличие у турфирм специального снаряжения, оборудования и средств связи позволяют приобщиться к активному туризму людям, не обладающим специальными знаниями и достаточным опытом для организации самостоятельных путешествий (Бессараб, Штефан, 2011).

Наиболее подходят для развития массового горнолыжного туризма территории, обладающие определенными природными условиями. Рельеф – слабо расчлененный с протяженными склонами от сотен метров до нескольких километров крутизной до 35°(оптимально 17°). Мощность снежного покрова — не менее 40 см при устойчивой солнечной погоде. Важнейшим условием является лавинная безопасность трассы.

Для фрирайда требуются горные территории, не оборудованные лыжными трассами, обилие снега и особая его консистенция, формирующаяся в горах вблизи незамерзающих морей. Лучшим местом для фрирайда считается Аляска, а также Новая Зеландия, Канада, США, в России – Камчатка и курорт Красная Поляна на Кавказе. Горнолыжные курорты часто используют для проведения Зимних Олимпийских игр. Популярность курортов после этого резко возрастает. В разные годы Белые Олимпиады принимали Шамони(1924 г., первые зимние Олимпийские игры), Кортина-д'Ампеццо(1956 г., впервые участвует СССР), Гренобль (Франция), Инсбрук, Саппоро, Нагано (Япония), Лиллихаммер (Норвегия), Калгари (Канада), Солт-Лейк-Сити, Лейк-Пласид(США).

Для занятий горными лыжами созданы крупные комфортабельные туристические базы, микро-городки, состоящие из кемпингов. Они превратились в настоящие курорты, использующие лечебные свойства горного климата. Развитие горнолыжных курортов прошло несколько этапов. Традиционно зимние курорты возникали на базе патриархальных горных деревушек, предоставлявших гостям уединенный отдых и успокоение. Многие из них создавались не от хорошей жизни, а в поисках путей выживания, когда в них закрывались старопромышленные предприятия и люди оставались без работы. Типична в этом отношении история французского курорта Альп-д'Юэз, в котором после закрытия серебряного рудника, все его жители образовали акционерное общество и вложили личные средства в строительство горнолыжного центра.

После Второй мировой войны концепция туристского освоения территории меняется. При выборе подходящего места для постройки горнолыжной базы планировщики руководствовались не наличием уже существовавшего поселка, а обширностью горного пространства. В США появилась модель «снежного стадиона», рассчитанного на продолжительное пребывание посетителей.

В 1960-70 гг. Европа перешла к созданию зимних туристских центров нового поколения невиданных прежде форм и размеров. Строительство и архитектуры получили широчайшие возможности для беспрепятственного воплощения задуманного, так как почти все объекты возводились выше населенных пунктов (более 2000 м вне уровня моря). Такие горнолыжные курорты появились в Швейцарии, Франции, Италии, Австрии. Современные горнолыжные центры оборудованы лыжными трассами, трамплинами и подъемниками. В штат горнолыжных курортов входят инструкторы, спасатели, служба предупреждения лавин, врачи. Горнолыжный туризм относится к дорогим видам туризма из-за высокой стоимости лыжного снаряжения и обслуживания отдыха (проживание – 300-1000 дол. в неделю, прокат снаряжения – 150-200 дол. в неделю).

#### ***б) Основные районы распространения горнолыжного туризма***

Главный горнолыжный район не только Европы, но и мира остается Альпийский. Альпийские трассы и поныне являются самыми популярными среди горнолыжников. Альпийские горы – самая обширная и высокая горная система Западной Европы, простирается на 1200 км в длину и 300 км в ширину. Площадь

Альпийского района составляет 180 тыс. кв. км на территорию 7 государств. Лучшие альпийские горнолыжные курорты: Шамони, Валь д'Изер, Межев, Мерибель, Ла-Плань, Изола-2000 во Франции; Давос, Санкт-Мориц, Кран-Монтана, Вербье в Швейцарии; Инсбрук, Сан-Антон, Китцбюэль, Майерхофен в Австрии; Кортина-д'Ампеццо, Курмайор, Мадонна-ди-Кампилио, Бормио, Червиния, Ливиньо в Италии; Гармиш-Партенкирхен в Германии; Краньска Гора, Марибор в Словении. Инфраструктура отдельного горнолыжного курорта в Альпах представлена трассами в количестве от 50 до 300 с суммарной длиной от 100 до 600 км., подъемниками в количестве от 30 до 200, десятками снежных пушек. В Шамони находится самый протяженный лыжный склон в мире – 22 км. Франция – безусловный лидер в лыжном туристском направлении мира: здесь более 400 горнолыжных курортов с 6 тыс. км оборудованных склонов, 250 курортов для любителей равнинных лыж с 13 тыс. км ухоженных трасс (Глушко, Сазыкин, 2002).

Кроме Альп немало горнолыжных курортов в других горных районах Европы:

– Карпатский (Словакия, Польша, Румыния, Украина). Он получил известность благодаря таким горным курортам как Закопанье в Польше; ШтребскеПлесо, ТатранскаЛомница, Стари Смоковец, Попрад в Словакии; Синая и ПояньяБрашов в Румынии;

– Судеты в Чехии (горнолыжные курорты – Пец-под-Снежкой, ШплиндеровМлин, Гаррахов)

– Родопы и Рила в Болгарии (Пампорово и Боровец)

– Скандинавский на территории Норвегии, Швеции и Финляндии. Здесь находятся такие известные зимние центры как Лиллехаммер и Хемседал (Норвегия), Леви в Финляндии, Селен в Швеции.

– Пиренейский (Испания, Андорра) район самый молодой из европейских. Его история начинается с 50-х годов XX века. Известные курорты – Ла-Молина, Вал-де Нурия.

На территории России известные курорты расположены на Северном Кавказе. В России до последнего времени не было высококачественных лыжных трасс и комфортабельных курортов. Наилучшими природными условиями отличаются горы Кавказа и Камчатки. В последние годы на карте России стали появляться новые горнолыжные курорты и базы, нередко даже в равнинных районах, например, в Подмосковье. Наиболее известные горнолыжные центры страны: Кировск (Мурманская обл., горы Хибин, характеризуется

продолжительным лыжным сезоном, что обусловлено северным географическим положением), Домбай, Терскол, Эльбрус (старейшие горнолыжные базы на Северном Кавказе), Красная Поляна (самый молодой и комфортабельный курорт, расположенный на Западном Кавказе в 70 км от Сочи). Имеются центры на Урале и в горах Южной Сибири. Самый крупный горнолыжный проект России – создание 40 км горнолыжных трасс у поселка Листвянка на Байкале. Круглогодичный курорт можно создать на Камчатке, используя многолетние снежники и ледники. В Приморском крае главным центром горнолыжного туризма является Арсеньев.

Великолепны горнолыжные курорты в США: курорт Аспен в Кордильерах (штат Колорадо) назван международными экспертами в 2001 г. лучшим горнолыжным курортом мира. Кроме него здесь находятся еще курорты Вей и Солтлейк-Сити; В Аппалачах на северо-востоке страны мировую известность имеет Лейк-Плесид. На тихоокеанском побережье выделяется Скво-Вэлли.

Горнолыжный туризм в Восточной Азии и АТР представлен больше всего в Японии (Саппоро, Нагано), который развивается в основном благодаря посещаемости национальными туристами. Япония лидирует среди стран мира по числу любителей горнолыжного спорта (7 млн. чел.). Начинают развивать этот вид туризма Китай, Турция и другие страны.

Стремление продлить горнолыжный сезон или перенести его на летний период приводит к росту популярности курортов, расположенных и в южном полушарии, где зимними месяцами являются июнь-август (Чили, Новая Зеландия).

### ***Основные термины и понятия***

***Купально-пляжный туризм***

***Развлекательный туризм***

***Горнолыжный туризм***

***«Три S»***

***Таймшер***

### ***Вопросы для самостоятельного изучения***

1. Перечислите основные районы горнолыжного туризма в мире?
2. Перечислите страны – развивающие купально-пляжный туризм в Африканском регионе?

## Тема 11. География городского туризма

### План:

1. Типы городов и их туристская ориентация
2. Глобальные города, как центры международного туризма
3. Развлекательные ресурсы в современном городском туризме

### 1. Типы городов и их туристской ориентации

Города обладают удивительной притягательной силой для миллионов людей Земли. Они являются главной ареной политических, экономических, культурных и социальных процессов, а также место сосредоточения наибольших ценностей человечества. Города производят впечатление своей неповторимостью. От встречи с красивым городом, знакомства с его панорамами, ансамблями, увлекательными перспективами, красочными деталями, человек получает нечто больше, чем просто удовольствие. Многие из них вызывают явственный образ людей, которые с ними ассоциируются; например, Зальцбург – Моцарт, Санкт-Петербург – Петр Великий, Прага – Франц Кафка, Вена – Йохан Штраус, Великий Устюг – родина Деда Мороза. Широко распространено понятие городов как мест литературного действия: Севилья – родина Фигаро, Верона – символ любви Ромео и Джульетты, Рим – город Цезарей и т.д. Важную роль в восприятии городов играет и их общий колорит: преобладающий цвет, характерные звуки, запах и т.д. Например, итальянский город-музей Сиена знаком со своим коричнево-серым цветом, Рим с шорохом фонтанов, Москва с металлическим запахом метро.

Роль и значение городов в развитии туризма неуклонно повышаются. Современный городской туризм объединяет широкий набор информационных, культурно-исторических, развлекательных и деловых ресурсов. И все таки он, прежде всего, ориентирован на ознакомление туристов с культурными ценностями: археологическими и культурно-историческими памятниками, архитектурными ансамблями, этнографией (быт, культура, традиции народов, фольклор), хозяйством. Объектами городского туризма становятся «чудеса», созданные человеком, демонстрирующие достижения технического прогресса. Например, знаменитая башня, творение А. Г. Эйфеля, украшающая Париж с 1889 г., Статуя Свободы как один из символов Нью-Йорка, подвесные мосты через пролив Босфор в Стамбуле.

Городской туризм концентрируется преимущественно в городах с богатой историей. Наиболее известные культурно-исторические центры сосредоточены в Европе и Азии – Париж, Рим, Венеция, Флоренция, Мадрид, Лондон, Прага, Санкт-Петербург, Вена, Будапешт, Рига, Краков, Киев, Стамбул, Иерусалим, Пекин. Именно в них сконцентрированы самые значимые музеи мира – настоящие сокровищницы культуры и искусства. Среди наиболее известных и посещаемых: Лувр (Париж), Британский музей (Лондон), Эрмитаж (Санкт-Петербург), Прадо (Мадрид), Национальная галерея (Берлин), Галерея Уффици (Флоренция), Художественно-исторический музей (Вена), Третьяковская галерея (Москва), Цвингер (Дрезден). Кроме них каждый год в мире появляются новые музеи, нередко с весьма экзотичными экспонатами. Своей необычностью они привлекают толпы туристов: музей картофеля (деревня Оттерап, Дания), музей саун (местечко Муурума, Финляндия), музей Несси (графство Ивернесс, Великобритания), музей загадок (Печ, Венгрия), музей мусора (Нью-Джерси, США), музей чертей (Каунас, Литва), музей мышеловок (Марктобердорф, Германия), музей колокольного звона (Углич, Россия).

Городской туризм редко выступает в качестве самостоятельного направления, обычно познавательные цели путешествия сочетаются с иными – отдых, развлечения. Он обычно краткосрочен, имеет продолжительность от одиночной экскурсии до 5–7 дней. В городском туризме очень высока доля лиц старшего возраста, что обуславливает требовательность к качеству услуг гостеприимства. Более того, для многих городов мира туризм часто рассматривается как один из основных элементов стратегии городского развития, способный внести вклад в их процветание.

Городской туризм развит в разных типах городов, которые объединены в 5 типов (География туризма, 2009):

– Города – центры культурно-познавательного туризма. Они пользуются образом музеев современного искусства под открытым небом с присущей им атмосферой (Флоренция, Авиньон, Таллинн, Ярославль);

– Города – центры делового туризма. Наибольшим потенциалом обладают крупные города, прежде всего, столицы высокоразвитых государств (Париж, Вена, Токио, Лондон) или города, выполняющие экономические, финансовые, транспортные и организационные функции на большом пространстве (Нью-Йорк, Франкфурт-на-Майне, Женева, Чикаго, Бомбей);

– Города – курорты и центры лечебного туризма. Они ориентированы преимущественно на массового туриста, посещающего курорт с целью лечебного (Карловы-Вары, Баден-Баден,), купально-пляжного (Римини, Варна, Сочи, Ницца) или горнолыжного курорта (Гренобль, Больцано, Попрад);

– Города – центры паломничества. Они являются почитаемыми местами для миллионов верующих, которые считают своим долгом посетить их в течение жизни (Рим, Иерусалим, Мекка, Стамбул, Киев).

Не является редкостью, когда город выполняет комплексные функции по отношению к обладающим туристским потенциалом и практически может быть соотнесен к нескольким или ко всем из упомянутых типов. Такие города как Рим, Венеция, Москва, Гонконг, Будапешт привлекают внимание туристов со всего мира с разнообразными предпочтениями.

## **2. Глобальные города как центры международного туризма**

Среди всего многообразия туристских центров особое место занимают крупные города. Они традиционно аккумулируют значительную часть культурно-исторического наследия человечества, зачастую являются генераторами и носителями все новых видов туризма и обладают наиболее отлаженной инфраструктурой для комфортабельного пребывания. Мировой город, как правило, обладает относительно большой людностью, является крупным экономическим, транспортным и коммуникационным центром, входит в число ведущих финансовых полюсов мира, является местом концентрации штаб-квартир крупных ТНК.

В отличие от столичных и культурно-исторических городов, глобальные города имеют свою специфичную иерархию. В соответствии с аккумулированными ресурсами, масштабами и сферой пространственного влияния ключевые позиции в мире занимают ограниченное число городов. В этом отношении высший состав городов, которые признаны, бесспорно, глобальными представляют Нью-Йорк, Токио и Лондон. Второй эшелон формируют: Чикаго, Лос-Анджелес, Вашингтон, Париж, Брюссель, Франкфурт-на-Майне, Сингапур, Сан-Паулу. На третьем уровне такие города как Москва, Мехико, Сидней, Гонконг, Сеул, Сан-Франциско и др. В совокупности глобальные города планеты образуют опорный каркас не только мировой экономики, но и системы международного туризма. О значимости явления

свидетельствует тот факт, что десятки мировых городов аккумулируют более 10% всех международных туристских прибытий (География туризма, 2009).

Большинство современных мировых городов концентрируют значительную часть культурно-исторического наследия человечества, что обуславливает их повышенную привлекательность для развития познавательного туризма. Кроме того, они находятся в пределах староосвоенных и экономически высокоразвитых территорий и занимают центральное положение в туристских регионах мира. Почти все глобальные города относятся к городам-миллионерам, за исключением Франкфурта-на-Майне (800 тыс. чел.), Цюриха (750 тыс. чел.), Гаагу (700 тыс. чел.) и др.

В результате воздействия большой совокупности факторов мировые города становятся ключевыми элементами в системе международного туризма. Они формируют особую категорию туристских центров и обладают целым рядом важных отличительных черт:

- Мировые города концентрируют колоссальные объемы глобального турпотока. Только посещаемость таких городов как Нью-Йорк и Париж превышает 35 млн. человек в год;

- Выступают в качестве туристских узлов, для которых входящие и исходящие потоки велики и вполне сопоставимы;

- Для них характерны очень высокие темпы прироста объемов туристского потока, в том числе международного;

- Для них характерна очень широкая географическая структура туристского потока, охватывающие целые континенты и даже весь мир;

- Огромное количество туристов обуславливает особую значимость отрасли для экономики мировых городов. Например, ежегодно только в Нью-Йорке туристы оставляют более 17 млрд. дол. Поэтому стремление к удовлетворению потребностей самой разнообразной клиентуры обуславливает адекватный и высочайший уровень развития сферы услуг и материально-техническую базу;

- Все мировые города относятся к полифункциональным туристским центрам. Речь идет о всех возможностях для познавательного, делового, развлекательного и ряда иных видов туризма. Такое разнообразие дает туристам широкие возможности для их комбинирования.

- Мировые города выступают центрами локализации делового туризма, который считается одним из самых динамичных в

последние два десятилетия. Это обуславливается масштабной концентрацией представительств ТНК и их филиалов.

### **3. Развлекательные ресурсы в современном городском туризме**

Как правило, любой туристской поездке присущи развлечения. Люди отправляются в путь за новыми впечатлениями, острыми ощущениями и положительными эмоциями, прежде всего, в городах. Экскурсия в сочетании с развлечениями преобладает среди других целей путешествий и формирует наиболее массовые туристские потоки в мире. Они зарождаются в странах Европы, Северной Америки, Азиатско-Тихоокеанского региона и одновременно тяготеют к этим же регионам.

Центрами развлечений все чаще становятся города, привлекающие миллионы людей. Всемирно известными центрами развлекательного туризма стали города-курорты Майами, Монте-Карло, Сан-Диего. Развлечения в туристской поездке могут быть связаны с посещением различных мероприятий (спортивные состязания, фестивали, конкурсы, шоу, карнавалы) и учреждений (магазины, бассейны, кинотеатры, тематические парки и парки аттракционов, казино). Притягательной силой для туристов обладают учреждения игорного бизнеса, такие как казино. В мире открыто много казино, но столицей игорного бизнеса по праву считается Лас-Вегас (США, штат Невада). Ежегодно этот город посреди пустыни посещает около 30 млн. человек. Славу центров азартных игр и развлечений приобрели американские города Атлантик-Сити (штат Нью-Джерси) и Майами (штат Флорида), Макао (Китай). На Европейском континенте «большой игрой» известен Монте-Карло (Монако). Казино в Монте-Карло — первое в Европе, оно основано в 1863 г. В начале XX в. здесь бывали известные люди: Дягилев, Шаляпин, Карузо, представители царствующих домов Европы.

Мировая индустрия развлечений в последние десятилетия развивается столь быстрыми темпами, что не только растет количество предлагаемых увеселительных учреждений, но и в корне меняется их качество. Особое место в этой индустрии занимают *тематические парки*. Идея тематических парков зародилась в Европе еще в конце XVI в. В 1583 г. в Дании был открыт парк для развлечений «Бакен», который считается началом стационарных парков данного типа. Артисты стали разыгрывать здесь уличные представления на потеху публике. На Всемирной выставке в

Брюсселе впервые появился уголок аттракционов (от франц. *attraction* — «притяжение») – карусели, колесо обозрения. Немного позднее в Вене (конца XVIII) открывает двери знаменитый «Пратер», а в XIX веке в Париже появился первый в мире аттракцион на литературной основе – «Из пушки на Луну». Посетители по одному залезали в тесный «космический аппарат», их окутывал дым, а потом за иллюминатором появлялся лунный пейзаж. Вместе с каруселями, расположенными по соседству, позже его стали называть Луна-парком. Современное воплощение идеи тематического парка – созданный в Нидерландах в 1952 г. парк по мотивам европейских сказок.

Настоящим прорывом становится строительство парка для семейного отдыха, созданного по инициативе Уолта Диснея в 1955 году. Концепция парка – захватывающее путешествие по волшебной стране знаменитых мультфильмов. В настоящее время во многих европейских странах созданы тематические парки, но подлинный расцвет они получили в США, откуда и стали распространяться по всему свету. Центры развлечений, организованных в форме тематического парка, хорошо развиты еще в Японии, Франции, Испании, Нидерландах, Дании, Германии, Великобритании, Китае, Австралии.

Тематический парк сегодня это центр семейного отдыха и развлечений, где для объединения людей разных возрастов, тема носит не только увеселительный, но и образовательный характер. Просветительная и образовательная политика тематических парков дает ощутимые результаты, т.к. большинство современных посетителей составляют не дети, а взрослые.

В региональном плане по их количеству лидирует Северная Америка, на которую приходится 84 % (около 600) всех тематических парков мира, а оставшиеся 16% – на весь остальной мир (Терлеева, 2008). Северная Америка лидирует также по посещаемости тематических парков, которые превышают 120 млн. чел. в год. За год только парки США посещает свыше 90 млн. человек, а доходы достигают почти 3 млрд. долларов. Европейские тематические парки принимают в год около 60 млн. гостей (доходы — 1,8 млрд. долл.). За год Европейский Диснейленд принимает посетителей в 2 раза больше, чем Лувр и Эйфелева башня. Среди компании, развивающие тематические парки, по посещаемости выделяется «Уолт Дисней». Потом идут цепи компании «СиксФлагс» (более 115 млн. чел. В 2010 г.), «Юниверсал Студиоз», «СедарФэйр» и другие.

Наиболее известные и посещаемые тематические парки мира находятся преимущественно в триаде США–Европа–Япония:

1. «Диснейленд» (Disneyland) — старейший тематический парк США (создан в середине 1950-х гг.) находится в Калифорнии в 40 км от Лос-Анджелеса. Это первый «настоящий» парк развлечений. Парк стал местом действия героев любимых сказок. Помимо развлечений, отдых в парке носит информационно-познавательный характер. Здесь постоянно действуют экспозиции, рассказывающие об истории Америки, культурах разных народов. Посетителям парка предлагают принять участие в аттракционе «Космическое путешествие».

2. «Дисней Уорлд» (WaltDisneyWorld) — США, штат Флорида, пригород города Орlando. Это крупнейший развлекательный комплекс в мире. В него входят 4 тематических парка, посвященные героям Диснея, достижениям в области науки и техники, животному миру различных регионов мира и парк аттракционов. Здесь располагаются аквапарки, магазины, рестораны, гостиницы. Есть здесь и морской цирк, где можно посмотреть южноамериканские фольклорные представления.

3. «Си Уорлд» — США, штат Калифорния, город Сан-Диего. Посетители могут познакомиться с жизнью подводного мира, увидеть красочное шоу с участием дельфинов, касаток, тюленей, с помощью новейших лазерных технологий и голографических спецэффектов предпринять «путешествие» в Антарктиду.

4. «Юниверсал Студиоз» (UniversalStudios) — США, штаты Калифорния (Лос-Анджелес) и Флорида (Орlando). Это кинопарки. В калифорнийском «ЮниверсалСтудиоз» очень натурально устроен «Парк Юрского периода». По нему путешествуют на лодке, в сопровождении экскурсовода, рассказывающего о доисторических животных и по пути сталкиваясь с динозаврами. И в Орlando можно стать участником съемки фильма с захватывающим сюжетом. Такой же парк создан в Осака (Япония).

5. «Евро Диснейленд» — Франция, расположен в 30 км от Парижа, крупнейший тематический парк Европы. Этот парк построен по образцу калифорнийского «Диснейленда» и объединяет 5 тематических зон. Выбор Европейского региона для размещения очередного тематического парка обеспечили: широкий рынок потенциальных клиентов, рост спроса на короткие расстояния, количества туристских прибытий в регионе.

6. «Футуроскоп» — французский тематический парк, расположенный в 400 км от Парижа в городе Пуатье. Парк

представляет собой огромное количество павильонов из стекла, выполненных в модернистской манере «городов будущего». Здесь можно посетить кинозалы, сделанные в виде кристалла, трубы, шара, куба. Экран расположен всюду, даже под ногами. Это один из самых технически продвинутых парков, где собраны аттракционы XXI века. С помощью лазеров здесь создается особая атмосфера «виртуальной реальности».

7. «Астерикс» – французский парк, гости которого попадают во времена Древнего Рима и Древней Греции.

8. «Европа парк» – самый интернациональный парк в мире. Он является самым большим на территории Германии, в непосредственной близости с границей Франции. Парк предлагает более 100 аттракционов.

9. «Санта-Парк» – крупнейший финский развлекательный центр, находится в 5 км от города Рованиemi. Это Лапландия — родина Санта-Клауса. Город расположен за Полярным кругом, имеет собственный аэропорт, сеть гостиниц, благоустроенные лыжные трассы.

10. «Порт Аventura» (PortAventura — Порт приключений)– крупнейший парк развлечений в Испании, второй по величине в Европе, расположен в курортной зоне Средиземноморья вблизи города Салоу. Гости парка путешествуют в пространстве и во времени, имея возможность посетить «Полинезию», «императорский Китай», «города индейцев майя» или «дикий Запад Америки».

11. «Земля мифов» (TerraMitika) — парк раскинулся в Испании, рядом с городом Бенидорм. Парк изображает великие древние цивилизации: Египет, Грецию, Рим.

12. «Европа-парк» — крупнейший тематический парк Германии (25 км от города Фрайбурга). На его территории в 60 га воссозданы географические особенности различных европейских стран, в том числе и России.

13. «Леголенд» — датский парк расположился в городе Белунд (Дания). Именно здесь в 1934 г. был создан первый конструктор «Лего». В парке представлены собранные из конструктора модели крупнейших европейских городов, ландшафты Африки, поселения древних индейцев, средневековые замки. Еще один «Леголенд» расположен в Сан-Диего (США). Парк располагает 50 млн. кубиков, из которых дети, следуя своей фантазии могут строить дома и гигантские фантастические фигуры.

14. «Автоштадт» – настоящий город на территории концерна «Фольксваген», в котором все павильоны, развлечения и аттракционы посвящены автомобилям. Он находится в Вольфсбурге. В парке организуются экскурсии, где происходит сборка автомобилей, а для любителей гонки, построен трек для кортов и зал с компьютерными играми.

15. «Диснейленд» в Японии, расположен вблизи Токио, создан по типу «Диснейленда» в Калифорнии и Париже. Один из самых распространенных в мире типов парков — «Водный мир». Это многочисленные бассейны и водные аттракционы, например, водные горки (как маленькие для малышей, так и такие высокие, что не каждый смельчак решится скатиться). Воссоздаются искусственные объекты и явления природы — течения, гроты, подземные реки, морской прибой.

Сеть тематических парков расширяется, появляются и новые темы для их организации. Так, в США в штате Виржиния, где в прошлом прошли кровопролитные бои, открыт парк, посетители которого могут ощутить себя солдатами времен Гражданской войны. Во Флориде тематический парк «ЭнимлКиндом» воспроизводит саванны с огромными баобабами и экзотическими африканскими животными. В Италии строится тематический парк, воссоздающий старый Рим.

### ***Основные термины и понятия***

***Городской туризм***

***Город***

***Развлекательный туризм***

***Глобальные города***

***Тематические парки***

### ***Вопросы для самостоятельного изучения***

1. Назовите факторы стремительного роста городского туризма?
2. Что такое глобальный город? Каковы его признаки?
3. Перечислите 3-4 примера о городах-курортах. Чем отличаются они как центры туризма от других городов?

## Тема 12: География делового туризма

### План:

1. Бизнес-поездки
2. Конгрессно-выставочный туризм
3. Интенсив-туризм

**Деловой туризм** – это выезд на конференции, выставки, семинары и прочие деловые мероприятия. Таким образом, человек отдыхает, прогуливаясь по выставочному центру, и работает, получая новую информацию. Такой вид туризма является самым перспективным и влиятельным направлением туристических агентств по всему миру. Большие темпы развития делового туризма способствуют «стиранию» границ в мировом бизнесе, благодаря чему он привлекает все больше отдельных бизнесменов, и даже целые корпорации.

Деловой туризм – самый доходный и динамично развивающийся сегмент мирового туристического рынка. К основным целям совершения деловых поездок относятся:

- проведение встреч и переговоров с партнерами;
- проведение совещаний с руководством и коллегами, представителей филиалов и дочерних структур;
- инспекция работы представительств и филиалов;
- установление и налаживание деловых контактов;
- посещение профессиональных мероприятий (выставок, конференций и т.д.);
- обучение сотрудников;
- обращение в государственные структуры различных стран, с целью получения сертификатов, лицензий, разрешений и т.д.

В 2003 г. ЮНВТО зарегистрировала 200 млн. деловых поездок, на которые приходилось около 30% всех международных туристских прибытий. Доходы от делового туризма в 2000 г. составили примерно 180 млрд. дол., или 40% общих поступлений от международного туризма. За 2010 год объем деловых поездок во всем мире составил 819 млрд. долл.

Деловой туризм – явление сравнительно новое. Он начал бурно развиваться с 1980-х гг. на волне глобализации и связанной с ней интенсификации деловых, научных и культурных обменов, а также изменения доли среднего класса. В структуре делового туризма выделяют два сегмента – классические деловые поездки (КДП) и сегмент, название которого образует известная англоязычная

аббревиатура MICE. Аббревиатуру составляют первые буквы английских слов: Meeting – М (встречи), Intensives – I (интенсив - мероприятия), Conventions – С (конференции), Exhibitions – Е (выставки).

Различают следующие виды делового туризма: бизнес-поездки, конгрессно-выставочный туризм, интенсив-туризм.

### **1. Бизнес-поездки**

Ежегодно в мире совершается свыше 100 млн. бизнес-поездов. Их территориальное распределение характеризуется крайней неравномерностью. Большая часть туристских потоков со служебными целями направляется в Европу. В структуре деловых поездок на европейском континенте преобладают командировки бизнесменов, конгрессные туры, поездки на выставки и ярмарки, инсентив-туры для служащих фирм.

Занимая первое место в мире по количеству прибытий и расходам на деловой туризм, Европа постепенно утрачивает лидирующие позиции на этом сегменте туристского рынка. По темпам роста делового туризма она отстает от других регионов мира, причем разрыв между ними увеличивается. Особенно наглядно эта тенденция проявилась в начале 90-х годов. В условиях экономического спада компании перешли к политике жесткой экономии. Они сокращали количество командировок, объединяя несколько поездок в одну, вводили усовершенствованные системы связи для решения большинства вопросов на месте, бронировали недорогие средства размещения и приобретали авиабилеты со скидкой. В отличие от европейских американские фирмы продолжали наращивать объемы финансирования.

Несмотря на нестабильное экономическое положение, они увеличивали расходы на деловую часть поездки, экономя на организации отдыха и развлечений бизнесменов.

Типичный турист, путешествующий со служебными целями, – это мужчина среднего возраста с высшим образованием, квалифицированный специалист или руководящий работник. Для делового туризма практически обязательным условием является владение английским языком. Основной "поставщик" деловых туристов в Европе – Германия. Ежегодно свыше 5 млн. немцев отправляются в командировки, из них 3% выезжают за рубеж, 21% путешествуют за границу и внутри своей страны, 76% совершают служебные поездки по Германии. Средняя продолжительность

служебной поездки в страны, расположенные на другом континенте, составляет 12-13 дней, внутри региона – 5-6 дней, а по всей стране – 3-4 дня.

Среди европейских государств, принимающих потоки деловых людей, выделяются Германия, Великобритания, Франция, Нидерланды, Италия, Испания, Швеция, Швейцария. Особое место занимает Бельгия с главным городом Брюсселем, являющимся одновременно и столицей ЕС.

Во Франции и Бельгии каждое десятое прибытие осуществляется с деловыми целями, а в Великобритании – каждое третье. Заметную роль на рынке бизнес-туризма играют страны Центральной и Восточной Европы. С началом перестройки в общественной и экономической жизни они стали представлять интерес для деловых кругов Запада. В первой половине 90-х годов на постсоциалистическом пространстве этот сегмент туристского рынка развивался особенно динамично. Если общее количество туристских прибытий в страны Центральной и Восточной Европы увеличилась с 1992 по 1995 г. на треть, то со служебными целями на 60%. В результате, доля бизнес-поездок в туристском потоке в регион была самой высокой в мире – около 30% в 1995 г. Исключение составляли две страны: Румыния, где падение объемов делового туризма в середине 90-х годов происходило вследствие роста темпов инфляции, и Болгария, которая не могла преодолеть затяжной кризис в финансовом секторе экономики и сокращение национального производства.

Стремительно развивается бизнес-туризм на американском континенте. Каждая восьмая поездка в Новом Свете совершается со служебными целями. Основные потоки деловых людей направляются в США, Канаду и Мексику, лидирующие на всех сегментах туристского рынка в Западном полушарии. В этих странах в первой половине 90-х годов количество бизнес-поездок неуклонно росло, но разными темпами. В США динамика служебных поездок вписывалась в общую картину развития международного туризма. В Канаде объемы делового туризма увеличивались медленнее, чем число прибытий на отдых. В Мексике темпы роста бизнес-поездок превышали аналогичный показатель туристских прибытий в целом.

Поток деловых туристов набирает силу в Латинской Америке. С подъемом в экономике, расширением и укреплением торговых связей многие страны этого региона упрочили свои позиции на рынке делового туризма. Увеличивается количество прибытий со

служебными целями в Парагвай, Гватемалу, Коста-Рику. В Перу в первой половине 90-х годов прибытия росли особенно быстро, но с очень низкого стартового уровня, поэтому их число по-прежнему остается незначительным.

В Юго-Восточной Азии первая половина 90-х годов характеризовалось ростом количества служебных поездок, определявшим общую динамику туристских прибытий. В 1995 г. каждая пятая поездка в регионе была деловой. Треть прибытий приходилась на Сянган (Гонконг), Сингапур и Тайвань. Подлинный бум делового туризма в середине 90-х годов переживала Индонезия. Новая индустриальная страна второй волны, она показывала самые высокие темпы роста прибытий деловых людей в регионе и к 1995 г. по числу бизнес-поездок обогнала Тайвань и Сингапур. Конец «индонезийскому чуду» положил финансовый кризис, разразившийся в Юго-Восточной Азии. Он особенно сильно ударил по Индонезии.

В Африке и на Ближнем Востоке деловой туризм развивается неравномерно. Подъемы и спады в динамике прибытий зависят главным образом от политической ситуации в регионе. Начало 90-х годов было относительно спокойным как на африканском континенте, так и на Ближнем Востоке, где набирало силу движение за мир. По мере стабилизации положения разворачивалась деловая активность. В Африке высокие темпы роста делового туризма показывали Республика Конго, Зимбабве и Эфиопия. По прибытиям в абсолютном выражении лидировали Египет, Южно-Африканская Республика и Марокко.

На ближнем Востоке основные потоки деловых людей устремлялись в нефтедобывающие страны (Саудовская Аравия и др.), а также в Израиль и Иорданию. Во второй половине 90-х годов политическая ситуация обострилась.

Эскалация напряженности на Ближнем Востоке, серия террористических актов в Африке (гибель туристов от рук исламских фундаменталистов в Египте, взрывы у американских посольств в Кении и Танзании) привели к спаду в деловом туризме. Перспективы его развития в обоих регионах неясны.

## **2. Конгрессно-выставочный туризм.**

Наиболее динамичный сегмент рынка деловых путешествий – конгрессно-выставочный туризм. В мире растет интерес к симпозиумам, конференциям, совещаниям, семинарам, а также выставкам и ярмаркам. Бизнесмены и ученые принимают участие в

форумах, чтобы получить последнюю информацию, увидиться с коллегами и обменяться с ними мнениями, провести переговоры, отвлечься от привычной обстановки и приобщиться к предлагаемой культурной программе.

Если в 30-е годы XX в. ежегодно проводилось около 200 международных конференций, то в 90-е годы число конгрессных мероприятий перевалило за 8 тыс. в год. Основная их часть, около 80%, приходится на страны Западной Европы и Северной „Америки. Первые три позиции по числу международных симпозиумов и совещаний прочно удерживают США, Франция и Великобритания. Германия, занимающая четвертое место, известна своими выставками и ярмарками. Их популярность объясняется благоприятной конъюнктурой во многих отраслях промышленности этой страны, повышенным спросом на инвестиционные товары и развитой инфраструктурой.

Крупнейшими центрами конгрессно-выставочной деятельности в Европе и Америке являются Амстердам, Барселона, Брюссель, Вашингтон, Вена, Женева, Копенгаген, Лондон, Мадрид, а также Париж и Страсбург. Ежегодно государственные и деловые лица съезжаются в Давос (Швейцария), где проходят форумы по актуальным вопросам развития мирового хозяйства. Эти города имеют соответствующую материально-техническую базу и располагают широкими возможностями для организации досуга иностранных гостей.

Конференции проходят в конгресс-центрах, отелях, театрах и концертных залах, университетах и других учебных заведениях. В 80-е годы, когда наметилась тенденция сближения конгрессной и выставочной деятельности, возникла и получила распространение американская модель центра съездов. Эти специально возводимые здания состоят из больших залов, которые могут быть использованы под выставки и одновременно рассчитаны на прием участников конференций. В последние годы международные мероприятия все чаще проводятся в зданиях, имеющих историческое значение, в замках и нетрадиционных сооружениях. Пользуются популярностью конгрессы на борту судов.

Отдельного рассмотрения заслуживают специализированные туристские выставки и биржи. Они проводятся уже 30 лет и имеют особое значение для продвижения туристского продукта. Их число неуклонно увеличивается. Только в Европе ежегодно организуется свыше 200 международных туристских выставок и бирж. Самой

крупной является Международная туристская биржа (International Tourists Bourse, ITB), которая проходит в Берлине. Выставочное движение набирает силу во всем мире. Увеличивается число выставок и ярмарок, расширяются их география и круг участников, становится более разнообразной направленность. В настоящее время проводятся специализированные выставки гостиничного и ресторанного хозяйства, спортивного, экологического и спортивного инвентаря и т. д. За короткий срок этот сегмент туристского рынка стал одним из самых крупных и стабильных.

### **3. География инсентив-туризма.**

Наряду с поездками на конгрессы и выставки деловой туризм включает инсентив-туры. Начало использования поездок в виде поощрения за успехи в работе было положено в 60-е годы XX в. в США. В отличие от других видов туризма, которые, не успев сформироваться, становились достоянием сразу многих стран в разных регионах мира, инсентив довольно долго "не покидал" Новый Свет. Лишь в 70-80-е годы с расширением потока премированных туристов из Америки на старый континент он охватил Европу, а затем был заимствован и Азией.

География инсентив-туризма с тех пор практически не изменялась. США по-прежнему являются основным «поставщиком» премированных туристов. На их долю приходится 60% групп, прибывающих в Европу по линии инсентива. О популярности инсентив-туров в США говорит опережающий рост расходов американских компаний на поощрительный туризм по сравнению с затратами на материальное стимулирование трудящихся. Увеличивается продолжительность инсентив-туров. Предпочтительными направлениями поощрительных туров в США считаются Мексика, Великобритания, страны Азии и Тихоокеанского бассейна. Вознаграждение поездкой получает все большее распространение в Европе. Практика показывает, что инсентив-туры являются лучшим стимулом к труду по сравнению с любым потребительским товаром. В Великобритании на них приходится 2/5 общей суммы расходов фирм на вознаграждение своих сотрудников, во Франции и Германии – почти половина.

Стоимость инсентив-туров варьируется от 500 до 1500 долл. США. И выше на человека, а продолжительность – от трех до семи дней. Маршруты поощрительных поездок пролегают преимущественно по территории европейских стран: Франции,

Испании, Швейцарии, Австрии, Кипра, а также США (Нью-Йорк, Флорида и западное побережье) и островам Карибского бассейна. Доминирующим сегментом на рынке инсентив-туризма остаются групповые поездки, несмотря на снижение их доли с начала 80-х годов.

Количество туристов в инсентив-группе может колебаться от нескольких человек до ста и более. В половине групп численный состав не превышает 10 человек. Инсентив-группы комплектуются из работников исполнительного звена компаний, сотрудников среднего и высшего руководящих уровней, а также из рядовых потребителей, например постоянных покупателей.

Рост инсентив-туров послужил толчком к расширению тематики конгрессно-выставочной деятельности и проведению специализированных форумов по поощрительному туризму, повлек за собой организацию университетских курсов подготовки кадров для этого сегмента туристского бизнеса, способствовал образованию многочисленных ассоциаций, обществ и т.д. Одним из них является Общество должностных лиц в сфере поощрительного туризма (СИТЕ), которое находится в Нью-Йорке. В нем состоят 650 членов. В настоящее время СИТЕ насчитывает 18 комитетов, управляет университетом инсентив-туризма, поводит региональные встречи, семинары, торговые выставки. Эксперты отмечают, что инсентив-туризм ждет большое будущее. В XXI в. он станет главной формой поощрения работников в ведущих отраслях мирового хозяйства.

## **Основные термины и понятия**

***Бизнес-поездки***

***Интенсив-туризм***

***Конгресс***

***Выставки***

### ***Вопросы для самостоятельного изучения***

1. Каковы особенности мировой географии бизнес-поездок?
2. Перечислите основные виды и формы организации делового туризма.
3. Что такое инсентив-туризм?
4. Перечислите крупнейшие в мире и России центры конгрессно-выставочной деятельности

## Тема 13. География религиозного туризма

### План:

1. Паломничество
2. Иерусалим – крупнейший религиозный центр мира
3. Центры христианского паломничества
4. Центры паломничества мусульман
5. Центры буддистского паломничества
6. Экскурсионный и научный туризм в религии

### 1. Паломничество

Сегодня, как и много веков назад, религиозные убеждения являются одним из главных мотивов путешествий. Каждый год свыше 200 млн. человек в мире совершают паломничество. Из них 150 млн. христиан, 20-30 млн. индуистов, 40 млн. буддистов, мусульман, синтоистов и др.

Для географического изучения широкой и весьма пестрой картины паломничества используется районирование. В мире выделяются 11 макрорегионов паломничества:

- Христианская Европа, Северная Америка с доминирующим положением христианства и многочисленными религиями,
- Латинская Америка с преобладанием христианства и традиционными местными религиями,
- Северная Африка с преобладанием ислама,
- Западная и Восточная Африка, где господствует ислам, и существуют отдельные центры христианства и традиционных религий,
- Западная Азия с доминантой ислама и анклавами христианства и иудаизма,
- Южная Азия, где получили распространение индуизм и буддизм, а также имеются центры христианства, Джайнизма, сикхизма и ислама,
- Юго-Восточная Азия с преобладанием буддизма, ислама, христианства и анклавами индуизма,
- Восточная Азия с господствующими буддизмом, конфуцианством, синтоизмом и участками ислама и христианства,
- Центральная Азия с доминантой буддизма (в основном ламаизма),
- Средняя Азия с господством ислама.

Каждый макрорегион известен, прежде всего, мировыми центрами паломничества. Они принимают международные потоки

верующих и нередко совмещают религиозную специализацию с функциями административного, промышленного, культурного и туристских центров. Кроме того, в макрорегионах существуют объекты религиозного поклонения национального и местного значения.

## **2. Иерусалим – крупнейший религиозный центр мира.**

Особое место среди мировых культовых центров занимает Иерусалим – святое место для приверженцев трех религий – иудаизма, христианства и ислама. Евреи, исповедующие иудаизм – наиболее раннюю монотеистическую религию, из которой во многом проистекает христианство, — едут в Священный город, чтобы побывать у Стены плача. Здесь, на небольшой площади перед Стеной, они скорбят о некогда разрушенном арабами храме. Одетые во все черное ортодоксы раскачиваются в соответствии с внутренним ритмом своих обращений к Богу Яхве.

Для христиан Иерусалим связан с земным пребыванием Иисуса Христа. Самым важным пунктом их паломнической программы является храм „Воскресения” – главная святыня христианского мира. Каждый верующий стремится посетить этот храм, поклониться его реликвиям – Голгофе, камню Помазания, Живоносному Гробу Господня – и помолиться. Склеп, символизирующий место захоронения Сына Божия, плотно окружен молельнями разных христианских конфессий. Римские католики возносят славу Богу рядом со склоненными в скорбном молчании армянскими священнослужителями. Тут же шепчут слова молитвы сирийские ортодоксы. В приделе, наполненном душистым ладанным дымом и характерными африканскими ритмами хорового пения, отправляют свои обряды эфиопы. В другом хоре, что расположенном по соседству, молятся греки. Никто никому не мешает, каждый сконцентрирован на своем.

Наиболее сильное впечатление остается у паломников, посетивших Иерусалим в канун Пасхи, когда в Святую Субботу в храме „Воскресения” совершается «схождение Благодатного Огня». Для верующих это событие имеет особый смысл и означает, что Господь дарует человечеству еще один год жизни. В часовню, возведенную непосредственно над Гробом Господня, входит иерусалимский патриарх. Двери опечатываются. Около них несут караул стражники. Многочисленные христиане-паломники, прибывшие со всего мира, с затаенным волнением ждут выхода

патриарха. Наконец, он появляется с горящими свечами, от которых собравшиеся с восторженными криками, со слезами радости на глазах зажигают свои свечи.

Мусульмане имеют в Иерусалиме свои знамена. Местом их притяжения является мечеть Омара – самое старое из дошедших до наших дней исламских культовых строений. Ее купол символизирует священную скалу, с которой, согласно религиозным представлениям, пророк Мухаммед вознесся на небеса. Зычный крик муэдзина, многократно усиленный динамиками, пять раз в день разносится над холмами древнего города, призывая верующих к молитве.

### **3. Центры христианского паломничества**

В отличие от Иерусалима, воплощающего в себе удивительное разнообразие религиозных связей, большинство центров паломничества связано с одной религией. В христианском мире существует много святых мест в различных районах Земли. Но наиболее почитаемые среди них находятся в Европе: Рим (Италия), Париж и Лурд (Франция), Фатима (Португалия), Ченстохова (Польша), Монсеррат и Сантьяго-де-Компостела (Испания) и др. Миллионы паломников устремляются в эти центры в надежде увидеть чудесное явление или поклониться священным реликвиям и приобщиться к исходящей от них благодати.

Особенно почитаемы у христиан реликвии, связанные с крестными муками и смертью Иисуса Христа. Наиболее известное из них – терновый венец – находится в *Париже*, в соборе Нотр-Дам. Он был продан константинопольским императором французскому королю в XIII в. Венец покоится на хрустальном кольце, и его выставляют для поклонения в Страстную Пятницу при стечении большого числа пилигримов. Много паломников собирается здесь и во время Всемирных дней христианской молодежи. Они проводятся по инициативе Папы Римского Иоанна Павла II начиная с 85 г. Ежегодно на этот крупнейший форум католической молодежи съезжаются до 500 тыс. верующих студентов.

По преданию, тело Иисуса после смерти было обернуто в кусок льняной ткани, пропитанной мирром и елеем, и помещено в пещеру в скале. Саван бережно сохранили и стали ему поклоняться как священной реликвии. Однако на протяжении последующих веков было создано немало его подделок. К середине XIX в. осталось 42 плащаницы, претендующих на подлинность. Самая

известная среди них — саван, подаренный Людовику Савойскому в XV в. при пристальном рассмотрении на ткани видны очертания мужчины с терновым венцом на голове и многочисленными ранами и ссадинами на теле. Плащаница хранится в серебряном бронированном ларце в кафедральном соборе *Турина* (Италия). Один раз в четверть века она выставляется на всеобщее обозрение. В такие годы Турин посещают до 3 млн. паломников. В 1978 г. люди выстаивали в очереди по 16 часов, чтобы взглянуть на реликвию.

Другая святыня — капли крови, традиционно приписываемые Иисусу Христу, находится в бельгийском городе *Брюгге*. Некогда иерусалимский патриарх передал их в дар крестоносцу графу Тьери Эльзасскому. По возвращении из похода он выстроил капеллу, где надлежало хранить реликвию. Сегодня каждую пятницу священную кровь в хрустальном сосуде можно увидеть, а во время праздника Дней крови — поцеловать святыню. Раз в год в четверг на Страстной неделе реликвия в красивом ларце из серебра и золота выносится из капеллы. Торжественная процессия проходит по улицам Брюгге. В ней принимают участие тысячи паломников.

Крест с надписью «Иисус из Назарета Царь Иудейский», на котором распяли Иисуса Христа, нашла в Иерусалиме Святая Елена, мать римского императора Константина Великого, содействовавшего распространению христианства. Она же отыскала несколько святых гвоздей и копьё, пронзившее Христа. Со временем эти реликвии разошлись по всему христианскому миру, положив начало известным центрам паломничества. Отдельные части «истинного креста» остались в Константинополе (совр. Стамбул), другие попали в Александрию, Дамаск, Антиохию (совр. Антакия), а также на Кипр и в Закавказье.

Многие центры христианского паломничества связаны с именем Девы Марии. Ее культ особенно развит у католиков. Две трети из 6 тыс. святынь в Европе посвящены Богородице. Широкие потоки пилигримов направляются в места явления образа Марии. Одно из таких чудес произошло в XIX в. в небольшом малопримечательном селе *Лурд*, что расположено на юге Франции. Образ Пресвятой Девы явился местной девушке. С тех пор интерес к этому месту не ослабевает. Миллионы паломников стекаются сюда в ожидании новых явлений. Они посещают Грот-де-Массабель, где предстало видение, и комплекс наземных и подземных церквей вокруг него. Сегодня Лурд — второй после Рима культовый центр

по числу христиан-пилигримов (4,6 млн. человек в год). Подобные святые места существуют в Испании, Португалии, Мексике.

С давних времен люди стремились изобразить то, во что надлежало верить. Они создавали статуи, иконы, которые становились предметом поклонения многочисленных паломников. Некоторые из них неожиданно начинают плакать или улыбаться, иногда их головы украшают венки из неувядающих цветов. Эти феномены изучаются учеными, но они пока не могут дать им научное объяснение. Верующие же усматривают в том проявление божественного начала.

С точки зрения географии паломничества специальный интерес представляют чудотворные «черные» иконы и скульптуры Мадонны (Черная Мадонна), притягивающие широкие потоки пилигримов. На некоторых иконах лицо и руки Мадонны со временем потемнели от копоти свечей или химической реакции в краске. Какие-то статуи Девы Марии изначально были выполнены из темных пород дерева. Наиболее известные черные изображения Мадонны находятся в Австрии, Швейцарии, Германии. В Польше паломники устремляются в *Ясна-Гуру*, чтобы поклониться национальной святыне - иконе Ченстоховской Черной Мадонны. Поляки считают ее своей заступницей и приписывают ей чудеса и благодеяния. В отдельные праздничные дни Ясна-Гуру посещают до 300 тыс. человек.

Кроме культа Иисуса Христа и Богоматери, в христианстве почитаются многие святые. Места, связанные с их именами, также являются центрами паломничества. Например, *Неаполь* известна пилигримов прежде всего благодаря Святому Януарию, покровителю города. В великолепно оформленной капелле собора Сан-Дженнаро хранятся череп святого и сосуды с его запекшейся кровью, обладающей загадочным свойством периодически плавиться. Впервые этот феномен был отмечен в IV в. и с тех пор теряется несколько раз в году.

Крупнейшим центром христианского паломничества, где можно поклониться сразу многим святыням, является *Рим*. Ежегодно его посещают 8 млн. христиан-богомольцев. В Вечном городе находятся смирно известные соборы. Один из них – „Сан-Джованни-ин-Латерано” был основан в IV в., неоднократно разрушался и вновь восстанавливался. Его величают «матерью и главой всех церквей Рима и земли». В нем собраны священные реликвии: головы святых Петра и Павла, иудейский Ковчег Завета, святой жезл Аарона,

накидка Марии, часть стола, за которым проходила Тайная Вечеря, перекладина «истинного креста». До наших дней сохранилась святая лестница. Она была привезена из иерусалимского дворца Пилата. По преданию, по ней вывели Иисуса Христа на казнь. Подняться по 28 мраморным ступеням можно, лишь преклонив лена. В настоящее время „Сан-Джованни-ин-Латерано” является кафедральным собором Рима.

В пределах Рима находится государство-город *Ватикан* – центр католической церкви, резиденция ее главы – Папы Римского. В Ватикане сосредоточены ценнейшие сокровища культуры, в частности собор Святого Петра, поражающий своим величием и великолепием. Миллионы паломников стекаются сюда со всего мира. По обычаю они прикладывают губами к стопе знаменитой скульптуры Предводителя Апостолов, уже стершейся от поцелуев нескольких поколений богомольцев. Особенно многолюдно в Ватикане в праздник католической Пасхи, когда Папа благословляет толпу собравшихся на площади Святого Петра. Благословенное слово Верховного Отца всех католиков с особой силой проникает в души и сердца верующих.

Вышеназванные христианские святыни не исчерпывают полного их перечня. Такого количества и разнообразия предметов и мест культового поклонения, как в христианстве, нет ни в одной другой религии мира.

#### **4. Центры паломничества мусульман.**

Мусульмане имеют свои центры религиозного притяжения. Главным среди них считается *Мекка* в Саудовской Аравии. Слово «мекка» стало синонимом паломничества далеко за пределами мусульманского мира, но лишь приверженцам ислама разрешается посещать священный город, где, согласно религиозному учению, родился пророк Мухаммед.

В праздник курбан-байрам исповедующие ислам притягиваются к храму Кааба. Он представляет собой большой грубый куб, сложенный из серо-зеленых гранитных блоков. В основе его – почти правильный квадрат, одна диагональ которого проходит с севера на юг, а другая – с запада на восток, что свидетельствует об определенном, изначально заложенном астрономическом смысле. В углу Каабы находится черный камень, вероятно, метеоритного происхождения. По преданию, его поместил туда сам Мухаммед.

Кааба расположена в мечети „аль-Харам” — самом большом в мире храме под открытым небом. Каждый год на богомолье на его

территории собираются до 2 млн. человек. Они входят в храм через Врата мира, сняв обувь и переступив правой ногой через порог, медленно проходят извилистыми коридорами мимо залов и ниш, где в молитвенной позе читают Коран целые семьи, и приближаются к главному пространству храма. В центре его помещена Кааба. Паломники семь раз обходят вокруг Каабы в направлении против часовой стрелки, прежде чем прикоснуться к черному камню и поцеловать его. Мусульмане совершают этот ритуал, прикрыв тело белым ихрамом – двумя кусками ткани определенной длины. Традиция предписывает паломникам брать ихрам домой, чтобы позже использовать его как погребальный саван. Путешествие в Мекку является одной из основных обязанностей мусульман. Другая их святыня находится в г. Медина, также расположенном в Саудовской Аравии.

*Медина* –современный арабский город, с шестиполосными автомагистралями. По сравнению с Меккой земля здесь плодороднее, поэтому город утопает в зелени. Мечеть в Медине уступает по размеру храму „аль-Харам”, но отличается удивительной красотой. Розовый гранит украшен изразцами и мозаикой, чеканными узорами и золотом. Посреди мечети огорожены место, где, по существующему поверью, жил и учил Мухаммед, глинобитная хижина, где он отдыхал и питался, и могила, где пророк был погребен. Святыни Мекки и Медины имеют общеисламское значение.

### **5. Центры буддистского паломничества.**

Буддизм – одна из трех мировых религий, наряду с ххристианством и исламом. Он возник в Древней Индии в VI—V вв. до н. э. и затем распространился в Юго-Восточной и Центральной Азии, отчасти в Средней Азии и Сибири. Буддийское вероучение основано на внутреннем стремлении человека к духовному озарению (нирване), которое достигается с помощью медитации, мудрости и высших моральных ценностей.

Ортодоксальные буддисты не совершают паломничества в том числе, какой вкладывают в него христиане или мусульмане. Однако они имеют свои святыни и предпринимают к ним индивидуальные путешествия в поисках духовного совершенства. Вплоть до присоединения Тибета к Китаю в 1951 г. тысячи паломников отправлялись в долгий и опасный путь в священный г. *Лхаса*, что расположен в Гималаях на высоте 3650 м. Здесь находятся монастырь

и дворец Далай-ламы — духовного главы буддистов. В просторном многоэтажном дворцовом комплексе, возведенном в XVII в., насчитывается свыше 1000 разных помещений, не менее 10 тыс. предметов поклонения и 20 тыс. статуй. Дворец был зимней резиденцией главы Тибета до 1959 г., пока нынешний Далай-Лама XIV не эмигрировал в Индию.

Другая святыня буддийского мира расположена в г. *Канди* (Шри-Ланка). В самом центре города на берегу искусственного озера стоит обнесенный рвом храм ДалидаМалигава, в котором как величайшее сокровище хранится левый клык Будды. По мнению верующих, это — главное достояние страны, залог и гарантия ее суверенитета.

История реликвии таинственна. По преданию, в момент кремации иного тела Будды один из его учеников выхватил из погребального кофа зуб. В течение восьми веков он хранился в Индии, затем с началом Междоусобных войн зуб в целях безопасности был переправлен на Шри-Ланку. Туда его привезла, спрятав в своей прическе, индийская принцесса Хемалатха.

Каждый год в конце июля — начале августа в Канди проходят пышные торжества Перахера по случаю выноса священной реликвии из храма. В них принимают участие буддисты со всего мира. На богато украшенном слоне святыню провозят по улицам города. Процессия Зуба напоминает карнавальное шествие с факельщиками, музыкантами, танцорами и слонами. Оно перерастает во всеобщий красочный праздник, продолжающийся 10 дней. Хотя сам Сиддхартха Гаутама, считающийся основателем буддизма, выступал против поклонения образам и владения материальными благами, буддийская церковь на протяжении веков смогла накопить несметные сокровища, состоящие из подношений верующих. Вплоть до I в. н. э. в памятниках буддийского искусства Будда не изображался. Запечатлевались лишь символы, имевшие отношение к его учению. Сегодня, кроме предметов, связанных с его жизнью, почитаются и образы Будды.

Центрами притяжения буддийских паломников являются многочисленные статуи Будды. Они достигают гигантских размеров и производят сильное впечатление. В японском г. *Нара*, недалеко от Осаки, в монастыре Тодайдзи, находится известная достопримечательность Японии — бронзовая статуя Великого Будды. Сидячая фигура достигает в высоту 16 м. Правая рука Будды с открытой ладонью протянута вперед в знак благословения,

положение левой руки символизирует исполнение желаний. Рядом с Буддой установлена деревянная колонна с небольшим отверстием, через которое каждый паломник пытается пролезть. По убеждению верующих, в случае успеха он окажется в раю. Пилигримы стекаются сюда по два, по три, иногда поодиночке. Их легко можно отличить в толпе туристов.

## **6. Экскурсионный и научный туризм в религии**

Близкие паломничеству потоки формируются экскурсионным туризмом религиозной тематики. Такие поездки обычно не столь продолжительны, как странствия верующих, рассчитаны на детей и взрослых, организуются в любое время года и не привязаны к культовым праздникам. Если для богомольца важен духовный момент, то турист отправляется в путешествие по Святым местам с культурно-познавательной целью. В некоторых турах одновременно могут участвовать как паломники, так и туристы. По маршруту они посещают культовые святыни и архитектурные памятники прошлого, что позволяет светским людям приобщиться к духовным традициям. Проведение подобных туров требует скрупулезной подготовки. Группа подбирается особенно тщательно, чтобы в нее не попали люди, которым абсолютно чужды вера и уважение к церкви. Ее сопровождают хорошо знающий тему экскурсовод, желательно человек верующий, и представитель церкви. С помощью последнего собравшиеся получают представление о духовных ценностях.

Помимо Израиля с его раннехристианскими и мусульманскими памятниками, туристы такого рода проявляют интерес к Иордании. В истории христианства эта земля упоминается в Ветхом и Новом Заветах. Здесь протекает река Иордан, в водах которой крестился Христос. Широкие туристские потоки с ознакомительными целями направляются в Грецию — наследницу великой Византии, колыбель православия, с ее горными монастырями, монашеской республикой Афон, и в Ватикан — центр католической церкви. Религиозные достопримечательности привлекают туристов Францию. 57% памятников, составляющих ее национальное достояние и находящихся под охраной государства (включая придорожные кресты и надгробия), представляют религиозные объекты, действующие культовые или памятные.

В странах бывшего социалистического лагеря религиозное направление в туризме стало развиваться сравнительно недавно, в

результате переосмысления роли религии в жизни общества. Долгими десятилетиями государство искореняло религию, чтобы заменить ее коммунистической идеологией. В таких условиях религия была обречена на выживание и не могла оказывать сколько-нибудь заметное влияние на туризм. Святыни, в лучшем случае, рассматривались как эстетически привлекательные места для иностранных туристов. Сегодня картина постепенно меняется. У населения растет потребность в духовных ценностях, усиливается интерес к памятникам религиозной культуры, жизни церкви, в частности монастырей, ставших важными центрами духовного возрождения. Религия, все глубже проникая в общественные отношения, отрывает новые горизонты для туристских обменов.

Свои потоки формирует научный туризм с религиоведческими целями. Туристы устремляются к центрам не только монотеистических существующих религий, но и в страны с богатым политеистическим прошлым. Это — прежде всего Египет, а также Италия и Греция. Особый научный религиоведческий интерес представляет сток — Индия, Китай, Япония. Поездки специалистов немногочисленны, но они расширяют географию религиозного туризма и делают его потоки в целом более полнокровными.

В связи с ростом спроса на религиозные туры за рубежом появились фирмы, специализирующиеся на организации путешествий в сотрудничестве с церковью. Последняя, принимая во внимание гуманистическую направленность туризма, для привлечения клиентуры опубликовала документ под названием «Моления-прошения, паломничества и их художественный и архитектурный аспект». Он распространяется, в частности, в Польше и других странах Центральной и Восточной Европы через религиозную прессу, с помощью деловых партнеров по туризму, а также на выставках и биржах. Таким путем церковь и соответствующие фирмы участвуют в формировании туристских потоков.

Разного рода организации и учреждения, в свою очередь, оказывают влияние на их направленность. Во Франции существует Фонд по культурным и международным мероприятиям в горах, призванный защищать и пропагандировать культурное наследие страны. На средства государственных и муниципальных структур он провел реставрацию часовен и церквей в отдаленных горных местностях и развернул рекламу для привлечения внимания и интереса туристов к ним. Кроме этого Фонда, во Франции образована

Национальная ассоциация директоров епархий по паломничеству, объединяющая французских и зарубежных религиозных деятелей. В союзе с профессионалами туризма она прилагает усилия к улучшению духовных, моральных и технических условий для паломничества, а также готовит организаторов и руководителей туристского дела. Большую помощь храмам в приеме индивидуальных туристов и паломников оказывает Ассоциация священников Святых мест. Развитию религиозного туризма уделяется внимание и в других странах.

### ***Основные термины и понятия***

#### ***Паломничество и религиозный туризм***

***Ислам***

***Христианство***

***Буддизм***

#### ***Вопросы для самостоятельного изучения***

1. Каковы общие и особенные черты паломнического и религиозного туризма?
2. Назовите мировые центры паломничества?
3. Кратко расскажите о традициях паломничества в религиях мира.

## **Тема 14. География сельского и экологического туризма**

План:

1. Сельский туризм
2. Экологический туризм, его виды.
3. Национальные парки, заповедники

### **1. Сельский туризм**

Сельский туризм — разновидность рекреационного туризма и активная форма отдыха в сельской местности, потенциально интересной своими туристическими достопримечательностями. Основой привлекательности сельского туризма является комплекс факторов, благоприятно воздействующих на человека: оздоровительного, эстетического, познавательного.

Отдых в сельской местности – это не курорт, где множество туристов. Здесь – успокаивающая и расслабляющая обстановка,

которая подкреплена позитивным эмоциональным воздействием на туриста окружающей местности: горы, лес, реки, озёра или море, красота ландшафта и др. Очень часто основой выбора места отдыха в сельской местности есть именно ландшафты и экология выбираемой местности.

Положительная социальная составляющая сельского туризма заключается в обеспечении занятости сельского населения в сфере услуг на селе. Поэтому, развитие данного направления можно рассматривать как реальный путь социального развития депрессивных сельских районов и позволяет остановить деградацию сельской местности, страдающей от постоянного оттока населения, в частности, по причине отсутствия работы. Услуги, предоставляемые в рамках программ сельского туризма, обычно включают в себя:

- проживание в уютных частных усадьбах;
- питание на заказ из экологически чистых продуктов;
- знакомство с историей края;
- походы за грибами и ягодами;
- участие в народных обрядах;
- катание на лодках и лошадях.

Сельский туризм или как его еще называют деревенский или аграрный, давно пользуется широкой популярностью в Европе и Америке. Он подразумевает отдых туристов в сельской местности, проживание в условиях, приближенных к деревенским, и даже участие в сельскохозяйственных работах. Интерес к нему в западных странах объясняется небольшими затратами и близостью к природе. Он великолепен для того, чтобы провести отпуск со всей семьей, предлагает знакомство с крестьянским бытом, питание натуральными продуктами и может сочетаться с разнообразными видами пассивного и активного отдыха.

Яркие примеры популярности сельского туризма демонстрируют Италия и Франция, где отдых в сельской местности выбирают до четверти всех отдыхающих плюс несколько миллионов гостей из других стран. И если на заре своего развития в 70-х годах XX в. сельский туризм отличался весьма спартанскими условиями, то сейчас он предлагает современные мини-гостиницы, под которые даже реконструируются старинные усадьбы и монастыри. Десятки тысяч аграрных хозяйств занимаются сегодня сельским туризмом в Великобритании и Германии.

В России сельский туризм молод и не получил широкой популярности, как на Западе. Хотя на территории Российской

Федерации есть все предпосылки для развития этого вида туристической деятельности. К несомненным преимуществам отдыха туристов в семьях сельских жителей можно отнести пребывание, по сути, в гостях у хозяев, обслуживание не наемным персоналом, питание домашней кухней. Размещение подразумевается в гостевых домах или в отдельных комнатах, в идеале с самостоятельным входом, водопроводом, биотуалетом и бытовой техникой не хуже, чем в малых западных гостиницах. Традиционный набор сельских развлечений включает пляжный отдых на берегу ближайшей реки, охоту и рыбалку, посиделки у костра, сбор дикоросов, деревенскую баню и т.д. Программу дополняют велосипедные и конные прогулки, экскурсии по местным достопримечательностям, знакомство с традициями и бытом коренных народов или консультации хозяев по выращиванию сельскохозяйственных культур. При желании можно взять в руки косу или грабли, хорошо размяться.

Аграрный антураж может выгодно дополнить особенности дикой природы. В последнее время элементы сельского туризма получили широкое распространение на Алтае, в Карелии, в Калининградской области, то есть в регионах, славящихся природным наследием. Но даже в районах, традиционно богатых культурно-познавательными или религиозными программами, у сельского туризма есть высокий потенциал для развития. На маршрутах Москва – Санкт-Петербург или по городам Золотого Кольца России разнообразить туристические предложения можно, прежде всего, за счет сельского туризма.

## **2. Экологический туризм, его виды.**

Экологический туризм представляет собой определенный вид отдыха. Эко туристы путешествуют по тем уголкам нашей планеты, где сохранилась дикая природа. Это направление туризма активно развивается в самых различных странах.

Доля экотуризма в общем объеме международного туризма различна для разных стран и регионов и колеблется в среднем от двадцати процентов до шестидесяти, в зависимости от конкретного региона.

Экологический туризм объединяет в себе и черты экстремального туризма, и спокойную прогулку. Во время такого путешествия туристы получают возможность не только любоваться окружающими красотами, но и узнают много нового.

Экотуризм (экологический туризм) – это вид туризма, который предполагает посещение тех мест природы, в которых сохранилась

практически нетронутая природа. Экологический туризм предполагает некоторую физическую нагрузку, однако при этом он довольно спокойный и размеренный. Экотуризм не требует от участников особой спортивной подготовки. Маршруты, проложенные по воде, лесам, горам по силам пройти каждому желающему.

В любом случае, экотуризм предполагает достижение гармонии с окружающей природой. В основе данного вида туризма лежит принцип, предполагающий путешествия, которые не наносят никакого вреда природе. На выбор туристов предлагаются самые различные программы и маршруты.

Целью таких путешествий является получение новой для туристов информации о природе региона, по которому совершается путешествие, и о культурно-этнографических особенностях, характерных для региона пребывания туристов.

В ходе путешествия, являющегося экологическим, целостность окружающих экосистем не нарушается. Сам термин «экотуризм» появился в начале восьмидесятых годов прошлого века, он был введен Гектором Цебаллос-Ласкурьей, экономистом-экологом из Мексики. На тот момент экотуризм означал путешествие, которое сопровождается бережным отношением к природе с экологической позиции.

На сегодняшний день нет единого определения термина «экотуризм». Разные организации имеют собственные определения экотуризма, однако, смысл у всех определений похожий.

Основной характерной чертой экотуризма является то, что он призван предотвратить отрицательное воздействие на природу, а также выступает в качестве мотивации для туристов и туроператоров к участию в социально-культурном развитии регионов и охране природы. К экотуризму относят достаточно много самых различных типов туризма, например, это экотуризмом может считаться и научная экспедиция, и просто выходные, проведенные на природе. Однако при всем разнообразии типов туризма, относящегося к экологическому, можно провести условную классификацию по различным признакам.

К примеру, экотуризм можно классифицировать по продолжительности путешествия, по видам туристической деятельности, по объектам туризма и т.д.

В качестве объектов экотуризма могут выступать самые разные объекты. В классическом понимании экотуризма его объектами являются те места природы, которые являются практически

нетронутым человеческой деятельностью, а также отдельные составляющие таких нетронутых природных комплексов. Кроме того, объектами интереса экотуристов также являются уникальные пещеры, горы, водопады и другие объекты. Также объектами эко туризма часто выступают различные исторические достопримечательности, археологические находки, культурные и этнографические достопримечательности.

В различные времена года экотуристов привлекают и целые биоценозы, к примеру, тундра, леса и другие.

Виды экотуризма.

Научный экотуризм предполагает сбор каких-либо научных данных в той местности, в которой проходит путешествие. Примером научного экотуризма являются студенческие полевые практики, научные экспедиции и др. Научный экотуризм не является одним из основных видов экологического туризма, скорее наоборот, это довольно небольшая составляющая данного вида туризма. Тем не менее, научный экотуризм оказывает большое воздействие на развитие всего направления экотуризма, поскольку именно научный туризм предоставляет массу важных сведений, позволяющих развивать экологический туризм в том или ином регионе.

Познавательный экотуризм часто называют именно тем видом экологического туризма, который наиболее полно соответствует концепции экотуризма. Например, в рамках познавательного экотуризма часто можно встретить такие походы, которые предполагают наблюдение за китами, птицами, различными редкими и необычными бабочками. К этому же виду экотуризма относятся и палеонтологические туры, этнографические туры. Часто организуются путешествия для тех людей, которые увлекаются фотосъемкой и видеосъемкой во время путешествий.

Рекреационный экотуризм – это преимущественно просто отдых на лоне природы. Однако, данный вид экотуризма также предполагает получение определенных новых знаний о природе. Рекреационный экотуризм принято разделять на активный и пассивный.

**Активный** рекреационный экотуризм является частью так называемого приключенческого туризма. Обычно это различные походы (лыжные, пешие, конные), восхождения на горы, спелеотуризм, а также путешествия по воде, например, сплавы на различных плавательных средствах.

**Пассивный** рекреационный экотуризм это, как правило, различные пикники на природе, отдых в разнообразных палаточных лагерях. Пассивный рекреационный экотуризм также предполагает и пешие прогулки на недалекие расстояния.

К данному виду экологического туризма относят и такие виды отдыха на природе как рыбалка, сбор грибов, ягод и других природных даров. Важным условием здесь является соблюдение принципов экологической устойчивости. Именно при их соблюдении подобные виды отдыха можно считать рекреационным экологическим туризмом.

На Западе рекреация является составной частью туризма, а для России характерен противоположный подход, то есть туризм считается понятием более узким, нежели рекреация.

### **Воздействия экологического туризма.**

Воздействие экотуризма на природные комплексы бывает прямое и косвенное.

Прямое воздействие включает:

- истребление представителей флоры и фауны в процессе охоты и рыболовства;
- уничтожение естественных условий обитания представителей флоры и фауны путем включения природных территорий в хозяйственную деятельность;
- вмешательство в естественные процессы жизнедеятельности растений и животных;
- привнесение и распространение инфекций и заболеваний через продукты жизнедеятельности человека.

К косвенному влиянию относятся:

- изменение естественной среды обитания;
- глобальное воздействие на компоненты географической среды (загрязнение почвы и поверхностных вод, вырубка лесов и развитие эрозии, загрязнение атмосферы и пр.).

Управлять процессом влияния туризма на природу можно также прямо или косвенно. Вариант прямого управления включает: ограничение общего числа посетителей, закрытие для посещения особо ценных природных объектов и территорий, использование современных технических средств и новейших технологий, позволяющих минимизировать загрязнение окружающей среды. Косвенный вариант управления основывается на изменении поведения туристов путем повышения уровня образования, воспитания уважительного, бережного

и гуманного отношения к местным жителям, животным и растениям в посещаемой ими местности. Оба метода крайне важны в настоящее время для сохранения природы и экологии.

### **3. Национальные парки, заповедники**

Все объекты посещения в рамках экологического туризма можно классифицировать следующим образом:

- научный заповедник - охраняемая территория, используемая для строго научных целей;

- национальный парк - охраняемая территория для защиты выдающихся природных и ландшафтных объектов и экосистем национального или международного значения в целях науки, просвещения и отдыха;

- памятник природы - природная или рукотворная культурно историческая достопримечательность;

- заповедник диких животных (заказник) - создается для сохранения популяции отдельных видов животных, групп биологических сообществ;

- охраняемый ландшафт - выделяется для сохранения естественных природных ландшафтов;

- ресурсный заповедник - создается в целях сохранения природных ресурсов;

- антропологический заповедник (природная биотическая территория) - создается для сохранения естественных условий жизни и традиций племен и местного населения;

- управляемый ресурсный район - создается в целях устойчивого развития и воспроизводства природных ресурсов

В подавляющем большинстве случаев объектом экологического туризма являются национальные парки, заповедники и резервации. Национальный парк - это туристская территория или акватория с уникальными природными объектами (водопадами, каньонами, живописными ландшафтами, островами, пещерами и т. п.). В некоторых случаях национальный парк - это аналог заповедника, от которого принципиально отличается допуском посетителей для отдыха.

Национальный парк - это относительно большая область или территория, которая характеризуется следующими признаками:

- 1) одна или несколько экосистем существенно не изменены вмешательством человека или его хозяйственной деятельностью;

- 2) растительный и животный мир отличается особенностями, а сама территория представляет научный интерес и подлежит сохранению и изучению;

3) местные природные ландшафты отличаются красотой природы;

4) компетентная и полномочная власть страны предприняла надлежащие шаги для запрещения и ограничения хозяйственного освоения территории в целях сохранения на ней экологических, геоморфологических или эстетических особенностей;

5) посещение разрешается только в познавательных, научных, образовательных и культурных целях.

Национальные парки, заповедники, биосферные заповедники ЮНЕСКО, охраняемые природные ландшафты, природные парки и т.д., объединенные общим названием - охраняемые природные территории (ОПТ) - в настоящее время составляют основной ресурс для развития экологического туризма. Большое разнообразие национальных систем охраняемых природных территорий, трудности в организации совместной работы, необходимость объединения усилий на фоне стремительной деградации природы планеты привели в начале 1980-х годов к необходимости упорядочения мировой системы ОПТ.

1. Научный заповедник, строго контролируемый заповедник создается с целью охраны природы и поддержания естественных процессов в не потревоженном состоянии для того, чтобы иметь экологически представительные образцы природной среды в целях научных исследований, экологического наблюдения и образования и в целях сохранения генетических ресурсов в динамичном и эволюционном состоянии.

2. Национальные парки создаются для защиты выдающихся природных ландшафтных территорий национального и международного значения.

Особо охраняемые природные территории предназначены для сохранения типичных и уникальных природных ландшафтов, разнообразия животного и растительного мира, объектов природного и культурного наследия. Полностью или частично изъятые из хозяйственного использования, они имеют режим особой охраны, а на прилегающих к ним участках земли и водного пространства могут создаваться охранные зоны или округа с регулируемым режимом хозяйственной деятельности. Особо охраняемые природные территории относятся к объектам общенационального достояния.

Различают следующие основные категории указанных территорий: государственные природные заповедники, в т.ч. биосферные; национальные парки; природные парки; государственные природные заказники; памятники природы; дендрологические парки и ботанические сады; лечебно-оздоровительные местности и курорты.

Правительство РФ, соответствующие органы исполнительной власти субъектов РФ, органы местного самоуправления могут устанавливать и иные категории особо охраняемых природных территорий (зеленые зоны, городские леса, городские парки, памятники садово-паркового искусства и др.). Все особо охраняемые природные территории учитываются при разработке территориальных комплексных схем, схем землеустройства и районной планировки. Экологический туризм главным образом осуществляется на территории национальных парков.

Национальные парки для России — сравнительно новая форма охраны окружающей среды и сохранения культурного наследия. Создание национальных парков на территории страны началось в начале 80-х годов XX века, и к настоящему времени их число достигло 35. Основная доля национальных парков сконцентрирована в европейской части России, самым западным является «Куршская коса» — в Калининградской области. В Сибири к настоящему моменту создано 6 национальных парков, половина из которых сосредоточена в Байкальском регионе, а на Дальнем Востоке в настоящий момент нет ни одного национального парка.

Национальные парки в системе охраняемых природных территорий общероссийского значения играют особую роль. В отличие от заповедников они наделены не только природоохранной, но и рекреационной функциями. Подобная «двойственность» накладывает определенные ограничения на условия отдыха в национальных парках, способствует развитию экотуризма. Для жителей Европы и Америки отдых в национальных парках является одним из самых популярных. В России туристы пока мало представляют, чем экотуризм отличается от обычного отдыха на природе. Классические экотуры нацелены, прежде всего, на экологическое просвещение путешественников, хотя и предполагают знакомство с историческим прошлым населяющих регион народов, с их традиционным образом жизни, ремёслами, фольклором, способствуют развитию местной экономики. Ориентированные на различные категории путешественников, экотуры могут включать как элементы активного туризма (сплавы по рекам на катамаранах и рафтах, велопутешествия, лыжные походы) с проживанием в палатках, так и «цивилизованное» размещение в домах отдыха и на турбазах и многочисленные экскурсии.

Период становления национальных парков в России настолько мал, что лишь единицы могут похвастаться разнообразием познавательных маршрутов; в ряде парков сфера обслуживания туристов, в т.ч. информационного, до сих пор находится в стадии формирования.

Доступ на территорию национальных парков регулируется в зависимости от расположения природных и историко-культурных объектов. Существуют заповедная зона, которая закрыта для посещения туристами; зона познавательного туризма — для организации экологического просвещения и ознакомления с достопримечательностями национального парка; предназначенная для отдыха — рекреационная зона, где возможен лицензионный лов рыбы; зона культурного, бытового и информационного обслуживания туристов, в которой, как правило, располагаются гостевые дома и туристические базы. Посещение национальных парков — платное.

Первым национальным парком, который был создан на территории России в 1983 году, стал Сочинский национальный парк. Расположенный в северо-западной части Большого Кавказа, на причерноморском склоне, парк уникален тем, что в России больше нигде так близко не существуют субтропики и высокогорье. Парк является одним из лидеров по посещаемости благодаря многочисленным экскурсиям, организуемым для отдыхающих на курортах Сочи. Маршруты включают посещение памятников природы — Агурских и Ореховских водопадов, крупнейшей на Кавказе системы пещер — Воронцовских. На территории парка отмечено более ста памятников истории и культуры — от раннего палеолита до позднего средневековья: поселения, дольмены, руины крепостей, средневековых храмов. Гостей парка не оставляют равнодушными панорамы величественных гор, покрытых шапками снега и льда, горные реки с многочисленными водопадами или даже каскадами водопадов, загадочные пещеры, в которых были найдены стоянки первобытных людей.

Популярность экологического туризма в техногенной среде возрастает по мере ухудшения состояния окружающей среды. Познавательный отдых в национальных парках дает возможность людям, уставшим от шума и толчеи городской жизни, испытывающим потребность отдохнуть на природе от загазованной атмосферы, не только восстановить защитные функции организма, но и в целом — гармонию в своем мироощущении.

Экотуризм - это концепция, целью которой является сохранение естественных пейзажей. Как форма турпродукта для специальных рыночных ниш, она была успешно принята туроператорами в Европе. Длительные путешествия в неизменные природные области имели очень высокие показатели прироста. В запланированных и реализуемых процессах специальное внимание должно уделяться эффективному и равному участию всех заинтересованных лиц, особенно местных

объединений и обществ. В таких условиях экотуризм может быть средством повышения экономического развития стран, которые сейчас теряют огромные природные богатства.

### ***Основные понятия и термины***

***Сельский туризм***

***Экологический туризм***

***Национальный парк***

***Заповедник***

***Заказник***

### ***Вопросы для самостоятельного изучения***

1. Причины возникновения Развлекательных парков в мире
2. Предпосылки для развития экологического туризма.
3. Национальные парки как особая форма туристской деятельности

## **Тема 15. География лечебно-оздоровительного туризма**

### **План:**

1. Особенности лечебно-оздоровительного туризма
2. Основные типы курортов
3. Лечебно-оздоровительный туризм в Европе
4. Лечебно-оздоровительный туризм в Америке
5. Лечебно-оздоровительный туризм на Ближнем Востоке
6. Лечебно-оздоровительный туризм в Азии, Океании и Африке

### **1. Особенности лечебно-оздоровительного туризма**

Путешествия с лечебными целями имеют давнюю историю. Еще древние греки и римляне использовали целебные источники и места с благоприятным климатом для того, чтобы поправить свое здоровье. На курорты прибывали не только больные, но и здоровые люди, желающие отдохнуть и располагавшие для этого достаточными средствами. В Греции славились Эпидавр и Кос, а в Риме знаменит был светский приморский курорт Байи. Менялись времена, но мотивация путешествий оставалась прежней. Целебные свойства природных факторов, как и раньше, привлекают больных в курортные местности. Потоки туристов с лечебными целями пока не

так многочисленны, как масса желающих отдохнуть и развлечься, но они стремительно растут, расширяется и география.

Особенности лечебно-оздоровительного туризма. Лечебно-оздоровительный туризм имеет ряд отличительных черт. Во-первых, пребывание на курорте, вне зависимости от типа последнего и заболевания, должно быть длительным, не менее трех недель. Только в этом случае достигается желаемый оздоровительный эффект. Во-вторых, лечение на курортах стоит дорого. Хотя в последнее время стали разрабатываться сравнительно дешевые туры, этот вид туризма рассчитан в основном на состоятельных клиентов, которые все больше ориентируются не на стандартный набор медицинских услуг, а на индивидуальную программу лечения. Еще одна особенность состоит в том, что на курорты едут люди старшей возрастной группы, когда обостряются хронические болезни или слабеющий организм не в силах справляться с каждодневными стрессами на работе и в быту. Соответственно эти туристы делают выбор между курортами, специализирующимися на лечении конкретного заболевания, и курортами смешанного типа, которые оказывают общеукрепляющее действие на организм и способствуют восстановлению сил.

В последнее время рынок лечебно-оздоровительного туризма претерпевает изменения. Традиционные санаторные курорты перестают быть местом лечения и отдыха лиц преклонного возраста и становятся полифункциональными оздоровительными центрами, рассчитанными на широкий круг потребителей.

Современные трансформации курортных центров обусловлены двумя обстоятельствами. Прежде всего, изменением характера спроса на лечебно-оздоровительные услуги. В моду входит здоровый образ жизни, и во всем мире растет число людей, которые хотят поддерживать хорошую физическую форму и нуждаются в восстановительных антистрессовых программах. В основном это люди среднего возраста, предпочитающие активный отдых и ограниченные во времени. По мнению многих экспертов, потребители такого типа будут главными клиентами санаторных курортов и гарантией процветания лечебно-оздоровительного туризма в XXI в.

Вторая причина переориентации курортов состоит в том, что традиционная их поддержка, в том числе финансовая, со стороны муниципалитетов и государства сокращается. Здравницы вынуждены диверсифицировать свой продукт, чтобы выйти на новые сегменты потребительского рынка и привлечь новых клиентов.

Сохраняя лечебную функцию, курорты делают более разнообразной программу пребывания пациентов, проводят культурные и спортивные мероприятия. Они предлагают широкий выбор комплексов оздоровительных и восстанавливающих силы услуг. Очень популярна в последнее время в приморских отелях талассотерапия, пользуются повышенным спросом также программы «Антицеллюлит», «Фито-Красота-Омоложение».

Более гибкой становится продолжительность курсов лечения, разработки и внедрения стандартов курортного обслуживания.

## **2. Основные типы курортов**

Различают три главных типа курортов: бальнеологические, грязевые и климатические.

На бальнеологическом курорте в качестве главного лечебного фактора используются природные минеральные воды. Они рекомендуются для наружного (ванны) и внутреннего (питье, ингаляции и пр.) потребления. Минеральные воды помогают излечиться от многочисленных недугов. Среди пациентов, приезжающих на бальнеологические курорты, преобладают люди с заболеваниями желудочно-кишечного тракта, сердечно-сосудистой системы, опорно-двигательного аппарата и др. Проводимые медицинские исследования подтверждают эффективность лечения ряда заболеваний на бальнеологических курортах. Оно дает результаты, сравнимые с воздействием обычных лекарственных препаратов, но при этом исключаются побочные эффекты, неизбежные при приеме лекарств, удлиняется период ремиссии, снижается вероятность последующих обострений и их интенсивность.

Другой тип курортов – грязевые – привязан к месторождениям лечебной грязи (пелоидов). Грязелечение показано преимущественно при патологии суставов, нервной системы травматического происхождения, а также при гинекологических и некоторых других заболеваниях. Благодаря современным методам и передовым технологиям грязелечение позволяет добиться высоких медицинских результатов, что способствует росту популярности грязевых курортов у туристов, нуждающихся во врачебной помощи.

Климатические курорты столь же разнообразны, как и сам климат. Лесные(равнинные), горные, приморские, климатокумысолечебные – каждому из них присуща уникальная комбинация климатопогодных факторов (температура, атмосферное

давление, солнечное излучение и т. д.), которые используются с лечебно-профилактической целью. От сочетания этих факторов зависит профиль курорта. Если лесные курорты с характерным для них континентальным климатом принимают главным образом лиц, страдающих заболеваниями верхних дыхательных путей, астмой, расстройствами нервной системы, то пребывание на горных рекомендуется при начальных формах туберкулеза и малокровии.

Наиболее распространенный тип климатических курортов – приморский. Все больше и больше туристов открывают для себя возможности совмещать отдых на море с эффективным лечением. Морской климат позволяет справиться со многими недугами. Он оказывает благотворное воздействие на людей с заболеваниями крови, костной ткани, лимфатических желез. После окончания курса лечения самочувствие пациентов улучшается, длительное время они могут обходиться без медикаментов или сократить дозы принимаемых лекарственных препаратов.

Еще одна разновидность климатических курортов – климатокумысолечебные курорты. Они расположены в зоне степей и известны своим комбинированным методом лечения, сочетающим целебные свойства засушливого степного климата и кумыса – кисломолочного напитка из кобыльего молока. Кумыс повышает усвояемость белков и жиров, способствует увеличению веса. Количество климатокумысолечебных курортов в мире невелико – около 40. Подавляющая их часть (примерно половина) находится в Российской Федерации, а также в бывших советских республиках (Казахстан, Туркменистан).

Наряду с тремя основными типами курортов – бальнеологическими, грязевыми и климатическими, – выделяются переходные (смешанные) курорты, занимающие промежуточное положение. Они используют сразу несколько природных лечебных факторов, например минеральные воды и грязи или климат и минеральные воды, и не могут быть отнесены к какому-то одному из трех типов. Переходные курорты сравнительно широко распространены в Европе и привлекают растущее число туристов.

### **3. Лечебно-оздоровительный туризм в Европе**

Основные районы лечебно-оздоровительного туризма в Старом Свете находятся в Центральной и Восточной Европе, а также Западной Европе. Бывшие социалистические страны имеют богатые традиции курортного дела, располагают широким спектром целебных

природно-климатических ресурсов, используют современные эффективные методы профилактики заболеваний, лечения и реабилитации пациентов. Установив сравнительно низкие цены на курортное обслуживание при высоком терапевтическом эффекте, они получили конкурентное преимущество и контролируют большую долю европейского рынка лечебно-оздоровительного туризма.

Список европейских стран, лидирующих по туристским прибытиям на санаторно-курортное лечение, возглавляет Чехия. Самая крупная и известная чешская здравница – Карловы-Вары. По данным национальной туристской администрации Чехии, ежегодно ее посещают около 50 тыс. человек из более чем 70 стран мира для лечения и около 2 млн. экскурсантов.

Помимо вышеуказанного курорта, на территории Чехии находятся один из старейших в Европе курорт Теплице, первый в мире радоновый санаторный курорт Яхимов, курорт Марианске-Лазне, где был открыт первый в Европе санаторий, специализирующийся на лечении детского паралича и др.

Главным конкурентом Чехии на европейском рынке лечебно-оздоровительного туризма является Венгрия. Ее по праву называют страной термальных бань. Около полумиллиона кубических метров термальных вод в сутки вытекает из природных источников и скважин, часть из них используется в медицине. В наши дни 22 города и 62 венгерских поселка имеют официально признанные лечебные источники.

Посещение бальнеологических курортов является одной из главных мотиваций путешествий в Венгрию. В 1998 г. каждый третий турист, прибывающий в эту страну, ехал на воды. Особенно популярны отдых и лечение на венгерских курортах у граждан Германии, США, Австрии, а также населения самой Венгрии. На долю этих четырех стран приходится свыше половины всех прибытий. Туристские потоки устремляются по двум направлениям: в Будапешт и на озеро Балатон.

Польша представлена на рынке лечебно-оздоровительного туризма бальнеологическими и климатическими курортами. Главные приморские бальнеологические и бальнеогрязевые курорты – Свиноуйсьце, Камень-Поморски, Колобжег – находятся на побережье Балтийского моря. Они менее известны, чем чешские и венгерские, и не могут пока составить им конкуренцию. Отсутствие должной рекламы, невысокий уровень медицинского обслуживания, а также

холодное море – все это ограничивает возможности польских курортов.

Горноклиматические курорты страны сосредоточены в горах Судеты и Карпаты. На восточном склоне СондецкихБескид находится жемчужина польских курортов – г. Крыница. На протяжении столетий он известен в Европе благодаря своим минеральным водам и лечебным грязям, а в последнее время как важный горноклиматический и спортивный центр.

Помимо Чехии, Венгрии и Польши, лечебно-оздоровительный туризм развивается в Болгарии, Румынии и республиках бывшей Югославии. Эти страны имеют выход к теплым морям и предлагают в основном программы на курортах приморского климатического типа. Кроме того, в Хорватии открыто единственное в Европе месторождение нафталана – разновидности нефти, применяемой в медицине. Созданный на его базе курорт Иванич-Град принимает пациентов, страдающих заболеваниями кожи и опорно-двигательного аппарата.

Страны Западной Европы, несколько потесненные бывшими социалистическими государствами, отличаются глубокие традиции курортного дела. Здесь расположены курорты мирового значения: Баден-Баден и Висбаден в Германии, Виши во Франции, Бат в Великобритании, Спа в Бельгии и т. д. Они становятся особенно популярны во второй половине XIX в., когда развиваются не только как места лечения, но и отдыха.

Подавляющая часть курортов Западной Европы сосредоточена в Германии, Австрии и Швейцарии. Они представлены в основном двумя типами: бальнеологическими и климатическими. В Германии, кроме уже упомянутых Баден-Бадена и Висбадена, наиболее известными бальнеологическими курортами являются Баденвейлер, Вильдбад и Байерсборн, расположенные у подножия горного массива Шварцвальд, Бад-Хомбург и Бадд-Наухайм – недалеко от Франкфурта-на-Майне, Ахен – на западе страны и др. Среди климатических курортов преобладают горные и лесные (Кведлинбург, Оберхов, Фюссен), а также приморские (Венгероге, Даме, Травемюнде, Хайлигенхавен, Фленсбург). Ежегодно курорты Германии принимают свыше 1 млн. человек.

Австрия по праву гордится своими многочисленными курортами. Самый известный из них – бальнеологический курорт Бадгастайн – находится на юге провинции Зальцбург, в долине реки Гастайн. Он создан на базе горячих радоновых источников. Кроме поездок на

бальнеологические и климатические курорты, Австрия поощряет развитие приозерного лечебно-оздоровительного туризма. Ежегодно озера Аттрезе, Мондзе, Оссихер-Зе и Топлице привлекают около 1 млн. туристов. В целом, более 20% всех туристских прибытий в страну осуществляются с лечебными целями.

Швейцария несколько уступает Германии и Австрии по числу курортов, но как направление лечебно-оздоровительного туризма она не менее популярна. Заслуженной славой у Швейцарцев и гостей из-за рубежа пользуются бальнеологические здравницы (Баден, Бад-Рагарц) и особенно горноклиматические курорты (Ароза, Давос, Санкт-Мориц, Церматт и р.).

Швейцария одна из первых стала практиковать лечение травами. Здесь расположен крупный фитотерапевтический центр Кран-Монтана. В центре успешно лечат дерматоз, нарушения обмена веществ, диабет, заболевания суставов, расстройства нервной системы.

Испания, Португалия, Греция привлекают туристов своими климатическими приморскими курортами, которые больше известны как зоны отдыха и развлечений. В Северной Европе лечебно-оздоровительный туризм развит слабо. Выделяются приморские климатические курорты Дании и Нидерландов и приозерные курорты Норвегии, Финляндии, Швеции, но они имеют преимущественно внутреннее значение.

#### **4. Лечебно-оздоровительный туризм в Америке**

На американском континенте бесспорный лидер на рынке лечебно-оздоровительного туризма – США. Их достижения в области здравоохранения (пересадка тканей и органов, кардиохирургия, пластические операции) общепризнаны. Врачебный и вспомогательный медицинский персонал считается одним из лучших, если не самым квалифицированным в мире, клинические комплексы оснащены по последнему слову науки и техники. Но медицинская помощь в США стоит дорого, поэтому все больше американцев уделяют первоочередное внимание своему здоровью, профилактике различных заболеваний и с этой целью отправляются на курорты. Основной тип североамериканских курортов – бальнеологические. Они имеются во многих штатах. Известные курорты на минеральных водах Маммот-Спрингс, Хибер-Спрингс, Хот-Спрингс находятся на юге центральной части США, в штате Арканзас. Пользуется спросом отдых на приморских климатических курортах: Лонг-Бич в

пригороде Нью-Йорка, Хаттерас на побережье Атлантического океана, в штате Северная Каролина, Майами-Бич во Флориде, Сан-Диего и Санта-Круз в Калифорнии и т. д. Популярны и приозерные курорты, хотя в массе своей американцы предпочитают отдыхать и лечиться на курортах Центральной Америки, в Барбадосе, на Кубе и Багамских Островах.

### **5. Лечебно-оздоровительный туризм на Ближнем Востоке**

На Ближнем Востоке потоки туристов с лечебно-оздоровительными целями направляются по «дороге жизни» на Мертвое море. Насыщенные солями и минеральными веществами, его воды непригодны для обитания даже простейших организмов. Но туристы, приезжающие на *израильские курорты* Эйн-Бокек, Эйн-Букек, Эйн-Геди, Неве-Зохар и другие, расположенные на Мертвом море, знают, что они получают первоклассное терапевтическое лечение.

Район Мертвого, или, как его часто называют, Соленого, моря отличается уникальным сочетанием природных целебных факторов — термальных минеральных вод, лечебных грязей и особых биометеорологических условий, оказывающих благотворное влияние на человека.

Около миллиона лет назад в результате сдвига земной коры Мертвое море было отрезано от океана, превратившись в бессточное озеро с повышенной концентрацией соли и минералов. Его воды содержат в 80 раз больше брома, в 35 раз больше магния и в 10 раз больше соли, чем океан. Особый химический состав воды способствует восстановлению энергии и омоложению организма. Бром успокаивает нервную систему, магний стимулирует тонус и освежает кожу. Высокой плотностью объясняется такое феноменальное свойство воды Мертвого моря, как удерживать на поверхности тело человека, даже если он абсолютно лишен навыков плавания. Пребывание в состоянии «невесомости» в целебной естественной купальне не простая забава. Это – эффективная оздоровительная процедура, предназначенная, прежде всего людям с заболеваниями суставов.

Мертвое море «питается» термальными минеральными источниками, пресноводными родниками, горными потоками. Все они несут с собой лечебные грязи, оседающие на побережье. Богатые органическими веществами, минералами и солями, пелоиды активизируют обмен веществ в организме, ускоряют циркуляцию

крови, расслабляют мускулатуру и стимулируют рост волос. Пациенты извлекают пригоршнями грязь из моря и растирают ее по телу, покрывая лицо и волосы, или наносят на пораженные участки кожи и суставы. Ежедневный комплекс грязевых процедур вместе с сульфидными ваннами и купанием снимает болевые ощущения и окостенения, вызываемые ревматическим артритом.

Грязи находят широкое применение и в косметологии. Они делают кожу нежной, упругой и гладкой. Об удивительном свойстве пелоидов Мертвого моря люди знали еще во времена царицы Клеопатры. Подтверждением этому служат данные археологических раскопок. В ходе них ученые обнаружили некое подобие косметической фабрики, построенной для удовлетворения прихотей знаменитой египетской царицы.

Прибывающих на Мертвое море туристов поражает здешний воздух. Он кристально чист и, вследствие интенсивного испарения, насыщен кислородом, озоном, легкими ионами брома и йода. Благодаря такому составу приморский воздух оказывает расслабляющее действие на организм, создавая у человека ощущение комфорта.

Основной контингент лиц, направляющихся на лечение на курорты Мертвого моря, – больные псориазом и дерматитом. Терапия этих кожных заболеваний включает дозированное пребывание пациента на солнце. На берегу Мертвого моря он может принимать солнечную ванну дольше, чем обычно, не опасаясь ожогов. Вредное влияние ультрафиолетового излучения здесь не столь ощутимо в силу уникального географического месторасположения моря. Оно находится на 395 м ниже уровня океана. В этой самой низкой точке земной поверхности утолщенная атмосфера и паровая прослойка в воздухе выполняют роль своеобразного фильтра, препятствующего проникновению ультрафиолетовых лучей. Уже после десяти сеансов солнечных ванн самочувствие пациентов улучшается, кожа постепенно становится чистой и гладкой, сохраняя восстановленные качества после окончания курса лечения. Терапия на курортах Мертвого моря в корне меняет наши представления о лечебном процессе. Здесь она больше напоминает изнеживающий отдых и развлечение, нежели какой-то набор процедур.

## **6. Лечебно-оздоровительный туризм в Азии, Океании и Африке**

В странах Южной Азии, Восточной и Юго-Восточной Азии лечебно-оздоровительный туризм развит слабо. Нетрадиционная медицина, фитотерапия и иглоукалывание, получившие широкое распространение на Востоке, не столь привлекательны для иностранных туристов.

*Австралия* располагает всеми природными ресурсами, необходимыми для лечебно-оздоровительного туризма. Крупные бальнеологические курорты Дейлсфорд, Морк, Спрингвуд сконцентрированы на юго-востоке материка. Приморские климатические курорты Австралии также известны в мире. Золотой Берег, Дэйдрим-Айленд, Кэрнс считаются идеальным местом для отдыха и лечения. Однако удаленность Австралии от Европы и Америки – основных регионов, генерирующих туристский спрос, – препятствует расширению въездных туристских потоков, поэтому австралийские курорты, как и американские, ориентированы на прием главным образом внутренних туристов.

В Африке лечебно-оздоровительный туризм набирает силу. Растет популярность курортов *Туниса*. В 1996 г. здесь был открыт новый Центр водо- и грязелечения, ставший одним из крупнейших в мире. Он оснащен современным оборудованием и обеспечен высококвалифицированными кадрами. Лечение в Центре включает разные виды массажа с использованием морской воды и грязей.

На северном побережье Африки находятся приморские климатические курорты. В *Египте* – это Хургада, признанный туристский центр на Красном море, курорт международного класса Шарм-эш-Шейх, а также Дахаб и Нувейба; в *Марокко* – Агадир, Мохаммедия, Танжер, Эль-Хосейма и др. На побережье Индийского океана расположены приморские курорты *Кении*: Момбаса, Кипини, Малинди, Ламу, Килифи. Есть несколько курортов в ЮАР. Остальные страны Африки не имеют ни природных ресурсов, ни средств для развития курортного дела.

### **Основные термины и понятия**

***Лечебно-оздоровительные ресурсы***

***Курорт***

***Здравница***

***Вопросы для самостоятельного изучения***

1. В чем заключаются особенности географии лечебно-оздоровительного туризма?

2. Какие выделяют типы курортов? Приведите примеры наиболее известных курортов к каждому из типов.
3. Назовите крупнейшие курорты:
  - А) Западной Европы;
  - Б) Зарубежной Азии;
  - В) Африки;
  - Г) Северной Америки.

## **Тема 16. География спортивного туризма**

План:

1. Подводный туризм
2. Прогулочный и промыслово-прогулочный отдых
3. Маршрутный туризм
4. Рыболовный туризм
5. Охотничий туризм
6. Альпинизм
7. Спелеотуризм
8. Гольф-туризм
9. Спортивный событийный туризм

Туризм все более интенсивно взаимодействует с отдельными видами спорта. Наряду с такими классическими разновидностями спортивного туризма, как горнолыжный, в последнее время появились новые виды: маршрутный, подводный, охотничий, альпинизм и другие. Расширяется также их география распространения по всему миру.

### **1. Подводный туризм**

Подводный туризм, несмотря на дороговизну снаряжения, становится все более популярным. Основная цель – осмотр подводного мира, фотоохот, подводная охота, сбор морских организмов, ракушек, жемчуга. Погружение под воду с аквалангом называют дайвингом. Многие приморские курорты имеют дайвинг-центры, где можно обучиться подводному плаванию, взять на прокат снаряжение. Дайвинг включает не только элементы спорта и риска, но имеет определенный познавательный интерес. Например, в средиземноморских странах развивается археологический подводный

туризм, так как в прибрежных водах немало руин затопленных античных городов, их с интересом осматривают туристы. Привлекают туристов и остовы затонувших кораблей, нередко туристы занимаются их поиском или поиском сокровищ (Сазыкин, Глушко, 2002).

Этот новый, бурно развивающийся и перспективный вид туризма возник благодаря изобретению исследователя морских глубин Жака Ива Кусто. Он создал редукционный клапан, на основе которого в 1945 году появился первый «легочный автомат», известный как акваланг. Немного позже изобретение автономного акваланга положило начало массовому дайвингу как виду развлечения и спорта. Для тех, кто не в состоянии опуститься с аквалангом под воду предлагаются экскурсии к подводным витражам, специально создаваемым в днищах судов и в подземной части прибрежных зданий. Можно также совершить небольшое путешествие на комфортабельных туристских подводных лодках.

Подводный туризм больше представлен в субтропических и тропических широтах. Здесь туристов привлекают коралловые рифы – Большой Барьерный Риф у берегов Австралии, атоллы Океании, рифы Карибского моря, побережья Флориды, Средиземного и Красного морей, Юго-Восточной Азии. Популярность этого туризма становится причиной для возникновения дайв-центров и в скандинавских фьордах, на Аляске и Канадском архипелаге. По мнению социологических опросов любителей дайвинга показывает, что одни из лучших мест находятся в Малайзии (острова Лабуан, Лайанг-Лайанг, Сипудан, Тиоман). Дайв-туризм в России практикуется недавно, поэтому он развит в ограниченных местах (прежде всего Керченского залива на Черноморском побережье и в районе Анапы).

## **2. Прогулочный и промыслово-прогулочный отдых**

Прогулочный и промыслово-прогулочный отдых является широко распространенным занятием. Имея самостоятельное значение, он нередко сопровождает различные виды спортивного, оздоровительного и лечебно-курортного туризма. Прогулочный отдых включает в себя такие занятия как прогулки на открытом воздухе пешком, на лыжах, пикники (пикник-туризм), осмотр пейзажей. В промыслово-прогулочном туризме прогулки сопровождаются сбором грибов, ягод, орехов, цветов, лечебных растений, морских моллюсков, кораллов, драгоценных и

полудрагоценных камней и минералов, других даров природы, коллекционированием бабочек, жуков, составлением гербария и пр. В богатых в природном отношении районах промысловый туризм приобретает значительные размеры. В Сибири и на Дальнем Востоке промысел местным населением ягод, грибов, орехов, папоротника и других даров природы по масштабам уступает только пригородному прогулочному отдыху. В связи с этим ряд ученых выдвигает промысловый туризм в ранг самостоятельного вида, равнозначного лечебно-курортному, спортивно-оздоровительному и т. д., однако, массовые заготовки даров природы являются не столько отдыхом, сколько видом хозяйственной деятельности, а для части населения – способом существования. Как правило, при организованной промыслово-прогулочной рекреации объем сбора даров природы незначителен, а в целом по миру данный вид туризма имеет в большинстве случаев подчиненное значение, обычно сопровождая другие виды.

### 3. Маршрутный туризм

Маршрутный туризм может быть спортивным (квалификационным) и любительским (оздоровительным). Спортивный туризм подразумевает походы по маршрутам определенной категории сложности с целью повышения туристического мастерства, проверки своих физических, психических сил и выносливости, выполнения спортивных квалификационных норм. Первоначально маршрутный туризм насчитывал 4 вида: *пешеходный, лыжный, водный, велосипедный*, со временем к ним добавились *мото-, вело- и автотуризм*. По характеру преодолеваемых препятствий чаще всего маршрутный туризм подразделяется на *наравнинный и горный*. Горный туризм более привлекателен из-за высокой эстетичности горных пейзажей, а также тем, что связан с большими трудностями, опасностями и физическими нагрузками. Горный туризм включает еще катание на горном велосипеде, основанное на умении пользоваться тормозами и мастерством владения собственным телом; каньонинг – заключающегося в спуске гор по горным речкам и скалам без вспомогательных средств; банги-джампинг (тарзанка); охота на торнадо и др.

Большое развитие получил водный туризм – походы по рекам, озерам, морям на туристских судах. Среди спортсменов и любителей особенно популярны сплавы по рекам на байдарках, надувных

лодках, катамаранах, плотах и других плавсредствах. Сплав на плотах различной конструкции по сложным горным рекам называется рафтинг. Водный туризм включает в себя также: водно-моторные прогулки маршруты, гребной (байдарки, каноэ и др. суда), воднолыжный и парусный спорт.

Как правило, эти виды отдыха и туризма сочетаются с купально-пляжным туризмом и рыбалкой. Водно-моторный транспорт играет значительную роль в пригородной и местной рекреации для прогулочного, промыслово-прогулочного, рыболовного и охотничьего отдыха и туризма. Маршрутный туризм распространен повсеместно, не концентрируясь в пределах каких-то регионах и странах. Конечно, большей популярностью пользуются территории, мало освоенные человеком, отдаленные от больших, шумных городов. Среди увлекающихся походами очень много самодеятельных туристов.

#### **4. Рыболовный туризм**

Очень популярен рыболовный туризм. Различают речной, озерный и морской рыболовный туризм. В пресных водах популярными и престижными объектами улова являются рыбы, обитающие в чистых и быстрых реках – форель, хариус, ленок, таймень. Рыбалка на них (особенно на тайменя) привлекает не только местное население, но и зарубежных туристов. Организация рыболовных туров для иностранцев обычно отличается экологичностью. Потому, что пойманная рыба, после взвешивания, обмеривания и фотографирования удачливого рыбака с добычей, чаще всего отпускается обратно в водоем. Нередко, одну и ту же рыбу вытаскивают из воды несколько раз. Конечно, чтобы не нанести вреда рыбе используют специальные рыболовные крючки.

В местном рыболовном туризме список промысловых рыб очень широк и определяется районом лова – карась, сазан, карп, щука, сом и т. д. Объектами лова в морском рыболовном туризме служат самые различные по видовому составу и размерам рыбы, даже небольшие акулы. Рыбалка – это не только отдых, хобби, промысел, но еще и спорт. Во многих районах мира проводят соревнования рыболовов, в том числе чемпионаты мира. Мировой рекорд был поставлен в водах острова *Маврикий* – добыт 550 килограммовый «голубой марлин». Наиболее богатыми для морской рыбалки местами считаются коралловые рифы (*Большой Барьерный риф*, острова Океании, Карибское море). В высоких широтах большой

популярностью пользуется подледная рыбная ловля. Так, в Канаде ежегодно проводятся чемпионаты по подледному лову. В некоторых случаях рыболовный туризм принимает необычные формы. Например, в китайских городах можно за плату порыбачить в бассейнах и аквариумах, расположенных в парках или даже в зданиях.

## **5. Охотничий туризм**

Охотничий туризм очень разнообразное явление. Для значительной части охотников-любителей основная цель охоты – это прогулка по лесу, а не трофей. Такие виды туризма как фото-, кино- или видеоохота относятся не только к спортивно-оздоровительной, но и познавательной рекреации. В тоже время охотничий трофейный туризм все больше регламентируется в связи с проблемами охраны животного мира. В большинстве стран мира на основные объекты охоты существуют лицензии, ограничивающие количество и виды трофеев, а также сроки охоты. В развитых странах, имеющих низкую лесистость, многих животных специально подкармливают или разводят для охоты. Благодаря этому многие лесные массивы Европы и США, несмотря на небольшие размеры и высокую посещаемость туристами, имеют плотность животных выше чем, например, в естественных лесах России.

Охотничий туризм является одним из самых дорогих видов как по стоимости экипировки, так по ценам на предоставляемые услуги. Средняя стоимость обслуживания одного дня туриста-охотника составляет примерно 200 дол., несмотря на нередко спартанские условия быта. Стоимость лицензии на отстрел животного, в зависимости от объекта охоты, составляет от первых сотен до нескольких десятков тысяч долларов. Особенно дороги сафари в Африке (Кения, Танзания, ЮАР). Нередко, как при африканском сафари, объектами охоты служат охраняемые животные. В определенной степени это оправдано, так как приносит средства, необходимые для охраны животных от браконьеров, ущерб от которых значительно больше, чем от охоты.

## **6. Альпинизм**

Альпинизм –разновидность горного туризма; путешествие, включающее восхождение на вершины. Это спортивный туризм, требующий от участников хорошей физической подготовки и высокой квалификации. Возникновение альпинизма обычно относят

к 1786 г., когда швейцарцы Ж. Бальма и М. Паккар покорили вершину *Монблан* – высочайшая в Альпах (4807 м). России первым восхождением принято считать подъем на вулкан Ключевская Сопка (4750 м) участников экспедиции Д. Гаусса в 1788 г. Высочайшую вершину Земли – *Эверест* (8848 м) – покорили в 1953 г. новозеландец Э. Хиллари и шерп Н. Тенцинг.

Поскольку альпинизм связан с повышенным риском для жизни участников восхождений, массовость его не высока. Начинающих альпинистов готовят в альпинистских лагерях, где проводят также тренировочные сборы, слеты, соревнования. Альпинистские лагеря бывают как временные палаточного типа, так и стационарные с летними домиками или капитальными строениями. Нередко в летний сезон используются пустующие горнолыжные базы и курорты. Альплагеря создают при проведении альпиниад – массовых восхождений альпинистов на несложные вершины.

Для альпинистов высшей квалификации проводятся чемпионаты стран и мира. Наиболее престижными для восхождения среди профессиональных альпинистов являются «восьмитысячники» Гималаев (Джомолунгма-Эверест, Аннапурна и другие, всего 11 вершин) и Каракорума (Чогори, 8611 м и др.). Рейтинг альпинистов-профессионалов зависит также от покорения высочайших вершин каждого материка (Европа – Эльбрус, Африка – Килиманджаро, Северная Америка – Мак-Кинли, Южная Америка – Аконкагуа, Австралия – Косцюшко). Восхождения на горы стали важным источником дохода. Например, обслуживание многочисленных экспедиций, стремящихся покорить Джомолунгму и другие гималайские вершины, дает львиную долю от туристских доходов в Непале.

Разновидностью альпинизма можно считать **скалолазание**. Оно представляет передвижение по крутому (вплоть до отвесного) скальному грунту, как с использованием различного снаряжения, так и без него, или только со страховочными средствами. Зародилось скалолазание в Швейцарии в середине XIX в. и получило широкий размах в отличие от альпинизма. Среди скалолазов проводятся тренировочные сборы, показательные выступления, соревнования. На скалистых морских побережьях и на горных курортах скалолазание является своеобразным шоу, собирающим большое количество зрителей из числа отдыхающих и туристов. Скалолазание развито практически во всех регионах мира, где есть горы или отдельные скалы.

В России наиболее известный центр скалолазания – Красноярск, вблизи города находится уникальный памятник природы «Красноярские столбы» – отдельно стоящие скалы высотой примерно по 100 м.

## 7. Спелеотуризм

Спелеотуризм (от греч. *Spelaion* – пещера) – посещение пещер. В зависимости от их сложности спелеотуризм может быть экскурсионным, любительским и спортивным. Спортивный спелеотуризм подразумевает прохождение или первопрохождение технически сложных пещер, требующих для их преодоления профессиональной подготовки. Сложность подземных маршрутов обусловлена разнообразием рельефа пещеры (колодцы, завалы, узкие щели, подземные реки и озера), отсутствием света, низкими температурами при высокой влажности воздуха (до 100 %). Нередко для путешествия в пещерах требуются навыки пешего туризма, скалолазания, ныряния с аквалангом.

Спортивный спелеотуризм обычно сопровождается научным изучением пещер или составлением плана подземных ходов. Любительский спелеотуризм характеризуется посещением более простых и безопасных пещер, он широко распространен в местном туризме, играет существенную роль в краеведении. В познавательном экскурсионном туризме используются пещеры, имеющие хорошую транспортную доступность, просторные вход и внутренние помещения. Для массового посещения пещеры специально оборудуют: расчищают вход и внутренние проходы, прокладывают тропинки (настилы), протягивают ограждения вблизи опасных или природоохранных мест, проводят свет, иногда устанавливают скульптурные группы сказочных персонажей, богов, животных, первобытных людей, сценки исторических или легендарных событий. Многие пещеры интересны тем, что в прошлом служили местом обитания древних людей. Использовались пещеры и как культовые места, известны целые пещерные храмы (Индия, Турция, Китай). В Китае огромные храмовые комплексы с многочисленными скульптурными и барельефными изображениями созданы в искусственных пещерах.

Пещеры – уникальные по красоте, но экологически очень ранимые объекты. Сталактиты, сталагмиты и другие натёки, которые часто встречаются в пещерах, формируются в течение сотен лет. Во

многих пещерах десятилетиями, столетиями сохраняется единая температура, влажность, химический состав воздуха и воды. Микрофауна, летучие мыши и другие живые организмы приспособились к природной среде своих пещер, являющихся по существу изолированной экосистемой. Некоторые организмы существуют в природе только в одной единственной пещере. Проникновение человека может изменить сложившийся природный баланс и разрушить экосистему пещеры, вызвать гибель организмов. Поэтому многие пещеры являются памятниками природы, входят в состав заповедников, национальных парков или других охраняемых территорий. Например, национальный парк «Карсбадские пещеры» в США. В развитых в туристском отношении странах большинство пещер закрыто дверями или решетками в целях охраны объекта и для безопасности людей, а посещение их разрешено только с научными целями или с инструктором-экскурсоводом. Основным условием образования пещер является наличие водорастворимых (карстовых) пород – известняки, реже доломиты, гипс, ангидриты, каменная соль. Термин «карст» происходит от названия плато Карст (Динарский Карст) в Югославии, где широко распространены пещеры. Самые известные пещеры находятся в Альпах. Так вторая по глубине пещера мира – Лампрехтсофенлох, уходящая вглубь земли на 1634 м расположена в Австрии. Третья по глубине пещера и одна из самых известных в мире – *Жан-Бернар* – находится во французских Альпах (глубина 1602 м). Одна из самых красивых в мире пещер – *Пьер Сен-Мартин* (длина 51 км, глубина 1350 м) – расположена в Пиренеях на границе Франции и Испании. Много известных пещер на Кавказе. Самая глубокая из них – *Воронья* – расположена в Грузии. По данным российско-американской спелеоэкспедиции 2002 г. разведана глубина более 1700 м. Эта пещера вышла на первое место среди глубочайших полостей мира. Самые длинные пещеры мира это — *Флинт-Мамонтова* (горы Аппалачи, США, 563 км) и *Оптимистичная* (Подольская возвышенность, Украина, 207 км). Известные карстовые районы с широким распространением пещер находятся в Средней Азии, Южном Китае, Мексике.

## 8. Гольф-туризм

Игра в гольф – один из самых популярных видов спорта в современности. В начале XXI века в мире насчитывается около 60 млн. гольфистов. В международном плане туристов-гольфистов делятся на 3 группы: 1) туристы, которые отправляются в поездки

специально для игры в гольф; 2) туристы, для которых игра в гольф является сопутствующим видом занятий на отдыхе или в бизнес-поездке.; 3) туристы, посещающие гольф-турниры как зрители (География туризма, 2009).

Игра в гольф, которая длится в среднем 4–5 часов, требует немалых затрат физической энергии. Игрок проводит много времени на свежем воздухе, нередко на ветру или под моросящим дождем, после чего ему важно отдохнуть и восстановить силы. Учитывая это, многие гольф-клубы обзавелись отелями и оздоровительными центрами. В начале нашего века индустрия гольфа развивается ускоренными темпами – от 5 до 15% в год. По разным оценкам, ежегодный оборот в этой сфере составляет до 60 млрд. дол.

Одним из признаков «гольфового бума» в мире является тенденция к увеличению количество полей для игры в гольф, несмотря на значительные инвестиции в их строительство. Современные тенденции гольф-дизайна позволяют построить поле, которое каждый день выглядит по новому. Теперь в мире насчитываются около 32 тыс. полей для гольфа и их количество продолжает расти.

География этого спортивного туризма развита довольно широко по всему миру, но по степени его популярности среди туристов лидируют такие страны как США, Великобритания, Ирландия, Австралия, Новая Зеландия, ЮАР, Швеция. Они имеют чрезвычайно высокую обеспеченность полями для гольфа. Гольфтуризм в Европе хорошо практикуется также и в Германии, Италии, Франции, Испании, особенно на побережьях, где он является как дополняющий предлагаемого туристского продукта туристских районов.

## **9. Спортивный событийный туризм**

Международные спортивные состязания (Олимпийские игры, чемпионаты мира и континентов, универсиады) привлекают миллионы людей. И даже развитие современных систем связи и телевидения не уменьшают потока туристов, отправляющихся в другие страны с целью лично поучаствовать в спортивном празднике и поддержать команду своей страны. Можно считать, что посещение спортивных состязаний – один из древнейших видов путешествий. В современном потоке спортивного событийного туризма спортсмены и сопровождающие их лица составляют незначительную часть, в основном они представлены болельщиками. Например, на матчах футбольных чемпионатов Европы присутствуют до нескольких

десятков тысяч болельщиков команды прибывшей из другой страны. Поездки на спортивные мероприятия, как правило, кратковременны и не сопровождаются большими денежными тратами в расчете на одного туриста, но в связи с массовостью дают соответствующей стране немалый туристский доход.

Среди всех спортивных мероприятий по размеру туристских потоков и доходов выделяются зимние и особенно летние Олимпийские игры. Олимпийские игры в Древней Греции проводились с 766 года до нашей эры и привлекали множество зрителей из разных частей Эллады. Ныне посещение Олимпийских игр обходится болельщикам в 1–2 тыс. дол. Характерно, что местами проведения олимпийских игр становятся в основном мировые центры притяжения туристов: *Париж* (1900, 1924 гг.), *Рим* (1960 г.), *Лондон* (1908, 1948 гг.), *Афины* (1896 г.), *Мехико* (1968 г.), *Москва* (1980 г.). Зимние Олимпийские игры часто проводят на горнолыжных курортах — *Шамони* (Франция, 1924 г.), *Гренобль* (Франция, 1968 г.), *Инсбрук* (Австрия, 1964, 1976 гг.), *Саппоро* (1972 г.), *Нагано* (Япония, 1998). Олимпийские игры нередко повышают туристскую ценность того или иного центра. Например, проведение Олимпийских игр в Южной Корее, во-первых, позволило создать мощную материально-техническую базу туризма при подготовке к олимпиаде, а во-вторых, продемонстрировать привлекательность *Сеула* как туристского центра, что привело, в конечном счете, к быстрому развитию въездного туризма в стране.

Притягательную силу для туристов имеют также Королевская регата в *Лондоне*, проводимая ежегодно по р. Темзе с 1839 г. (пять дней захватывающих гонок обходятся организаторам в 1,2 млн. дол.), крупнейшие в Европе гонки на яхтах по Женевскому озеру (Швейцария), турниры Большого Шлема (самые престижные игры в большом теннисе, проводимые в Мельбурне, Уимблдоне, Мюнхене и Париже), чемпионаты мира по футболу и фигурному катанию, Формула-1 (самые значительные соревнования в мире автоспорта).

### **Основные термины и понятия**

***Спортивный туризм***

***Рыболовный туризм***

***Охотничий туризм***

***Альпинизм***

***Спелеотуризм***

***Гольф-туризм***

### ***Вопросы для самостоятельного изучения***

1. Перечислите основные страны развивающие гольфтуризм?
2. В чем состоит особенность спортивного событийного туризма?
3. Дайте примеры некоторых экстремальных подвидов спортивного туризма.

### **Перечень контрольных вопросов по дисциплине.**

1. Классификация туристских макрорегионов и регионов мира (по ВТО).
2. Географическое положение, экономико-географическая характеристика, население, религия, история заселения, уровень развития экономики и туризма, туристские потоки Европы,
3. Географическое положение, экономико-географическая характеристика, население, религия, история заселения, уровень развития экономики и туризма, туристские потоки Америки
4. Географическое положение, экономико-географическая характеристика, население, религия, история заселения, уровень развития экономики и туризма, туристские потоки Юго-Восточная Азии
5. Географическое положение, экономико-географическая характеристика, население, религия, история заселения, уровень развития экономики и туризма, туристские потоки Австралии и Океании
6. Гостиничные цепи — гарант высокого уровня комфорта и сервиса.
7. Список наиболее крупных гостиничных групп и цепей мира.
8. Развитие гостиничных цепей в Европе
9. Развитие гостиничных цепей в Азиатско-Тихоокеанском макрорегионе
10. Развитие гостиничных цепей в Америке
11. Развитие гостиничных цепей в Африке.
12. Европейский макрорегион как самый крупный рынок выездного туризма
13. Наиболее посещаемые регионы мира и страны; ТОП в других макрорегионах мира.

14. Основные центры лечебно-оздоровительного туризма в Европе — Чехия, Венгрия, Польша, Германия, Австрия, Швейцария
15. Основные центры лечебно-оздоровительного туризма в Северной Америке
16. Основные центры лечебно-оздоровительного туризма на Ближнем Востоке
17. Основные центры лечебно-оздоровительного туризма в Австралии и на африканском континенте.
18. Распространение бизнес-туризма в макрорегионах мира; конгрессно-выставочный туризм — наиболее крупные центры, специализированные туристские выставки и биржи
19. Интенсив-поездки как одна из эффективных форм поощрения сотрудников фирм.
20. Лидеры на рынке интенсив-туризма.
21. Самые большие в мире железно-дорожные магистрали
22. Технический прогресс как фактор ускорения развития скоростных видов ж\д транспорта; характеристика суперскоростных железнодорожных магистралей
23. «Евро-найт» — новая форма сервиса на европейских железнодорожных линиях
24. Особенности ж\д туризма в Северной Америке
25. Особенности ж\д туризма в Африке.
26. Круизы — история создания
27. Морские круизы — лидеры мирового рынка, их круизный флот
28. Система «все включено», тенденции к уменьшению цен, наиболее популярные направления, крупнейшие российские компании
29. Речные круизы — особенности развития, характеристика основных речных и озерных систем мира
30. География речных путешествий в Европе, США, Канаде, Китае.
31. Распространение католицизма и протестантизма, реликвии и известные центры католиков и протестантов.
32. Религиозный туризм в исламе — регионы наибольшего распространения, праздники, мировые центры.
33. Религиозный туризм в буддизме — география, отличительные особенности буддизма, центры.

34. Определение понятия «экологический туризм». География развития экотуризма в Европе — Центральной, Северной, Восточной, Южной.
35. Особенности развития в странах Северной и Южной Америки.
36. Экотуризм в национальных парках Африки, Южной и Восточной Азии.
37. Особенности развития экотуризма в странах ЮВА.
38. Австралия — один из мировых центров экотуризма.
39. Заповедник библейской природы в Израиле.
40. Характеристика наиболее известных зоопарков — объектов экотуризма.
41. Экзотические и приключенческие районы мира, их краткий обзор.
42. Дайвинг как один из стремительно развивающихся видов приключенческих путешествий. Путешествия на плотках. Воздушные шары.
43. Серфинг как один из популярных видов экотуризма.
44. Наиболее предпочтительные районы для проведения сафари-туров.
45. Космический туризм как один из самых перспективных видов приключенческого экотуризма.

### Информационное обеспечение дисциплины

<i>№ n/n</i>	<i>Автор</i>	<i>Название основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины</i>	<i>Выходные данные</i>	<i>Количество экземпляров</i>
<b><i>I. Основная учебная литература</i></b>				
1.	Александрова А.Ю. <a href="http://www.knigafund.ru">http://www.knigafund.ru</a>	География туризма	М.: Кнорус, 2016. - 591 с.	15000 в соответствии с договором об оказании информационных услуг № 57-09/17 от 18 сентября

				2017г.
2.	Магомедов М.Д., Алексейчева Е.Ю. <a href="http://www.knigafund.ru">http://www.knigafund.ru</a>	Экономическая география и регионалистика	М.: Дашков и К, 2016. - 291 с.	15000 в соответствии с договором об оказании информационн ых услуг № 57- 09/17 от 18 сентября 2017г.
3.	Рябова И.А. <a href="http://www.knigafund.ru">http://www.knigafund.ru</a>	Экономика и организация туризма: международный туризм	М.: Кнорус, 2016. - 566 с.	15000 в соответствии с договором об оказании информацион ных услуг № 57-09/17 от 18 сентября 2017г.
<b>II. Дополнительная учебная литература</b>				
<b>А) Дополнительная учебная литература</b>				
1.	Кравец С.Л.	Большая Российская энциклопедия: в 30 томах. Том 14	М., 2009. – 751 с.	1
2.	Косолапов А.Б.	География российского внутреннего туризма	М.: Кнорус, 2010. -144 с.	2
3	Лукиянова Н.С.	География туризма: туристические регионы мира и России	М: Кнорус, 2012. - 464 с.	5
4	Покровский Н.Е., Черняева Т.И. <a href="http://biblioclub.ru">http://biblioclub.ru</a>	Туризм: от социальной теории к практике управления: учебное пособие	М.: Логос, 2009. – 215 с.	15000 в соответствии с договором № 128-05/17 об оказании информационн ых услуг от 26 мая 2017г.
5.	Трухачев А.В. <a href="http://biblioclub.ru">http://biblioclub.ru</a>	Введение в туризм: учебник	Ставрополь: СГАУ, 2013. – 396 с.	15000 в соответствии с договором № 128-05/17 об оказании информационн ых услуг от 26 мая 2017г.

6.	Щербакова С.А. <a href="http://biblioclub.ru">http://biblioclub.ru</a>	Международный туризм: экономика и география: учебное пособие	М: Финансы и статистика, 2007. – 144 с.	15000 в соответствии с договором № 128-05/17 об оказании информационных услуг от 26 мая 2017г.
----	---	--	---	--

**Б) Официальные издания**

1.	<a href="http://www.constitution.ru">http://www.constitution.ru</a> - Конституция РФ			
2.	<a href="http://base.garant.ru/195874/">http://base.garant.ru/195874/</a> - Приказ Министерства спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации (Минспорттуризм России) от 25 января 2011 г. N 35 "Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи"			

**В) Периодические издания**

1.	<a href="http://www.rg.ru">http://www.rg.ru</a> - Российская газета. Ежедневное государственное издание (официальный публикатор государственных документов).			
2.	<a href="https://www.akc.ru/">https://www.akc.ru/</a> - Турист. 2014. №1. Периодическое издание.			
3.	<a href="https://www.akc.ru/">https://www.akc.ru/</a> - Турист. 2013. №5. Периодическое издание.			
4.	<a href="https://www.akc.ru/">https://www.akc.ru/</a> - Турист. 2013. №6. Периодическое издание.			
5.	<a href="https://www.bookcity.club">https://www.bookcity.club</a> - Культура и мир: сборник статей.			

**Г) Справочно-библиографическая литература**

1.	Под ред. И.М. Куликова <a href="http://biblioclub.ru">http://biblioclub.ru</a>	Глобальная экономика: энциклопедия	Финансы и статистика, 2011. – 920 с.	15000 в соответствии с договором № 128-05/17 об оказании информационных услуг от 26 мая 2017г
2.	Отв. ред. С.Л. Кравец	Большая Российская энциклопедия: в 30 томах.	М., 2009.- 751с.	1

**Д) Информационные базы данных (профильные)**

1.	<a href="http://ecsocman.hse.ru">http://ecsocman.hse.ru</a> - Федеральный образовательный портал ЭСМ			
----	--	--	--	--

(Экономика, Социология, Менеджмент)

2. <http://isiknowledge.com/> - Реферативная база данных WebofScience. База данных по научному цитированию WebofScience Института научной информации.
3. <http://www.scopus.com/> - Политематическая реферативная база данных SCOPUS.

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной  
сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

При изучении дисциплины «География туризма» обучающимся рекомендуется использование следующих Интернет – ресурсов:

1. <http://www.unwto.org/>- официальный сайт «Всемирная туристская организация»
2. <http://www.rostourunion.ru/>- официальный сайт «Российский союз туриндустрии»
3. <http://russiantourism.ru/>- официальный сайт «Российский туризм»
4. <http://www.russiatourism.ru/>- официальный сайт «Федеральное агентство по туризму РФ»
5. [www.gecont.ru](http://www.gecont.ru) – официальный сайт «Страны мира: география, экономика и достопримечательности стран мира».