

## ТЕМА 1: Введение в дисциплину

1. Содержание, объект, задачи и функции дисциплины «География туризма».
2. Междисциплинарные связи. Место «Географии туризма» в системе учебных дисциплин.
3. Понятийно-терминологический аппарат.

*1. Содержание, объект, задачи и функции дисциплины «География туризма».*

За последние 25–30 лет понятие «туризм» и «отдых» существенно изменилось. Если еще в советское время туризм считался как один из эффективных видов активного отдыха, то в настоящее время этот термин используется и как экономическое явление, и как деятельность лиц, путешествующих в местах, находящихся за пределами их обычной среды, и как форма умственного и физического воспитания, и как популярная форма организации отдыха.

В настоящее время у зарубежных и отечественных географов существуют разные подходы к концепциям развития географии туризма. Это и экономическая концепция, и региональные, и пространственные, и эволюционные.

Как нам представляется, для студентов туристских специальностей предметом дисциплины «География туризма» является изучение природно-ресурсного потенциала территорий и туристских регионов мира, страны и ее регионов, представляющие интерес для 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.

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 проблематика исследовалась 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.

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.

С середины 90-х годов предметом исследования рекреационной географии стало изучение пространственных закономерностей поведения людей в процессе рекреационной деятельности и размещения рекреационных объектов (Николаенко, 2001). Ныне рекреационная география ориентируется не на ТРС, а на более широкий предмет. Это фундаментальная географическая дисциплина.

**Цель учебного курса** — сформировать представление о неравномерности и территориальных (региональных, страновых) особенностях развития международного туризма.

Для ее достижения **решаются следующие задачи:**

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

- 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.

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 туристов 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 % общего объема инвестиций, 5 % всех налоговых поступлений. 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.

### *Развитие туризма в XIX-XX вв.*

История туризма охватывает длительный период. Но только в середине XIX столетия путешествия превращаются в сферу предпринимательской деятельности, сулящей значительные доходы. В 1841 г. англичанин **Томас Кук** создает в г. Лейстер первое бюро путешествий и в июне организовал поездку 570 человек в г. Лафборо. Вскоре он создает бюро путешествий в Лондоне и других городах страны. В 1843 г. Кук организует первый групповой тур по железной дороге (билеты, в дороге чай, булочки, духовой оркестр, по прибытию — билеты на конные соревнования). С 1847 г. Кук организует поездки в разные страны Европы: на курорты Германии (Баден-Баден), Франции (Виши), Швейцарии (Баден), Чехии (Карлсбад), на международные выставки в Париже. С 1866 г. бюро путешествий Кука организует регулярные поездки в США через Атлантику. В 1872 г. организуется первый кругосветный тур.

Бюро путешествий и туристические фирмы возникают и в других странах Европы, а в 1885 г. и в России. К 1913 г. объем международного туризма составил 18—19 млн человек. Туристские поездки, будучи дорогостоящими, были доступны в основном представителям состоятельных слоев населения и не носили массового характера. Большинство туристов до первой мировой войны использовали железнодорожный и морской транспорт.

Войны резко сократили объем международного туризма, и только после второй мировой войны возобновилось его развитие. Главным туристским регионом, как и прежде, оставалась Европа. Развивается туризм и в других регионах — Америка (Канада, США, Мексика, Куба, Панама). С 1948 г. официально разрешен въезд иностранных туристов в Японию.

С середины XX в. туризм получил массовое развитие, главными путешественниками становятся представители средних слоев населения. Размах туристского движения принял характер бума. С каждым годом количество туристских поездок росло. Таблица 1

#### *Динамика развития туризма 1950—2000 гг.*

Показатель	1950	1960	1970	1980	1990	2000
Прибытия, млн туристов	25	69	160	285	458	697
Доход, млрд дол.	2,1	6,0	17,9	102,4	263,4	475,4

Основные причины взрывоподобного роста интереса к путешествиям.

- достижение политической и экономической стабильности в ряде стран и регионов;

- безопасность путешествий;
- рост доходов населения и улучшение качества жизни обеспеченных людей; повышение
- культурного и образовательного уровня населения;
- увеличение свободного времени;
- упрощение формальностей, возникающих при пересечении государственных границ;
- развитие транспорта, рост мобильности перемещения в пространстве;
- ухудшение экологической обстановки в промышленно развитых странах и в больших
- городах; развитие стресса в условиях напряженной работы и рост потребностей в хорошем,
- качественном отдыхе, восстанавливающем силы.

### **1.1.2. Основные понятия туризма**

В первой половине XX в. в связи с увеличением туристских потоков появилась необходимость дать определение туризму. Как сложное социально-экономическое явление он этому поддается с трудом. **Туризм** — это миграции населения, не связанные с переменой места жительства или работы. Такое определение туризма принято в статистике. 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.

Одно из первых определений туриста было разработано в 1937 г. Оно получило международное признание и в основном дошло до наших дней с некоторыми поправками.

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 (ВТО) и Статистической комиссией ООН.

#### **Терминология:**

**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**.

**Активный туризм** — 1. Разновидность туризма, выделяемая по экономическому признаку. Это иностранный туризм вызывающий приток в страну валюты. 2. Туризм с использованием своих физических сил (пеший, лыжный, велосипедный, альпинизм, спелеотуризм...)

**Аэротерапия** — пребывание на открытом воздухе или прием воздушных масс с целью закаливания и лечения. Одно из направлений климатотерапии.

**Бальнеотерапия** (от лат. balneum — ванна, купание) — лечение с использованием лечебных минеральных вод.

**Баротерапия** — использование лечебных свойств горного климата, характеризующегося пониженным давлением, разреженным воздухом, интенсивной солнечной радиацией. Используется для лечения ряда легочных и сердечно-сосудистых заболеваний и для закаливания организма.

**Гелиотерапия** (от греч. helios — солнце) — лечение и профилактическое использование прямого излучения солнца (солнечные ванны). Одно из направлений климатотерапии.

**География туризма** — ветвь географии, изучающая особенности пространственного (территориального) размещения индустрии туризма во взаимосвязи с природной и социально-экономической средами, в частности размещение и специфику рекреационных ресурсов, социально-экономические предпосылки развития туризма, территориальную организацию материальной базы туризма, направление туристских потоков, региональные (страновые) черты туристской политики и экономики туризма.

**Дайвинг** — подводный туризм

**Доход от одного туриста** — статистический показатель экономической эффективности туризма и соответствует размеру валютных затрат одного среднего туриста. Определяется делением туристского дохода на количество туристских прибытий.

**Доход (туристский) на душу населения** — статистический показатель экономической эффективности туризма. Определяется делением туристского дохода на численность населения страны.

**Интенсивность прибытий** — относительный статистический показатель, показывающий туристскую активность страны (региона). Определяют как количество туристов приходящегося на 1 жителя страны (региона). Иногда интенсивность прибытий оценивается в процентах, т. е. в расчете на 100 человек населения принимающей страны.

**Интенсивность убытий** — относительный статистический показатель, показывающий туристскую активность страны (региона). Определяют обычно в процентах, т. е. как количество туристов, выезжающих из страны на 100 жителей.

**Климатотерапия** — лечение и профилактика здоровья с использованием целебных свойств климата

**Климатофитотерапия** — лечение микроклиматом растительных сообществ, например, сосновых боров (см. фитотерапия).

**Курорт** (от нем. kurort: kur — лечение, ort — место) — это местность, обладающая природными лечебными свойствами (ресурсами) и необходимыми условиями для их лечебно-профилактического применения.

**Паломничество** — путешествие с культовыми целями, одна из самых старых форм туризма.

**Пассивный туризм** — разновидность туризма, выделяемая по экономическому признаку. Это выездной туризм, сопровождаемый оттоком национальной валюты из страны.

**Пелоидотерапия** (от греч. pelos — глина) — это применение в лечебных целях грязей (пелоидов) различного происхождения (торфяные, иловые, морские). Синоним — грязелечение.

**Прибытия** — статистический термин, характеризующий туристические потоки. Под количеством прибытий понимается число зарегистрированных туристов, прибывших в ту или иную страну за определенный период времени, обычно календарный год (см. убытия).

**Продолжительность пребывания** — статический показатель, измеряемый количеством ночевоч, совершаемых туристом (туристами). Продолжительность пребывания всех туристов в стране в течение определенного временного периода подсчитывают суммированием количества ночевоч, совершаемых всеми туристами. Общее количество ночевоч — показатель более гибкий чем количество туристских прибытий.

**Рафтинг** — сплавы по горным рекам на плотам различной конструкции

**Рекреационно-географическое положение** — особенности географического положения территории (страна, край, город), способствующие или препятствующие развитию туризма

**Рекреационные ресурсы** — элементы географической среды и антропогенной деятельности, которые имеют привлекательность, познавательность, лечебно-оздоровительную значимость и могут быть использованы для организации различных форм и видов рекреационной (туристской) деятельности

**Рекреация** — (от лат. Recreation — восстановление) совокупность явлений и отношений, возникающих в процессе использования свободного времени для оздоровления, познавательной, спортивной и культурно-развлекательной деятельности людей на специализированных территориях. В узком значении — восстановление и развитие сил человека (физических, интеллектуальных и эмоциональных) в процессе отдыха и туризма

**Санаторий** (от лат. sano — лечу, исцеляю) — наиболее комфортабельный тип лечебно-оздоровительного учреждения на курортах Беларуси и стран СНГ.

**Сафари** — первоначально путешествие на автомобилях с охотой на крупных животных в степных районах Африки. В настоящее время так называют как охоту на крупных животных в любых районах мира, так и автопутешествие с пересечением труднопроходимой местности.

**Слалом** — вид горнолыжного спорта. Скоростной спуск по специальной трассе

**Сноуборд** — вид горнолыжного спорта. Спуск с гор на специальной «доске»

**Событийный туризм** —

**Спелеотуризм** (от греч. spelaion — пещера) — посещение и изучение пещер.

**Спелеотерапия** — использование лечебных свойств микроклимата пещер.

**Сталагмиты** (от греч. stalagma — капля) — натечные минеральные образования, поднимающиеся со дна пещер в виде сосуллек и столбов.

**Сталактиты** (от греч. stalaktos — натекающий по капле) — натечные минеральные образования, свешивающиеся с потолка пещер в виде сосуллек.

**Таймшер** (от англ. time share — часть времени) — совместное владение или долгосрочная аренда средств размещения с правом пользования в течение определенного времени (например одной недели ежегодно)

**Талассотерапия** (от греч. thalassa — море) — лечение морским климатом сочетанием морских, воздушных и солнечных ванн, одна из самых эффективных форм климатотерапии.

**Трейлер** — прицепной домик на колесах для автопутешествий

**Треккинг** — пешие походы в горной местности.

**Туристские ресурсы** — природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способствующие удовлетворять духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил

**Туристский доход** — количество денег, получаемое страной (регионом) за счет туристов. Обычно подсчитывается отдельно для иностранного и внутреннего туризма.

**Туристский расход** — количество денег, вывозимых жителями страны (региона) при выездном туризме Туристское сальдо — разность между туристским доходом (количеством денег ввезенных иностранными туристами) и туристским расходом (количеством вывезенных денег в туристских поездках собственных жителей). Может быть положительным и отрицательным.



**Убытия** — статистический термин, характеризующий туристические потоки. Под количеством убытий понимается число зарегистрированных туристов, выбывших из страны за определенный период времени, обычно календарный год (см. прибытия).

**Фитотерапия** — лечение и оздоровление организма человека с помощью растений. Осуществляется путем приготовления и использования лечебных препаратов, настоев, чая; снятия усталости и стресса благодаря эстетичности фитоценозов и тишины (шума) леса, биоэнергетической подпитки от деревьев; использованием лечебных свойств микроклимата растительных сообществ.

**Фрирайд** — Вид горнолыжного спорта. Спуск с гор по неподготовленным естественным склонам Фристайл (от англ. Free style — вольный стиль) — вид горнолыжного спорта. Спуск с гор с выполнением различных фигур (вращения, повороты, пируэты, сальто).

**Шенгенское соглашение** — соглашение о едином визовом пространстве 12 европейских государств

**Этнографический туризм** — разновидность познавательного туризма, знакомство с культурой и бытом народов мира.

**Экологический туризм** — туризм на экологически чистой территории, способствующий сохранению природы, воспитывающий бережное отношение к окружающей среде, создающий экономические условия, при которых сохранение природы становится выгодным для коренного населения

**Экскурсия** — 1. кратковременная рекреация продолжительностью менее 24 часов и без ночлега; 2. Посещение туристского объекта в сопровождении гида-экскурсовода

## **ТЕМА 2: Статистика и география туристских потоков, доходов и расходов**

1. Факторы, воздействующие на развитие туризма
2. Основные показатели туристской активности
3. География туристских потоков
4. География туристских доходов и расходов

1. Факторы, воздействующие на развитие туризма

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.

Причины, воздействующие на динамику, структуру туризма, формирующие его специфику на уровне регионов и отдельных стран, группируются в виде факторов развития.

Факторы подразделяются на:

1. физико-географические,
2. экономико-географические,
3. социально-экономические факторы
4. этнические,
5. культурно-исторические
6. геополитические факторы
7. демографические факторы;
8. научно-технические факторы.

К физико-географическим (природным) 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. 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. Чем богаче разнообразные природные ресурсы в каком-то регионе, тем больше у него возможностей для привлечения туристов.

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.

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.

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

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

С этническими факторами тесно связаны культурно-исторические факторы. 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 Новой Зеландии желающие могут стать участником фестиваля стригалей

овец, а в Таиланде увидеть жилые кварталы на воде (вся жизнь их обитателей проходит в джонках) ...Туристов всегда привлекают музеи, выставки, картинные галереи, архитектурные памятники и исторические места. Интерес к ним – мощный рычаг для развития туризма.

Геополитический фактор в последние годы стал весьма существенным при принятии туристами решений по поездкам. Среди политических факторов, влияющих на развитие туризма, следует отметить взаимоотношения между странами, которые могут способствовать или, наоборот, препятствовать туристскому обмену между ними. Развитию туризма и иных форм внешнеэкономических отношений способствуют урегулирование 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. 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.

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 влияния на туризм особенно значимы 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».

## 2. Основные показатели туристской активности

С ростом объема и экономического значения туризма шло развитие статистики, особенно в области учета международных туристских поездок.

Статистика международного туризма включает два основных раздела:

- 1) статистика туристских потоков;
- 2) статистика туристских доходов и расходов.

Для каждого из них разработана система показателей. Важнейшими показателями туристских потоков являются

1. количество прибытий (убытий)
2. и продолжительность пребывания.

Объяснение

1. Под количеством прибытий (убытий) понимается число зарегистрированных туристов, прибывших в ту или иную страну (выбывших из нее) за определенный период времени, обычно календарный год.

Количество прибытий (убытий) служит основным показателем, характеризующим туристское движение. Поскольку турист может посетить несколько стран в течение года и даже в ходе одной поездки побывать в разных государствах, фактически численность туристов меньше количества прибытий (убытий).

Прибытия (убытия) учитываются в абсолютном выражении в виде числа поездок за тот или иной отрезок времени. В 2001 г. число международных туристских прибытий достигло 692,7 миллионов. В развитии туризма, несмотря на кратковременные колебания, прослеживается устойчивая тенденция к росту. Средние ежегодные темпы прироста туристских прибытий за период с 1950 по 2000 г. составляли 7 %. За период 1990—2000 г. средние ежегодные темпы прироста туристских прибытий снизились до 4,3 %.

Страны лидеры по туристским прибытиям в 2001 г.

1. Франция (76,5 млн),
2. Испания и США (по 49,5),
3. Италия (39,0),
4. Китай (33,2),
5. Великобритания (23,4).

Последнее время быстро увеличивалось количество прибытий в Россию, которая за несколько лет передвинулась с 20 на 7 место в мировом рейтинге. В группу мировых лидеров входят также Мексика, Австрия, Германия. Очень быстро развивается туризм в Китае: 20 лет назад страна занимала в мире 40-е место по прибытиям

Абсолютные показатели туристских потоков не позволяют судить об уровне туристской активности отдельной страны и регионов, так как они зависят от общей площади и численности населения. Поэтому для оценки интенсивности прибытий (убытий) используют относительные показатели.

Интенсивность прибытий определяют как количество туристов приходящегося на 1 жителя страны (региона). Иногда интенсивность прибытий оценивается в процентах, т. е. в расчете на 100 человек

населения принимающей страны. В целом по миру этот показатель равен 0,11 (11 %).

По отдельным регионам и группам стран этот показатель существенно отклоняется от среднемирового значения. Если в Центральной Африке и Южной Азии он составляет 0,005, то в Карибском бассейне и Океании не менее 0,4. Самая высокая туристская активность отмечается в Европе — свыше 0,6.

По отдельным странам разброс значений еще больше:

в Китае — 0,02,

Франции — 1,3,

Андорре — 26.

Аналогичным образом определяют интенсивность убытий. Удобнее оценивать выезд в процентах (на 100 жителей страны выезда), так как это показывает, какая часть ее населения (региона) выезжает.

Для поездок за границу максимальные значения показателя характерны для Северной и для Западной Европы — более 70 %. В некоторых странах (Германия, Нидерланды) интенсивность убытий составляет более 100 %. Это означает, что часть туристов выезжает два и более раз в году.

2. Наряду с количеством прибытий (убытий) в статистике турпотоков используется другой показатель — продолжительность пребывания. Он измеряется количеством ночевоч, совершаемых туристом.

Продолжительность пребывания всех туристов в стране в течение определенного временного периода подсчитывают суммированием количества ночевоч, совершаемыми всеми туристами. Общее количество ночевоч — показатель более гибкий чем количество туристских прибытий.

Например, Франция по прибытиям значительно опережает Испанию, но продолжительность пребывания там туристов значительно меньше. В итоге Испания опережает Францию и по количеству ночевоч и доходам от туризма.

Поэтому важным показателем, характеризующим длительность посещения, служит средняя продолжительность пребывания одного туриста в стране.

Объяснение.

Средняя продолжительность пребывания наиболее значительная для стран, удаленных от основных туристских рынков:

Австралия — 24 ночевки,

Новая Зеландия — 19.

Для небольших по площади стран, а также ориентированных на деловой туризм, средняя продолжительность пребывания составляет минимальную величину:

Сингапур — 3 дня,

Гонконг — 3,9 дней.

В зависимости от продолжительности пребывания (числа ночевок) выделяют несколько сегментов рынка путешествий.

Краткосрочные поездки (1—3 ночевки) предпринимаются для отдыха и развлечений в выходные и праздничные дни, а также с деловыми целями.

Во вторую группу (4—7 ночевок) входят поездки с разными мотивами, осуществляемые преимущественно во время дополнительного отпуска. Именно этот сегмент рынка развивается опережающими темпами.

Среднесрочные поездки (8—28 ночевок) посетители совершают, находясь в продолжительном отпуске, главным образом для отдыха и лечения.

Наконец, поездки продолжительностью 29—91 и 92—365 ночевок относятся к долгосрочному туризму. Часть лиц, прежде всего экономически неактивных, предпринимают их для отдыха, развлечений, лечения, другая — с деловыми и профессиональными целями (экспедиции, учеба и пр.).

По данным ВТО, общее количество туристских ночевок в мире в середине 90-х гг. составило 8,2 млрд. Основная их доля — около 70 % — приходится на внутренний туризм.

В статистике туристских доходов и расходов учитывается сумма денег, ввезенных (вывезенных) туристами при поездках за границу с туристскими целями. Иностранцы туристы, оплачивая товары и услуги, обеспечивают поступление валюты в бюджет принимающей страны (туристский доход) и тем самым активизируют ее платежный баланс. Поэтому приезд иностранных туристов получил название активного туризма.

Напротив, выезд туристов сопряжен с оттоком денег из страны их постоянного проживания (туристский расход). Международные платежи по туристским операциям такого рода фиксируются в пассиве платежного баланса страны — поставщика туристов, а сам туризм именуется пассивным.

Разность между доходами и расходами в туризме — туристское сальдо. Положительное туристское сальдо имеют страны с притоком валюты, превышающим расходы на международный туризм (США, Франция, Китай).

Отрицательное туристское сальдо характерно для стран — доноров международного туризма, поставляющих на международный туристский рынок многочисленных путешественников (Германия, Япония, Великобритания).

Туристское сальдо мира равняется нулю, так как доходы и расходы туристов равны.

### 3. География туристских потоков

Всемирная Туристская Организация выделяет в мире 6 туристских регионов (несколько отличных по составу от тех, которые выделяют в отечественной географии).

1. Европа — страны Западной, Северной, Южной, Центральной и Восточной Европы, включая все бывшие республики СССР, а также государства Восточного Средиземноморья (Израиль, Кипр, Турция).

2. Америка — страны Северной, Южной, Центральной Америки, островные государства и территории Карибского бассейна.

3. Азиатско-Тихоокеанский — страны Восточной и Юго-Восточной Азии, Австралия, Океания.

4. Африка — страны Африки, кроме Египта и Ливии.

5. Южная Азия — все страны Южной Азии.

6. Ближний Восток — страны Западной и Юго-Западной Азии (кроме Турции и Израиля) и две африканские страны (Египет, Ливия). ВТО этот регион называет «Средним Востоком»

Региональное распределение турпотоков в основных чертах сложилось давно.

С начала массового развития туризма и по настоящее время на мировом рынке туризма лидирует Европа — 400,3 млн прибытий в 2001 г. (57,8 %). Этот регион пользуется большой популярностью у самих европейцев, а также жителей США и Канады.

Вторую позицию долгие годы удерживает Америка (120,8 млн прибытий в 2001 г. — 17,4 %). Европа и Америка (прежде всего Северная), являются ключевыми туристскими регионами мира. На них приходится 75 % всех прибытий в мире

При этом ежегодные темпы роста туристских потоков в Европе и Америке за последние 50 лет были несколько ниже среднемировых — 6,6 % и 5,9 % в год соответственно. А за период 1990—2000 они составили 3,6 и 3,3 % соответственно (средние по миру — 4,3 %). Поэтому доля этих регионов устойчиво сокращается.

Более динамично развиваются молодые туристские регионы, особенно Азиатско-Тихоокеанский. Снижение туристской активности в этом регионе наблюдалось лишь в 1997-98 гг., что было связано с региональным финансовым кризисом. Но уже в 1999 г. регион преодолел его последствия, и в 2001 г. принял 115,1 млн туристов (16,6 % от мирового туристского потока).

Туристские прибытия в Африке в 2001 г. составили около 28,2 млн чел.,

на Ближнем Востоке — 22,5 млн чел.,

в Южной Азии — 5,7 млн чел.



За период 1990—2000 гг. Средние многолетние темпы роста числа прибытий для этих регионов выше среднемировых: в Африке — 6,1 %, на Ближнем Востоке — 10,0 %, в Южной Азии — 6,8 %. Но при низких абсолютных значениях показателя прибытий эти регионы оказывают слабое влияние на мировую динамику туризма.

Следует отметить, что 2001 г. стал кризисным для международного туризма в первую очередь из-за теракта в Америке, а также военной операции в Афганистане и национальном конфликте в Израиле. Это единственный год после второй мировой войны, когда произошло снижение основных туристских показателей. Наиболее пострадали регионы Америка (спад по прибытиям 5,9 %), Южная Азия (6,3) и Средний Восток (3,1 %). Сокращение прибытий по миру составило 0,6 %. Единственные регионы, где численность туристов увеличилась — АТР (5,5 %) и Африка (3,8 %).

К началу XXI в. в сравнении с 1950—70 гг. произошли сдвиги в региональной структуре туристских прибытий. Доля Европы и Америки снизилась при одновременном повышении удельного веса АТР и стабильности положения остальных регионов. По оценкам ВТО, к 2020 г. Европа удержит лидерство по прибытиям, но ее позиции будут ослаблены, на второе место выйдет АТР, оттеснив Америку.

В целом для географии туристских поездок присущи следующие черты.

1. преобладание внутрирегиональных поездок (80 % всех убытий) над межрегиональными (20 % убытий). Так, в Европе на внутрирегиональные туристские потоки приходится до 90 % всех убытий, в Америке и АТР — 75 %. Но, по оценкам экспертов ВТО, в будущем при том, что внутрирегиональные поездки также будут преобладать ( $\frac{3}{4}$  всех убытий), более интенсивным станет межрегиональный обмен туристами.

2. для туристских поездок характерна меридиональная направленность туристских потоков. Туристы из северных стран предпочитают отдых в теплых приморских странах. Хотя в последнее время расширяются и встречные потоки путешественников с юга на север, например, в страны Северной Европы с хорошо сохранившейся природой.

3. формирование туристских потоков между бывшими метрополиями и колониями. Этому способствуют: сохранение экономических и культурных связей между странами, отсутствие языкового барьера (в большинстве бывших колоний язык бывшей метрополии является государственным), интерес к историческому прошлому.

Например,

в Индии и Пакистане, бывшими британскими колониями до 1947 г., доля туристских прибытий из Великобритании в два раза больше, чем из других европейских стран.

А каждый третий европеец, вступивший на африканский континент — француз.

Конечно, большинство стран, находившихся в колониальной зависимости, отличаются невысоким уровнем социально-экономического развития, что не позволяет их гражданам активно путешествовать. Поэтому среди таких потоков преобладают поездки из бывших метрополий и слабо выражен обратный поток.

#### 4. География туристских доходов и расходов

В 2001 г. международные туристские доходы составили 462,2 млрд долларов США. На Европу пришлось 230 млрд долл. Европейцы тратят на путешествия столько же, сколько туристы остальных регионов вместе взятые. На втором месте — Америка (122,4 млрд). Доходы от международного туризма АТР — 82 млрд, Африки — 11,7 млрд, Ближневосточного региона — 11,2 млрд, Южной Азии — 4,7 млрд долларов (табл. 2).

Региональное распределение поступлений от международного туризма примерно совпадает с географией туристских прибытий. Самым доходным регионом остается Европа, но ее доля снижается из-за роста непродолжительных поездок с меньшими среднелюдскими затратами.

В целом поступления от международного туризма концентрируются в группе развитых стран Северной Америки (США, Канада) и Западной Европы (Франция, Великобритания, Германия). К числу самых доходных направлений относятся средиземноморские и альпийские страны (табл. 2) На их долю первых 16 стран приходится более 60 % всех поступлений от международного туризма.

Таблица 2. Самые доходные направления международного туризма в 2001 г.

Страна Доход от международного туризма, \$ млрд Доля в мировых поступлениях, %

1. США	72,3	15,6
2. Испания	32,9	7,1
3. Франция	29,6	6,4
4. Италия	25,9	5,6
5. Китай	17,8	3,8
6. Германия	17,2	3,7
7. Великобритания	15,9	3,4
8. Австрия	12,0	2,6
9. Канада	10,7*	2,3
10. Греция	9,2*	2,0
11. Турция	8,9	1,9

12. Мексика	8,4	1,8
13. Гонконг (КНР)	8,2	1,8
14. Австралия	7,6	1,6
15 Швейцария	7,6	1,6
16. Россия	7,5*	1,6
Всего 16 стран	291,7	62,8

\* данные за 2000 г.

Объем поступлений от международного туризма широко используется для оценки уровня доходности туристского направления. Уровень доходности зависит от величины туристских прибытий и от количества денег, оставляемых одним туристом.

Более точными показателями экономической эффективности туризма являются доход с одного прибытия (туриста) и размер туристского дохода, приходящийся на душу населения.

По оценкам ВТО, поступления с одного прибытия составили в 1966 г. 730 долл. США, но из-за проблем, которые испытывал туризм в последние годы, снизилось до 667 долл. в 2001 г.

Значения этого показателя сильно варьируют по странам. Доход с прибытия ниже в странах, имеющих общую сухопутную границу с главными странами — поставщиками туристов, как например страны-соседи США: Канада (527 долл.) и Мексика (302).

Также низкими показателями поступлений с одного прибытия отличаются бывшие социалистические страны Восточной Европы.

Высокий уровень доходов с прибытия отмечается в странах, удаленных от основных рынков выездного туризма или отличаются высокой стоимостью жизни и являются дорогими туристскими направлениями (Австралия — 1617 долл., США — 1611). К числу дорогих направлений относятся и страны, ориентирующиеся не на массовый, а элитный туризм (Дания — 1928, Швеция — 1496).

Международные туристские расходы в 2000 г. равны туристским доходам и составили около 476 млрд долларов США. Основные расходы на международный туризм, по данным ВТО, несет население развитых стран, главным образом США, ФРГ, Великобритании и Японии. На их долю приходится 38% всех расходов. Кроме них, заметную роль в формировании международных туристских расходов, играют другие страны «большой семерки» — Франция, Италия, Канада.

Таблица 3. Расходы на международный туризм по основным направлениям, млрд долл., 2001 г.

Страна	Расходы на международный туризм	Доля в мировых расходах на туризм, %
1. США	58,9	12,7
2. Германия	45,9	9,9
3. Великобритания	36,9	8,0

4. Япония	31,9*	6,7*
5. Франция	17,5	3,8
6. Италия	14,2	3,1
7. Китай	13,1 *	2,8*
8. Нидерланды	12,2*	2,6*
9. Канада	12,1*	2,6*
10. Бельгия и Люксембург	10,2*	2,2*
11. Австрия	9,7	2,1
12. Республика Корея	6,9	1,5
13. Швеция	6,8	1,5
14. Швейцария	6,6	1,4
15. Тайвань	6,4*	1,3*
Всего 15 стран	282,9	62,2

\* данные на 1999 год

Существенно различается величина расходов на 1 поездку по регионам мира. Разброс значений показателя достигает 100-кратной величины. На одном из последних мест находится Центральная и Восточная Европа — в 1990 г. на поездку за границу (включая транспортные расходы, тратилось в среднем 25,3 долл. В 1995 г. расходы на поездку составили 220 долл, почти в 9 раз больше, чем в 1990 г. Но несмотря на внушительный рост, сохраняется отставание по этому показателю Центральной и Восточной Европы от других субрегионов мира.

Беспорным лидером по такому показателю, как туристские расходы населения в расчете на одну поездку за границу, являются Австралия и Новая Зеландия. В середине 1990-х гг. Поездка за границу жителям Австралии и Новой Зеландии обходилась в среднем в 2500 долл. (включая транспортные расходы, которые составляют 30 % от стоимости поездки), что более чем в три раза превышало среднемировой уровень. Высокие затраты на путешествие объясняются их удаленностью от основных центров туризма.

Максимальное положительное туристское сальдо имеют Испания (24,1 млрд долл.), США (13,4), Франция (12,1 млрд дол.), Италия (11,7 млрд долл.).

Самое большое отрицательное туристское сальдо сохраняют Германия (-28,7 млрд дол.) и Япония (-28,5 млрд дол.), а также — Великобритания (-21,0 млрд дол.), Нидерланды (-5,1 млрд дол.). Отрицательное сальдо характерно для всех северных стран Европы, Бельгии с Люксембургом, для Канады, Тайваня. Отрицательное сальдо могут себе позволить только богатые страны с высокими личными доходами и положительным балансом внешней торговли.

Значительное отрицательное сальдо имела до последнего времени Россия, однако в 1999 г. вследствие дефолта 1998 г. сальдо достигло положительного значения — 0,1 млрд долл.

### Список литературы:

1. Бабкин, А.В. Специальные виды туризма. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
2. Воскресенский, Ю.В. Международный туризм. – М.: ЮНИТИ\_ДАНА, 2006. – 255 с.
3. География туризма: Учебник / И.Г. Филиппова, В.П. Погодина, Е.А. Лукьянов. – СПб.: Изд. дом «Бизнес - пресса», 2007. – 264 с.
4. География туризма: Учебник под ред. А.Ю. Александровой. – М.: КНОРУС, 2008. – 592 с.
5. Глушко, А. А., Сазыкин, А. М. География туризма. – Владивосток: Изд-во ДГУ, 2002.
6. Кусков А.С. Туристское ресурсоведение. – М.: Академия, 2008. – 208 с.
7. Лебедева О.О., Панкова Є.В., Стафійчук В.І. Туристичні ресурси України. – К.: Альтерпрес, 2007. – 369 с.
8. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. – К. 6 Знання, 2008. - 661 с.
9. Решетников, Д.Г. География туризма Республики Беларусь: учеб. -метод. пособие. — Минск: Издательство «Четыре четверти», 2011. — 320 с.
10. Романов Ю., Саакянц Р.Г. География туризма: Учебное пособие. – М.: Советский спорт, 2002. – 464 с.
11. Санинская А.А., Кусков А.С., Козырева О.Н., Асташкина М.В., География туризма. – М.: Альфа – М, Инфра – М, 2008. – 432 с.
12. Смаль І.В Туристичні ресурси світу. – Ніжин: Видавництво ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. – 336 с.