

А. Ф. АРБУЗОВ

ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА

УЧЕБНИК

Рекомендовано

*Федеральным государственным учреждением
«Федеральный институт развития образования»
в качестве учебника для использования в учебном процессе
образовательных учреждений, реализующих программы
среднего профессионального образования*



Москва

Издательский центр «Академия»

2009

УДК 379.85(075.32)
ББК 75.81я723
А795

Рецензенты:

председатель предметно-цикловой комиссии Подольского колледжа сервиса (филиал Московского государственного университета сервиса) *Т. И. Шальнева*;
кандидат географических наук, доцент, заведующий кафедрой экономической географии и методики обучения географии Нижегородского государственного педагогического университета *Д. Д. Деньгин*

Арбузов А. Ф.

А795 География туризма : учебник для студ. сред. проф. образования / А. Ф. Арбузов. — М. : Издательский центр «Академия», 2009. — 160 с.

ISBN 978-5-7695-5431-5

Приведены основные термины и определения туризма как одного из видов социально-экономической деятельности государства. Рассмотрены мировые туристские ресурсы и их виды, взаимосвязь урбанизации и туризма, география международного туризма по отдельным странам и материкам нашей планеты. Особое внимание уделено географии туризма России, ее сравнительной характеристике в общей туристской типологии стран мира. Даны практические аудиторские работы по основным темам.

Для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования.

УДК 379.85(075.32)
ББК 75.81я723

Оригинал-макет данного издания является собственностью Издательского центра «Академия», и его воспроизведение любым способом без согласия правообладателя запрещается

© Арбузов А. Ф., 2009
© Образовательно-издательский центр «Академия», 2009
ISBN 978-5-7695-5431-5 © Оформление. Издательский центр «Академия», 2009

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	3
Глава 1. Туризм как вид социально-экономической деятельности	5
1.1. Роль туризма в развитии территориальных социально-экономических систем	5
1.2. Формы организованного туризма	8
1.3. Виды туристской деятельности	9
Глава 2. Пространственные характеристики туризма	13
2.1. Районирование туристской деятельности	13
2.2. Районы международного туризма	14
Глава 3. Мировые туристские ресурсы	17
3.1. Виды туристских ресурсов	17
3.2. Охрана туристских ресурсов ЮНЕСКО	21
Глава 4. Урбанизация и туризм	25
4.1. Урбанизированное расселение	25
4.2. Роль городов в развитии туризма на примере США	26
Глава 5. География международного туризма	32
5.1. Европейский регион	32
5.2. Европейский регион	32
5.3. Лондон и Париж — мировые центры делового туризма	38
5.4. Горно-климатические альпийские курорты	41
5.5. Автобусные экскурсионные туры и скоростные железнодорожные маршруты по Европе	44
5.6. Лечебно-оздоровительные курорты Средней и Центральной Европы	50
5.7. Экологический туризм и ландшафтное планирование	52
Глава 6. Туризм и туристские ресурсы Средиземноморья	56
6.1. Общая физико-географическая характеристика региона	56
6.2. Морские курорты Средиземноморья	57
6.3. Морские круизы	61
Глава 7. Туристские ресурсы Северной Америки	71
7.1. Экологический туризм в США и Канаде	71

7.3. Национальные парки Северной Америки — ресурс экологического туризма	75
Глава 8. Латинская Америка	79
8.1. Физико-географическая характеристика	79
8.2. Туристские ресурсы латиноамериканских стран	80
Глава 9. Австралийско-Океанический регион	86
9.1. Туристские ресурсы Австралии	86
9.2. Туристские ресурсы Океании	88
Глава 10. Туризм в странах Азии	90
10.1. Туристские ресурсы Среднего Востока	90
10.2. Туристские ресурсы Южной Азии	92
10.3. Туристские ресурсы Восточной Азии	96
10.4. Туристские ресурсы Юго-Восточной Азии	97
Глава 11. Африканский регион	100
11.1. Национальные парки Центральной Африки	100
11.2. Островные государства Индийского океана	102
Глава 12. Географии туризма в Российской Федерации	104
12.1. Туристские ресурсы России	104
12.2. Основные туристские регионы	106
12.3. Европейский Север России	107
12.4. Центр России	109
12.5. Юг России	110
12.6. Сибирь и Дальний Восток	112
Глава 13. Лечебно-оздоровительный, круизный и активный виды туризма в России	114
13.1. Лечебно-оздоровительный туризм	114
13.2. Речные круизы	115
13.3. Направления развития активного туризма	116
Слав на рафтах	117
Пеший туризм	117
Автотуризм	117
Конный туризм	119
Велотуризм	119
Приложения	120
1. Картографический метод изучения географии туризма при выполнении практических работ	120
2. Практическая работа по теме «Памятники культуры, истории и архитектуры»	122
3. План составления характеристики города, выступающего в качестве объекта туризма	126
4. План составления характеристики рекреационного (туристского) района	126

5. Тест к главе 4	127
6. Тест к главе 6	130
7. Тест к главе 12	136
8. Кодификаторы к тестовым заданиям глав 4, 6, 12	143
9. Национальные парки Российской Федерации	145
10. Последовательность покомпонентной оценки туристских объектов	147
11. Примерные темы докладов	148
12. Вопросы для самостоятельной подготовки к итоговой аттестации	149
Список литературы	153

ПРЕДИСЛОВИЕ

Туристский бизнес в системе мирового хозяйства — относительно новый и наиболее быстро развивающийся вид экономической деятельности. Темпы его развития значительно превосходят темпы роста других сегментов экономики. Как социально-экономическое явление туризм давно вышел за рамки рекреационной активности населения, вплетен в экономику, социальное устройство и политику государств.

В связи с этим дисциплина «География туризма», являясь неотъемлемой частью социально-экономической географии, охватывает мировоззренческие, культурно-просветительные, воспитательные, образовательные задачи. Предлагаемый учебник «География туризма» вводит в теорию и практику соответствующий понятийный аппарат, необходимый специалистам по туристским услугам, формирует систему знаний по названной дисциплине и профессиональную культуру.

В учебнике рассматриваются экологические проблемы, предлагаются механизмы их решения на примерах природоохранной деятельности, рационального природопользования в различных регионах мира.

Приступая к изучению предмета «География туризма», необходимо помнить, что формы и виды туризма и туристского продукта многообразны и находятся в постоянном развитии. Поэтому никакой учебник не может поспеть за быстроменяющимся миром.

Работа с текстом учебника предполагает использование картографического материала, путеводителей, рекламных проспектов, листовок, каталогов. Дополнительными источниками информации являются публикации в специализированных профессиональных журналах, таких как «Туристские фирмы», «Отель», «Туризм: практика, проблемы, перспективы» и др., а также сайты: www.world-tourism.org, www.russiatourism.ru, www.travelglossary.ru, www.ratanews.ru.

Каждая глава имеет внутреннюю структуру, ключевым терминам и номенклатуре дано шрифтовое выделение. Основная информация подкрепляется дополнительно, что не исключает самостоятельной работы с другими источниками информации —

текстовыми и образными. В конце каждой главы даны контрольные вопросы по изложенному материалу.

Учебник включает приложения, в которых даны советы и рекомендации по организации самостоятельной работы студентов при подготовке к практическим занятиям, приведен краткий словарь основных профессиональных терминов.

ТУРИЗМ КАК ВИД СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Роль туризма в развитии территориальных социально-экономических систем

Туризм как вид социально-экономической деятельности занимает все более значимое место в хозяйстве любой страны. Активно формируется отраслевая структура туризма, образующая сложный инфраструктурный комплекс. Для более трети государств туризм — главный источник доходов, обширный рынок труда с значительным числом рабочих мест.

Общемировые туристские показатели характеризуются устойчивым ростом, а количество путешествующих превышает 2 млрд человек в год, из которых более 760 млн — это международные туристы. Эти цифры с каждым годом увеличиваются.

Место прибытия — термин, используемый в специализированной литературе — все чаще заменяется емким понятием *туристское пространство*, причем оно включает и место временного проживания, которым может оказаться транспортное средство. Многие объекты туризма, составляющие туристские ресурсы, сосредоточены в городах или в непосредственной близости от них. Они вовлечены в цикл туристской деятельности, как и тематические, ландшафтные городские парки и другие объекты.

Современный туризм представляет собой сложное и многогранное социально-экономическое явление. Во второй половине XX в. в развитых странах Европы и Северной Америки наступил туристский бум. Сегодня миллионы людей вовлечены в сферу туризма, она приобретает глобальный размах. Сформировались туристские ценности, под влиянием которых меняется стиль жизни, формируются социальные критерии и приоритеты качества жизни людей.

Следует особо отметить, что именно экономическая составляющая туризма позволяет рассматривать его как новый, быстрыми темпами формирующийся рынок туристских услуг. Во многих странах мира туризм входит в сферу прямого государственного интереса и, как следствие, находит отражение в государственных программах и планах развития.

Международные туристские расходы в 2005 г. составили 800 млрд долл. США. К 2020 г. ожидается удвоение денежного оборота. В структуре мирового хозяйства туризм создал миллионы рабочих мест. Многие предприятия в структуре транснациональных корпораций, местных фирм напрямую связаны с туризмом (транспорт, разме-

щение, обеспечение питанием, туроператорская и турагентская деятельность). Косвенное влияние туризма оказывает на развитие сельского хозяйства, торговли, промышленности, дорожно-транспортной сети, коммунальных служб и других сфер.

В Российской Федерации приоритетными направлениями и задачами являются региональное прогнозирование, планирование, разработка программ развития туризма в малых туристских и транзитных центрах (политика, стратегия и тактика развития туризма на региональном уровне). Во многих субъектах страны разработаны, одобрены и реализуются целевые программы развития внутреннего и въездного туризма. При этом анализируются характеристики ресурсов, туристской инфраструктуры и индустрии, динамика показателей ее функционирования, а также выявляются проблемы, препятствующие развитию туризма.

Любая деятельность человека осуществляется в пространстве, имеющем множественные измерения: метрические, временные, стоимостные. При этом туризм характеризуется исключительной, часто не поддающейся объяснению пространственной избирательностью. Она зависит, во-первых, от причин, по которым объект туризма популярен даже без дополнительной информации и рекламы; во-вторых, от инфраструктуры и универсальности технологий туристских услуг и оборудования. Помимо этого на выбор туристского пространства оказывают влияние политическое устройство государства, вероисповедание проживающего там населения, уровень развития и структура хозяйственного комплекса, социальная ситуация и др.

Можно выделить как минимум две группы факторов: социально-культурные и производственно-экономические. Социально-культурные факторы включают в себя: туристские ресурсы, расселение, качество населения, национально-территориальное деление страны.

К производственно-экономическим факторам относят: трудовые ресурсы, структуру хозяйственного комплекса, экологическое состояние среды, дорожно-транспортную систему, земельные ресурсы.

При совместном действии благоприятных (оптимальных) социально-культурных и производственно-экономических факторов на определенной территории наблюдается бурное развитие туризма, появляются территориальные системы организации туристской деятельности. Однако наличие хотя бы одного ограничивающего (лимитирующего) фактора может в принципе исключить развитие туризма.

Если рассматривать структурную организацию туризма в туристском пространстве, то она представляет собой сложную социально-экономическую систему, зависящую от множества неизвестных, случайных, ситуативных и переменных факторов. Некоторые из подобных систем функционируют и развиваются в относи-

тельно *равномерном* (дисперсном) распространении по территории. Это, например, событийный туризм («масленица» повсеместно празднуется в России) или туристские базы (лагеря отдыха) в лесах Верхне-Волжского рекреационного района. Другие распределяются в виде *полосы* вдоль транспортных коммуникаций, береговых линий (Лазурный берег, Сочи, Золотой берег в Австралии). В Восточной Европе вдоль всей береговой линии черноморского побережья Болгарии простираются бесконечные песчаные отмели, где море в пределах берегов чистое и неглубокое, что является оптимальным фактором, способствующим развитию морских курортов.

Есть системы, имеющие *строгую пространственную приуроченность* (агломерационная форма). Они в большом количестве сформировались в развитых странах Европы. К ним можно отнести Лондон, Париж, Рим и другие города, где сконцентрированы объекты показа в границах относительно небольшой территории.

При всем своем разнообразии *территориальные системы организации туристской деятельности* обнаруживают относительное внутреннее структурное единство. Примером может служить рекреационная система, являющаяся одной из форм организации туристской деятельности. Она характеризуется как функциональной и территориальной целостностью, так и динамичностью, многими связями и взаимосвязями. Данную систему (рис. 1.1) об-

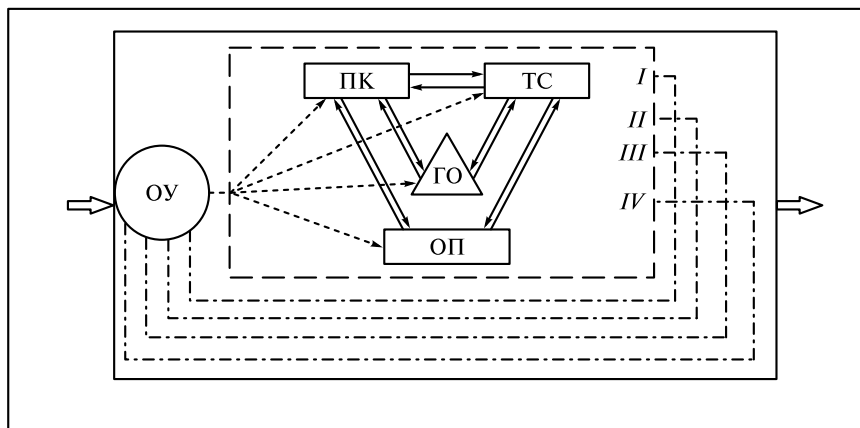


Рис. 1.1. Схема рекреационной системы организации туристской деятельности:

ГО — группа отдыхающих; ПК — природные и культурные комплексы; ТС — технические системы; ОП — группа обслуживающего персонала; ОУ — орган управления; \Rightarrow — внешние связи системы; \Leftrightarrow — связи между подсистемами; $\cdots\cdots$ — команды управления; $-\cdots-$ — информация о состоянии подсистем: I — удовлетворение запросов отдыхающих; II — степень соответствия природных комплексов требованиям отдыха; III — степень сохранения полезных свойств и возможностей технических систем; IV — профессионализм обслуживающего персонала

разуют несколько подсистем. На рисунке подсистема ГО (группа отдыхающих) расположена в центре схемы, поскольку туристы выступают в качестве непосредственных потребителей предоставляемых услуг. Именно они в первую очередь определяют требования ко всем другим подсистемам организации туристской деятельности.

1.2. Формы организованного туризма

Под *организованным туризмом* следует понимать процесс и результат туроператорской и турагентской деятельности по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, т.е. вид экономической деятельности, регулируемый сложными экономическими и правовыми отношениями в отличие от самодеятельного туризма, организуемого индивидуально или группой единомышленников (любителей путешествовать или отдыхать в уголках природы, характеризующихся рекреационной привлекательностью). Самодеятельный туризм по мере формирования рынка предложений туристских услуг постепенно становится все более затратным.

Формы организованного туризма можно классифицировать по следующим критериям: происхождению туристов, организационной форме, длительности пребывания в путешествии, возрасту, транспортным средствам, времени года или сезону. Рассмотрим перечисленные критерии.

Формы туризма в зависимости от происхождения туристов. Различают внутренний и международный туризм. В данном случае слово «происхождение» означает не место рождения человека, а место его жительства и работы.

Формы туризма в зависимости от его организации. Различают паушальный и индивидуальный туризм. *Паушальный туризм* — это стандартизированный, предварительно организованный комплекс туристских услуг (их предоставление за одну стоимость). При *индивидуальном туризме* турист организует отдых и осуществляет его самостоятельно, по собственному плану.

Путешествие в составе группы по плану туристского предприятия называется *групповым туризмом*. Путешествие одного или группы туристов по точному маршруту и регламенту, установленному туристским предприятием, называется *организованным туризмом*. Организованные туристы и туристское предприятие связаны между собой взаимными требованиями и обязательствами.

Формы туризма в зависимости от продолжительности путешествия зависят от времени, которое затрачивается туристом на поездку или пребывание в посещаемом месте или стране. *Однодневными путешествиями* считаются по продолжительности: менее 3 ч, 3—5 ч, 6—8 ч, 9—11 ч, 12 ч и более.

Путешествия с ночевкой бывают: на 1—3, 4—7, 8—28, 29—91, 92—182 ночей.

Как правило, продолжительные путешествия дополняются непродолжительными поездками, к которым относятся транзитный, однодневный и кратковременный туризм. *Транзитный туризм* — это остановки туристов по пути следования к месту назначения. *Однодневный туризм* — это туры продолжительностью в световой день, не предполагающие остановки на ночлег. *Кратковременный туризм* включает в себя деловой туризм и поездки на выходные дни. Независимо от того, совершаются поездки в деловых или личных целях, средняя их продолжительность составляет не более 3 суток.

Формы туризма в зависимости от возраста путешественников. По возрастной шкале можно выделить следующие группы туристов:

- дети, путешествующие со своими родителями;
- молодежь (туристы в возрасте 15—24 лет);
- относительно молодые, экономически активные люди в возрасте 25—44 лет;
- экономически активные люди среднего возраста (45—64 лет), путешествующие, как правило, без детей;
- пенсионеры (65 лет и старше).

Формы туризма в зависимости от транспортных средств. Различают туризм с использованием личного и общественного транспорта — авиационного, автобусного, железнодорожного, речного и морского.

Формы туризма в зависимости от времени года. Различают зимний и летний туризм — *односезонный*. Сезонная классификация форм туризма помогает учитывать колебания спроса на туристские услуги в течение года. Время, в которое совершается максимальное количество поездок, называется *туристским сезоном*, период спада путешествий — *межсезоньем*. Туристские сезоны в разных регионах, как правило, не совпадают.

1.3. Виды туристской деятельности

Под видом туристской деятельности понимают организованный туризм, т.е. временные выезды с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания.

Наиболее востребованным и широко представленным является *туризм с целью рекреации*. Он составляют 60 % мирового объема

международного туризма и предполагает большое разнообразие различных туристских занятий. Среди них выделяют:

- занятия, способствующие преодолению усталости;
- комплекс активных развлечений в различных мероприятиях, в том числе спортивные соревнования;
- мероприятия и занятия, способствующие гармоническому развитию личности, проявлению творческих способностей человека.

Конечно, лидером является купально-пляжный туризм. Он сконцентрирован в основном в Средиземноморье. Но англичане и французы, португальцы и испанцы (население бывших колониальных империй) любят посещать свои бывшие колонии — Бразилию, Южную и Юго-Восточную Азию. Американцы и канадцы являются основными посетителями курортов стран Карибского региона, Галапагосских островов.

Европейцы любят посещать горнолыжные курорты. Популярными местами лыжного отдыха являются Австрия, Андорра, Франция, Швейцария, Италия и другие страны Европы. В Северной Америке это регион Скалистых гор. Есть горно-лыжные курорты и в южных странах — Израиле и даже Индии.

Все более востребованным становится *физкультурно-спортивный* туризм. Рассматривая его как рекреационный, следует иметь в виду, что иногда активный туризм изматывает человека, а рекреация начинается по окончании тура или на стоянках.

Содержанием *познавательного туризма* является знакомство с культурными, археологическими и архитектурными памятниками, этнографическими поселениями, современными техническими достопримечательностями, а также религиозными святынями.

Экскурсионно-познавательный туризм в основном характерен для стран Европы. Одной из наиболее посещаемой туристами страной является Франция. Она принимает каждого пятого отдыхающего. В последние годы заметно увеличилось число туристов, посетивших Испанию.

В последнее время отмечается значительный рост *экологического туризма*, основной мотивацией которого является наблюдение за природой и приобщение к ней.

В соответствии с Квебекской декларацией (2002 г.) экологический (природный) туризм должен основываться на следующих принципах и признаках:

- активное содействие сохранению природного и культурного наследия;
- участие местных и коренных общин в планировании, развитии и осуществлении турпроектов, способствующих повышению благосостояния этих общин;
- просвещение посетителей в отношении местного природного и культурного наследия;

- благоприятные условия для независимых путешественников и небольших организованных групп.

При общих принципах есть некоторые различия природного и экологического туризма. Отличительной чертой природного туризма являются виды рекреационной деятельности в привлекательных местах, предпочтительно на охраняемых территориях. Это различные, в том числе научные, наблюдения за дикой природой, ее фотографирование, лицензионная рыбалка и охота, занятия экзотическими видами спорта и др.

Экологическими называют разновидности природного туризма, которые позволяют свести к минимуму негативное воздействие на окружающую среду, способствуют социально-культурным изменениям на посещаемых территориях и создают источники дохода для местного населения. В перспективе, по прогнозам туроператоров, темпы роста экотуризма будут опережать другие типы и виды туристской деятельности.

Другим значимым видом организованного туризма является *профессионально-деловой*. Ежегодно в мире совершается свыше 100 млн бизнес-поездок. Большая часть туристских потоков со служебными целями направлена в Европу. Это командировки бизнесменов, конгрессные туры, поездки на выставки и ярмарки. Крупнейшими центрами конгрессно-выставочной деятельности в Европе являются Амстердам, Барселона, Берлин, Брюссель, Вена, Париж, Женева, Копенгаген, Лондон, Мадрид; в Северной Америке — Нью-Йорк, Вашингтон, Монреаль и др.

Деловой туризм включает инсентив-туры для служащих фирм в качестве награждения за высокие показатели в работе. Их отличительная особенность в том, что они разрабатываются под конкретного заказчика. Многие туристские фирмы специализируются на организации групповых поездок бизнесменов с целью изучения новых рынков и заключения торговых сделок. Для участников деловых поездок, как правило, организуется индивидуальное обслуживание по самому высокому классу с размещением в дорогостоящих апартаментах, закреплением на весь день автомобилей. Составной частью делового туризма являются поездки специализированных групп с однородным профессиональным составом, проводимые за счет предприятия. Обычно участники деловых путешествий используют авиатранспорт.

География *туризма с религиозными целями* имеет четко очерченные границы, обусловленные возникновением основных религий — христианства, мусульманства, иудаизма и буддизма. География такого туризма определяется местами паломничества, нахождения религиозных святынь. Следует очень осторожно подходить к организации этого вида туризма. Паломничество характерно для глубоко верующих людей. Посещение ими святых мест для поклонения реликвиям приурочено к определенным датам и со-

бытия. Они очень чутко и ревниво воспринимают окружение, больно реагируя на неуважение их чувств.

Другой целью религиозного туризма является знакомство с религиозными памятниками, историей и культурой религии. Некоторые такие поездки организуются с научными целями — для богословов, историков, ученых, занимающихся вопросами религии.

Монреальская декларация «К гуманному и социальному ведению туризма», принятая 12.09.1996 г. Генеральной ассамблеей Международного бюро социального туризма (штаб-квартира в Брюсселе), целиком была посвящена проблемам *социального туризма*.

В этой форме туризма приобретение права на тур предполагает получение субсидий из средств, выделяемых государством на социальные нужды, или иных источников. Участниками социальных туров, как правило, бывают школьники, работающая и учащаяся молодежь из малообеспеченных семей, пенсионеры, инвалиды, т. е. лица, которым государственные и иные организации оказывают социальную поддержку. Однако, согласно одному из положений Гагской декларации 1989 г., государства не могут тратить на туризм больше того, что они надеются от него получить.

Контрольные вопросы

1. Какое направление в развитии туристской индустрии в Российской Федерации является приоритетным?
2. По каким критериям классифицируется организованный туризм?
3. Какие виды туризма наиболее востребованы?
4. Охарактеризуйте виды туризма, известные вам.

2.1. Районирование туристской деятельности

В географии понятия *район* и *регион* рассматриваются как синонимы, обозначающие геосистемы разного размера и сложности. Для обозначения обширных пространств, охватывающих континенты или их целостные части, чаще используют слово «регион». Поделить земной шар на регионы можно по-разному. Однако любое такое деление будет условным и субъективным.

Впервые в отечественной географической науке туристское районирование было предложено в работах ученых Института географии Академии наук СССР под руководством В. С. Преображенского (1975).

Е. В. Котляров (1978), в развитие взглядов Преображенского, разработал концепцию рекреационных-туристских комплексов, сочетающих рекреационные сооружения и сопутствующие им предприятия инфраструктуры, которые объединены тесными функциональными и экономическими связями. При этом они совместно используют географическое положение, природные и экономические ресурсы территории, занимаемой комплексом. В то время практиковалось изучение современного мира по общественно-экономическим формациям, т. е. отдельно стран социалистического содружества с планоно развивающейся экономикой и капиталистических государств с рыночной экономикой. Соответственно в социалистической экономике туристский регион рассматривался как жестко (централизованно) управляемая система, в рамках которой заранее определено, в чем нуждается отдыхающий.

Современный подход к районированию отличается другими экономическими и социально-культурными критериями, главным из которых является потребительский спрос. В связи с этим открылись широкие возможности использования рыночных механизмов для организации различных форм туризма и отдыха. Все пространство планеты мы можем представить в виде крупных историко-географических регионов — тех территориальных ячеек, изучая которые, можно получить более реальное и подробное представление об интересах и потребностях людей.

В развитии сферы туризма и отдыха прослеживаются всеобщие тенденции глобализации и регионализации социально-экономи-

ческих процессов. Глобализация проявляется не только в расширении географии туристских потоков, но и в универсализации потребительских стандартов качества предоставляемых услуг. Регионализация выражается в усилении территориальной идентичности, которая через развитие туризма способствует сохранению и культивированию местных социально-культурных, исторических и этно-экологических традиций.

Основным показателем районирования туристской деятельности служит уровень специализации на туризме по его видам. К сожалению, в отечественной географии отсутствует не только четкая методика проведения туристского районирования, но даже его принципы. Поэтому обратимся к зарубежному опыту и на его основе выделим главные характеристики и их комбинации, которыми можно пользоваться при туристском районировании.

1. Туристский район должен отличаться динамичностью. Само понятие «ресурс» применительно к туристской деятельности исторично. Так, проекты туристских пространств, составленные в первой половине XX в., во многих случаях не могут служить даже основой для гипотезы освоения территории индустрией туризма в наши дни, так как современные представления об их ресурсных возможностях стали заметно иными.

2. Пространственно-временная характеристика территории всегда соотносится с численностью людей — потенциальных потребителей ресурса в течение определенного временного цикла — сезона, года.

3. Возможности технологического и инженерного освоения территории в интересах туристов соотносятся к географическими и иными условиями. Так, для катания на водных лыжах необходимо не только наличие водоема и соответствующие ему размеры, но и определенное состояние водной массы — отсутствие волнений, комфортные температуры воды, воздуха и др., т.е. характер природы и уровень комфортности климатических условий должны быть соотнесены со спецификой туристской деятельности.

4. Районирование рекреационных пространств многих стран с точки зрения организации внутреннего туризма обычно не совпадает с таковым в плане международного туризма, так как интересный и доступный для своих граждан район может быть малоинтересен и труднодоступен для туристов из других стран и наоборот.

5. Административно-территориальное деление федеративных и унитарных государств.

2.2. Районы международного туризма

Выделяют шесть крупных туристских макрорегионов мира (по состоянию на 01.03.2004 г.):

1. Европа (страны Северной, Средней, Южной и Центральной Европы, включая Восточное Средиземноморье — Израиль, Кипр, Турция. Восточная Европа упоминается в составе стран СНГ);

2. Америка (страны Северной, Южной и Центральной Америки, островные государства и территории Карибского бассейна);

3. Азиатско-Тихоокеанский (страны Восточной и Юго-Восточной Азии, Австралия и Океания);

4. Африка (страны континента, за исключением Египта и Ливии);

5. Ближний и Средний Восток (страны Западной и Юго-Западной Азии, Египет и Ливия);

6. Южная Азия (Индия, Непал, Пакистан, Шри-Ланка и др.).

В предлагаемом учебнике за самую крупную территориальную единицу взят регион, т. е. географическая территория туристского пространства. Используется следующий системно-структурный подход: Европа (Северная, Средняя), Средиземноморье (Южная Европа, Турция, Израиль, Северная Африка), Северная Америка, Средний Восток, Южная Азия, Юго-Восточная Азия, Центральная и Восточная Азия, Латинская Америка, Африка, Австралия и Океания.

Вторым уровнем территориального районирования является страна, которая в своих территориальных границах выступает политическим, социально-экономическим и этно-культурным фактором развития индустрии туризма. Страны характеризуются в двух вариантах: 1) в тексте называются страны-лидеры туристского рынка в регионе, анализируется развитие в них туризма на основе определенного ресурса и его роли в экономике данного региона; 2) в приложениях предлагается алгоритм самостоятельного изучения туристских ресурсов и инфраструктуры в отдельных странах, не нашедших отображения в тексте учебника.

Следующий уровень туристского пространства относится к конкретным туристским районам. Обычно они ассоциируются с агломерационными образованиями (одним-двумя городами, зоной сплошного городского расселения). Внутри описываемых районов выделяются туристские центры, такие, например, как Рио-де-Жанейро — не только крупный туристский район, но и центр карнавала в Бразилии, историческая часть Парижа или Сайменская водная система в восточной части Финляндии и др.

Контрольные вопросы и задания

1. Назовите и покажите на карте следующие географические территории: Западную (Северную, Центральную, Южную), Восточную Европу, Северную Америку, Юго-Западную (Ближний Восток), Южную, Юго-Восточную, Центральную и Восточную Азию, Африку, Латинскую Америку, Австралию и Океанию.