

# Основы рекреологии



Презентацию подготовила Морозова Татьяна

РиСОТ/б-19-1о

СевГУ

# Вопрос № 44

## Особенности и принципы районирования в международном туризме

### Районообразующие факторы в международном туризме

- 1) основные особенности географического положения с точки зрения туризма (положение по отношению к туристским рынкам и принимающим регионам, положение по отношению к нестабильным в политическом плане районам и «горячим точкам планеты»), взаимоотношения с сопредельными странами, а также теми государствами, по территории которых проходят используемые основной массой туристов коммуникации, и т.д.);
- 2) характер природы, уровень комфортности климатических условий, богатство и разнообразие рекреационных ресурсов, возможность и удобство их использования;
- 3) насыщенность территории природными и культурно-историческими достопримечательностями, их взаимосочетание и положение по отношению к основным зонам и центрам туризма;
- 4) степень привлекательности природных и культурно-исторических достопримечательностей для основной части туристов и перспективной клиентуры;
- 5) уровень доступности района с точки зрения существующих коммуникаций;
- 6) уровень необходимых затрат во времени для прибытия на данную территорию и возвращения домой;
- 7) общий уровень затрат финансовых средств туристами для совершения путешествия;
- 8) уровень развития туристской инфраструктуры (оснащенность территории средствами размещения, транспортом, средствами связи, предприятиями питания, торговли и т.д.);
- 9) уровень сервиса и квалификация обслуживающего туристов персонала;
- 10) емкость территории для приема туристов;
- 11) стабильность внутривнутриполитической ситуации;
- 12) уровень безопасности для туристов с точки зрения криминогенной ситуации;
- 13) уровень безопасности для туристов с точки зрения экологической ситуации;
- 14) уровень общеэкономического развития, обеспеченность трудовыми ресурсами, материальными средствами и финансовыми возможностями для создания и дальнейшего развития индустрии туризма и гостеприимства;
- 15) территория с точки зрения ее места на туристском рынке, т.е. объем туристских потоков, посещающих данный район, и предпосылки для формирования таких потоков в будущем;
- 16) структура зарубежной туристской клиентуры, приезжающей в район;
- 17) основные особенности туризма в данном районе (ритмы сезонности, продолжительность, преобладающие виды туризма, основные цели посещения и т.д.);
- 18) отношение властей и местных туристских органов к проблемам туризма;
- 19) экономическая роль туризма для данного района (размер поступлений в бюджет от туризма, расходы на развитие туристской инфраструктуры, место туризма среди других отраслей экономики и взаимосвязь с этими отраслями, влияние туризма на занятость местного населения, общий экономический эффект от туризма);
- 20) перспективы развития туризма в данном районе.

# Вопрос № 44

## Особенности и принципы районирования в международном туризме



- Туристское районирование зарубежного мира опирается на следующий системно-структурный подход — за самую крупную территориальную единицу берется регион, т.е. следующие географические зоны развития: Западная Европа, Восточная Европа, Северная Америка, Латинская Америка, Юго-Западная Азия (Ближний Восток), Южная Азия, Юго-Восточная Азия, Центральная и Восточная Азия, Африка, Австралия и Океания. Следующей единицей туристского районирования является страна. Рассмотрение каждой страны в отдельности абсолютно необходимо, так как рассматривается вопрос международного туризма, т. е. обмена туристами между отдельными странами. Кроме того, весь статистический учет в международном туризме проводится именно по странам. Следует отметить и то, что влияние туризма на экономику рассматривается также по странам. В силу этих факторов страна выступает как важнейшая таксономическая единица при районировании в международном туризме.

# Вопрос № 44

## Особенности и принципы районирования в международном туризме



- Довольно часто в развитых в туристском отношении и богатых рекреационными ресурсами странах выделяют туристские зоны. Данный термин используется для тех районов, где хорошо развит туризм, т.е. большая часть территории интенсивно посещается туристами.
- Широко распространенное понятие «туристский центр» включает в себя определенные географические пункты (города, курорты), которые не только популярны среди туристов, но и имеют развитую туристскую инфраструктуру.
- Необходимо отметить, что, оказывая большое влияние на уровень и структуру хозяйства как отдельных территорий, так и целых стран, а также на их ландшафт, быт населения, потребление и охрану рекреационных ресурсов и т.д., туризм серьезно влияет на облик этих территорий, нередко меняет их специализацию, изменяет их экономические связи, а значит, выступает в качестве важного районообразующего фактора. В настоящее время в мире существует множество районов в разных странах, чей облик изменился благодаря туризму, а также, где туризм стал ведущей или одной из ведущих отраслей экономики.

## Вопрос № 45

# Туристские районы: иерархия и типология. Районы узкой и широкой специализации.



- В настоящее время сложилась определенная иерархия туристских районов: туристско-рекреационная зона, туристский макрорайон, туристский мезорайон, туристский микрорайон, туристский объект.
- В современной географии развивается и концепция формирования туристско-рекреационных систем. Как отмечает Е. Ю. Колбовский собственно проектирование туристско-рекреационных систем в регионах базируется на выделении различных композиционных, функциональных и планировочных элементов. Среди таких элементов представляется целесообразным выделить композиционные типы:
- АРЕАЛЫ – регионы сосредоточения туристско-рекреационных и санаторно-курортных ресурсов.
- ЯДРА – функционально-экономические и градостроительные центры районов и зон.
- ОСИ – ландшафтно-маршрутные коридоры, связывающие между собой ареалы и ядра в единый территориальный каркас.
- ЛОКУСЫ – точечные элементы функционально-планировочной структуры, связанные с отдельными памятниками, турбазами, домами отдыха, поселениями.



## Вопрос № 45

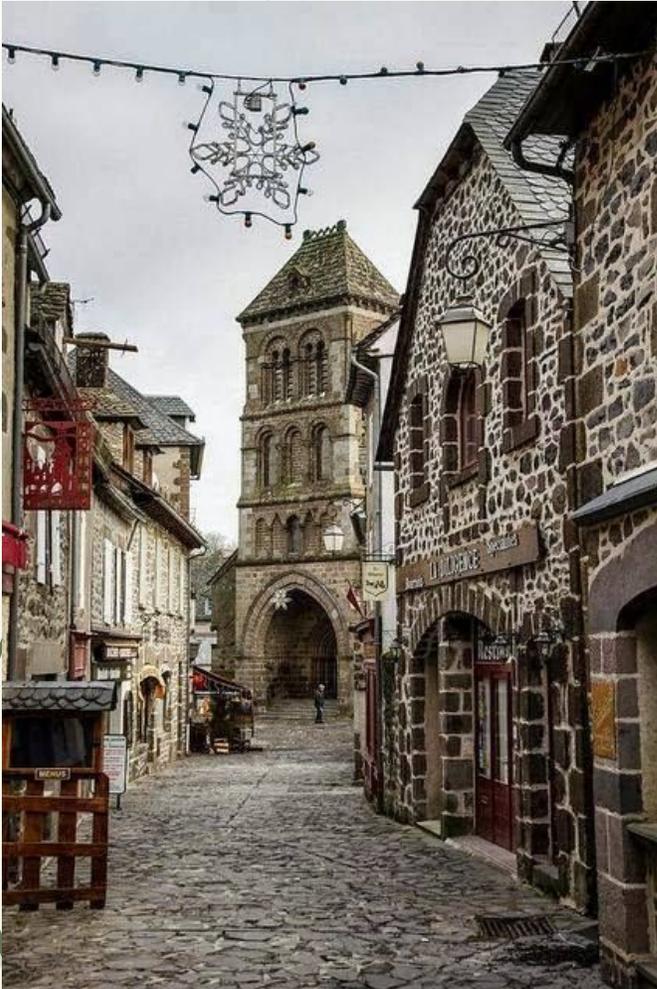
# Туристские районы: иерархия и типология. Районы узкой и широкой специализации.



- В разных районах земного шара, в разных странах формируются потенциально-туристические районы с разной степенью attractiveness. При этом attractiveness может быть обусловлена разными факторами: природными, культурно-историческими, социально-экономическими, этно-конфессиональными. Чаще всего attractiveness обуславливается всем комплексом факторов, и в этом случае такие комплексно-аттрактивные районы особенно привлекательны для туристов и туристического бизнеса.
- Туристский район – это территория, обладающая определенными признаками attractiveness и обеспеченная туристской инфраструктурой и системой организации туризма.
- Туристские районы отличаются следующими основными признаками:
  - Время возникновения, исторические особенности формирования.
  - Природные, историко-культурные, социально-экономические и населенческие предпосылки формирования.
  - Уровень развития туристской инфраструктуры.
  - Туристская специализация.
- На основании этих признаков и может быть построена классификация туристских районов. Она может быть очень детальной, но общая схема представляется достаточно экономной.

## Вопрос № 45

# Туристские районы: иерархия и типология. Районы узкой и широкой специализации.



□ По времени возникновения туристские районы могут быть классифицированы следующим образом:

1. Районы давнего туристского освоения (до XIX в.),
2. Районы нового туристского освоения (XIX – начало XX вв.),
3. Районы новейшего туристского освоения (вторая половина XX в.),
4. Районы туристского освоения последних лет.

□ По предпосылкам формирования (видам аттрактивности) могут быть выявлены следующие типы районов:

1. Природно-аттрактивные,
2. Этнографически-аттрактивные,
3. Историко-культурно-аттрактивные,
4. Экономически-аттрактивные,
5. Комплексно-аттрактивные.

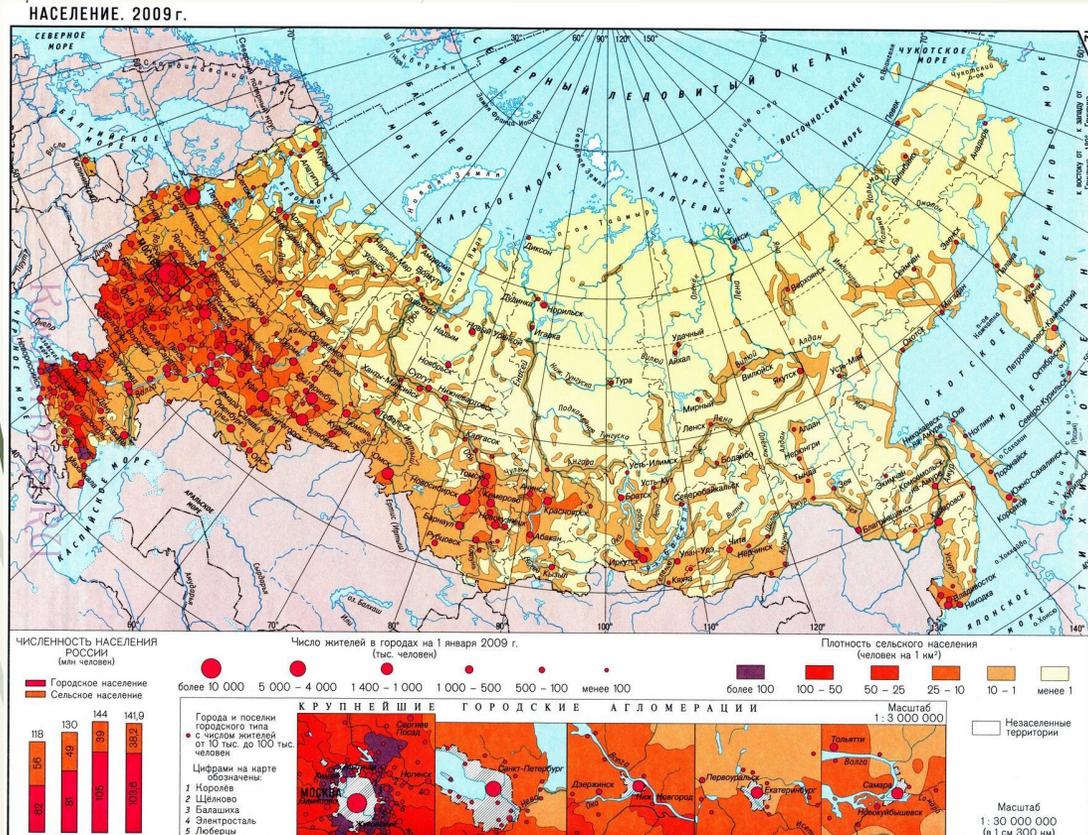
□ Среди природно-аттрактивных районов особо должны быть выделены природно-оздоровительные (курортные, лечебные).

□ По уровню развития туристской инфраструктуры могут быть отмечены районы с:

А. Высокоразвитой инфраструктурой, Б. Среднеразвитой инфраструктурой, В. Низкоразвитой инфраструктурой.

# Вопрос №46

## Туристские центры: понятие, типология и методика оценивания.



- Типология туристских центров, с одной стороны, отражает большое разнообразие рекреационной деятельности туристов, за которой, в свою очередь, стоят разнообразные потребности людей. С другой стороны, она связана с наличием культурного и природного наследия, рекреационных ресурсов в том или ином месте, без которых рекреационная деятельность не может быть реализована.
- Таким образом, и типология туристских центров соотносит объективную и субъективную стороны туризма, т. е. наличие рекреационных ресурсов и рекреационную мотивацию населения. Этот диалектический феномен позволил И.В. Зорину выделить три группы факторов формирования туристских центров: генерирующие (связанные с потребностью), реализующие (связанные с ресурсами) и локализирующие (связанные с информированностью населения).

# Вопрос №46

## Туристские центры: понятие, типология и методика оценивания.



- Как показывает практика, именно локализирующие информационные факторы в последние десятилетия оказывают максимальное воздействие на формирование географии туристских центров. Иначе чем объяснить столь быструю динамику развития мирового туризма, возникновение новых мировых туристских центров на периферии туристского пространства (Юго-Восточная Азия, Мексика, Океания, Турция и т. п.). Поэтому информационно-локализирующий аспект выбран как ведущий при характеристике и оценке туристских центров Российской Федерации.
- В зарубежной и отечественной градостроительной литературе понятие «туристский центр» обычно связывают с системой расселения (городами, поселками либо специальными поселениями – центрами обслуживания туристов). Более целесообразно связывать данное понятие с любой географической местностью, представляющей известный интерес для путешествующих людей. Туристскими центрами могут быть: город, поселок, сельский населенный пункт, специальный центр обслуживания туристов, река, озеро, море (океан), горный массив, уникальные и типичные ландшафты, национальные парки, заповедники, заказники и т. д. Следовательно, туристскими центрами выступают как объекты, так и ландшафты разных уровней, что вызывает необходимость разработки соответствующей таксономии.

# Вопрос № 47

## Международный туризм: глобальное социально-экономическое явление современности.

- Туризм является фундаментальной основой экономики многих развитых и развивающихся стран мира. Основу современного туристского рынка как в качественном, так и в количественном отношении составляют оплачиваемые отпуска работников. В последнее время в туризме возрастает роль деловых поездок, а также путешествий лиц пенсионного возраста. Размер и степень влияния международного туризма в мире можно оценить по следующим показателям. В 1950 г. число международных туристов в мире было всего 25 млн человек, в 2000 г. количество международных прибытий составило 698 млн чел., а поступления от международного туризма достигли 478 млрд долл., при этом около 60% путешествующих - люди, проводящие свой отпуск.
- По данным ВТО, вклад туризма в мировую экономику (валовое производство услуг) оценивается в 3,5 трлн долл. (данные 1993 г.), что эквивалентно 10,9% мирового валового внутреннего продукта. Индустрия путешествий и туризма обеспечивает значительное количество рабочих мест в большинстве стран мира. Это означает непосредственную занятость примерно для 130 млн человек (или одного из 15 человек, занятых в мировом производстве)<sup>1</sup>. Путешествия и туризм обеспечивают свыше 11% международных инвестиций и приносят в казну государств в виде налоговых поступлений 302 млрд долл.
- Существует прямая связь между тенденциями в развитии индустрии туризма и общими экономическими, техническими и социальными достижениями.
- Растущий уровень жизни в развитых индустриальных странах мира ведет к росту продолжительности отпусков работников и достаточно высокому уровню пенсионного обеспечения, что также оказывает значительное влияние на развитие туризма.



# Вопрос № 47

## Международный туризм: глобальное социально-экономическое явление современности.

- Спрос на путешествия и туризм определяется одновременно и рыночными механизмами (спросом на туристские, экскурсионные и другие услуги, предложением этих услуг и их распределением), и экзогенными переменными, т.е. факторами, не связанными непосредственно с туризмом и путешествиями, но оказывающими существенное влияние на степень и форму спроса на туристскую деятельность. Экзогенные факторы включают демографические и социальные изменения, экономические и правовые достижения, развитие торговли, транспортной инфраструктуры, информационных технологий и повышение безопасности путешествий.
- К демографическим и социальным изменениям относятся: старение населения, более ранний выход на пенсию с достаточным пенсионным обеспечением, возрастающее число одиноких взрослых, увеличение числа работающих женщин, семей с двумя работающими членами семьи, тенденция к более поздним бракам, рост числа бездетных семей, увеличивающийся срок оплачиваемого отпуска, лучшее понимание возможностей путешествия и забота об окружающей среде. Таким образом, изменения, происходящие в демографической структуре и социальных моделях общества, приводят к тому, что все большее количество людей в мире имеют время, желание и финансовые возможности для путешествий.



# Вопрос № 47

## Международный туризм: глобальное социально-экономическое явление современности.

- Измерением уровня жизни и дифференциации доходов населения занимаются многие международные организации, в том числе и Совет организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР). В 1980 г. ОЭСР утвердил список социальных индикаторов, в число которых входит и такой индикатор, как «время и отдых», а его показателями являются величина свободного времени и его использование. В качестве критерия рациональности структуры расходов семей используется закон, открытый немецким статистиком Э. Энгелем, согласно которому с ростом доходов семьи снижается доля затрат на питание, а доля расходов на удовлетворение культурных и иных нематериальных нужд (к числу которых можно отнести и использование свободного времени) существенно увеличивается.
- В практике туристской деятельности различают страны-поставщики туристов (направляющие страны) и страны, как правило, принимающие туристов. К первым могут быть отнесены: США, Германия, Англия, Бельгия, Дания и др. Ко вторым - Франция, США, Испания, Италия и др. Статистика ВТО показывает, что за последнее время международные путешествия и доходы от них выросли во всех регионах мира



# Вопрос №48

## Условия развития и проблемы сезонности в международном туризме.

- Всеобщей тенденцией и одновременно серьезной проблемой в международном туризме является сезонность, характеризующаяся резкими увеличениями туристских потоков летом и спадами в зимние и особенно в осенне-весенние месяцы. На сезонность в международном туризме оказывают влияние факторы как климатического, так и социального плана.
- Климатические факторы, прежде всего, вызваны тем, что в большинстве районов земного шара погодные условия, благоприятные для туризма и отдыха, по месяцам неодинаковы, поэтому люди стремятся получить отпуска в наиболее комфортное по погоде время года.
- Определенную роль в сезонности туризма играет и то, что многие мелкие и средние промышленные предприятия и учреждения на протяжении длительного времени выработали определенный режим работы, который предусматривает уход в отпуск большинства рабочих и служащих в летний период.



# Вопрос №48

## Условия развития и проблемы сезонности в международном туризме.

- ❑ «Сезоном» для того или иного туристского района принято считать период года, когда ежемесячное количество прибывающих туристов превышает их среднемесячное число за год. При наиболее высоком в году заезде пользуются термином «горячий сезон»; период почти полного отсутствия туристов, что для многих районов объясняется исключительно неблагоприятными погодными условиями, принято называть «мертвым сезоном».
- ❑ Уровень сезонности не во всех странах мира одинаков. Как правило, в странах, где годовые колебания температур и других элементов климата невелики, сезонность туризма проявляется меньше. Так круглогодичный туристский сезон имеют Египет, Тунис, Марокко, ОАЭ, Израиль и т.д. Разница прибытий по месяцам в эти страны невелика, однако лето является основным сезоном, что можно объяснить преобладанием летних отпусков у посетителей из Европы.
- ❑ Сезонность порождает серьезные проблемы в обслуживании туристов. В «горячий» сезон могут возникнуть трудности с транспортом, размещением, организацией питания, экскурсий для многочисленных туристов.
- ❑ К негативным последствиям сезонности можно отнести и тот факт, что в течение большей части года основная масса мест в гостиницах на курортах Европы практически остается невостребованной.
- ❑ Для привлечения туристов вне сезона или для развития еще одного сезона - зимнего туристские фирмы вынуждены проводить гибкую ценовую политику, снижать цены на размещение и транспортные услуги, большие средства вкладывать в рекламу зимних путешествий.
- ❑ Расширению туристского сезона способствует и активизация делового туризма, выражающаяся в проведении международных выставок, конференций, симпозиумов и т.д. Как правило, все эти мероприятия проводятся зимой, весной или осенью.





**Благодарю за внимание!**

