**1.ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОСТРАНСТВЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА**

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

**1.1. Генерирующие и лимитирующие факторы**

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

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

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

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

Генерирующими или лимитирующими факторами могут служить:

1. Рекреационно-географическое положение страны и стран-дестинаций.
2. Политика государственных органов по развитию туризма. Основными задачами государства в сфере туризма являются создание благоприятных условий для туризма, строительство новых объектов туристской инфраструктуры и техническое совершенствование материальной базы на основе внедрения достижений научно-технического прогресса, инновационных технологий развития регионального туризма, формирование привлекательного образа страны. Особенно важны финансово-экономические меры государства по поддержанию и развитию туристской инфраструктуры. В то же время отрицательно влияют на развитие туристского региона кризисы, политическая и финансовая нестабильность, безработица, рост цен и сокращение объемов потребления, ужесточение туристских формальностей.
3. Безопасность путешествий (природные катаклизмы, угроза терроризма, наличие или отсутствие преступности и эпидемий вирусных заболеваний).
4. Рост общественного богатства и доходов населения, сокращение рабочего времени и общий рост общественного богатства и материального благосостояния граждан ведут к увеличению количества туристских поездок, поскольку туризм относится к потребностям высокого уровня, которые возникают, когда базовые потребности человека уже удовлетворены.
5. Урбанизация. Большие стрессовые нагрузки современного общества обусловливает необходимость в отдыхе, рекреации, восстановительной активности, в том числе с помощью туризма. Поэтому городское население активнее путешествует, чем сельское. Чем больше город, тем большее количество жителей предпочитают путешествия.
6. Наличие богатого культурного и/или природного наследия притягивает туристов.
7. Инфраструктурное развитие определяет либо положительную динамику отрасли туризма, либо ограничивают ее. Особенно важны интеграционный характер транспортных сетей, пропускная способность аэропортов и автодорог.
8. Информационные технологии, используемые в индустрии гостеприимства, особенно наличие систем онлайнового бронирования мест в режиме реального времени.
9. Уровень гостиничного и ресторанного сервиса, развитость предприятий досуга, розничной торговли, общественного питания, рекреационной сферы предназначенной для повышения уровня комфортности путешествия и его безопасности.
10. Использование человеческих ресурсов. Уровень работы персонала туристских и гостиничных предприятий, его профессионально-квалификационная подготовка, организация труда.
11. Качество, характер и совершенство туристского продукта, услуг и цен. Соотношение между уровнем цен на турпродукты и спросом на них. Создание условий, при которых на рынке действует ограниченное число больших транснациональных операторов и значительное количество малых предприятий.
12. Роль средств массовой информации в продвижении, рекламе и реализации турпродуктов.

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

**1.2. Статические и динамические факторы**

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

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

К динамическим факторам относятся:

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

**1.3. Природные факторы**

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

Природные факторы имеют пространственную дифференциацию, как в пределах территории России, так и в других регионах мира. Их сочетание определяет степень благоприятности для развития туристско-рекреационной деятельности. Основные природные факторы, влияющие на развитие рекреации и туризма представлены на рис. 1.3.1.

**Рис. 1.3.1.** Основные природные факторы, влияющие на развитие рекреации и туризма.

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

Природные факторы обладают также статическими и динамическими свойствами, что влияет на выбор места расположения туристско-рекреационных объектов, на формирование потоков туристов в зависимости от сезона, на степень риска и обеспечение безопасности туристов. На эффективность использования природных факторов особое влияние оказывает рекреационно-географическое положение мест туризма и рекреации по отношению к горам, лесам, водным объектам; характер береговой линии; положение страны по отношению к основным поставщикам туристов; нахождение региона на важных транзитных путях и т.д. Популярностью пользуются районы со сложным и, как правило, живописным рельефом. Горы располагают большим запасом рекреационных ресурсов благодаря чистоте горного воздуха, повышенному уровню ультрафиолетового излучения, возможности организации горнолыжных и альпинистских центров и т.д. В последние десятилетия возрос интерес туристов к экзотическим уголкам земного шара. Люди все более стремятся к разнообразию и новым нестандартным путешествиям в места с уникальной природой. [Романов, Саакянц, 2002; Косолапов, 2011].

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

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

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

Основными характеристиками климата по их воздействию на организм человека является солнечная радиация, характеризуемая ее световым и ультрофеолетовым режимом (таблицы 1.3.1,1.3.2).

*Таблица 1.3.1*

**Медико-климатическая характеристика светового режима**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Параметр** | **Режим воздействия** | | |
|  | ***раздражающий* (1 балл)** | ***тренирующий* (2 балла)** | ***щадящий*** (3 **балла)** |
| Число часов солнечного сияния за год | Менее 1700 | 17002000; более 2500 | 20002500 |
| Число часов солнечного сияния за июль | Менее 280 | 280300;  более 340 | 300340 |
| Число дней без солнца за год | Более 140 | 100140;  менее 60 | 60100 |
| Число дней без солнца за июль | Более 3 | 23; | 12 |
| Число дней без солнца за январь | Более 25 | 2025;  менее 10 | 1020 |

*Источник: Кусков А.С.* и др. 2010

*Таблица 1.3.2*

**Медико-климатическая характеристика ультрафиолетового режима**

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

*Источник: Кусков А.С*. и др. 2010

.

Важнейшими метеорогическими характеристиками по воздействию на организм человека являются температура, влажность воздуха, атмосферное давление, направление и скорость ветра, осадки. Эти элементы имеют свои количественные единицы измерения. Температура воздуха характеризует термический режим территории и используется в туристско-рекреационных целей, для выделения продолжительности различных периодов: безморозного; благоприятного для летней рекреации; благоприятного для купального периода и др. (таблица 1.3.3).

*Таблица 1.3.3*

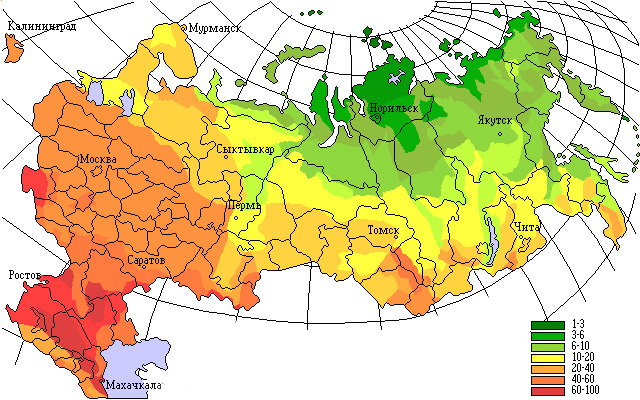
**Медико-климатическая характеристика термического режима**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Параметр** | **Режим воздействия** | | |
|  | ***раздражающий*** | ***тренирующий*** | ***щадящий*** |
| Продолжительность безморозного периода (в днях) | Менее 90 | 90180;  Более 240 | 180240 |
| Продолжительность зимнего периода (в днях) | Менее 60 | 90120;  Более 150 | 120150 |
| Продолжительность периода с дискомфортом переохлаждения (в днях) | Более 20 | 1020 | Менее 10 |
| Продолжительность летнего периода (в днях) | Менее 60 | 6090 | Более 90 |
| Продолжительность периода с дискомфортом перегревом (в днях) | Более 20 | 1520 | Менее 15 |
| Обеспеченность теплом: повторяемость (%) комфортных условий за летний период (ЭЭТ = 17—22°) | Менее 11;  Более 30 | 1120 | 2130 |
| Продолжительность купального сезона (в днях) | Менее 60 | 6090 | Более 90 |

*Источник: Кусков А.С.* и др. 2010

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

Большая часть территории России располагается выше 60о с.ш., являющейся северной границы умеренного пояса. Более 60% ее площади занято вечной мерзлотой, а 10% страны — заболоченные местности. Географическое положение России определяет ее как северную страну, что, безусловно, отражается на развитии туризма и разнообразии его видов. На большей части территории России наблюдается длительная холодная зима, короткое лето с непродолжительным сроком купания в открытых водоемах. Наша страна расположена в трех климатических поясах: арктическом, субарктическом и умеренном, сформировавших четыре основных типа климатов: умеренно-континентальный, континентальный, резко-континентальный и муссонный. Это отражается на комфортности климатических условий туристско-рекреационной деятельности (рис. 1.3.2). Незначительная часть Черноморского побережья находится в пределах Краснодарского края в субтропическом климатическом поясе, который является наиболее привлекательным для массового оздоровительного туризма.



**Рис. 1.3.2.** Комфортность климатических условий России (в баллах)

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

К **водным объектам** относятся моря, реки, озера, прудыиимпринадлежит особая роль в организации туризма и отдыха населения. Наиболее массовыми видамиотдыха на берегах водоемов в летний период является купание, принятие солнечных и воздушных ванн, а на акваториях развит морской и речной круизный туризм, парусный и водномоторный отдых, сплав по рекам и др. Система водных объектов способствует превращению рек, озер и водохранилищ в туристско-рекреационный каркас, который определяет местоположения многочисленных объектов туристско-рекреационной деятельности (курорты, дома отдыха, турбазы и др.). Для водных объектов характерно наличие живописных прибрежных ландшафтов, что оказывает эстетическое воздействие на отдыхающих. Этот факт является решающим при выборе мест кратковременного и пригородного отдыха непосредственно на берегах водотоков и водоемов.

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

Туристско-рекреационную деятельность в пределах береговой зоны и акватории разделяется на две группы: 1) виды отдыха с преимущественным использованием территории береговой зоны (стационарный организованный отдых, неорганизованный отдых — пеший и с использованием мото и авто транспорта и т.п.); 2) виды отдыха с преимущественным использованием акватории (купание, катание на маломерных судах, яхтах, байдарках, виндсерфинг, подводное плавание, рыболовство и т.п.). Наиболее массовым является пляжно-купальный отдых, который организуется практически на всех водных объектах (таблица 1.3.4).

*Таблица 1.3.4*

**Характеристика водных объектов для пляжно-купального отдыха**

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

*Источник:* Колотова Е. В. 1998.

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

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

**Растительность и ландшафты.** Значение этих природных факторов на развитие туризма и рекреации очень велико, так как с ними связано оздоровительное влияние ландшафта благодаря ионизационным и фитонцидным свойствам растений. Главную роль играют лесные массивы, способствующие повышению содержанию кислорода в воздухе. Установлено, что оптимальной ионизацией обладают смешанные леса и сосновые боры. Леса, выполняя рекреационную функцию, определяют санитарно-гигиеническую обстановку местности. Они поглощают углекислый газ, очищают воздух от различных видов загрязнения, например шумового, влияют на радиационный и термические режимы. Общая рекреационная характеристика растительного покрова представлена в таблице 1.3.5.

*Таблица 1.3.5*

**Рекреационная оценка растительного покрова**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Параметр** | **Степень благоприятности** | | |
|  | ***благоприятные*** | ***относительно благоприятные*** | ***неблагоприятные*** |
| *Тип угодий* | Смешанные светлохвойные и широколиственные леса | Темнохвойные леса в сочетании слиственными | Темнохвойные березово-осиновые сырые леса |
| *Бонитет* | I, II класс | **III, IV класс** | V класс |
| *Залуженностъ* | 1525% | **1015%;**  **>25%** | <10% |
| *Заболоченность* | 13% | **35%** | >5% |
| *Распаханность* | <20% | **2030%** | >30% |

*Источник:* Кусков А.С. и др. 2010.

Рекреационная ценность лесов характеризуется следующими основными факторами:

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

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

Для оценки эстетических свойств ландшафта широкое использование получил метод бальной оценки, который анализирует все компоненты ландшафта (рельеф, растительность, водные объекты, климат). Интегральная оценка ценности изучаемого ландшафта, позволяет определить рекреационный потенциал территории и его пространственную дифференциацию. Результатом ландшафтно-рекреационного зонирования является установление границ благоприятных рекреационных территорий, относительно благоприятных и неблагоприятных.

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

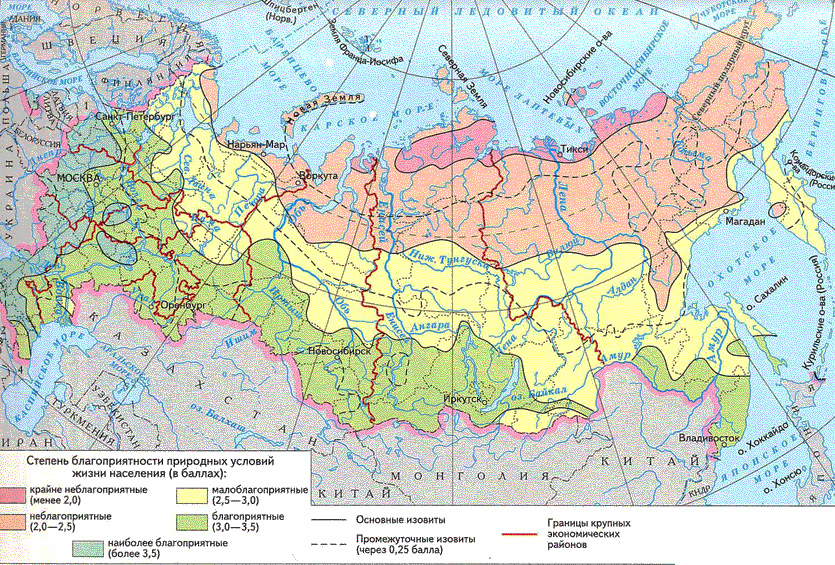
Лечебные грязи представляют собой осадки различных водоемов, торфяные отложения болот, извержение грязевых вулканов и других, состоящих их воды, минеральных и органических веществ природных образований. Как правило, лечебные грязи представляют собой однородную, пластичную тонкодисперсную массу, применяемую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

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

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

Комплексный анализ природных факторов позволил создать карту оценки их влияния на степень благоприятности для проживания человека и его рекреационной деятельности и выделить пять ареалов (рис. 1.3.3):

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



**Рис. 1.3.3**. Оценка природных условий России по степени благоприятности проживания человека

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

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

**1.4. Культурно-исторические факторы**

Культурно-исторические факторы — это разнообразные исторические и архитектурные памятники, высокий уровень духовной и материальной культуры, мозаичность национального и конфессионального состава населения, высокий уровень образования, давние традиции культурных и иных связей, как в пределах региона, так и с другими крупными регионами мира [Дурович, Кабушкин, Сергеева, 2005].

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**1.5. Социально-экономические факторы**

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

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

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

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

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

Все больший интерес к путешествиям проявляют слои населения со средним достатком: служащие, молодежь, интеллигенция, представители мелкого и среднего бизнеса. Международные туристские связи стали важной составной частью мирового процесса интернационализации социально-экономических отношений. Во многих странах сложилась и стабильно развивается индустрия туризма, располагающая солидной материальной базой, предоставляющая рабочие места миллионам людей и взаимодействующая практически со всеми отраслями хозяйства.

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

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

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

1. по доставке туристов в страну и по перемещению туристов по стране посещения (транспорт). Особенно важно обеспечение связей между местными и международными средствами передвижениями, чтобы туристское передвижение не имело разрывов транспортных сообщений;
2. по размещению туристов (гостиницы, мотели, кемпинги и т.д.);
3. по обеспечению туристов питанием (рестораны, кафе, бары и т.д.);
4. по рекламе туристского продукта;
5. по сбыту туристского продукта, это услуги туристских агентств (разработка маршрутов путешествия, бронирование мест на транспорте и в гостиницах);
6. по удовлетворению культурных потребностей туристов (посещение достопримечательностей, музеев, выставок и т.д.);
7. по удовлетворению деловых и научных интересов туристов (участие в научных конференциях, различных совещаниях);
8. торговых предприятий, как общего, так и специального назначения (продажа сувениров, буклетов, открыток, путеводителей, предметов туристского снаряжения);
9. контрольно-административных органов (оформление документов, пограничный, таможенный контроль);
10. служб охраны природы, памятников, музеев;
11. информационных служб для туристов;
12. по обеспечению туристов средствами связи (почта, телеграф, телефон, факс);
13. средств информации (телевидение, газеты, журналы);
14. государственных туристских органов;
15. иностранных юридических лиц и общественных туристских организаций;
16. страховых компаний;
17. по удовлетворению потребностей в развлечениях (казино, аттракционы, ночные клубы и т.д.).

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

**2.1.Характеристика туристских макрорегионов мира**

В настоящее время мировая индустрия туризма является одной из наиболее динамично развивающихся и наиболее широко распространенных отраслей экономической деятельности. Если в начале периода массового развития туризма, в 1950 г. число туристов во всем мире составляло 25 млн, а оборот туристской индустрии — 2,1 млрд долл. США, то, согласно данным UNWTO в 2016 г. число международных туристских прибытий в мире достигло уже 1235 млн чел., а годовой оборот в сфере туризма превысил 1,2 трлн долл (в сопоставимых ценах). Стоит также отметить, что от 5 до 6 млрд чел. участвуют в туристских поездках внутри своих стран.

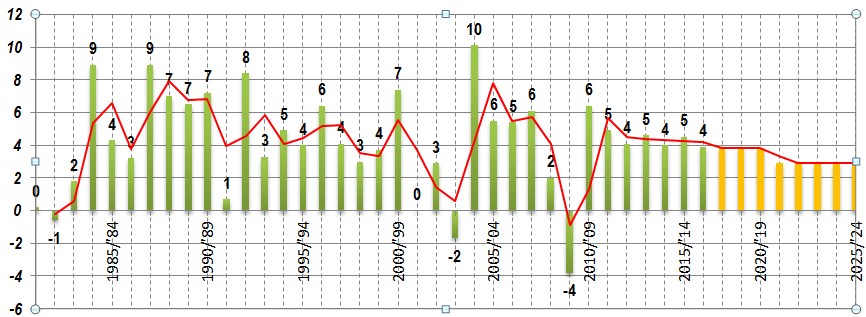
На туризм приходится около 10% мирового ВВП (свыше 7,6 трлн долл.), 7% мирового экспорта, в том числе до 30% мирового экспорта услуг. Более 290 млн рабочих мест связано с туризмом и путешествиями (причем более 108 млн чел. непосредственно работают в отрасли). Это значит, что каждый десятый в мире занят в индустрии путешествий. В мире имеется более 12,7 млн номеров в отелях (в том числе в США — 4,9 млн, в Европе — 3,9 млн). Свыше 760 млрд долл. инвестиций (около 5% мирового объема инвестиций) направлено в развитие туризма [WTTC, 2017].

В современных условиях роль индустрии туризма велика не только в экономиках развитых, но и развивающихся стран. Туризм играет важную роль в устойчивом развитии экономики, борьбе с бедностью, а также способствует развитию более тесных контактов между представителями разных стран и регионов мира. В небольших островных государствах, например, Карибского бассейна, туризм играет жизненно важную роль, обеспечивая работой большую часть населения и принося до ¾ ВВП страны. В развитых странах Европы туризм обеспечивает до 1015 % ВВП этих стран. В Африке значение туризма велико пока только в ЮАР и некоторых странах Северной Африки, но многие страны заинтересованы в его ускоренном развитии. Несмотря на имеющиеся проблемы, туризм играет все большую роль в экономике стран Ближнего Востока (особенно в ОАЭ). Быстрыми темпами растет вклад туризма в экономику стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Согласно предварительным оценкам UNWTO, к 2020 г. число международных туристских прибытий составит 1,4 млрд, а к 2030 г. — 1,8 млрд, то есть путешествовать будет уже каждый пятый житель Земли. Суммарный вклад туризма и путешествий в мировой ВВП к 2020 г. сохранится на уровне 10% (9,2 трлн долл.); будет создано более 21 млн рабочих мест непосредственно в отрасли, и доля туризма в занятости населения также приблизится к 10% (325 млн занятых). Хотя, безусловно, существуют огромные региональные различия в этих показателях, масштабы и темпы развития мирового туризма впечатляют [Статистические материалы UNWTO].

Туризм развивается очень быстро, но неравномерно. На темпы развития международного туризма оказывают воздействие разные группы факторов (рис. 7.1.1):

* экономические (например, мировой экономический кризис 198082 гг., азиатский финансовый кризис 1998 г., кризис 2008—2009 гг. и т.п.);
* политические (война в Персидском заливе 19901991 гг., теракт в Луксоре в ноябре 1997 г., теракт 11 сентября 2001 г., события «арабской весны» 20112012 гг. в странах Ближнего Востока и Северной Африки и т.п.);
* природные (стихийные бедствия, как, например, землетрясение и цунами 26 декабря 2004 г. в Юго-Восточной Азии, эпидемии атипичной пневмонии 20022003 гг., коровьего бешенства в Великобритании в 2001 г., свиного гриппа в 2009 г. и т.п.) и прочие.



**Рис. 2.1.1.** Ежегодные темпы роста числа туристских прибытий в мире

(изменения по сравнению с предыдущим годом), 1980-2025 гг. (прогноз) (%)

*Источник:* статистические материалы UNWTO

Однако, несмотря на экономическую и политическую нестабильность в мире, туризм демонстрирует необычайную устойчивость к лимитирующим его развитие факторам и продолжает сохранять общую тенденцию к росту. В сферу туристской деятельности все активнее вовлекаются новые страны и регионы, развивающиеся опережающими темпами. Отмечается появление новых туристских центров и стран, вполне конкурентоспособных традиционным туристским лидерам мира. Вместе с тем динамика международных и региональных туристских потоков крайне неравномерна, что объясняется в первую очередь разными уровнями социально-экономического развития стран и регионов мира.

Для более подробной характеристики пространственной структуры международного туризма UNWTO выделяет 5 регионов и 17 субрегионов (таблица 2.1.1).

*Таблица 2.1.1*

**Туристские регионы и субрегионы UNWTO**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Регионы** | **Субрегионы** | **Страны** |
| Европейский | Северная Европа | Дания, Финляндия, Исландия, Ирландия, Норвегия, Швеция, Великобритания |
| Западная Европа | Австрия, Бельгия, Франция, Германия, Лихтенштейн, Люксембург, Монако, Нидерланды, Швейцария |
| Центральная и Восточная Европа | Армения, Азербайджан, Беларусь, Болгария, Чехия, Эстония, Грузия, Венгрия, Казахстан, Кыргызстан, Латвия, Литва, Польша, Молдова, Румыния, Российская Федерация, Словакия, Украина, Узбекистан, Таджикистан, Туркменистан |
| Южная Европа и Средиземноморье | Албания, Андорра, Босния и Герцеговина, Хорватия, Кипр, Македония, Греция, Израиль, Италия, Мальта, Черногория, Португалия, Сан-Марино, Сербия, Словения, Испания, Турция |
| Азия и Тихоокеанский регион | Северо-Восточная Азия | Китай, КНДР, Гонконг (Китай), Япония, Республика Корея, Макао, Монголия, Тайвань (пров. Китая) |
| Юго-Восточная Азия | Бруней, Камбоджа, Индонезия, Лаос, Малайзия, Мьянма, Филиппины, Сингапур, Таиланд, Восточный Тимор, Вьетнам |
| Океания | Американское Самоа, Австралия, о-ва Кука, Французская Полинезия, Фиджи, Гуам, Кирибати, Маршалловы о-ва, Сев. Марианские о-ва, Микронезия, Новая Каледония, Новая Зеландия, Ниуэ, Палау, Папуа-Новая Гвинея, Самоа, Соломоновы о-ва, Тонга, Тувалу, Вануату |
| Южная Азия | Афганистан, Бангладеш, Бутан, Индия, Иран, Мальдивы, Непал, Пакистан, Шри-Ланка |
| Американский регион | Северная Америка | Канада, США, Мексика |
| Карибы | Ангилья, Антигуа и Барбуда, Аруба, Багамские о-ва, Барбадос, Бермудские о-ва, Британские Виргинские о-ва, Каймановы о-ва, Куба, Доминика, Доминиканская республика, Гренада, Гваделупа, Гаити, Ямайка, Мартиника, Монтсеррат, Пуэрто-Рико, Сент-Люсия, Сент-Китс и Невис, Сент-Мартен, Сент-Винсент и Гренади, Тринидад и Тобаго, о-ва Теркс и Кайкос, Виргинские о-ва (США), Нидерландские Антильские о-ва |
| Центральная Америка | Белиз, Коста-Рика, Сальвадор, Гватемала, Гондурас, Никарагуа, Панама |
| Южная Америка | Аргентина, Боливия, Бразилия, Чили, Колумбия, Эквадор, Французская Гвиана, Гайана, Парагвай, Перу, Суринам, Уругвай, Венесуэла |
| Африканский регион[[1]](#footnote-1) | Северная Африка | Алжир, Марокко, Судан, Тунис |
| Западная Африка | Бенин, Буркина-Фасо, Кабо-Верде, Кот-д’Ивуар, Гамбия, Гана, Гвинея, Гвинея-Биссау, Либерия, Мали, Мавритания, Нигер, Нигерия, Сенегал, Сьерра-Леоне, Того |
| Центральная Африка | Ангола, Камерун, ЦАР, Чад, Конго, ДР Конго, Экваториальная Гвинея, Габон, Сан-Томе и Принсипи |
| Восточная Африка | Бурунди, Коморские о-ва, Джибути, Эритрея, Эфиопия, Кения, Мадагаскар, Малави, Маврикий, Мозамбик, Реюньон, Руанда, Сейшельские о-ва, Сомали, Танзания, Уганда, Замбия, Зимбабве |
| Южная Африка | Ботсвана, Лесото, Намибия, ЮАР, Свазиленд |
| Ближний Восток | | Бахрейн, Египет, Ирак, Иордания, Кувейт, Ливан, Ливия, Оман, Палестина, Катар, Саудовская Аравия, Сирия, ОАЭ, Йемен |

Динамика и структура международных туристских прибытий по регионам мира представлены в таблице 2.1.2 и рис. 2.1.3:

*Таблица 2.1.2*

**Международные туристские прибытия по регионам**

**(1950-2010 гг. и прогноз до 2030 г.)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **1950** | **1970** | **1990** | **2000** | **2010** | **2020 (прогноз)** | **2030 (прогноз)** |
| Прибытия в целом по миру, млн прибытий,  *в том числе (в %):* | 25,3 | 165,8 | 439,5 | 687,0 | 940,0 | 1360 | 1809 |
| Европа | 66,4 | 68,2 | 60,4 | 57,1 | 50,5 | 45,6 | 41,1 |
| Америка | 29,6 | 25,5 | 21,1 | 18,6 | 16,0 | 14,6 | 13,7 |
| Азиатско-Тихоокеанский регион | 0,8 | 3,7 | 12,8 | 16,8 | 21,7 | 26,1 | 29,6 |
| Африка | 2,4 | 1,4 | 3,5 | 4,0 | 5,3 | 6,3 | 7,4 |
| Ближний Восток | 0,8 | 1,1 | 2,2 | 3,5 | 6,4 | 7,4 | 8,2 |

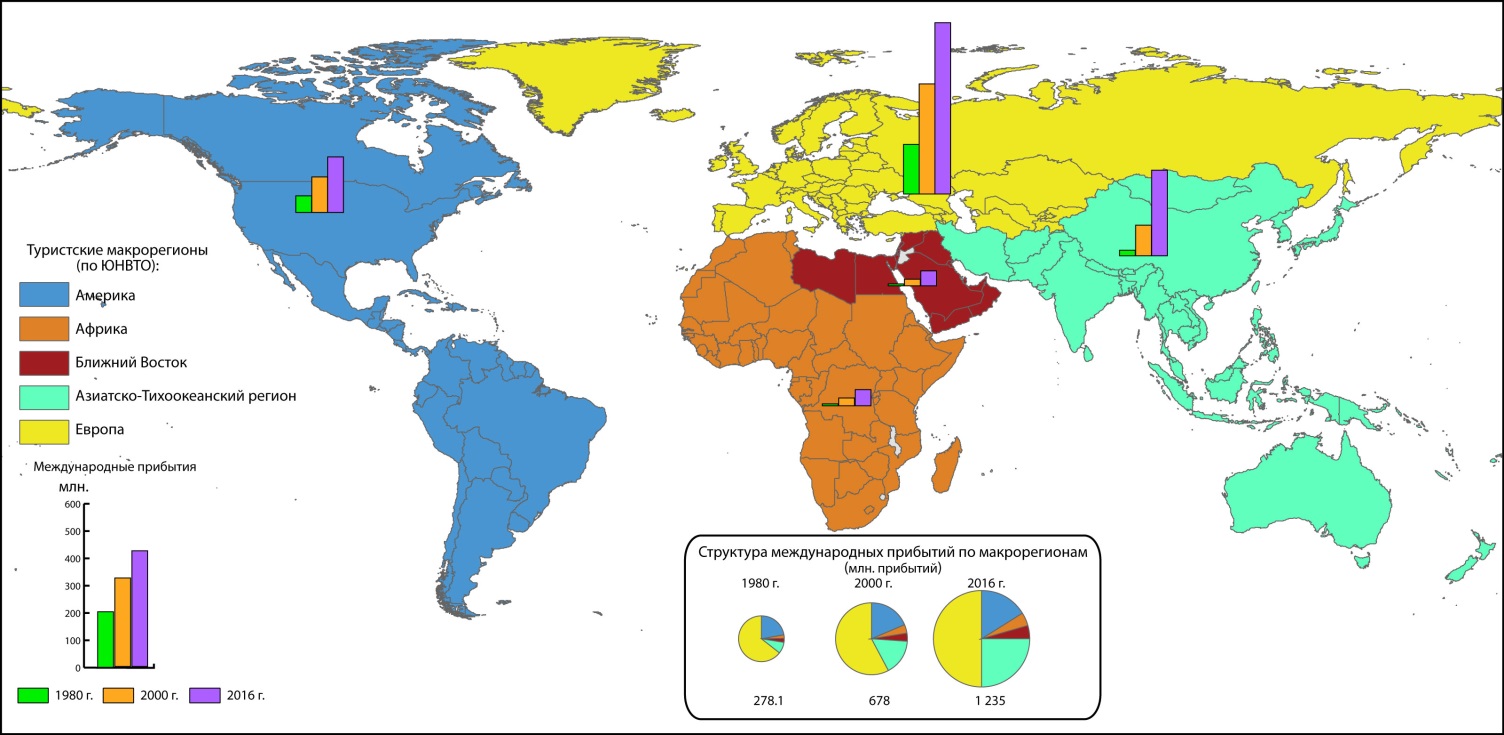
*Источник:* UNWTO

**Рис. 2.1.2.** Структура международных туристских прибытий по регионам (19502010 гг. и прогноз на 20202030 гг.)

*Источник:* статистические материалы UNWTO

Из приведенных данных видно, что *Европа, продолжающая оставаться крупнейшим регионом международного туризма в мире, постепенно сдает свои позиции абсолютного лидера.* *Отмечалось и существенное снижение доли Американского региона.* Во второй половине ХХ века Европа и Америка были ключевыми туристскими регионами, но их доля постепенно снижается, а темпы роста числа туристских прибытий по сравнению с другими регионами невысоки (но достаточно стабильны). В последние годы, однако, снижение доли Европейского и Американского регионов замедлилось, что связано с нестабильной ситуацией в других регионах. На долю Европейского региона приходится 50%, Американского – 16% туристских прибытий (данные 2016 г.).

Наиболее быстрыми темпами, хотя и не всегда стабильно, *растет число туристских прибытий в страны Азиатско-Тихоокеанского региона, который вышел на второе место в мире, начиная с 2002 г.* Сейчас на долю региона приходится 25% туристских прибытий в мире (данные 2016 г.).Эксперты говорят о наступлении «тихоокеанской эры» в развитии международного туризма. Следует, однако, помнить о том, что большинство туристских поездок продолжает осуществляться внутри региона АТР. Из-за многочисленных политических и экономических проблем *нестабильно число туристов, посещающих Африку и особенно Ближневосточный регион*. В ближайшем будущем стоит ожидать сохранения этих тенденций и существенного возрастания туристских потоков, в первую очередь, в азиатские страны. Уже сейчас темпы роста туристских потоков и поступлений от туризма в эти регионы часто выражаются двузначными цифрами в отличие от более скромных показателей традиционных туристских лидеров — стран Европы и США, однако они не так стабильны и более подвержены воздействию лимитирующих туристское развитие факторов (рис. 2.1.3, 2.1.4).



**Рис. 2.1.3.** Международные туристские прибытия по регионам, 19802016 гг. (млн прибытий)



**Рис. 2.1.4.** Поступления от международного туризма по регионам, 19802016 гг, млрд долл. США

Более подробный анализ региональных особенностей развития въездного туризма показывает, что **в Европейском регионе** (таблица 7.1.3, рис. 7.1.5) туристские потоки всегда были традиционно направлены, в первую очередь, в страны Южной Европы и Средиземноморья, славящиеся своим теплым климатом и богатым культурно-историческим наследием, а также в страны Западной Европы, характеризующиеся, помимо богатой культуры, высоким уровнем социально-экономического развития и политической устойчивостью. С начала 90-х гг. более высокими темпами идет развитие въездного туризма в регионе Центральной и Восточной Европы, постепенно интегрирующемся в мировое туристское пространство, однако это происходит пока не во всех странах региона в равной мере. Заметно некоторое повышение туристского интереса к странам Северной Европы как безопасным регионам с хорошо сохранившейся природной средой [Александрова, 2016]. В целом распределение туристских потоков внутри этого региона становится все более равномерным.

*Таблица 2.1.3*

**Туристские прибытия по субрегионам Европы, млн прибытий**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **1980** | **1990** | **2000** | **2016** |
| Прибытия в целом по Европе, млн прибытий,  *в том числе:* | 177,3 | 261,5 | 385,1 | 612,2 |
| Северная Европа | 20,4 | 28,6 | 43,7 | 80,2 |
| Западная Европа | 68,3 | 108,8 | 139,7 | 181,5 |
| Центральная и Восточная Европа | 26,6 | 33,9 | 69,3 | 126,0 |
| Южная Европа и Средиземноморье | 61,9 | 90,3 | 132,5 | 228,5 |

*Источник:* статистические материалы UNWTO

**Рис. 2.1.5.** Структура туристских прибытий по субрегионам Европы, 2016 г.

*Источник:* статистические материалы UNWTO

В Европейском регионе сосредоточено большинство стран-лидеров по развитию туризма в мире. Это Франция, Испания, Италия, Великобритания и Германия, которые продолжают аккумулировать значительные объемы туристских прибытий и поступлений, одновременно генерируя при этом и крупнейшие туристские потоки в регионе и в мире (таблица 2.1.4).

*Таблица 2.1.4*

**Крупнейшие туристские потоки в Европейском регионе, 2015 г.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Направление** | **Количество прибытий, млн** |
| 1. Великобритания — Испания | 15,614 |
| 1. Германия — Франция | 12,909 |
| 1. Великобритания/Ирландия — Франция | 12,792 |
| 1. Франция — Испания | 11,204 |
| 1. Бельгия/Люксембург Франция | 10,808 |
| 1. Германия — Испания | 10,795 |
| 1. Германия — Италия | 10,016 |
| 1. Германия Австрия | 8,304 |
| 1. Италия — Франция | 7,595 |
| 1. Франция-Италия | 6,483 |

*Источник:* статистические материалы UNWTO

Стоит отметить, что за последние 1015 лет размеры крупнейших туристских потоков в Европе стабилизировались, и произошла их некоторая диверсификация за счет России, Турции и других стран восточной части региона, все более активно вовлекаемых в туристскую деятельность.

Во всех странах Европейского региона преобладают внутрирегиональные туристские потоки - их доля остается постоянно на уровне 8788% от общего числа туристов, и по прогнозам UNWTO должна остаться такой же. Наиболее высокие показатели доли туристов из того же региона (свыше 95%) характерны для Беларуси, Болгарии, Кипра, Эстонии, Грузии, Латвии, Черногории, Румынии, Украины — в основном для стран Центральной и Восточной Европы, недавно вышедших на массовый туристский рынок. Наиболее низкие значения показателя доли туристов из того же региона (менее 70%) характерны для Армении, Исландии, Израиля и Турции, т.е. для стран, которых нельзя считать европейскими в полном смысле слова или для стран, имеющих широкие международные связи, таких как Швейцария [*Источник:* статистические материалы UNWTO] Интенсивному внутриевропейскому туристскому обмену способствует географическая близость государств, тесные многовековые экономические, культурные и политические связи между странами, богатые природные и культурно-исторические ресурсы, высокий уровень развития транспорта и туристской инфраструктуры, а также существенное расширение туристских обменов в результате развития европейской интеграции и подписания в 1985 г. Шенгенского соглашения, упростившего визовые и таможенные формальности в странах Евросоюза.

В подавляющем большинстве стран Европейского региона продолжают преобладать туристские потоки из соседних приграничных стран. Исключение в этом правиле составляют лишь Италия, Хорватия, Венгрия, Греция и Турция, где основные туристские потоки представлены туристами из Германии, а также Испания, где основным и одновременно крупнейшим в Европе является туристский поток из Великобритании. Такая ситуация подтверждает меридиональную направленность туристских потоков, в первую очередь, с целью летнего отдыха в странах Средиземноморья.

Выделяются также Кипр и Мальта, где свыше трети туристского потока составляют туристы из Великобритании, что напоминает о прошлых колониальных связях этих государств. Особая ситуация складывается в Израиле, где среди иностранных туристов преобладают туристы из США, России и Франции. Это объясняется тесными контактами диаспор и родственными связями жителей страны.

Самыми крупными неевропейскими рынками в странах Европы продолжают оставаться США (основные потоки американских туристов традиционно направлены в Великобританию, Ирландию, Германию, Нидерланды и Швейцарию) и Япония (хотя в последние годы интерес японских туристов к странам Европы снижается). Быстрыми темпами растет число туристов из стран Азии и Ближнего Востока. В первую очередь, это относится к туристам из Китая, которые становятся весьма заметным потоком в страны Европы и практически во всех странах входят в десятку основных стран-поставщиков туристов. Стоит отметить, что эта тенденция характерна для стран всех субрегионов Европы. Наибольший поток туристских прибытий из Китая отмечается во Франции (2,2 млн в 2015 г.).

В **Азиатско-Тихоокеанском регионе** (таблица 2.1.5, рис. 2.1.6) — сравнительно новом регионе массового развития туризма - основные туристские потоки направлены в регион Северо-Восточной Азии, причем темпы роста числа туристских прибытий здесь самые высокие. Однако реальную конкуренцию этому региону может составить регион Юго-Восточной Азии, если сумеет преодолеть свою политическую и экономическую нестабильность, а также обезопасить прибывающих сюда туристов от воздействия природных катаклизмов. Регион Океании, включающий Австралию, пока не принимает большого числа туристов из-за своей удаленности от стран, формирующих основные туристские потоки, а регион Южной Азии — из-за чрезвычайно сложной политической ситуации и экономической отсталости его стран. Хотя потенциально все части Азиатско-Тихоокеанского региона имеют очень большие туристские возможности.

*Таблица 2.1.5*

**Туристские прибытия по субрегионам АТР, млн прибытий**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **1980** | **1990** | **2000** | **2016** |
| Прибытия в целом по АТР, млн прибытий,  *в том числе:* | 22,8 | 55,8 | 110,1 | 308,4 |
| Северо-Восточная Азия | 10,1 | 26,4 | 58,3 | 154,3 |
| Юго-Восточная Азия | 8,2 | 21,2 | 36,1 | 113,2 |
| Океания | 2,3 | 5,2 | 9,6 | 15,6 |
| Южная Азия | 2,2 | 3,2 | 6,1 | 25,3 |

*Источник:* статистические материалы UNWTO

**Рис. 2.1.6.** Структура туристских прибытий по субрегионам Азиатско-Тихоокеанского региона, 2016 г.

*Источник:* статистические материалы UNWTO

Абсолютным лидером по развитию туризма, как въездного, так и выездного, в этом регионе с начала 2000-х гг. является Китай. Его лидерство поддерживают Малайзия, Таиланд, а также Гонконг и Макао (рассматриваемые в международной статистике отдельно), входящие в двадцатку лидеров по объемам туристских прибытий в мире. Влияние «китайского фактора» на развитие туризма в регионе АТР прослеживается очень сильно: основные потоки туристского обмена идут либо между Китаем и его частями с разным статусом (Гонконгом, Макао, Тайванем), либо со странами со значительным китайским населением (Сингапур, Малайзия), либо с пограничными Китаю странами (Япония, Корея, Вьетнам, Монголия и др.). Но если проанализировать статистику прибытий более подробно, можно увидеть, что туристы из Китая постепенно начинают осваивать и другие части региона (включая Австралию и Новую Зеландию) и представлены в той или иной мере практически во всех его странах. По количеству туристских прибытий туристы из Китая постепенно обгоняют японских туристов, долгое время составлявших основу внутрирегионального потока в АТР.

И в этом регионе находят свое подтверждение основные географические закономерности формирования туристских потоков. Доля внутрирегионального туристского потока составляет 77%. Наиболее высокие показатели доли туристов из того же региона характерны для Китая, Лаоса, Макао, Малайзии и небольших островных государств Тихого океана. В то же время есть страны, в которых преобладают туристы из других регионов мира — это Индия, Пакистан, Шри-Ланка, Бутан, Мальдивы, Французская Полинезия, привлекающие своей экзотикой, в первую очередь, туристов из развитых стран Европы и Америки. Кроме того, заметны и более тесные контакты между бывшими колониями и бывшими метрополиями. Так, в Индии, Пакистане, Австралии преобладают туристы из Великобритании, а представителей других стран Европы существенно меньше.

Во въездных потоках также значительно преобладают туристы из соседних стран, связанных тесными экономическими, политическими, культурными и религиозными связями. Например, свыше 1/3 туристов в Республике Корея составляют японцы, свыше 20% туристов в Камбодже составляют вьетнамцы, более половины туристов в Лаосе составляют жители Таиланда и т.п.

Что касается межрегиональных прибытий, то подавляющая часть их приходится на США и страны Западной Европы (Великобритания, Германия, Франция), интерес которых к азиатским дестинациям растет как с точки зрения туризма с целью отдыха и развлечений (использующего богатейшее природное и культурное наследие стран региона), так и с позиции делового и других видов туризма.

Среди стран **Американского региона** безусловно доминирует Северная Америка (США, Канада и Мексика), на долю которой приходится 2/3 туристского потока в регион (таблица 2.1.6, рис. 2.1.7). Однако доля этого субрегиона постепенно снижается, и на международный туристский рынок все активнее выходят страны Южной Америки и небольшие островные государства Карибского региона. Страны Центральной Америки пока мало вовлечены в туристскую деятельность, но число туристов и здесь растет [География туризма, 2016].

*Таблица 2.1.6*

**Туристские прибытия по субрегионам Америки, млн прибытий**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **1980** | **1990** | **2000** | **2016** |
| Прибытия в целом по Америке, млн прибытий,  *в том числе:* | 62,3 | 92,8 | 128,2 | 199,3 |
| Северная Америка | 48,3 | 71,7 | 91,5 | 130,5 |
| Карибы | 6,7 | 11,4 | 17,1 | 25,2 |
| Центральная Америка | 1,5 | 1,9 | 4,3 | 10,7 |
| Южная Америка | 5,8 | 7,7 | 15,3 | 32,8 |

*Источник:* статистические материалы UNWTO

**Рис. 2.1.7.** Структура туристских прибытий по субрегионам Американского региона, 2016 г.

*Источник:* статистические материалы UNWTO

В этом регионе присутствует один лидер — США, который аккумулирует большинство въездных туристских потоков и формирует основные туристские потоки в страны Америки (таблица 2.1.7).

*Таблица 2.1.7*

**Крупнейшие туристские потоки в Американском регионе, 2015 г.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Направление** | **Количество прибытий,**  **млн** |
| 1. США — Мексика | 26,183 |
| 1. Канада — США | 20,705 |
| 1. Мексика — США | 18,414 |
| 1. США Канада | 12,662 |
| 1. Великобритания — США | 4,901 |
| 1. Япония — США | 3,620 |
| 1. США — Пуэрто-Рико | 3,064 |
| 1. Китай - США | 2,590 |
| 1. Бразилия - США | 2,219 |
| 1. Аргентина — Бразилия | 2,080 |

*Источник:* статистические материалы UNWTO

Анализ динамики крупнейших туристских потоков в Американском регионе за последние 1015 лет показывает, что существенно вырос туристский поток из Канады в США и снизился поток в обратном направлении. Значительно возросли потоки между странами Южной Америки, которые раньше вообще не были заметны в туристском обмене. Несколько сократились туристские потоки из США в европейские страны, так как американские туристы уделяют все больше внимания поездкам в страны Азии, а также в другие страны американского региона. В последние годы значительным стал поток китайских туристов в США.

Туристы из США составляют более 70% туристского потока в Мексику и Канаду, а также являются главной составляющей туристского потока на Ямайку, в Белиз, Бермуды, Колумбию, Коста-Рику, Доминиканскую республику, Гайану, Гондурас, Панаму и ряд островов Карибского бассейна. Значительна доля туристов из США и в странах Южной Америки, где они обычно занимают 23 места после туристских потоков из соседних латиноамериканских стран (Бразилия, Перу, Венесуэла, Уругвай). Вторую позицию в регионе часто занимают туристы из Канады, которые в целом отличаются очень высокой мобильностью. Единственной страной, где канадские туристы преобладают над американскими, является Куба, куда въезд американцам с 1966 г. в принципе запрещен.

Из сказанного выше видно, что практически во всех странах Американского региона преобладают внутрирегиональные прибытия, доля которых по региону в целом составляет около ¾. Исключение составляют Барбадос, где большую часть туристского потока составляют туристы из Великобритании, и Суринам, где преобладают туристы из Нидерландов, т.е. из бывших метрополий этих стран.

Межрегиональный туристский обмен большинства стран Американского региона не очень значителен. В качестве страны, генерирующей главные выездные туристские потоки, выделяется США, в меньшей степени — Канада, туристский поток из которых направлен преимущественно в Европу и в Азиатско-Тихоокеанский регион. Однако такие события, как теракт 11 сентября 2001 г. и начавшаяся в 2008 г. экономическая рецессия, несколько сократили его масштабы, переориентировав часть американских и канадских туристов на внутренний туризм и поездки в пределах своего региона.

Интересные изменения за последние годы произошли в **Африканском регионе** (таблица 2.1.8), где по размерам въездного туристского потока долгое время преобладала Северная Африка. В начале XXI века распределение туристских прибытий по региону стало более равномерным, в первую очередь, благодаря успешному развитию туризма в ЮАР и странах Восточной Африки. На долю стран Северной Африки приходится треть туристских прибытий в регион (данные 2016 г.).

*Таблица 2.1.8*

**Туристские прибытия по субрегионам Африки, млн прибытий**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **1980** | **1990** | **2000** | **2016** |
| Прибытия в целом по Африке, млн прибытий,  *в том числе:* | 7,2 | 14,8 | 26,5 | 57,8 |
| Северная Африка | 4,0 | 8,4 | 10,2 | 18,6 |
| Западная и Центральная Африка | 1,0 | 1,7 | 3,1 | 39,2 |
| Восточная Африка | 1,2 | 2,8 | 6,6 |
| Южная Африка | 1,0 | 1,9 | 6,5 |

*Источник:* статистические материалы UNWTO

Хотя в этом регионе нет стран, выделяющихся значительными объемами туристских прибытий в мире, и развитие туризма замедляется многими негативными факторами, положительная динамика наблюдается и здесь. Лидерами в регионе являются ЮАР и страны Северной Африки (в первую очередь, Марокко и Тунис). Более половины прибытий в регион имеют межрегиональный характер и направлены в основном из европейских стран в их бывшие колонии. Так, в Марокко, Тунисе, Мадагаскаре, Сенегале самые большие потоки представлены туристами из Франции, в Кении — из Великобритании, Демократической республике Конго — из Бельгии. Туристов из западных стран привлекает, в первую очередь, нетронутая природа Африки, поэтому они посещают национальные парки и заповедники, а также объекты культурно-исторического наследия стран региона.

Интересно отметить, что в статистике туристских прибытий в страны Африки уже заметен поток из Китая (особенно в Анголе, Нигерии, Эфиопии), что связано с заинтересованностью в деловых контактах и совместном освоении ресурсов этих стран. Усиливается и туристский обмен с приграничными странами. Так, для большинства стран Южной Африки (например, для Намибии, Зимбабве, Ботсваны) характерно преобладание туристских потоков из ЮАР.

В **Ближневосточном регионе** имеются свои региональные особенности развития туризма. Лидерами по въездному туризму являются Саудовская Аравия, Египет и ОАЭ, хотя политическая нестабильность региона постоянно вносит свои коррективы в развитие здесь туризма. На долю внутрирегиональных потоков приходится около 47%, достаточно хорошо развит обмен между приграничными странами. Однако важная особенность региона — это поездки мусульман из всех исламских стран мира для совершения паломничества в Саудовскую Аравию. Мусульманские паломники составляют значительную часть туристов, прибывающих и из европейских стран, хотя постепенно и другие виды туризма получают развитие в странах этого региона. Среди туристов, въезжающих в Ближневосточный регион, почти нет представителей США, зато постоянно увеличивается число туристов из Индии, для которых Ближний Восток предоставляет огромные возможности с точки зрения шопинга и развлечений.

Хотя поездки в рамках выездного туризма в основном происходят внутри региона, все больше туристов выезжают и за его пределы, в первую очередь, в Европу.

Анализ потоков выездного туризма в мире показывает, что Европейский регион пока продолжает оставаться лидирующим (таблица 2.1.9), хотя и здесь его доля постепенно уменьшается.

*Таблица 2.1.9*

**Основные потоки выездного туризма по регионам мира,**

**млн поездок**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **1990** | **2000** | **2010** | **2020 (прогноз)** | **2030**  **(прогноз)** |
| Прибытия в целом по миру, млн прибытий,  *в том числе (в %):* | 435 | 674 | 940 | 1360 | 1809 |
| из Европы | 58,7 | 58,6 | 54,1 | 50,1 | 46,0 |
| из Америки | 23,0 | 19,7 | 17,0 | 15,6 | 14,6 |
| из Азиатско-Тихоокеанского региона | 13,7 | 17,2 | 21,8 | 26,3 | 29,9 |
| из Африки | 2,4 | 2,3 | 3,2 | 3,9 | 5,0 |
| из Ближнего Востока | 2,0 | 2,2 | 4,0 | 4,2 | 4,5 |

*Источник:* статистические материалы UNWTO

**Рис. 2.1.9.** Структура международных туристских отбытий

по регионам (19902010 гг. и прогноз на 20202030 гг.)

*Источник:* статистические материалы UNWTO

*В Европейском регионе отмечается замедленный рост выездного туристского потока*. С точки зрения выездного туризма традиционными лидерами здесь являются Германия и Великобритания, генерирующие соответственно свыше 83 млн и 64 млн поездок в год, а также Италия - свыше 27 млн, Франция -свыше 26 млн (данные 2015 г.). Как уже указывалось выше, основная часть туристских поездок совершается в пределах региона, но интерес к другим странам и регионам у европейских туристов постоянно растет, и европейцы широко представлены в большинстве туристских дестинаций других регионов мира.

По оценкам экспертов, во многом из-за сложной экономической ситуации в странах в настоящее время уменьшается число поездок в рамках пляжного отдыха, но растет число поездок в рамках городского, экологического делового туризма. Например, становится меньше поездок в Южную Европу, куда в основном с целями пляжного отдыха выезжали европейцы (особенно это заметно в Греции). Среди европейских стран значительный объем выездного потока сохраняется в России.

В развитие выездного туризма в регионе АТР в наибольшей степени вовлечены Китай, ставший мировым лидером по этому показателю – почти 117 млн туристских отбытий в 2015 г., а также Республика Корея, Япония и Австралия. Другие страны АТР пока не принимают широкого участия в межрегиональных туристских обменах.

В Американском регионе наблюдается смешанная картина. Выездной туристский поток из США – свыше 74 млн туристских отбытий в 2015 г. - является основным, хотя традиционное предпочтение американцами отдыха внутри страны не дает ему существенно вырасти. Были предположения о росте объемов выездного туризма из Бразилии, однако из-за непростой экономической ситуации и подготовки к проведению крупных туристских событий в стране они пока не оправдываются.

Туристы из ЮАР формируют основной выездной туристский поток из Африканского региона. Возникают новые выездные потоки из стран Ближнего Востока, направленные преимущественно в европейские страны.

**2.2. Страны-лидеры на международном туристском рынке**

Наиболее ярко происходящие на международном туристском рынке изменения проявляются в рейтинге стран-лидеров по развитию туризма. По рис. 2.2.1 видно, что *за последние годы ряд стран Европы и Америки, являющихся лидерами по числу туристских прибытий на протяжении длительного времени, не только сократили темпы роста, но и отмечают стабилизацию и даже некоторое сокращение числа туристских прибытий* (Франция, США, Испания, Италия, Великобритания). В то время *быстро растущие азиатские туристские дестинации демонстрируют огромные успехи и начинают занимать лидирующие позиции по числу туристских прибытий в мире*.

**Рис. 2.2.1.** Страны-лидеры по международным туристским прибытиям,

млн прибытий, 1990-2015 гг.

*Источник:* статистические материалы UNWTO

Особенно впечатляюще выглядят успехи Китая и Турции, которые продолжают быстро наращивать темпы международных туристских прибытий. С начала XXI века число туристских прибытий в Китай выросло в 1,8 раза, в Малайзию — в 2,5 раза, а в Турцию — в 3,7 раза. Все эти развивающиеся страны прочно вошли в число мировых лидеров по развитию туризма. Прогноз UNWTO предусматривает, что *уже к 2020 г. Китай может стать абсолютным лидером по числу туристских прибытий в мире*. По статистике UNWTO в 2016 г. число туристских прибытий в эту страну превысило 59,3 млн, что позволяет ей прочно удерживать место в тройке мировых лидеров (таблица 2.2.1).

*Таблица 2.2.1*

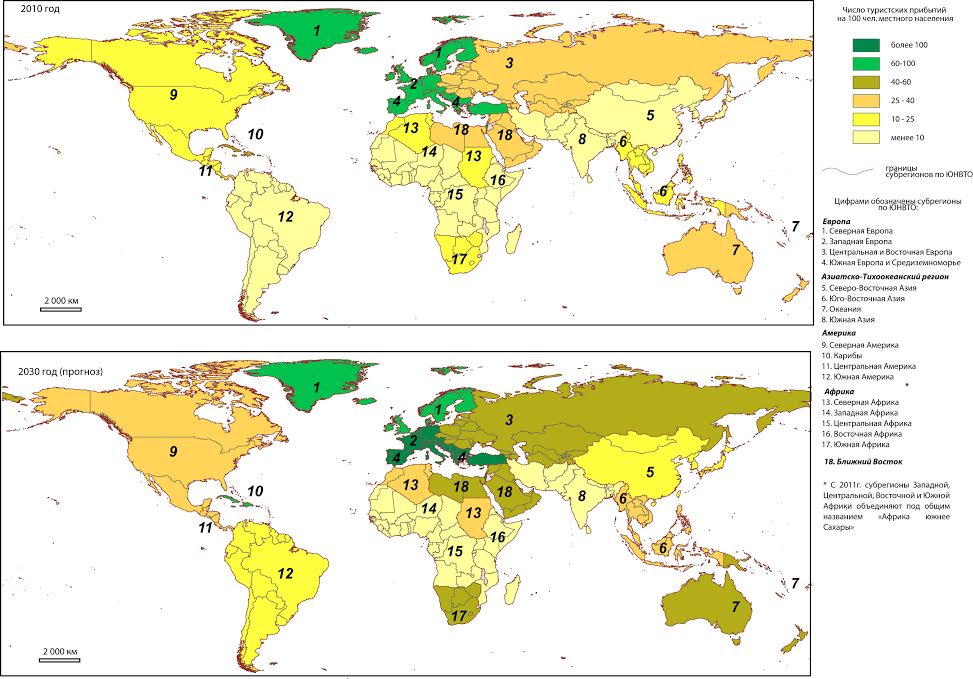
**Страны-лидеры по международным туристским прибытиям**

**(млн прибытий)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Рейтинг стран по данным 2015 г.** | **1990** | **1995** | **2000** | **2005** | **2010** | **2015** |
| 1. Франция | 52,5 | 60,0 | 77,2 | 75,0 | 77,1 | 84,5 |
| 2. США | 39,4 | 43,5 | 51,2 | 49,2 | 59,8 | 77,5 |
| 3. Испания | 34,1 | 34,9 | 46,4 | 55,9 | 52,7 | 68,5 |
| 4. Китай | 10,5 | 20,0 | 31,2 | 46,8 | 55,7 | 56,9 |
| 5. Италия | 26,7 | 31,1 | 41,2 | 36,5 | 43,6 | 50,7 |
| 6. Турция | 4,8 | 7,1 | 9,6 | 20,3 | 27,0 | 39,5 |
| 7. Германия | 17,0 | 14,8 | 19,0 | 21,5 | 26,9 | 35,0 |
| 8. Великобритания | 18,0 | 23,5 | 23,2 | 28,0 | 28,3 | 34,4 |
| 9. Мексика | 17,2 | 20,2 | 20,6 | 21,9 | 23,3 | 32,1 |
| 10. Российская Федерация | — | 9,2 | 19,2 | 19,9 | 20,3 | 31,3 |

*Источник:* статистические материалы UNWTO

Если сравнить страны-лидеры по показателю числа туристских прибытий в расчете на 100 жителей страны, то становятся заметны принципиальные различия между ними в степени нагрузки, оказываемой туристской индустрией на их природу, инфраструктуру, хозяйство и т.п. Так, если для Франции этот показатель в 2012 г. составил около 131 прибытий, для Испании — 125, для Малайзии — 86, для Италии — 77, то для Великобритании — 48, Германии и Турции — 37, США — 21, а для Китая — всего лишь 4 прибытия на 100 жителей. У многих, в первую очередь, развивающихся стран есть еще значительные возможности для дальнейшего увеличения объемов туристских потоков. Особенно значительны возможности развития туризма у Китая. Однако в ряде небольших стран и в странах, где туризм давно и масштабно развивается, уже может идти речь о достижении предела туристских возможностей страны (рис. 2.2.2). [Николаенко, 2001].



**Рис. 2.2.2.** Число туристских прибытий на 100 чел. местного населения,

2010 г. и 2030 г. (прогноз)

Ситуация с распределением поступлений от международного туризма по странам выглядит несколько иначе (рис. 2.2.3, таблица 2.2.2).

**Рис. 2.2.3.** Страны с наибольшими поступлениями от международного туризма, 1990-2015 гг. (млрд долл.)

*Источник:* статистические материалы UNWTO

*Таблица 2.2.2*

**Страны-лидеры по поступлениям от международного туризма (млрд долл.)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Рейтинг стран по данным 2015 г.** | **1990** | **1995** | **2000** | **2005** | **2010** | **2015[[2]](#footnote-2)** |
| 1. США | 43,0 | 63,4 | 82,9 | 82,2 | 103,5 | 205,4 |
| 2. Китай | 2,2 | 8,7 | 16,2 | 29,3 | 45,8 | 114,1 |
| 3. Испания | 18,5 | 25,3 | 30,0 | 48,0 | 52,5 | 56,5 |
| 4. Франция | 20,2 | 27,6 | 33,0 | 44,0 | 46,6 | 45,9 |
| 5. Великобритания | 15,4 | 20,5 | 21,9 | 30,7 | 32,4 | 45,5 |
| 6. Таиланд | н/д | 8,6 | 7,1 | 10,1 | 20,1 | 44,9 |
| 7. Италия | 16,5 | 28,7 | 27,5 | 35,4 | 38,8 | 39,4 |
| 8. Германия | 14,2 | 18,0 | 18,7 | 29,2 | 34,7 | 36,9 |
| 9. Гонконг (Китай) | 4,7 | 7,8 | 5,9 | 10,3 | 22,2 | 36,2 |
| 10. Макао (Китай) | 1,4 | 3,1 | 3,2 | 7,6 | 27,8 | 31,3 |

*Источник:* статистические материалы UNWTO

Поступления от международного туризма традиционно концентрировались в развитых странах Европы и Северной Америки (рис. 2.1.3). *Список самых доходных туристских направлений продолжают возглавлять США, лидирующие с все большим отрывом*. Значительные доходы приносит туриндустрия Испании, Франции, Италии, Германии. Особо стоит отметить Китай, который за последние два десятилетия увеличил свои поступления от туризма более чем в 20 раз и уже потеснил все европейские страны, выйдя на второе место. Огромные поступления от туризма получают очень небольшие по размерам Гонконг и Макао, сделавшие туризм отраслью своей специализации.

С начала периода массового развития туризма поступлений от этого вида деятельности росли в среднем на 7% в год. Но в конце ХХ века, и особенно после 2008 г. темпы роста поступлений от туризма существенно снизились. *Теперь темпы роста поступлений от туризма уступают темпам роста числа туристских прибытий, что ведет даже к сокращению поступлений на поездку.* Для уточнения особенностей развития туризма в лидирующих странах можно рассмотреть показатель поступлений от туризма в расчете на 1 прибытие (таблица 2.2.4).

*Таблица 2.2.3*

**Поступления на 1 прибытие по странам-лидерам (долл.)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2000** | **2005** | **2010** | **2015** |
| 1. США | 1 619 | 1 670 | 1 730 | 2 650 |
| 2. Китай | 519 | 626 | 822 | 2 005 |
| 3. Испания | 647 | 859 | 996 | 969 |
| 4. Франция | 427 | 587 | 604 | 543 |
| 5. Великобритания | 944 | 1 096 | 1 145 | 1 320 |
| 6. Таиланд | 746 | 874 | 1 053 | 1 491 |
| 5. Макао (Китай) | 478 | 844 | 2 336 | 2 189 |
| 7. Италия | 667 | 970 | 890 | 778 |
| 8. Германия | 984 | 1 358 | 1 290 | 1 054 |
| 9. Гонконг (Китай) | 450 | 696 | 1 104 | 1 355 |
| 10. Макао (Китай) | 478 | 844 | 2 336 | 2 189 |

*Источник:* статистические материалы UNWTO

Анализ динамики этого показателя показывает, что в европейских странах — развитых туристских дестинациях, таких как Испания, Италия, Германия — поступления на одно прибытие сокращаются, а в странах Азии, в первую очередь в Китае и его частях — растет. Это во многом связано с современными тенденциями в потребительском спросе и с изменениями в характере предоставляемого туристского продукта.

Всегда обращает на себя внимание достаточно низкий показатель поступлений на 1 прибытие во Франции. Несмотря на то, что Франция остается мировым лидером по числу туристских прибытий, она является для многих туристов либо транзитной страной, в которой они не оставляют больших средств, либо страной, в которую жители соседних европейских стран приезжают на небольшой срок и также не тратят много.

Доходы от туризма во многом связаны и с продолжительностью пребывания туристов в стране. В целом по миру отмечается снижение продолжительности туристских поездок, но этот показатель очень сильно различается по странам и регионам. Так, средняя продолжительность пребывания туристов в Австралии составляет 27 дней, что объясняет очень высокий показатель поступлений на одно прибытие в этой стране. В европейских странах средняя продолжительность пребывания туристов обычно не превышает недели, чаще даже меньше. Высокий показатель поступлений на одно прибытие в Макао при очень маленькой продолжительности пребывания связан со специализацией этого региона на игорном бизнесе.

Для характеристики места страны на международном туристском рынке необходимо рассмотреть показатели, характеризующие выездные туристские потоки и расходы на международный туризм (таблица 2.2.4).

*Таблица 2.2.4*

**Страны с наибольшими расходами на международный туризм (млрд долл.)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Рейтинг стран по данным 2015 г.** | **2000** | **2005** | **2010** | **2015** |
| 1. Китай | 13,1 | 21,8 | 54,9 | 292,2 |
| 2. США | 65,4 | 69,9 | 75,5 | 112,9 |
| 3. Германия | 53,0 | 74,4 | 78,1 | 77,5 |
| 4. Великобритания | 38,4 | 59,6 | 50,0 | 63,3 |
| 5. Франция | 22,6 | 31,8 | 38,5 | 38,4 |
| 6. Российская Федерация | 8,8 | 17,3 | 26,6 | 34,9 |
| 7. Канада | 12,4 | 18,0 | 29,6 | 29,4 |
| 8. Республика Корея | 6,4 | 15,4 | 19,7 | 25,0 |
| 9. Италия | 15,7 | 22,4 | 27,1 | 24,4 |
| 10. Австралия | 6,4 | 11,3 | 22,2 | 23,5 |

*Источник:* статистические материалы UNWTO

В 2012 г. произошло *важное изменение в рейтинге стран-лидеров по расходам на международный туризм: впервые на 1 место вышел Китай* с *объемами туристских расходов, растущими очень высокими темпами.* Такие беспрецедентные показатели роста расходов на туризм подтверждают значимость «китайского фактора» в развитии мирового туризма. За период с 2000 г. расходы на туризм в этой стране выросли более, чем в 10 раз, благодаря упрощению выезда из страны, росту доходов ее граждан и укреплению китайской валюты.

Наиболее высокие темпы роста расходов на международный туризм среди стран-лидеров характерны, помимо Китая, для Бразилии (более чем в 5 раз), Индии, Республики Корея, Малайзии и других, преимущественно азиатских стран.

Периодически отмечается некоторое сокращение расходов на международный туризм в Японии, Великобритании, Италии, а также в других развитых странах Европы. В целом на долю десяти лидирующих стран приходятся около 46% расходов отрасли, но масштабы развития туристской отрасли и число участвующих в ней стран продолжают расти (таблица 2.2.5).

*Таблица 2.2.5*

**Туристский баланс стран-лидеров по развитию международного туризма**

**на 2015 г.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Страны-лидеры по числу туристских прибытий** | **Поступления от международного туризма, млрд долл.** | **Расходы на международный туризм, млрд долл.** | **Туристский баланс, млрд долл.** |
| 1. Франция | 45,9 | 38,4 | 7,5 |
| 2. США | 205,4 | 112,9 | 92,5 |
| 3. Испания | 56,5 | 17,8 | 38,7 |
| 4. Китай | 114,1 | 292,2 | -178,1 |
| 5. Италия | 39,4 | 24,4 | 15,0 |
| 6. Турция | 26,6 | 5,4 | 21,2 |
| 7. Германия | 36,9 | 77,5 | -40,6 |
| 8. Великобритания | 45,5 | 63,3 | -17,8 |
| 9. Мексика | 17,7 | 10,1 | 7,6 |
| 10. Российская Федерация | 8,5 | 34,9 | -26,4 |

*Источник:* статистические материалы UNWTO

Еще один из показателей развития туризма — туристский баланс — характеризует соотношение поступлений и расходов на туризм. Как видно из таблицы, туристский баланс стран-лидеров по туристским прибытиям имеет разный характер: экспортерами туристских услуг (положительный баланс) являются, в первую очередь, США и Испания, а также Франция, Италия, Турция, в меньшей степени — Мексика. Крупнейшими импортерами туристских услуг в мире выступают Китай, Германия, Российская Федерация, а также Великобритания.

Статистика выездного туризма по странам не всегда является точной и подробной, поэтому использовать ее даже для характеристики стран-лидеров по развитию туризма бывает затруднительно. Однако в целом можно отметить стабилизацию показателей выезжающих туристов из большинства развитых стран Европы, США и Японии и увеличение темпов роста выездного потока из стран БРИКС.

Современное развитие туризма чрезвычайно динамично, и изменения в рейтинге стран, лидирующих в данной отрасли, весьма вероятны. Новыми быстро растущими въездными дестинациями могут стать страны Восточной Европы (особенно недавно вступившие в ЕС), некоторые страны Азии и Южной Америки, вызывающие большой интерес туристов. В то же время страны Северной Африки и Карибского бассейна могут испытать некоторое сокращение туристского потока, если не будут обновлять и диверсифицировать имеющийся у них туристский продукт.

1. В последнее время регионы Западной, Центральной, Восточной и Южной Африки объединяют под общим названием «Африка южнее Сахары». [↑](#footnote-ref-1)
2. Показатели США, Китая и Испании в 2015 г. значительно выросли из-за введения новой методологии подсчета поступлений от туризма [↑](#footnote-ref-2)