

## ***КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ВВЕДЕНИЕ В ТУРИЗМ»***

### ***Лекция 1: Предмет, цели и задачи курса «Введение в туризм».***

- 1. Цели и задачи курса.***
- 2. Первые сведения о путешествиях.***
- 3. Отличие туризма от путешествий.***
- 4. «Экскурсант» и «турист» и их отличие.***
- 5. Семь чудес света.***

**Предметом** изучения дисциплины является туризм в его нынешнем понимании и все, что связано с туризмом.

**Основные задачи** курса:

- определить место и роль туризма в мировой экономике;
- показать статистику туристской отрасли;
- ознакомить с правовыми основами туристской деятельности;
- изучить крупнейшие туристские центры мира;
- раскрыть проблемы взаимодействия туризма с окружающей средой;
- ознакомить с современным состоянием туризма в мире и Азербайджане;
- дать краткий обзор туристских регионов Азербайджана;
- выявить перспективы развития мирового туризма и потенциальные возможности развития туризма в Азербайджане.

Туризм в представлении большинства людей связан с отдыхом, новыми впечатлениями, удовольствием. Он прочно вошел в жизнь человека с его естественным стремлением открыть и познать неизведанные края, памятники природы, истории и культуры, обычаи и традиции разных народов.

Менее известно, что туризм является одной из крупнейших высокодоходных и наиболее динамичных отраслей экономики. Оборот туризма занимает третье место в мире после торговли нефтью и нефтепродуктами, экспорта автомобилей, а к 2014 году, по прогнозам специалистов, туризм должен выйти на первое место. Туризм наряду с другими видами экономических, культурных, социальных, научных и технических связей государств, является важным фактором укрепления взаимного доверия и вносит значительный вклад в решение таких проблем, как поддержание мира, усиление престижа страны, укрепление дружеских взаимоотношений между государствами. Туристский

обмен способствует развитию культурного, политического, экономического сотрудничества между странами; является важной составляющей экспорта услуг для многих стран; увеличивает занятость населения; создает предпосылки для вовлечения сравнительно-отсталых регионов и стран в систему международного разделения труда.

Туризм, по данным ЮНВТО, обеспечивает 10% оборота производственно-сервисного рынка планеты. На сферу туризма приходится 6% мирового ВВП, 7% мировых инвестиций, каждое 11-е рабочее место, 11% мировых потребительских расходов, 5% всех налоговых поступлений.

Туризм относится к тому виду деятельности человечества, чья история начинается задолго до возникновения цивилизованного общества. В каждой исторической эпохе есть такие элементы деятельности людей, которые, так или иначе, попадают под категорию туризма. Менее чем за 400 лет путешествия и туризм превратились из времяпровождения, которое могли себе позволить только состоятельные люди, в огромную индустрию, являющуюся важнейшим участником мировой торговли. Во многих странах именно поступления от туризма формируют основную часть доходов в иностранной валюте. Для многих стран (Швейцария, Греция, Египет, Канада, США, Индонезия и др.) туризм дает огромные прибыли.

Туризм в современном обществе играет большую роль. Значение туризма в жизни людей, регионов, государств и в международной жизни сегодня невозможно переоценить. Туризм – в данный момент является динамично развивающейся сферой мировой экономики. Он оформился в конце XIX в., а истинное интенсивное развитие получил лишь во второй половине XX в. в период стремительного развития техники, технологий, общественных отношений, за что и начал называться «феноменом XX века». Сегодня туризм – мощная мировая индустрия, производящая до 10% мирового валового продукта, в которой задействованы огромные массы работников, основных средств, привлечены крупные капиталы. Это крупный бизнес, большие деньги и серьезная политика глобального уровня.

Туризм, испытывающий на себе влияние ряда внешних факторов, сам способен оказывать значительное воздействие на экономическую, политическую, экологическую, социально-культурную ситуацию тех стран и регионов, где он развивается. Причем это воздействие может носить как позитивный, так и негативный характер.

Основное направление воздействия туризма – экономика, т.к. туризм служит катализатором экономического развития стран и регионов и в то же время сам является одной из наиболее перспективных и быстрорастущих ее отраслей.

Путешествие и туризм – два неразрывно связанных понятия, которые характеризуют определенный образ жизнедеятельности человека – отдых, активное развлечение, спорт, познание окружающего мира, торговля, лечение и множество других видов деятельности. Однако, всегда при этом присутствует характерное действие, определяющее и обособливающее собственно путешествие от иных сфер деятельности – перемещение человека в иную местность или страну, континент, отличные от его обычного местонахождения или проживания.

В путешествиях перемещаются отдельные индивидуумы; группы лиц, объединенных единым интересом и целью; целые экспедиции, в том числе и военные, в составе которых могут быть несколько сотен или даже тысяч специалистов, а также дипломаты, мигранты и переселенцы. Для отдельных народов – путешествие – это образ жизни, установившийся веками и вызванный климатическими особенностями местности проживания. К ним относятся, например, кочевые племена: белуджи, бедуины, цыгане и др. Кочевники вместе со стадами животных ежегодно перемещаются по мере освоения пастбищ, причем их не останавливают даже границы государств. Так, белуджи постоянно мигрируют из Пакистана в Афганистан. Сезонные сельскохозяйственные рабочие путешествуют по мере сбора урожая с юга на север США.

«Путешествие» – термин, обладающий значительной общностью понятийного смысла и обозначающий перемещение людей в пространстве и времени. Таким образом, **путешествие** – это перемещение людей во времени и пространстве, а человек, совершающий путешествие, независимо от целей, направлений, средств передвижения и временных промежутков, именуется **путешественником**. В зависимости от особенностей путешествия самого путешественника можно именовать мореплавателем, космонавтом, бизнесменом, натуралистом и т.д.

Основы туризма были положены с древних времен. Но, несмотря на это, как массовое – социальное явление туризм начал формироваться примерно с 50-х годов XX века. В развитии туризма выделяются 4 основных этапа:

- **Первый этап** – охватывает период с древних времен до начала XIX века. Этот период также называют **доисторическим** периодом туризма, его начало охватывает древнейшие культуры (Древняя Греция, Египет, Римская империя и

т.д.). Основными мотивами путешествий являлись торговля, паломничество, оздоровление, а также спорт.

- Второй этап – также называется этапом **элитарного** туризма. Именно этот период характеризуется основанием учреждений представляющих туристические услуги. Огромную роль в этом деле сыграли транспортные средства: в 1807 г. Фултон изобрел пароход, а в 1814 г. Стефансон паровоз. Почтовая служба все больше усовершенствуется, дороги становятся лучше. Все эти причины способствовали улучшению перевозок. К тому же новые средства передвижения помогали экономить время и деньги. В середине XIX в. основываются первые фирмы, перевозящие переселенцев из Европы в Северную и Южную Америку.
- Третий этап – характеризуется началом становления **социального** туризма. Первая Мировая война, экономический упадок 30 гг. XX в. и Вторая Мировая война отрицательно повлияли на развитие туризма. Но, несмотря на это, именно в этот период начинают появляться элементы туризма. Например, в Швейцарии в 1935 г. появляется фирма «Отельплан». Ее создатель Г. Дутвайлер считал, что вовлечение в туризм людей среднего достатка хорошо повлияет на развитие гостиниц. Фирма начинает реализовывать туристические путевки и в первый год продает примерно 50 тысяч путевок.
- Четвертый этап – называется периодом **массового** туризма. Именно в этот период туризм обретает массовый характер. Он превращается из предмета роскоши в потребность основной части населения развитых стран. В этот период формируется индустрия отдыха и развлечений. В 50-е годы XX в. в Западной Европе появляются новые туристические фирмы, гостиницы, центры аттракционов и развлечений. В этот период европейский туризм в основном был нацелен на туристов из США. Начиная с 60-х гг. XX в. в Европе начинают развиваться и въездной и выездной туризм.

Необходимость в перемещениях и путешествиях возникла у людей еще в глубокой древности. Причем термин «путешествие» можно трактовать буквально, так как «ознакомление» с новыми территориями было жизненно необходимо. Первобытный коллектив, проживая на четко определенной территории, редко нарушал ее границы – это могло повлечь за собой столкновения с другими племенами, на чью территорию он вторгался. Территория обитания коллектива не могла быть маленькой по размерам, так как она являлась «кормящим ландшафтом» для людей.

По мнению специалистов, первым человеком, упомянувшим о путешествиях и их истории, является Древнегреческий историк Геродот. Он

описал все известные путешествия и открытия, совершенные до V в. до н.э. Он объехал Грецию, Южную Италию, Малую Азию, Вавилонию, Египет, Персию, побывал на большинстве островов Средиземного моря, а также в Крыму, в стране скифов и у Каспийского моря. В своем знаменитом труде «История», за который он удостоился почетного титула «отца истории», он описал не только историю многих народов Старого Света, но также сохранил для потомков бесценные этнографические примеры. В рассказах Геродота, также есть сведения об Азербайджане. Он рассказывал о массагетах, живущих на западном берегу Каспия, на севере от нынешней реки Куры. Геродот также упоминал о противостоянии произошедшим между царем Персии Киром и правительницей массагетов Томрис.

Путешественник и исследователь Пифей из Массалы (ныне Марсель, Франция) в 320 г. до н.э. совершил фантастическое для того времени путешествие вокруг Европы и дошел до Норвегии, обойдя Британские острова. Пифей обогнул весь Британский остров, причем очень правильно определил его пропорции, хотя и несколько преувеличил размеры. Он дошел до такой широты, где ночь не превышала двух часов. Никто до Пифея из цивилизованных народов древности не заходил так далеко на север. На основе многочисленных географических открытий он написал свой труд «Об океане».

Древние индийские торговцы, пройдя через пустыни и горы Средней Азии основали существующий с II в. до н.э. «Великий шелковый путь», соединяющий Средиземное море с Китаем.

Древний мир любил массовые зрелищные мероприятия. По всей вероятности, спортивный туризм возник в Древней Греции. Здесь проводились Истмийские игры, проходившие на Коринфском перешейке, Немейские игры, проводившиеся около храма Зевса в долине Арголиды, Пифийские игры и, конечно, Олимпийские игры. История Олимпийских игр восходит к 776 г. до н.э. Игры справлялись в честь бога Зевса каждые 4 года летом в священной области Олимпия. О начале Олимпийских игр греков извещали специальные послы – феоры, которые рассылались по всем греческим городам и на время Игр провозглашали священный мир.

Говоря о путешествиях Древнего мира следует упомянуть Восточный поход великого полководца Александра Македонского (356–323 гг. до н.э.). Этот поход длился 10 лет (334 – 323 гг. до н.э.) и о нем писали Плутарх, Диодор, Арриан, Страбон и многие другие авторы. Благодаря этому походу греки и македонцы познакомились с малоизвестными, а то и совсем неизвестными до этого народами, их культурой, бытом, традициями. Лично Александр

Македонский был заинтересован в изучении Азии. В окружении Александра были не только воины, но и выдающиеся ученые и деятели искусства. Они в своих произведениях подробно описывали все ими увиденное, услышанное и изученное во время этого похода.

В Древней Греции начались зарождаться курортология, лечебный туризм. На страницах древнегреческих текстов описывается использование минеральных вод, купание в морской воде с лечебной целью. Школа врачей была там основана Гиппократом (около 460 – 377 гг. до н.э.), самым выдающимся древнегреческим врачом, уроженцем города Меропис, находившегося на острове Кос. Храмы Асклепия обычно строились в местностях, известных не только своими источниками минеральных вод, но и целебным чистым воздухом, богатой растительностью.

Паломничество было очень распространено в Древней Греции. Особенно часто посещался знаменитый храм Аполлона в Дельфах, где пифия, «выбранная богом», занималась предсказаниями. Сначала оракул удовлетворялся одной пифией, но когда его слава стала общемировой, появились две штатных пифии и одна запасная. К дельфийскому оракулу приезжали не только греки, но и многочисленные иностранцы: из Этрурии, Египта, Финикии, Персии и других стран. Начало Средневековья ознаменовалось «великим переселением народов» (IV – VI вв.). На европейскую территорию вторглись гунны. Северные европейские народы также «пришли в движение» в необычайных размерах. Римская империя пыталась регулировать этот процесс. С некоторыми народами заключали договоры, позволявшие тем селиться на территории империи. Эти миграционные процессы были столь масштабны, что им уделили внимание в своих трудах Иордан, Прокопий Кесарийский и Маврикий. Они продолжались на протяжении нескольких столетий и окончились только к XIII в. Благодаря различным формам походов: военных, торговых, дипломатических, а также миграционному процессу в виде великого переселения народов продолжали развиваться и совершенствоваться в Средневековье многочисленные контакты между народами, благотворно влияя на общее поступательное развитие.

Вместе с некоторым упадком паломничества начало расцветать миссионерство. Одним из первых миссионеров, распространявших христианство еще в IV в. в европейских странах, был Мартин Турский (336 - 397). Начав проповедническую деятельность в районах северо-западной Галлии, он затем отправился в Британию. Там его деятельность была настолько успешна, что многие бритты, став христианами, в свою очередь занялись миссионерской

деятельностью. Они распространили христианство в Ирландии и далее вплоть до Исландии.

С VII в. арабские племена, проживавшие на Аравийском полуострове, обрели новую религию – мусульманство. Основатель новой религии Мухаммед (около 570–632 гг.) вынужден был покинуть Мекку и переселиться в соседний город Медину. Хиджра (по-арабски «переселение») состоялось 16 июня 622 г. Эта дата станет началом нового мусульманского летоисчисления. Первыми халифами были ближайшие сподвижники Мухаммеда, которые завершили объединение Аравии, заложив основы гигантской империи арабов – Халифата. География военных походов арабов велика – она охватывает Средиземноморье, Африканское побережье и территорию Западной Европы. Завоевание Испании маврами в 714 г. привело к усилению влияния арабской культуры.

Народы, населявшие арабский Восток, прославились не только завоевательными походами, именно они налаживали торговые связи с другими странами. В IX – X вв. арабских купцов можно было встретить на сухопутных дорогах Востока, северной Африки и Средиземноморского побережья. Корабли арабских торговцев плавали по всем морям Европы, по Красному морю и Индийскому океану. Из арабских путешественников по Передней Азии наиболее известен Сулейман из Басры (VII – IX вв.), который совершил путешествие в Китай, посетив Цейлон и Суматру, Андамановы и Никобарские острова. В его записках описано много удивительных приключений на море и островах, населенных каннибалами. Его рассказы стали основой многим арабским сказкам, в особенности «Приключениям Синдбада». Одним из современников Сулеймана являлся Ибн – Вахб (IX в.). Он следовал примерно тем же маршрутом и дошел до столицы Китая Хумдан или Синанфу. Много путешествовал и хорезмский ученый Абу – Рейхан Бируни (924 - 1048). Он обобщил собранные им материалы в своем «Каноне Масуда». В XII в. знаменитый арабский путешественник аль – Идриси был приглашен сицилийским королем в Палермо для составления географических карт. В 1154 г. появилась его книга «Географические развлечения», в которой, помимо страноведческих сведений, совершалась проверка идей Птолемея. Более того, итогом его многолетней работы стали карты мира – круговая и прямоугольная - на семидесяти листах.

Самым известным арабским путешественником считается Абу Абдаллах Ибн Батута из Танжера (Марокко), который в XIV в. побывал почти во всех странах тогдашней Азии, познакомился с северным побережьем африканского материка и долиной Нила. Во времена второго путешествия он пересек Сахару в разных направлениях. В дальнейших своих путешествиях Ибн Батута посетил

Крым, побывал в низовьях Волги и Средней Азии. Несколько лет он прожил в Индии, далее прошел через Индостан на юг, посетил Мальдивские острова, Цейлон и морем прибыл в Китай. Пройдя по суше и по морю в общем более 130 тыс. км, Ибн Батута вернулся домой и написал книгу под названием «Подарок созерцающим о диковинках городов и чудесах путешествий», более известную как «Путешествия Ибн Батуты». Книга о его 25 – летних путешествиях, содержащая большой исторический, географический этнографический материал, была переведена на несколько европейских языков и стала ценным пособием по средневековому страноведению.

Великие географические открытия сыграли огромную роль в истории человечества. Никакие открытия древних времен не привели к подобным изменениям на карте мира. До этих открытий в представлении европейцев мир состоял из Европы, Северной Африки и Азии (1/4 –ой части суши).

Великим географическим открытиям способствовали несколько причин. В XV – XVI вв. развитие индустрии и торговли, науки и искусства достигло высоких темпов. Для реализации произведенных товаров внутреннего рынка уже не хватало и появилась нужда в новых рынках. В начале XV в. португальцы пересекли Гибралтарский пролив и исследовали западное побережье Африки, к середине века ими был открыт Зеленый мыс. С этого времени Португалия стала поставлять на мировые рынки рабов – негров, и началась эра колонизации этого материка.

Одним из ищущих дорогу в Индию путешественников был Бартоломеу Диаш (1450 – 1500). Он впервые в 1487 – 1488 гг. пересек южную часть Африки. Непогода и штормы помешали ему обследовать южное побережье Африки. Так он называет южную часть Африки – Мыс штормов (бурь), который потом был переименован в мыс Доброй Надежды. Это плавание укрепляло надежду на то, что из Атлантического океана можно попасть в Индийский, обогнув Африку с юга.

Важнейшим событием этой эпохи, является открытие нового континента Христофором Колумбом. Он родился в 1451 г. в Генуе и происходил из небогатой семьи. В начале 70-х гг. XV в. Колумб начинает участвовать в морских торговых путешествиях генуэзских купцов. Это были плавания на острова Эгейского моря, в Португалию, возможно, он побывал также в Англии, Ирландии и даже в Исландии. Позднее Колумб увлекся идеей открыть новый путь в Индию и разработал проект на основе карты Тосканелли. Но этот проект не был одобрен комиссией созданной Изабеллой. После двухлетнего перерыва проект был, наконец, утвержден и 3 августа 1492 г. каравеллы «Санта - Мария»,



«Пинта» и «Нинья» отправились в плавание. 12 октября 1492 г. Колумб впервые увидел берег Нового Света. Участники экспедиции были уверены, что достигли берегов Японии, Китая или Индии. Но это был один из Багамских островов, который моряки впоследствии назвали Сан-Сальвадор. Вскоре были обнаружены и такие крупные острова как Куба и Гаити.

Свое название «Америка» новый материк получил по имени Америго Матео Веспуччи (1454 – 1512).

Поиски удобного пролива, ведущего из Атлантического океана в Тихий океан, заставляли мореходов двигаться вдоль Американского континента. Этот подвиг удалось совершить португальскому мореплавателю Фернанду Магеллану, состоявшему на службе у короля Испании. Он возглавил экспедицию, которая совершила первое кругосветное путешествие. Географические открытия оказали сильное влияние на становление единой мировой цивилизации. С открытием Америки стало формироваться единое мировое экономическое пространство. Произошла грандиозная передвижка торговых путей и центров. Средиземное море, которое раньше играло главную роль в мировой торговле, в значительной степени потеряло свое значение. Главные торговые пути были перенесены в Атлантический океан и Северное (Немецкое) море. Великие географические открытия познакомили жителей Старого Света с высокоразвитыми цивилизациями Америки, майя, инков, ацтеков и др.

О том, когда возник туризм, до сих пор существует много версий. Единичные случаи путешествий, которые можно рассматривать как туризм по цели и даже по организационной форме осуществления, несомненно, были, в том числе у древних римлян, античных греков, возможно и ранее. В средние века можно было даже найти начала организованной, весьма характерной туристской деятельности по сопровождению групп религиозных паломников, совершающих великое паломничество на св. Землю в Палестину, в Рим. При детальном рассмотрении процесса можно уверенно отнести эти явления к туризму, точнее, к началам туризма.

Туризм в настоящем – уникальное явление и феномен, порожденные современной цивилизацией на последних этапах развития и становления социально-экономических и общественных отношений. Туризм насчитывает свою историю не раньше, чем 150 лет со времен деловой активности первого деятеля туристского бизнеса – англичанина Томаса Кука. Он организовал первое путешествие посредством железной дороги для своих единомышленников священников в 1841-ом году из Лестера в Лефборо. Это естественное следствие влияния научно – технического прогресса и глубокой эволюции социально-

экономических отношений в мировом обществе, в первую очередь, в развитых странах.

Томас Кук – выходец из бедной английской семьи. Родители Кука жили в Британии в местечке Мелборн в центральной части острова, недалеко от города Ноттингем в средней Англии. Семья Кука занималась фермерством. Через несколько лет после рождения Томаса глава семьи Джон скончался и, уйдя в мир иной, оставил жену Элизабет с малолетним сыном в крайней бедности. Спустя время мать Томаса вышла замуж за Джеймса Смитхарда. Отчим, не долго размышляя, отправил пасынка учиться в школу при ближайшем монастыре – продолжать семейные традиции (дед Томаса по материнской линии был пастором). В феврале 1826 г. по достижению 17 лет Томас Кук стал членом баптистской общины. Он сменил местожительство и переехал с семьей из Мелборна в Лафборо, где в свободное от молитв время стал писать статьи для местного баптистского журнала. Он поручил своей матери продавать этот журнал местным покупателям. По прошествии времени, он возжелал наставлять на путь истинный жителей местных деревень и стал проповедником. За 1829 г. (всего за год) с миссионерскими проповедями он совершил путешествие длиной около 2700 миль, из них более двух третей – пешком. Его поддерживала финансами местная баптистская община Лафборо. В 1839 г. он расширяет ареал деятельности и становится издателем журнала «Ежемесячный вестник трезвости». Позднее Кук, расширяя ареал своей борьбы за здоровый образ жизни, переключается и на борьбу с курением. В 1841 г., переехав в Лестер, он открывает издательство, пропагандирующее путешествия и экскурсии как альтернативу алкоголю и курению табака. Одновременно им была открыта и гостиница. Особенностью гостеприимства супругов Кук было полное отсутствие спиртных напитков в меню, и предлагаемый всем гостям журнал «Противник курения».

Томас Кук также понимает важность морских круизов. Фактически с середины 60-х годов начинает развиваться туризм между Англией и США. Заслуга здесь также принадлежит Т. Куку, который в 1866 г. организовал туристские поездки для двух групп в США. Пятимесячное путешествие в 1877 г. на пароходе «Квейкер Сити» положило начало регулярным морским круизам в Америку. Одним из шестидесяти туристов в составе одной группы был известный писатель Марк Твен, перу которого принадлежат интересные путевые заметки «Простак за границей» (1863) и «Пешком по Европе» (1880), где наблюдательный путешественник делится своими впечатлениями.

Туризм — частный случай путешествий. Однако он имеет четкие отграничения из общности, строго определенные характеристики. Известно

множество определений туризма в понятийном смысле, и, разумеется, человек, совершающий или участвующий в туристском путешествии, туристской поездке, походе, именуется в общем случае туристом. В отличие от путешествий туризм — категория, испытывающая сильное влияние экономики и политики. Туризм – во-первых, особый массовый род путешествий с четко определенными целями, ограниченными временными промежутками, совершаемых собственно туристами, т.е. деятельность самого туриста; во-вторых, деятельность по организации и осуществлению (сопровождению) таких путешествий, т.е. туристская деятельность.

Одно из первых определений туризма было дано австрийским экономистом Германом фон Шуллердом в 1910 году. Он определил его как «общая сумма действий, в основном экономической сущности, имеющих непосредственное отношение к въезду, проживанию и передвижению иностранцев внутри и за пределами определенного государства, города или региона».

В Азербайджане это понятие закреплено законодательно. **Закон «О туризме»** с поправками от 4 июня 1999 года определяет **туризм** как «временный отъезд (путешествие) граждан Азербайджанской Республики, иностранцев и лиц без гражданства с постоянного места жительства в целях отдыха, оздоровления, ознакомления, в познавательных целях (обогащения историческими и культурными ценностями и др.), в деловых профессиональных (за исключением исполнения должностных обязанностей), в спортивных и религиозных целях, при условии, что в стране (месте) временного пребывания они не будут заниматься оплачиваемой деятельностью».

Термин туризм (*tourism*) первым употребил В. Жекмо в 1830 г. Слово «туризм» происходит от французского «tour», что значит «прогулка». Одно из первых и наиболее точных определений туризма дали профессора Бернского университета В. Хунзикер и К. Крапф, позднее оно было принято Международной ассоциацией научных экспертов по туризму. Эти ученые определили туризм как ряд явлений и взаимоотношений, возникающих в результате путешествия людей до тех пор, пока это не приводит к постоянному пребыванию и не связано с получением какой-либо выгоды.

Классическое определение туризма: «**Туризм** — временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или другую местность в пределах своей страны в свободное время в целях получения удовольствия и отдыха, оздоровительных и лечебных, гостевых, познавательных, религиозных или профессионально-деловых, но без занятия

в месте временного пребывания работой, оплачиваемой из местного финансового источника».

Многие отечественные и особенно зарубежные специалисты рассматривают туризм с точки зрения системного подхода. По мнению швейцарского ученого К. Каспара, в основе системы туризма лежат две подсистемы: *субъект туризма* (турист как потребитель туристских услуг) и *объект туризма*, состоящий из трех элементов — туристского региона, туристских предприятий и туристских организаций.

Анализируя понятие «туризм» с использованием системного подхода, выделяется **концепция Н. Лейпера** (профессора Мейсенского университета Окленда). Он считает туризм системой, состоящей из следующих основных элементов: географического компонента, туристов и туристской индустрии. Географический компонент включает три основных составляющих: регион, порождающий туристов; транзитный регион и регион туристской дестинации.

**Дестинацией** называется территория, предлагающая определенный набор услуг, отвечающих потребностям туриста, удовлетворяющих его спрос на перевозку, ночлег, питание, развлечения и т. д., и являющаяся целью его путешествия. Следовательно, дестинация, чтобы быть таковой, должна обладать: определенным набором услуг; достопримечательностями; информационными системами. Дестинация может быть первичной или вторичной. *Первичная дестинация* своей привлекательностью вызывает у клиентов интерес посетить ее, и главная цель при этом — удовлетворение интереса за определенный, достаточно длительный промежуток времени (например, за неделю). *Вторичная дестинация* (остановка в пути) представляет собой место, в котором неизбежна остановка на пути к первичной дестинации. Основная задача вторичной дестинации — удовлетворение желаний туристов в течение одного-двух дней.

Многие специалисты предлагают для определения туризма сформулировать следующие постулаты:

- турист — тот, кто стремится удовлетворить свою естественную потребность в путешествиях. Желания и потребности туриста будут определять место назначения, которое он решит посетить, и деятельность, в которой он собирается принять участие;
- туристский бизнес предполагает деятельность с целью извлечения прибыли по производству и реализации продуктов и услуг, удовлетворяющих потребности туристов;
- для сферы гостеприимства туризм в основном выступает как позитивный фактор, позволяющий открывать новые рабочие места и увеличивать доходы

региона, однако он может оказать негативное воздействие на окружающую среду;

- туризм рассматривается национальными администрациями как фактор развития экономики, нередко без учета возможных негативных последствий (прямой и косвенный ущерб).

Исходя из этого, **туристскую деятельность** можно определить как ряд явлений и взаимоотношений, представляющих собой результат взаимодействия туристов, туристских предприятий, сферы гостеприимства, администрации в процессе привлечения, размещения и обслуживания посетителей. Тогда туризм определяется как совокупность составляющих: продуктов, сервиса, объектов показа и производственных единиц, предлагаемых индивидуальным потребителям или группам потребителей, временно оставляющих место постоянного проживания и направляющихся в определенные туристские пункты назначения (дестинации).

Несмотря на то, что эти два понятия очень схожи, все-таки **туризм отличается от путешествия**. Так, выявлено четыре главных отличия туризма от путешествия:

**1. Расстояние путешествия** – перемещение (временное) в другую дестинацию (местность или страну) – важнейший критерий в базисной теории тризма. Расстояние, на которое путешествующий должен отъехать от своего обычного (постоянного) места проживания, должно быть достаточным и необходимым для того, чтобы этот индивидуум взял ночевку.

**2. Местожительство путешествующего** – это важно для отнесения индивидуума к категории внутреннего или иностранного туристов. Этот критерий также определяет применимое право к регулированию отношений в связи с нахождением данного путешествующего в дестинации и его учета для целей статистики.

**3. Цели путешествия** – существует международная и национальная классификация целей. Главные цели туризма: развлекательные (аттрактивные), рекреационные и познавательные. Вторыми по значимости являются цели оздоровительные и лечебные, далее следуют профессионально-деловые, гостевые и пр.

**4. Продолжительность пребывания в дестинации** – к категории туриста (при присутствии всех прочих признаков) причисляется путешествующий и пребывающий в дестинации (вне места своего пребывания) в период более 24 часов, но не более 12 месяцев.

Принятое международными организациями понятие «турист» отличается от понятия «экскурсант»: турист проводит вне своего постоянного места жительства более суток, экскурсант — менее суток. Например, согласно ЮНВТО, **турист — временный посетитель**, т. е. лицо, которое находится в стране, не являющейся страной его местожительства, с любой целью, кроме осуществления оплачиваемой деятельности. Основные цели — учеба, лечение, транзит. Таким образом, турист — человек, который находится вне постоянного места жительства не менее 24 часов и не более года. В соответствии с рекомендациями ЮНВТО к категории туристов относятся также члены экипажей иностранных воздушных и морских судов, проводящие не менее одной ночевки в средствах размещения страны пребывания. К категории **экскурсантов** относятся проживающие на борту судна пассажиры морских и речных круизов, члены экипажей иностранных воздушных и морских судов, находящиеся в стране временного пребывания не более одного дня, а также, транзитные однодневные посетители.

Следует определить и категории путешественников, которые не считаются туристами и соответственно не учитываются статистикой. К ним относятся:

- лица, осуществляющие поездки в пределах привычной среды обитания;
- мигранты — граждане, меняющие место постоянного жительства на другое или покидающие место постоянного проживания на срок более года;
- лица без определенного места жительства — кочевники, бомжи;
- беженцы и вынужденные переселенцы;
- лица, которые путешествуют для занятия оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания;
- гастарбайтеры и жители приграничных районов — фронтальеры;
- представители дипломатических структур;
- военнослужащие, совершающие поездки с целью несения воинской службы, а также члены их семей;
- нелегальные эмигранты;
- заключенные, выдаваемые из определенных стран или регионов на родину;
- участники групповых поездок на туристских поездах, ночующие в вагонах;
- участники групповых поездок на автобусах, ночующие в их салонах;
- члены экипажей судов, поездов, ночующие в каюте или вагоне;
- члены экипажей воздушных судов, которые ночуют в месте посещения.

Итак, можно выделить следующие критерии, отличающие туристов от других категорий путешествующих лиц:

- поездки совершаются за пределы места постоянного проживания;
- время пребывания в месте туристского назначения составляет от 24 часов до года (полугода);
- четко выражен целевой компонент поездки;
- невозможность занятия в месте временного пребывания деятельностью, оплачиваемой из местного источника.

Туристы подразделяются в зависимости от типов туризма на два вида: международные и внутренние.

**Международный турист** — посетитель, путешествующий в какую-либо страну, не являющуюся страной его обычного места жительства и находящуюся за пределами основной среды данного лица, на срок, не превышающий 12 месяцев, главной целью которого не служит занятие деятельностью, оплачиваемой из источника в посещаемом месте, и осуществляющий по меньшей мере одну ночевку в коллективном или частном средстве размещения в посещаемой стране.

**Внутренний турист.** С его определением дело обстоит гораздо сложнее. По сей день специалисты ЮНВТО не имеют единой точки зрения по данному вопросу. В некоторых странах пытаются дать свое определение внутреннего туриста. Так, Комиссия по национальным туристским ресурсам ЮНВТО определяет внутреннего туриста как человека, который покидает место своего постоянного проживания с целью посещения места, расположенного не ближе 50 миль (80,5 км) от места проживания. Это путешествие может иметь цели профессиональные, развлечения, личные, другие, исключая индивидуальные дневные перемещения к месту работы. Для местного туриста нет необходимости оставаться в пункте назначения более 24 часов, это означает, что он может остаться на ночь в пункте назначения или вернуться домой в тот же день.

К составу туристских услуг причисляются и экскурсии. **Экскурсия** – туристская услуга, обеспечивающая удовлетворение духовных, эстетических, информационных и иных познавательных потребностей туриста или экскурсанта. **Экскурсант** – временный (однодневный) посетитель местности, населенного пункта, территории или другой страны, независимо от его гражданства, пола, языка и религии, находящийся в данной местности в целях туризма менее чем за 24 часа (т.е. не берет ночевку в данной дестинации). В процессе экскурсии участники имеют возможность познавать окружающий мир,

природные явления и образования, исторические ситуации, бытовые элементы, и сцены, достопримечательности местности, города, региона и др.

С древнейших времен достопримечательности были главной целью туристов. Так, первыми достопримечательностями считались Чудеса Древнего мира:

**1. Пирамиды Гиза (Египет)** – самые древние (2500 г. до н.э.) из всех чудес света, сохранившиеся до наших дней. Самая большая пирамида Хеопса является до сего времени одним из уникальных произведений человеческого разума по монументальности и своим размерам. Они доступны для осмотра и являют собой важный объект туристского показа практически для всех туристов, прибывающих в Египет. Наиболее крупные и известные пирамиды расположены вблизи столицы Египта Каира в местечке Гиза. Там же есть и гигантская статуя мифического существа – Сфинкса, самая большая из всех статуй сфинксов в мире, которая, наряду с пирамидой Хеопса, стала символом Египта. Это божество было позаимствовано у египтян греками, и в Древней Греции также известны статуи, отображающие льва с головой человека.

**2. Висячие сады Семирамиды** – они были сооружены в Вавилоне и представляют собой уникальное произведение, сочетающее изящные архитектурные формы и садово-парковые конструкции. Сады построены в 800 – 600 гг. до н.э. Навуходоносором для царицы Семирамиды в пределах стен королевского дворца в Вавилоне (город, который находился в древности на территории южного Ирака). Красивые сады были устроены на балконах, на крышах террас и зданий. Растения орошались водой, подаваемой насосами из реки Евфрат. Висячие сады были описаны весьма подробно классиками, имеются различные рисунки, но сами сады не сохранились и никаких их фрагментов не обнаружено.

**3. Статуя Зевса на Олимпе (Греция)** – величественная статуя повелителя богов, сидящего на троне. Статуя была создана в 430 г. до н.э., является одним из двух шедевров греческого скульптора Фидия (другой шедевр скульптора – статуя Афины в Парфеноне). Гигантская статуя находилась внутри огромного храма Зевса в Греции. Размеры статуи были внушительны – 12 м высоты. Каждого посетителя храма прежде всего поражала величина статуи. Одевание и волосы Зевса были из золота, обнаженные части тела – из слоновой кости, трон – из кедра, инкрустированного черным деревом и драгоценными камнями. Основа фигуры была вырезана из дерева, но от глаз посетителей это было скрыто слоновой костью и золотом.



**4.Храм Артемиды в Эфесе (Греция)** – культовое сооружение внушительных размеров и украшенное многочисленными статуями и иными произведениями античного искусства. Был построен по приказу царя Лидии Креза приблизительно в 550г. до н.э. Здание было богато украшено скульптурами и фресками. Храм был построен в честь Артемиды. Артемида была сестрой златокудрого Аполлона, дочь всемогущего Зевса. Артемида была богиней плодородия, покровительницей животных и охоты, а также богиней Луны. Святилище было огромно: длиной 110 м и шириной 55 м. Вокруг него возвышались два ряда каменных колонн высотой до 18 м. Изнутри храм был облицован мраморными плитами, а в центре главного зала стояла статуя Артемиды высотой 15 м. Основа статуи была деревянной, но сверху она была сплошь покрыта золотыми украшениями и драгоценностями.

**5.Мавзолей Галикарнасский (Бодрум, Турция)** – или могила Анатолия Мавсола, сооружена по приказу его сестры и вдовы Артемисии. Мавзолей был построен приблизительно между 353 и 351 гг. до н.э. архитектором Питием (или Питей) и украшен скульптурами четырех известнейших греческих воятелей (Скопас, Бриаксис, Леохар, Тимофей). Известны описания мавзолея, сделанные Плинием Младшим. Мавзолей простоял 19 веков. В XIII веке он рухнул от сильного землетрясения

**6.Колосс Родосский** – огромная статуя бога солнца Гелиоса была сооружена в гавани города Родос в 292-280 гг. до н.э. из бронзы и была укреплена с железом и камнем. Высота статуи 30 м, строилась она 12 лет. Согласно Филону, описание которого считается наиболее достоверным, Колосс представлял собой мужскую фигуру, стоящую на пьедестале из белого сверкающего мрамора, к которому для устойчивости были прикреплены его ступни огромного размера. В вытянутой руке Колосс держал факел. Когда он зажигался, то днем и ночью служил маяком. Конструкция гигантской статуи состояла из трех массивных каменных столбов, которые выполняли роль опор. На уровне плеч и в поясе столбы соединялись железными поперечными балками. Колосс простоял шестьдесят пять лет. В 222 году до н. э. статую разрушило землетрясение. Как пишет Страбон, «статуя лежала на земле, поверженная землетрясением и переломленная у коленей». Но и тогда Колосс вызывал удивление своими размерами. Плиний Старший упоминает, что лишь немногие могли обхватить обеими руками большой палец руки статуи.

**7.Фаросский маяк в Александрии (Египет)** – наиболее известный маяк древнего мира, построенный Птолемеем II приблизительно в 280г. до н.э. на острове Фарос. Высота маяка от основания до вершины составляла 180 м.

Александрийский маяк был уникальным техническим сооружением для своего времени. Основание сооружения – квадратное, следующие части поэтажно – восьмиугольные, вершина маяка – высокая круглая башня, наверх к светильнику вела круговая лестница. На верхушке третьей башни в объемистой бронзовой чаше зажигали огонь, отблеск которого при помощи сложной системы зеркал был виден за 100 миль. Через весь маяк проходила шахта, вокруг которой по спирали поднимались пандус и лестница. По шахте доставляли горючее для маяка. Маяк простоял почти тысячу лет, но в 796 г. н. э. был сильно поврежден землетрясением.

Также существуют достопримечательности, которые именуют «Новыми Чудесами Света». К ним относятся:

1. Великая Китайская стена (Пекин, Китай);
2. Мавзолей Тадж–Махал (Агра, Индия);
3. Колизей (Рим, Италия);
4. Древний город Петра (Иордания);
5. Статуя Христа (Рио–де–Жанейро, Бразилия);
6. Город инков Мачу–Пикчу (Перу);
7. Город майя Чичен–Ица (Мексика).

Для достаточно четкого определения сущности туризма достаточно выделить три его аспекта.

Во-первых, туризм следует рассматривать как вид досуговой деятельности отдыхающих, т. е. туристов.

Во-вторых, это специфический вид бизнеса: совокупностью отраслей, специализирующихся на обслуживании туристов.

В-третьих, туризм — сфера деятельности предприятий и отраслей сферы обслуживания и материального производства, обслуживающих туристский рынок.

Понимание мотивации людей, собирающихся в путешествие, является важным фактором для организаторов путешествий. Например, потребности путешествующих бизнесменов в сервисе и размещении будут кардинальным образом отличаться от запросов тех, кто путешествует с целью отдыха и развлечений.

## *Лекция 2: Понятия «Путешествие», «Досуг», «Туризм» и «Турист».*

Понятие туризма как миграционной рекреации теснейшим образом связано с понятием «путешествие». Коренным понятием для определений «туризм» и «турист» являются понятия «путешествие» и «путешественник». Путешествия и туризм — два неразрывно связанных понятия, характеризующих определенный образ жизнедеятельности человека. Главный признак — перемещение человека в иную местность или страну, континент, отличные от его обычного (постоянного) места проживания. Путешествие — термин, обладающий значительной общностью понятийного смысла и обозначающий перемещение людей в пространстве и времени. В путешествиях перемещаются отдельные индивидуумы, группы людей, объединенных единым интересом и целью, целые экспедиции специалистов и обслуживающего персонала. В ряде работ к путешественникам относят кочевые племена, сезонных сельскохозяйственных работников, международных трудовых мигрантов.

Туризм — это частный вид путешествия, связанный с использованием свободного времени в целях: оздоровительных, спортивных, познавательных, развлекательных, гостевых, паломнических или профессионально-деловых (это некоторое отклонение от понимания туризма как способа отдыха), но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте. В отличие от традиционного путешествия туризм — это перемещение людей в достаточно короткие промежутки времени. По статистике, наибольшую долю занимает туризм выходного дня (2–3 дня), далее следуют небольшие туристские поездки (6–7 дней), значительно меньшую долю занимают 8–12-дневные туристические поездки, более длительные поездки практически не поддаются учету по причине ничтожности своего удельного веса в общей массе.

«Турист — потребитель тура, туристического продукта или туристических услуг; временный посетитель местности, населенного пункта, территории или страны; находящийся в данной местности не менее 24 часов, но не более 12 месяцев в течение календарного года, или находящийся вне места своего проживания в пределах своей страны и осуществляющий, по меньшей мере, одну ночевку; путешествующий ради удовольствия или с познавательными, лечебными, деловыми целями и не занимающийся при этом деятельностью в месте временного пребывания, оплачиваемой из местного источника».

Статистически выделяются:

-внутренний турист,

- международный турист,
- экскурсант и посетитель.

Иностраный турист — это путешественник со следующими характеристиками:

- 1) цель путешествия — отдых, лечение, посещение родственников;
- 2) цель путешествия — участие в семинарах, конгрессах (научных, дипломатических, религиозных, управленческих, спортивных);
- 3) деловые цели;
- 4) участвующие в морском или речном круизе, даже если турист остается на судне менее 24 часов.

Во Временном руководстве по международному туризму ООН (1978 г.) в статистике туризма не учитываются: иностранные рабочие; мигранты, включая иждивенцев и сопровождающих; лица, следующие в целях обучения сроком более шести месяцев; военнослужащие, их иждивенцы и члены семей, за исключением следования в целях туризма; работники дипломатических служб, а также иждивенцы, члены семей, прислуга работников дипломатических служб; кочевники и беженцы, вынужденные переселенцы; регулярно мигрирующие в целях поиска работы граждане приграничных районов; транзитные путешественники; участники групповых поездок на туристских поездах и автобусах, ночующих в вагонах поездов или автобусов; члены экипажей морских судов, железнодорожных поездов, ночующие на судне или в вагоне поезда; члены экипажей воздушных судов, которые не проводят ночь в месте посещения; путешественники, проезжающие через страну без остановки, даже если их путешествие длится более 24 часов.

Сезонные колебания численности и состава туристов (рекреантов): организованные группы и неорганизованные «дикари» (самые неизученные и трудно поддающиеся учету), половозрастной состав, стихийность заездов и выездов приводят к затруднениям в проведении анализа туристских потоков, погрешностям учета населения и планирования торговли и других услуг. Возвращаясь к целям туристских поездок, стоит отметить, что в своей статистике UNWTO выделяет их в виде укрупненных блоков: отдых и развлечения; посещение друзей и родственников; лечение; религиозные цели; деловые и профессиональные цели; прочие туристские цели. За последние десятилетия соотношение основных целей международных туристских прибытий значительно изменилось. Доля туристских поездок с целями отдыха и развлечений постепенно сокращается и составляет теперь около половины всех поездок (53% по данным 2021 г.), доля поездок с деловыми и

профессиональными целями составляет около 13%, а доля поездок с целями посещения друзей и родственников, религиозными и оздоровительными целями значительно выросла и превышает четверть всех туристских поездок (27% по данным 2021 г.). UNWTO предполагает, что в ближайшие годы такое соотношение целей в общем сохранится. Однако все чаще туристы затрудняются в выделении основной цели своей туристской поездки, поскольку преследуют целый комплекс целей.

*Туризм – это специфический вид досуговой деятельности личности, который все больше привлекает к себе внимание исследователей различных специальностей. Понятие «досуг» — важное понятие социологии, педагогики, эстетики. Досуг наряду с отдыхом и развлечением выполняет функцию развития личности. А. Шопенгауэр назвал досуг венцом человеческого существования, так как только он делает человека полным обладателем своего «я».*

Досуг – это деятельность в условиях свободного времени, которая обеспечивает отдых и дальнейшее развитие личности. Исследователи выделяют две органично связанные и взаимодополняющие социальные функции досуга:

1. рекреативную, обеспечивающую снятие физического, психического напряжения и восстановление сил посредством активного отдыха;

2. развивающую, которая находит свое выражение во вовлечении личности в процесс непрерывного просвещения, любительского творчества, самоутверждения и самореализации своих творческих потенциалов.

Среди наиболее эффективных и социально значимых видов досуга существенное место принадлежит туризму. Рассмотрение взаимосвязей досуга и туризма позволяет, таким образом, более глубоко проникнуть в сущность туристской деятельности и более четко представить ее социально-культурные компоненты.

*Туризм – это вид досуга, связанный с временным перемещением людей с места своего постоянного проживания в другую страну или другую местность в пределах своей страны. Оно осуществляется в свободное время, с целями получения удовольствия, познания, отдыха, оздоровления, лечения, посещения гостей, но без занятия оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания*

В настоящее время туризм превратился в массовое социально-экономическое явление международного масштаба. Туризм в представлении большинства людей связан с отдыхом, удовольствием, новыми впечатлениями. Он стал характерной чертой образа жизни современного человека, стремящегося

к смене впечатлений, познанию яркого и разнообразного мира. С экономической точки зрения туризм — это особый вид потребления туристами материальных благ, услуг и товаров, который выделяется в отдельную отрасль хозяйства. Она обеспечивает туристов всем необходимым: транспортными средствами, объектами размещения, питания, культурно-бытовыми услугами, развлечениями. Для многих стран туризм стал весомой статьёй государственных доходов и входит в число наиболее перспективных отраслей национальной экономики. В сфере туризма занято свыше 250 млн человек. На его долю приходится около трети мировой торговли услугами, 7,9 % мировых доходов от экспорта, 11 % мировых потребительских расходов, 7 % общего объема инвестиций, 5 % всех налоговых поступлений. Туризм оказывает огромное влияние на развитие транспорта, строительства, связи, торговли, сельского хозяйства, производство товаров народного потребления, выступая катализатором социально-экономического развития. Туризм также представляет собой форму международного сотрудничества. Расширяется география путешествий, охватывая новые направления, страны и регионы, соответственно растет количество международных поездок.

Основные причины роста интереса к путешествиям. *достижение политической и экономической стабильности в ряде стран и регионов; безопасность путешествий; рост доходов населения и улучшение качества жизни обеспеченных людей; повышение культурного и образовательного уровня населения; увеличение свободного времени; упрощение формальностей, возникающих при пересечении государственных границ; развитие транспорта, рост мобильности перемещения в пространстве; ухудшение экологической обстановки в промышленно развитых странах и в больших городах; развитие стресса в условиях напряженной работы и рост потребностей в хорошем, качественном отдыхе, восстанавливающем силы.*

Туризм — совокупность отношений и явлений, которые возникают во время перемещения и пребывания людей в местах отличных от их постоянного места проживания и работы. Посетитель — лицо, которое путешествует и осуществляет пребывание в местах, находящихся за пределами его обычной среды, на срок не более 12 мес. с любой целью, кроме занятий деятельностью, оплачиваемой из источников в посещаемом месте. Турист — это частный случай посетителя, который при выезде за пределы обычной среды осуществил как минимум одну ночевку. Однодневные посетители (т. е. на срок менее 24 часов и без ночевки) называются экскурсантами.

Термин туризм (*tourism*) первым употребил В. Жекмо в 1830 г. Слово "туризм" происходит от французского "tour", что значит "прогулка". До недавнего времени в каждой стране понятия "туризм" и "турист" определялись по-своему. В нашей стране в связи с тем, что туризм и санаторно-курортные учреждения управлялись разными системами, понятие "турист" ограничивалось участниками туристских путешествий и походов и отделялось от понятия "отдыхающий" в санаториях, пансионатах и домах отдыха. В других странах различные виды рекреационной деятельности также часто определялись различными терминами. С развитием туризма в современном мире, особенно международного, и с созданием международных туристских организаций возникла необходимость дать общепринятое определение понятию "туризм".

*Туризм - активный отдых, влияющий на укрепление здоровья, физическое развитие человека, связанный с передвижением за пределами постоянного места жительства. Более широкую характеристику понятия представила Академия туризма в Монте-Карло: "Туризм - общее понятие для всех форм временного выезда людей с места постоянного жительства в оздоровительных целях, для удовлетворения познавательных интересов в свободное время или профессионально-деловых целей без занятий оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания".*

С позиций экономической науки туризм - большая экономическая система с разнообразными связями между отдельными элементами в рамках народного хозяйства отдельной страны, связей национальной экономики с мировым хозяйством в целом, а также сфера экономической деятельности, включающая производство и реализацию туристских услуг и товаров различными организациями, располагающими туристскими ресурсами.

Как вид досуговой деятельности туризм - временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или местность в пределах своей страны в свободное от основной работы время с целью удовлетворения потребностей в отдыхе, развлечении, познании, оздоровлении, а также для решения профессиональных или каких-либо других проблем, но без оплачиваемой работы в посещаемом месте.

*Итак, "Туризм есть деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и прочими целями". В этом определении заложены три критерия: выезд за пределы обычной среды; временный характер передвижения; цели поездки.*

Цель туризма - один из главных и определяющих его признаков. В классической теории туризма признается всего шесть общих целей, по которым туризм отграничивается от путешествий вообще:

- оздоровительная (восстановление духовных и физических сил человека, а также лечение);
- познавательная (совершенствование и углубление знаний о природе естественных явлений, прошлом и настоящем человечества, истории и культуре других стран и народов);
- спортивная (подготовка и участие в соревнованиях и играх на профессиональном и любительском уровнях, сопровождение спортсменов, а также участие в качестве зрителей);
- профессионально-деловая (бизнес-поездки, участие в конференциях, конгрессах, семинарах, обмен опытом, профессиональное обучение);
- религиозная (паломнические, культовые, культурно-исторические по изучению религии и культов);
- гостевая и ностальгическая (посещение родственников, мест исторического проживания).

Туризм выполняет и разнообразные функции:

- восстановительная - освобождение человека от чувства усталости путем контрастной смены обстановки и вида деятельности;
- развивающая - предоставление возможностей для развития личности (расширение кругозора, творческой и организаторской деятельности);
- развлекательная - предоставление отдыхающим возможности развлечься; сюда также относят знакомство с местностью, ее жителями, организацию концертов, спортивных и других мероприятий, активный отдых;
- экономическая - проявляется через спрос и потребление туристов, а потребности туристов подразделяются на основные, специфические и дополнительные; эта функция обеспечивает восстановление трудоспособности, занятость населения, прибыль;
- социальная - рост уровня жизни населения, распределение бюджета и рациональное использование свободного времени.

**Путешествие и туризм.** Путешествие и туризм весьма близкие понятия. Всегда присутствует характерное действие, определяющее и обособляющее собственно путешествие от иных сфер деятельности - перемещение человека в иную местность или страну, континент, отличные от его обычного местонахождения или проживания.



Путешествуют: отдельные индивидуумы; группы лиц, объединенных едиными интересом и целью; целые экспедиции, в том числе военные, в составе которых могут быть несколько сотен или даже тысяч специалистов; дипломаты, мигранты и переселенцы. Для отдельных народов путешествие - образ жизни, установившийся веками и вызванный климатическими особенностями местности проживания. К ним относятся, например, кочевые племена. Кочевники вместе со стадами животных ежегодно перемещаются *по* мере освоения пастбищ, причем их не останавливают даже границы государств.

Туризм - частный случай путешествий. Однако он имеет четкие отграничения из общности, строго определенные характеристики. Известно множество определений туризма в понятийном смысле, и, разумеется, человек, совершающий или участвующий в туристском путешествии, туристской поездке, походе, именуется в общем случае туристом. В отличие от путешествий туризм - категория, испытывающая сильное влияние экономики и политики, в довершение всего, обладает дуализмом внутренней природы явления.

- *Во-первых*, в отличие от путешествий туризм - перемещение людей в достаточно короткие промежутки времени. Длительные путешествия совершаются единицами индивидуумов. По статистике наибольшую долю занимает туризм выходного дня (2-3 дня), далее следуют небольшие туристские поездки (6-7 дней), значительно меньшую долю занимают туры на 8-12 дней. Все остальные, более длительные, туристские поездки выпадают из статистики *по* причине ничтожности своего удельного веса в общей массе.

- *Во-вторых*, для туризма важно определить категорию места постоянного проживания (местожительство). Туризм предусматривает выезд людей с места своего постоянного проживания в иную местность, страну в целях туризма. Перемещения в пределах местности постоянного проживания, например ежедневные поездки на работу, не могут быть отнесены к туризму.

- *В третьих*, определение периода свободного времени исходит из общего понимания туризма как способа отдыха. Оно не совсем справедливо для некоторых видов туризма, например для профессионально-делового, участники которого чаще всего совершают поездки как специалисты, командированные фирмой.

- *В-четвертых*, важнейшая категория - цель туризма, позволяющая четко выделить виды деятельности, относящиеся к туризму и подпадающие под льготные таможенные, налоговые и иные режимы, устанавливаемые государствами исключительно для туризма. Главные цели туризма: развлекательные (аттрактивные), рекреационные и познавательные.

Вторые по значимости - оздоровительные и лечебные, далее следуют профессионально-деловые, гостевые и др.

• *В-пятых*, туризм - важная составляющая экономики многих государств, обеспечивающая занятость местного населения, загрузку гостиниц и отелей, ресторанов, зрелищных мероприятий, поступление иностранной валюты. Туризм основан на эксплуатации местных туристских ресурсов, приносящей данной местности или государству доход.

**Путешествие** - это перемещение людей во времени и пространстве, а человек, совершающий путешествие, независимо от целей, направлений и средств передвижения, временных промежутков, **именуется путешественником**.

В качестве итога можно выделить четыре концептуальные характеристики (критерия) туризма, заложенных в определении данного феномена:

- временной - перемещение, ограниченное определенными временными рамками от 24 часов до полугода или года;
- пространственный - перемещение граждан в пространстве с места (или страны) постоянного проживания в некое иное место (или страну), контрастирующее с местом жительства;
- целевой (мотивационный) - туризм предполагает осуществление поездок граждан с четко определенными целями;
- деятельностный - исключает возможность трудовой деятельности в месте временного пребывания, оплачиваемой из местного бюджета.

Для того чтобы установить значение туризма и полнее описать сферу его деятельности, необходимо в первую очередь **выделить различные группы субъектов, которые взаимодействуют в туризме**.

- 1. Туристы.** Это люди, которые испытывают различные психические и физические потребности, природа которых определяет направления и виды участия этих людей в туристской деятельности.
- 2. Организации,** предоставляющие туристам товары и услуги. Это предприниматели, которые видят в туризме возможность получать прибыль посредством предоставления товаров и услуг с учетом спроса на туристском рынке.
- 3. Местные органы власти.** Рассматривают туризм как важный фактор экономики, связанный с доходами, которые местные граждане могут получать от этого бизнеса в виде налогов, поступающих в местный бюджет.

**4. Принимающая сторона.** Местное население, воспринимающее туризм в первую очередь как фактор занятости населения. Для этой группы важным является результат взаимодействия с туристами, в том числе иностранными.

Таким образом, **туризм** может быть определен как совокупность явлений и взаимоотношений, возникающих при взаимодействии туристов, поставщиков, местных органов власти и местного населения в процессе туристской деятельности. Путешествия, туризм - это комплекс родственных сфер бизнеса. Наиболее близкой к туризму профессией является распространение туров, т. е. работа туристских агентств.

Туризм основан на эксплуатации местных туристских ресурсов, приносящей данной местности или государству доход. Туризм в зависимости от составляющих услуг и обслуживаемых категорий населения разделяется на внутренний и международный.

**Внутренний туризм** - временный выезд граждан конкретной страны с постоянного места жительства в пределах национальных границ той же страны для отдыха, удовлетворения познавательных интересов, занятий спортом и в других туристских целях. Внутренний туризм не представляет собой, отдельную сферу, а связан со всеми другими секторами национальной жизни.

**Международный туризм** - систематизированная и целенаправленная деятельность предприятий сферы туризма, связанная с предоставлением туристских услуг и туристского продукта иностранным туристам на территории Азербайджанской Республики (въездной туризм) и предоставлением туристских услуг и туристского продукта за рубежом (выездной туризм). Туризм во многих странах - деятельность, находящаяся под пристальным вниманием государства как экономически выгодная и прибыльная отрасль.

Имеет также место понятие **национальный туризм** - совокупность деятельности в сфере внутреннего и выездного туризма, т. е. обслуживание туристов из числа жителей своего государства.

По способу организации различают плановый и самодеятельный туризм.

**Плановый туризм** - любые виды туризма, разрабатываемые и реализуемые организаторами туризма - туроператорами. Плановый туризм регулируется государством с помощью законодательных и нормативных актов. Он составляет основу индустрии массового туризма.

**Самодеятельный туризм** - специфический вид общественной туристской деятельности, осуществляемый на добровольной самодеятельной (любительской) основе. Самодеятельный туризм основывается на деятельности

добровольных туристских объединений, союзов и туристских клубов, которые издают собственные нормативные акты, регулирующие туристскую деятельность, проводят походы, туристские слеты и соревнования, издают собственную туристскую методическую литературу и периодические издания.

**Социальный туризм** - разновидность туризма, субсидируемая из средств, выделяемых на социальные нужды в целях создания условий для путешествий школьникам, молодежи, пенсионерам, инвалидам, ветеранам войны и труда и иным гражданам, которым государство, государственные и негосударственные фонды и иные благотворительные организации оказывают социальную поддержку как наименее обеспеченной части населения при использовании их права на отдых.

**Турист** - потребитель тура, туристского продукта или туристских услуг; временный посетитель местности, населенного пункта, территории или страны независимо от его гражданства, национальности, пола, языка и религии; находящийся в данной местности не менее чем 24 ч, но не более 12 месяцев в течение календарного года, или находящийся вне места своего проживания в пределах своей страны и осуществляющий по меньшей мере одну ночевку; путешествующий ради удовольствия или с познавательными, лечебными, деловыми целями и не занимающийся при этом деятельностью в месте временного пребывания, оплачиваемой из местного, источника.

Выделяют следующих участников туризма: международный турист, внутренний турист, экскурсант, посетитель.

**Международный (иностраный) турист** это лицо, путешествующее в целях туризма в другую страну, не являющуюся страной его обычного местожительства и находящуюся за пределами его обычной среды, на срок не менее 24 ч, без занятия оплачиваемой деятельностью.

**Внутренний турист.** Ночующий временный посетитель, т. е. совершающий в посещаемом месте как минимум одну ночевку, постоянно проживающий в определенной местности и путешествующий в целях туризма в иную местность в пределах своей страны, но вне пределов его обычного обитания на срок, не превышающий 12 мес, и не занимающийся оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания.

**Экскурсант.** Временный (однодневный) посетитель местности, населенного пункта или страны, независимо от его гражданства, пола, языка и религии, находящийся в данной местности в целях туризма менее чем 24 ч.

К категории экскурсантов относятся пассажиры яхт и других круизных судов, участники туристских железнодорожных маршрутов. Экскурсанты не учитываются в статистике туризма.

**Посетитель:** это лицо, посещающее страну, вне своего места жительства, с любой целью, кроме занятий оплачиваемой деятельностью. Это определение включало:

1. Туристов как временных посетителей, остающихся в стране как минимум 24 часа и имеющих целью путешествия следующие направления:

- отдых, лечение, обучение, паломничество, спорт и т. д.;
- деловые поездки, посещение родственников, участие в конгрессах.

2. Экскурсантов как временных посетителей, находящихся в стране менее 24 часов.

### *Лекция 3: Факторы, влияющие на туризм. Туризм как освежение общественной жизни.*

Туризм – это особая сфера предпринимательской деятельности, которая отличается интегрированным характером экономических отношений взаимодействия и взаимной зависимости объектов производственных и непроизводственных отраслей, предоставляющих универсальный продукт (набор услуг, разнообразные виды работ, разнопрофильные товары)

На эффективную деятельность индустрии туризма влияет целый ряд факторов, которые во многом определяют её уровень развития. Проведём классификацию факторов по критериям определённости и степени риска. Во многих странах высокая конкурентоспособность индустрии туризма объясняется тем, что является одновременно:

- потребителем услуг (товаров) и работ, оказываемых различными отраслями экономики (транспорт, пищевая промышленность, гостиничный бизнес и т. д.);
- крупнейшим работодателем; – мультипликатором для развития других групп товаров и услуг;
- налоговым плательщиком в государственный бюджет различных уровней.

*Индустрия туризма выгодна не только для страны в целом, но и привлекательна для малых и средних предприятий, не говоря о крупном бизнесе, по следующим причинам:*

- небольшие стартовые инвестиции;
- растущий спрос на данные услуги;
- высокий уровень рентабельности;
- минимальный срок окупаемости затрат.

Лидером туристских потоков является Европа. Такое место обеспечивается:

- во-первых, наличием туристских ресурсов, включающих многообразные формы рельефа и климата, культурно-историческими достопримечательностями;
- во-вторых, это связано с территориальной близостью стран Евросоюза, совместным решением информационных проблем, свободным перемещением через границы, многонациональной культурой, широкой рекламой;
- в-третьих, развитой туристской инфраструктурой. Азиатско-тихоокеанский регион (АТР) заменил Американский регион на второй позиции. Это связано с ограничением въезда в США, сложностью получения визы, особенно после террористических актов, и множеством проверок. АТР считается направлением будущего, Китай вместе с Гонконгом привлекают все больше и больше посетителей.

Природный фактор – наличие туристско-рекреационных ресурсов, влияет на эффективность формирования рынка туризма. Загрязнение природы заставляет искать места с лучшей экологией, так как люди хотят во время отдыха улучшить своё здоровье.

Решения о развитии туризма принимаются не только путём изучения предпочтений клиентов, но и демографических тенденций в мире. Так, снижение воспроизводства населения в некоторых странах сопровождается увеличением числа путешественников пожилого возраста. Такая тенденция связана с падением рождаемости, с одной стороны, и увеличением средней продолжительности жизни – с другой.

*Большое значение имеет и лёгкость получения виз в страны.* С пониманием возрастающей роли туризма многие страны идут на упрощение визового режима, особенно в туристический сезон.

Роль и поддержка индустрии туризма на уровне государства очень часто является одной из определяющих. *Отношение государства к данной сфере предпринимательства имеет первостепенное значение для:*

- развития инфраструктуры, особенно транспорта и коммуникаций; – создания условий для обучения кадров;
- защите прав потребителей;
- проведения инвестиционной политики;
- выделения средств на рекламу и информацию о стране;
- продвижения туристских услуг на иностранные рынки.

Основу развития туристической индустрии формируют следующие существенные моменты:

- Увеличение доли въездного туризма;
- Уменьшение диспропорции между ресурсным обеспечением и степенью его использования;
- Пропаганда национального туристического продукта;
- Государственная поддержка отечественного туризма

Являясь сложной социально-экономической системой, туризм подвержен влиянию со стороны многочисленных факторов, роль которых в каждый момент может быть различной как по силе, так и по продолжительности воздействия на развитие туризма. Поэтому их учет объективно необходим для организации эффективной туристской деятельности.

**Фактор в туризме** — это момент, существенное обстоятельство туристской практики.

Основные факторы, влияющие на развитие туризма, разделяют на две группы:

▪ **статичные**, имеющие неизменное во времени значение. В эту группу в первую очередь входит рекреационно-ресурсный потенциал территории, выражающийся в количестве и качестве природных и культурно-исторических ресурсов;

▪ **динамичные** — политические, социально-демографические, финансово-экономические, материально-технические. Следует отметить и изменение стереотипа жизни человека со статичного на динамичный, причем данное явление имеет массовый характер.

Факторы, воздействующие на туризм, подразделяются на два вида:

- внешние (экзогенные);
- внутренние (эндогенные).

**Внешние факторы** воздействуют на туризм посредством происходящих в жизни общества изменений и имеют неодинаковую значимость для различных элементов системы туризма.

К числу важнейших внешних факторов, влияющих на развитие туризма, относятся:

- природно-географические;
- культурно-исторические;
- экономические;
- социальные;
- демографические;
- политико-правовые;
- технологические;
- экологические.

*Природно-географические* (море, горы, леса, флора, фауна, климат и т.д.) *культурно-исторические* (памятники архитектуры, истории и культуры) факторы как основа туристских ресурсов являются определяющими при выборе туристами того или иного региона для посещения.

Богатство природных и культурно-исторических ресурсов, возможность и удобство их использования оказывают существенное влияние на масштабы, темпы и направления развития туризма.

Необходимо учитывать, что природные явления могут приводить как к всплескам, так и спадам туристской активности. В целом природно-географические и культурно-исторические факторы создают предпосылки для развития туризма и имеют непреходящую, неизменную ценность. Человек может лишь приспособить их к своим нуждам и сделать более доступными для использования в туристских целях.



Влияние *экономических факторов* на туризм главным образом обусловлено тем, что между тенденциями развития туризма и экономики наблюдается тесная взаимосвязь. Существует прямая зависимость между экономическим развитием страны, объемом национального дохода и материальным благосостоянием ее граждан. Поэтому государства с развитой экономикой, как правило, лидируют на мировом рынке по количеству туристских поездок своих граждан.

От экономического положения государства зависят не только доходы населения, но и уровень развития материально-технической базы и инфраструктуры туризма.

К числу *экономических факторов* относятся также инфляция, процентные ставки, колебания реальных обменных курсов валют. Так, изменения обменных курсов существенно влияют на объем туристских потоков между странами с сильными и слабыми валютами. Развитие туризма очень чувствительно к тому, в какой фазе экономического цикла — подъема или спада — находится не только национальная, но и мировая экономика. Так, во время экономического кризиса 80-х гг. XXв. число международных туристских прибытий значительно сократилось.

Среди *социальных факторов* развития туризма в первую очередь необходимо отметить увеличение продолжительности свободного времени населения. Увеличение продолжительности свободного времени объективно связано с современной научно-технической революцией, в условиях которой возрастает значение умственного труда, усиливаются производственная и бытовая напряженность. Все это приводит к физическому и психологическому переутомлению людей, что требует принятия дополнительных мер по восстановлению работоспособности. Достижению этой цели во многом способствует туризм.

К числу *социальных факторов* развития туризма относится также повышение уровня образования, культуры, эстетических потребностей населения. Исследования свидетельствуют, что существует прямая зависимость между уровнем образования людей и склонностью к путешествиям. Это объясняется тем, что лица с более высоким уровнем культуры и образования способны рациональнее распределять свое свободное время, использовать его для познания с помощью туризма окружающей среды, ознакомления с историей, жизнью, бытом, фольклором и искусством других стран и народов.

Постоянное влияние на развитие туризма оказывают *демографические факторы*, касающиеся численности населения, размещения его по отдельным странам и регионам, половозрастной структуры (с выделением трудоспособного

населения, учащихся и пенсионеров), семейного положения и состава семей. Так, рост населения в мире в целом и его отдельных регионах прямо пропорционально влияет на увеличение числа туристов. Статистические данные свидетельствуют, что туристские потоки из стран, имеющих повышенную плотность населения, интенсивнее, чем из стран с меньшей плотностью населения. Исследования показывают, что неженатые (незамужние) люди более мобильны, чем семейные, а женщины проявляют к туризму больший интерес, чем мужчины.

К группе демографических факторов относится также урбанизация (увеличение доли городского населения), степень которой прямо пропорциональна интенсивности туристских поездок. Самый высокий уровень урбанизации в странах Северной Америки (77 %) и Европы (71 %), которые и являются основными «поставщиками» туристов.

*В демографической структуре населения развитых стран происходят следующие изменения:*

- население стареет (снижение уровня рождаемости приводит к более высокой доле лиц старших возрастов, численность же младших возрастных групп, в частности от 15 до 24 лет, неуклонно уменьшается);
- увеличивается число работающих женщин, растет их стремление сделать карьеру (это приводит к позднему вступлению в брак, откладыванию рождения ребенка, росту числа бездетных семейных пар);
- растет число одиноких людей (в крупных городах они составляют до половины всего населения).

Процессы, протекающие в демографической среде, обуславливают две тенденции в развитии туризма: первая — это расширение круга потенциальных туристов, когда у все большего количества людей появляются желание и возможность путешествовать; вторая — увеличение удельного веса пожилых людей (в основном пенсионного возраста) в общей численности туристов (в настоящее время он достиг 40 %). Данное обстоятельство позволяет сделать вывод о глубоких последствиях этого феномена для туризма.

Значительное влияние на развитие туризма оказывают *политико-правовые факторы*: политическая обстановка в мире и отдельных странах; политика открытия границ; смягчение административного контроля в сфере туризма; унификация налоговой и денежной политики. *Серьезную угрозу туризму представляет терроризм и экстремизм.*

*Технологические факторы, связанные с прогрессом в технике и технологиях, в значительной степени воздействуют на развитие туризма, открывают*

возможности для производства новых видов услуг, их сбыта и совершенствования обслуживания клиентов.

*Развитие науки и техники способствует совершенствованию средств массового производства туристских услуг (гостиничного хозяйства, транспорта, бюро путешествий).* Так, коренная техническая реконструкция транспорта позволила создать комфортабельные условия для перевозки большого количества путешественников. Удобные, быстрые, сравнительно доступные транспортные средства (прежде всего авиация) для перевозки туристов на большие расстояния в значительной степени способствовали развитию туризма.

Дальнейшее развитие транспорта и его воздействие на туризм будет, по мнению специалистов, идти по двум основным направлениям: количественное развитие (увеличение числа различных видов транспорта); качественное развитие (повышение скорости движения, безопасности перевозок и комфорта пассажиров).

Особо следует отметить внедрение в индустрию туризма компьютерной техники, без чего организация массовых туристских путешествий в настоящее время невозможна. Информационные технологии позволяют интегрировать производство туристских продуктов и их распределение. Интернет в туризме не только выполняет функцию передачи и обмена информацией, но и формирует новую систему сбыта, которая напрямую связывает конечных потребителей с поставщиками туристских услуг и уже сегодня составляет реальную конкуренцию традиционным каналам реализации туристских продуктов.

*Научно-технический прогресс несет в себе не только огромные возможности, но и серьезные угрозы для туристских предприятий.* Любые новшества грозят вытеснением устаревших технологий и методов работы, что чревато самыми серьезными последствиями, если не проявить должного внимания, учету факторов технологического характера.

*Экологические факторы* оказывают на туризм самое непосредственное воздействие, так как окружающая среда является основой и потенциалом туристской деятельности.

Непропорциональное развитие туризма может подрывать саму основу его существования: туризм потребляет природные ресурсы; в центрах массового туризма этот процесс приобретает разрушительный характер (изменение естественных условий, ухудшение жизненных условий людей, животного и растительного мира и т.д.). Разрушение природной среды влечет за собой спад туристского предложения (проблема монокультуры туризма).

Взаимосвязь туризма с окружающей природной средой сводится в основном к следующему:

- необходимым условием существования и развития туризма является природная среда (примерный перечень проблем: качество среды обитания человека; естественные факторы туристского происхождения и их влияние на туристское предложение);
- туризм негативно влияет на окружающую среду (примерный перечень проблем: рациональное использование природных ресурсов в целях туризма; предотвращение разрушения ландшафта, загрязнения воды, воздуха и т.п.);
- туризм сохраняет окружающую среду (примерный перечень проблем: защита и сохранение природы и памятников культуры; рациональное природопользование; формирование экологического сознания у туристов и производителей туристских услуг и т.д.).

**Внутренние факторы**, воздействующие на туризм, — это ключевые явления и тенденции, проявляющиеся непосредственно в его сфере. К ним в первую очередь относятся материально-технические факторы, связанные с развитием средств размещения, транспорта, предприятий питания, бытового обслуживания, рекреационной сферы, розничной торговли и т.д. Кроме того, необходимо выделить следующие факторы, напрямую связанные со спросом и предложением туристских услуг:

- рост информированности потребителей и изменение их предпочтений, что влечет за собой переход от стандартизированного массового туризма к дифференцированному с более гибкими и разнообразными формами обслуживания;
- возрастание роли координации деятельности в сфере туризма и процессов монополизации (партнерские отношения крупных фирм со средним и малым бизнесом; создание туристских союзов на основе вертикальной интеграции; централизация и глобализация туристского бизнеса и т.д.);
- обеспечение сферы туризма кадрами (увеличение численности работников; повышение значения их профессиональной подготовки; улучшение организации труда и т.д.);
- содействие развитию частного туристского бизнеса (создание условий, при которых обеспечивается эффективная реализация туристских услуг на основе профессионального маркетинга, что, в свою очередь, вызывает необходимость повышения квалификации персонала);
- повышение значимости средств массовой информации в рекламе и продвижении туристских услуг.

Особое место среди факторов, оказывающих влияние на развитие туризма, занимает *сезонность*, выступающая как важнейшая специфическая проблема.

Сезонность — это свойство туристских потоков концентрироваться в определенных местах на протяжении небольшого периода времени. С экономической точки зрения она представляет собой повторяющиеся колебания спроса с чередующимися пиками и спадами. В странах Северного полушария с умеренным климатом основными («высокими») сезонами являются летний (июль—август) и зимний (январь—март). Кроме того, выделяются межсезонье (апрель—июнь, сентябрь) и «мертвый сезон» (октябрь—декабрь), при которых туристские потоки затухают и спрос снижается до минимума.

Особенности сезонности спроса в туризме состоят в следующем:

- она значительно различается по видам туризма. Так, познавательный туризм характеризуется менее значительными сезонными колебаниями, чем рекреационный. Более низкая сезонная неравномерность спроса характерна также для лечебного и делового туризма;

- различные туристские регионы имеют специфические формы сезонной неравномерности спроса. Поэтому можно говорить о специфике туристского спроса в определенном населенном пункте, районе, стране, в мировом масштабе. Так, согласно статистическим данным, в Европе на два летних месяца приходится до половины всех туристских поездок. В странах, где годовые колебания температуры и других элементов климата незначительны, сезонность туризма проявляется слабее (например, Марокко имеет круглогодичный туристский сезон);

- сезонность в туризме определяется главным образом факторами климатического, социального и психологического характера.

Климатические факторы связаны с тем, что в большинстве регионов мира погодные условия для путешествий, отдыха, лечения, занятий спортом различаются по месяцам года.

На сезонность спроса влияют также факторы психологического характера (традиции, подражание, мода). Пики и спады туристской активности во многом можно объяснить консерватизмом большинства туристов, т.е. укоренившимся мнением, что лето — самое благоприятное время для проведения отпусков.

Сезонные колебания туристского спроса оказывают негативное влияние на национальную экономику. Они приводят к вынужденным простоям материально-технической базы, порождают проблемы социального плана. То обстоятельство, что большая часть предприятий туристской индустрии и ее персонала используется лишь несколько месяцев в году, является причиной

увеличения удельного веса условно-постоянных расходов в себестоимости туристских услуг. Это уменьшает возможности проведения гибкой ценовой политики, затрудняет действия туристских предприятий на рынке и снижает их конкурентоспособность.

Итак, на развитие туризма влияют как позитивные, так и негативные факторы, связанные с политической, законодательно-правовой и социально-экономической ситуацией в стране и в мире. *К положительным факторам развития рынка туристических услуг относят:*

- Стабильность и открытость политики и экономики
- Рост общественного богатства и доходов населения;
- Сокращение рабочего и увеличение свободного времени;
- Развитие транспорта, средств коммуникаций и информационных технологий;
- Усиление урбанизации;
- Построение интеллектуального общества;
- Поощрение национальных и иностранных инвестиций в развитие индустрии туризма;
- Укрепление позиций страны на мировом туристическом рынке;
- Упрощение и гармонизация налогового, валютного, таможенного, пограничного и других форм регулирования;
- Стимулирование туризма для детей, молодежи, пожилых людей, инвалидов и малообеспеченных семей путем предоставления льгот;
- Содействие развитию индустрии приоритетной туристической деятельности.

*К негативным факторам развития рынка туристических услуг относят:*

- Напряженность в международных отношениях;
- Нестабильность политики и закрытость экономики;
- Стагнация экономики и падения благосостояния населения;
- Неустроенность туристических ресурсов;
- Неразвитость индустрии туризма;
- Нерациональное использование культурно — исторической и культовой наследия и окружающей среды;
- Низкий уровень доходов населения и недостаток свободного времени;
- Загрязнение окружающей среды и экологическая опасность;
- Недооценка роли туризма в интеллектуализации общества;
- Отсутствие эффективных стимулов инвестирования развития индустрии туризма на равной и мировых стандартов;
- Недооценка роли туристического бизнеса в наполнении бюджета.

**Лекция 4. Формы туризма.**  
**Виды туризма по цели и признакам.**

В настоящее время существует очень много классификаций туризма. Однако одной из основных является классификация туризма в зависимости от потребностей путешествующих. Сам турист является активным или пассивным субъектом туристической деятельности. Туристская деятельность со временем видоизменялась от традиционных видов, связанных с культурой, спортом, до новейших, таких как приключенческий туризм, сельский и т.д. Но постоянно появляются все новые и новые виды.

Итак, рассмотрим основные виды туризма по потребностям.

**Культурно-познавательный туризм.** В его основе лежит потребность туриста в расширении его культурного кругозора. Этот вид туризма знакомит с культурными ценностями. При этом турист получает знания без принуждения, по собственному выбору.

Культурно-познавательную деятельность можно сгруппировать следующим образом:

- знакомство с различными историческими, архитектурными или культурными эпохами путем посещения архитектурных памятников, музеев, исторических маршрутов и т.д.;
- посещения культурных или артистических представлений: музыкальных, кино или театров, концертов, выставок;
- посещение лекций, семинаров, курсов иностранного языка.

**Спортивный туризм.** Различают 2 вида спортивного туризма:

- активный,
- пассивный.

При активной основе является потребность в занятии каким-либо видом спорта. При пассивном - это интерес к виду спорта, наблюдение.

Спортивный туризм является традиционной формой деятельности. Новые формы спортивного туризма значительно оживили его в последнее время.

В этот вид туризма входит следующая спортивная деятельность:

1. **Водный туризм**, является активной формой деятельности, известной с давних времен в странах, имеющих водные ресурсы. В последнее время с возникновением новых современных форм он переживает подъем. Имеется в виду использование различных типов судов (под парусом или с мотором), которые приобретаются туристами или берутся на прокат. Основной инфраструктурой этого вида туризма является спортивный порт.

2. *Зимний спорт*. Практика зимнего спорта является традиционной туристской деятельностью. Она имеет разновидности: альпийские лыжи, горные лыжи, катание на санях и т.д. Как правило, зимний туризм базируется на горных зимних станциях.

3. *Охота и рыболовство*. Деятельность, связанная с охотой и рыболовством, является традиционной формой туризма. Однако, она осуществляется согласно определенным правилам. Необходимо наличие специальной лицензии или разрешения. Охота и рыболовство зависят от географического положения, времени года и соответствующих разрешений и запретов, имеющих целью сохранить отдельные виды животных и рыб.

Одним из вариантов охоты является сафари в заповедниках в Африке. Следует отметить, что эти 2 вида спортивного туризма являются достаточно специфическими и имеют своих приверженцев.

4. *Гольф* является еще одной разновидностью спортивного туризма. Практика этого вида туризма возникла в Великобритании и затем распространилась на другие страны мира, главным образом в Европе и США. Необходимо отметить, что спортивный туризм должен обладать широкой инфраструктурой. Она включает пункты проката спортивного оборудования, зоны обслуживания: раздевалки, технические службы; наличие специальных сооружений: поля, корты, бассейны, катки и т.д. В связи с повышенным риском и травмоопасностью предполагается наличие медицинских пунктов. Кроме того, необходима и зона дополнительного обслуживания, включающая объекты проживания, питания, магазины, дискотеки и т.д.

**Приключенческий туризм.** Приключенческий туризм можно условно разделить на 2 части:

- приключенческий спорт,
- приключенческие путешествия.

#### 1. *Приключенческий спорт*.

В настоящее время помимо традиционных видов спорта, возникли новые виды, связанные с приключениями, которые входят в туристическую деятельность.

Среди них можно выделить:

- аэростатный туризм (путешествие на воздушном шаре);
- скалолазание;
- спуск по бурным рекам - рафтинг;
- водные лыжи;
- виндсерфинг;
- путешествие на лошадях, мотоциклах, велосипедах по равнине и горам;



- спуск на парашютах в горах или в море;
- подводное плавание;
- катания на снегоходах, водных мотоциклах.

## 2. Приключенческие путешествия, или приключенческий туризм.

Суть заключается не только в спортивной деятельности с большей или меньшей степенью риска, но также в различных видах путешествий, маршруты которых проходят в сложных географических или природных условиях. Например: река Амазонка, пустыня Сахара, горы Гималаи и т.д. Кроме того, возможные сложности маршрута могут зависеть от транспортных средств, мест размещения (проживания), вида питания.

Туристскими зонами, в которых приключенческий туризм особенно популярен, являются африканские саванны и пустыни, горные районы Южной Америки и Азии.

**Деловой туризм.** Это поездки с целью установления или поддержания контактов с деловыми партнерами. Деловой туризм охватывает путешествия со служебными целями без получения доходов по месту командирования. В отличие от поездок на отдых решение о командировке, как правило, принимают не сами туристы, а другие лица (начальник)

Деловой туризм непосредственно связан с большими городами, где в основном развивается промышленность, торговля, наука и культура. Наиболее крупными городами, в которых осуществляются эти встречи и деловые переговоры, являются Париж, Лондон, Франкфурт-на-Майне, Рим, Амстердам, Мадрид, Женева, Барселона.

К деловому туризму Всемирная туристская организация (ВТО) относит поездки для участия в съездах, общих собраниях какой-либо организации дипломатического или иного характера, конференциях, производственных семинарах и совещаниях, ярмарках, выставках и международных салонах и т.д. В число деловых туристов ВТО включает водителей грузовиков, коммерческих агентов, стюардесс, тургидов и другие, постоянно находящиеся в разъездах и выполняющих свои профессиональные обязанности за пределами обычной среды. Всех их правомерно считать туристами на работе.

Однако деловой туризм часто подразделяется на *бизнес-поездки; конгрессно-выставочный; ин센див-туризм* (от англ. incentive - побудительный, поощряющий).

**Конгрессно-выставочный туризм** - это турпоездки с целью участия в различных мероприятиях (съездах, конгрессах). Интенсивное развитие данного вида туризма привело к созданию ряда организаций, полностью

специализирующихся на международных мероприятиях («Международный союз организаторов конгрессов»). Проведение такого рода мероприятий требует особой подготовки. Поскольку обслуживание включает в себя как предоставление непосредственно туруслуг (проживание, питание, экскурсии, трансферы), так и специфических. Необходимо предоставление большого объема услуг, выходящих за рамки традиционных: регистрация участников конгресса, переводческие услуги, техническое обеспечение, выпуск большого объема печатной продукции (буклеты, каталоги и т.д.)

**Инcentив-туризм** представляет собой поездки, которыми фирма награждает своих сотрудников за высокие показатели в работе. Конечно, стимулировать производительный труд можно и с помощью денежной премии. Но, как показывает практика, туристическая поездка несет в себе гораздо более сильный побудительный мотив к лучшей работе. Такая форма поощрения труда особенно хорошо зарекомендовала себя в страховых и банковских компаниях, на торговых предприятиях. Результаты опроса, проведенного среди коммерческих фирм Великобритании, показали, что более 90 % их числа признают высокую эффективность инcentива и намерены использовать его и в дальнейшем. В отличие от массовых туров инcentив-программы разрабатываются под конкретного корпоративного заказчика и, как правило, предполагают высококлассное размещение и обслуживание на маршруте. И хотя в общем туристическом потоке «премированные» туристы составляют всего 5-7%, доля инcentива в доходах стран от туризма значительно больше. Это объясняется высокой стоимостью инcentив - программ по сравнению с обычными турами.

**Лечебный (медицинский) туризм.** В его основе лежит потребность в лечении различных заболеваний. Лечебный туризм имеет несколько разновидностей, характеризующихся различными средствами воздействия на человеческий организм (климатолечение; морелечение; молоколечение). Зачастую при лечении могут использоваться одновременно несколько видов воздействия.

Одной из разновидностей лечебного туризма является известный с древнейших времен бальнеологический, который связан с термальными и лечебными водами. В настоящее время активно развивается грязелечение, талассотерапия (обертывание водорослями с применением минеральной воды).

**Сельский туризм (деревенский, фермерский).** Как правило, туристы живут в специализированных лагерях или маленьких поселках, в контакте с природой. Туристы во время отдыха знакомятся с жизнью небольших поселков, наблюдают за сельскохозяйственными работами, совершают пешие экскурсии по

окрестностям, изучают флору и фауну, путешествуют по горам и озерам. Во время таких поездок организуются курсы национальной кухни и т.д. Проживание при таком туризме осуществляется в загородных домах или предлагаются дома, в которых проживают сами крестьяне.

Эта деятельность начала развиваться в 50-е годы в ряде европейских стран - Франции, Германии, Швейцарии, а затем распространилась на многие другие страны. Особенно распространена эта форма туризма среди семейных пар и пенсионеров. Кроме того, к ней тяготеют дети и молодежь, для чего используются временные лагеря.

**Экологический туризм.** Термин «экотуризм» употребляется в индустрии туризма уже более 10 лет. Под ним понимаются путешествия, предпринимаемые в нетронутые человеческой цивилизацией, экологически чистые уголки природы для поддержания экологического равновесия в природе.

В последнее время все более популярными становятся туристические гостиницы, кемпинги, курорты, которые расположены среди первозданной природы и где уделяется должное внимание вопросам экологии, сохранению природного ландшафта.

Вообще в основу развития этого сравнительно нового вида туризма положено три главных принципа:

- часть доходов, полученных от обслуживания туристов, остается на местах и направляется на охрану природы;
- соблюдение природоохранных требований возводится в ранг основного закона;
- туристская поездка совершается с исследовательскими целями.

Экологический туризм охватывает чрезвычайно разнообразные потоки посетителей. В странах Центральной Америки и на юге Африки особый интерес представляют наблюдения за крупными хищниками и копытными. Очень часто экотуристы проводят отпуск за такими экзотическими занятиями, как учет численности птиц и млекопитающих в удаленных уголках планеты.

Так, недавно в Греции были обнаружены места произрастания орхидей. Растения находятся под охраной государства. Наблюдение за ними ведут специалисты. Для широкой общественности доступ в эти районы страны закрыт. Исключение сделано для членов Общества любителей орхидей, оповещенных о находке, и в сопровождении гида они могут посетить охраняемые территории, приезжая из разных стран, чтобы полюбоваться растениями в естественных условиях. Такого рода поездки правомерно классифицировать как экологические.

Практически каждая страна имеет возможности для организации экотуризма. Однако сегодня основные экотуристические потоки направляются в

США, Канаду, Австралию, Непал, Эквадор, Бразилию, Кению, ЮАР. Экологический туризм представляет одну из наиболее перспективных и динамичных форм туристической деятельности.

**Религиозный туризм.** Этот туризм является составной частью современной индустрии туризма. Соборы, мечети, культовые музеи и духовные центры - это туристские объекты, которые пользуются все возрастающим спросом.

Религиозный туризм имеет три формы: паломничество, экскурсионные туры, специализированные туры, в которых объединяются паломники и экскурсанты.

**Паломничество** - это посещение религиозных святынь с целью молитвенного общения. В Древней Руси это называлось богомольем. По религиозным канонам паломническая поездка должна продолжаться не менее 10 дней и чаще всего приходится на религиозные праздники.

Экскурсионные туры по религиозной тематике проходят, как правило, за один день и представляют интерес не только для взрослых туристов, но и для детей.

Специализированные туры рассчитаны как минимум на три дня с посещением религиозных святынь и архитектурных памятников прошлого.

Святые места иудаизма находятся в Израиле, Румынии, Чехии, Германии, Испании и на Украине.

Для последователей ислама священными считаются Мекка и Медина в Саудовской Аравии.

Основные святыни буддистов расположены в Индии, Китае и на Тибете. Развитие общего интереса к религиозному туризму не обошло и Азербайджан. Наблюдается процесс становления туристических фирм по организации религиозных и паломнических туров, а также некоторых паломнических служб, организованных при мечетях, монастырях, церквях и других религиозных организациях.

Только за последние 3-4 года в Азербайджане значительно увеличилось количество туристов, совершающих паломничество к святым местам, а также направляющихся за границу с религиозно-познавательными целями. Основные маршруты таких поездок пролегли в Израиль, Грецию, Кипр, Турцию, Египет, Саудовскую Аравию.

## ***Лекция 5: Особенности индустрии туризма и формирования туристского продукта.***

- ***Понятие «индустрия туризма»***
- ***Материально-техническая база туризма***
- ***Виды организации туризма***
- ***Предприятия туристской индустрии***

Существует несколько точек зрения относительно состава туристической индустрии. Европейские специалисты по туризму делят всю систему предпринимательства в туризме на две части: туристическая индустрия и индустрия гостеприимства. Туристическая индустрия, согласно данной точке зрения, включает индустрию развлечений, туроперейтинг, туристические агентства, транспорт, экскурсионно-познавательные организации. Индустрия гостеприимства включает индустрию услуг, индустрию размещения и индустрию питания. Согласно точке зрения специалиста в области гостиничного бизнеса в Австралии Линн ван дер Ваген, индустрия гостеприимства включает в себя такие отрасли, деятельность которых направлена на предоставление жилья, продажу алкогольных напитков, предоставление пищи и увеселительных мероприятий. Ряд отечественных авторов, в частности В.А. Квартальнов, к основным сегментам индустрии туризма относят индустрию транспорта, туроператорскую и турагентскую деятельность, индустрию гостиничного дела, индустрию питания и развлечений.

Туризм правильнее всего рассматривать в качестве индустрии, производящей продукцию, а также обеспечивающей ее реализацию. Индустрия туризма включает в себя на первый взгляд обособленные виды деятельности (транспортное обслуживание, гостиничные услуги, деятельность туроператоров и турагентов и др.), которые на самом деле взаимосвязаны и обеспечиваются многими предприятиями, как мелкими, так и очень крупными, тесно сотрудничающими между собой. Например, успех горнолыжного курорта зависит от доставки лыжников на склоны, уровня размещения, питания и других услуг, предлагаемых туристам во время отдыха на курорте. Небольшие предприятия, соединенные с горнолыжными курортами, действуют как независимые, но на самом деле они зависят друг от друга. Эта зависимость требует совместных усилий. Кроме того, в этой деятельности принимает участие большое число людей, которые непосредственно обеспечивают функционирование рынка: специалисты по маркетингу и рекламе и, конечно,

розничные торговцы – турагенты. В дополнение к этому туризм обслуживают множество «поддерживающих» компаний, в том числе организаций по обмену валюты, кредитованию и т.д. Следует сказать, что организация всего этого многопланового и разрозненного комплекса услуг требует большого искусства, практического опыта и тщательной координации.

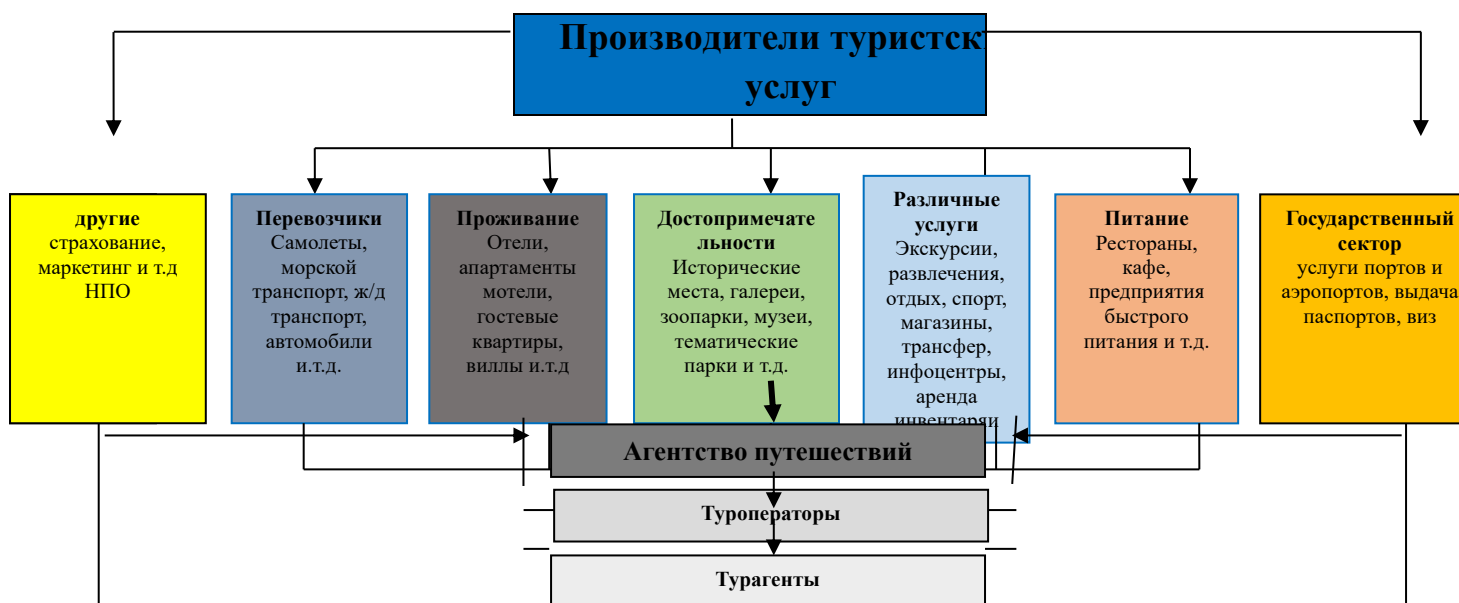
**Туристская индустрия** – это совокупность средств размещения, транспортных средств, объектов общественного питания, развлекательного, познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, туроператорских фирм и турагенств, экскурсионных бюро, услуг гидов-переводчиков.

Туристский спрос сталкивается со специфическим предложением целого ряда продуктов и услуг, которые производит самая большая индустрия, развивающаяся быстрее, чем любая другая. (Схема 1.)

Некоторые туристские продукты являются основными при удовлетворении запросов туриста, другие – дополнительными или второстепенными, поэтому очень трудно отделить границы индустрии туризма. Например, транспортные предприятия и рестораны при гостиницах удовлетворяют запросы не только туристов, ими могут воспользоваться и другие люди. Можно привести следующую классификацию предприятий, производящих продукты и услуги для туристов:

- *первичные* — предназначены непосредственно для обслуживания туристов (санатории, пансионаты, турбазы и т. п.); в условиях замкнутого туристского и курортного центра почти все предприятия, находящиеся на данной территории, относятся к этой категории;
- *вторичные* — предназначены для обслуживания преимущественно туристов, хотя их услугами могут пользоваться и местные жители (предприятия общественного питания, культурные заведения и т. п.);
- *третичные* — как правило, предназначены для обслуживания местных жителей, но их услугами также могут пользоваться для удовлетворения своих потребностей и туристы (общественный транспорт, почта и т. д.).

### **Схема 1. Туристская индустрия**



Существенным для индустрии туризма является то, что ее основная продукция неосвязаема. Она нематериальна и ее нельзя увидеть, пощупать, попробовать на вкус, услышать, осмотреть, опробовать в качестве образца предстоящей покупки, как это делается в отношении многих осязаемых предметов, например, холодильников, одежды, продуктов питания, радиоаппаратуры, парфюмерии.

Продукцией туризма, по существу, является сервис, составленный из целого ряда различных услуг. Будучи невидимым, он не может быть измерен и проверен клиентом заранее, до совершения покупки; только результат сервиса может быть увиден, почувствован и оценен. Вместе с тем некоторые компоненты продукции туризма, такие как жилье, питание, средства транспорта, вполне материальны и осязаемы, но они представляют собой только элемент сервиса, своего рода дополнение к развлечениям, удовольствиям, комфорту и т.д., то есть то, за что клиент платит деньги.

Под **продукцией туризма** понимается совокупность не вещественных (услуги) и вещественных (туристские товары) потребительных стоимостей для удовлетворения потребностей туриста, возникающих в период его туристской поездки и обусловленных именно этой поездкой.

Таким образом, продукция туризма выступает в форме туристского товара и туристских услуг. Под **туристским товаром** понимается продукт труда, произведенный для продажи и предназначенный для использования преимущественно туристами: карты, палатки, спальные мешки, рюкзаки и

другое туристское и спортивное снаряжение, а также туристская сувенирная продукция.

Несмотря на функциональные различия между компонентами туристской индустрии, все они взаимосвязаны и тесно взаимодействуют. Например, если бы не было достопримечательностей, созданных людьми в местах назначения (тематические парки, спортивные комплексы и др.), то спрос на транспорт и гостиницы был бы значительно ниже. Вместе с тем, не будь хорошо развитой транспортной системы и гостиничной сети, вряд ли можно было ожидать наплыва туристов в достопримечательные места. Иногда некоторые компоненты туристской индустрии работают независимо друг от друга, при других обстоятельствах они соединяются в «пакетах» (турах).

Одним из основных понятий в туристской индустрии является понятие **турпакета**, который представляет собой взаимосвязанную совокупность различного рода услуг по обслуживанию туристов. Турпакет обычно состоит из пункта назначения (дестинации), средств доставки туристов, мест размещения, и трансфера от места прибытия (аэропорта, морского порта, вокзала) в отель или другое место проживания, и, наоборот – к месту отправления. Производители таких услуг, составляющих турпакет, могут предлагать их туристу разными способами. Обычно это делается через туроператоров, брокеров, турагентов.

Туристская индустрия опирается на **материально-техническую базу**, которая является основой развития организованного туризма. К материально-технической базе относятся: туристские фирмы (туроператоры и турагенты), гостиницы, туристские базы, предприятия питания и торговли, автотранспортные предприятия, пункты проката туристского снаряжения и инвентаря, бюро реализации туристских путевок, контрольно-спасательные службы (посты), туристские клубы, станции и т.п. В основу классификации объектов материально-технической базы туризма положены три основных признака: виды предоставляемых услуг, экономические элементы, виды собственности хозяйствующих субъектов.

В целом туристская индустрия опирается на базу природных ресурсов. Необходимо, чтобы такая база была аттрактивной для отдыхающих, предпочтительно обладала нетронутой природой. Природные территории должны быть соответствующих размеров для избежания перенаселения туристами; защищены от различных рисков, таких как загрязнение, отравление растениями, наличие опасных животных, насекомых. Развитие туризма должно проходить в местностях, свободных от стихийных бедствий (наводнения, засуха, оползни, землетрясения).



Размещение – самый важный элемент туристской индустрии. Это непреложное и жесткое требование экономики любого туристского региона или центра, жаждущего получения твердых и больших доходов от приема туристов и эксплуатации своих туристских ресурсов. Средства и системы размещения – основные средства – здания различных типов и видов (от шалаша или бунгало до супергигантского отеля), приспособленные специально для приема и организации ночевки временных посетителей с различным уровнем сервиса. Средствами размещения туристов являются любые объекты, которые предоставляют туристам эпизодически или регулярно место для ночевки (обычно в помещении).

В международной практике принята **Стандартная классификация средств размещения туристов**, разработанная экспертами ЮНВТО (табл. 1). По ней все средства размещения делятся на две категории: коллективные и индивидуальные.

**Табл. 1. Стандартная классификация средств размещения туристов.**

Категория	Разряд	Группа
Коллективные средства размещения туристов	Гостиницы и аналогичные средства размещения	1. Гостиницы 2. Аналогичные заведения
	Специализированные заведения	1. Оздоровительные 2. Лагеря труда и отдыха 3. Общественные средства транспорта 4. Конгресс-центры
	Прочие коллективные заведения	1. Жилища, предназначенные для отдыха 2. Кемпинги 3. Прочие
Индивидуальные средства размещения туристов и знакомых	Индивидуальные средства размещения	1. Собственные жилища 2. Арендные комнаты 3. Арендные жилища 4. Размещение у родственников

**Под коллективным средством размещения понимается** «любой объект, который регулярно или иногда предоставляет туристам размещение для ночевки в комнате или каком-либо ином помещении, однако число номеров, которое в нем имеется, превышает определенный минимум», определяемый каждой страной самостоятельно (например, в России – 10 номеров, в Италии – 7 номеров). Причем все номера в данном предприятии должны подчиняться единому руководству (даже если оно не ставит целью извлечение прибыли), быть сгруппированы в классы и категории в соответствии с предоставляемыми услугами и имеющимся оборудованием.

**К коллективным средствам размещения туристов относятся:** гостиницы и аналогичные средства размещения, специализированные заведения и прочие предприятия размещения.

Аналогичные заведения включают пансионаты и меблированные комнаты, туристские общежития и другие средства размещения, которые состоят из номеров и предоставляют ограниченные гостиничные услуги, включая ежедневную заправку постелей, уборку номера и санузла.

Специализированные предприятия, помимо предоставления услуг размещения, выполняют еще какую-либо другую специализированную функцию. К числу предприятий данного вида относятся оздоровительные заведения, лагеря труда и отдыха, конгресс-центры и т. д. Прочие коллективные средства размещения предоставляют ограниченные гостиничные услуги, исключая ежедневную заправку постелей и уборку жилых помещений.

**К индивидуальным средствам размещения относятся** собственные жилища - квартиры, виллы, особняки, коттеджи, используемые посетителями-резидентами (в том числе и апартаменты таймшера), комнаты, арендуемые у частных лиц или агентств, помещения, предоставляемые бесплатно родственниками и знакомыми.

Отнесение к тем или иным средствам размещения определяется законодательными актами и нормативными документами каждой страны.

По определению ЮНВТО, **гостиница** — коллективное средство размещения, состоящее из определенного количества номеров, имеющее единое руководство, предоставляющее набор услуг (минимум — заправку постелей, уборку номера и санузла) и сгруппированное в классы и категории в соответствии с предоставляемыми услугами и оборудованием номеров. Категорийность гостиницы, где будет размещен турист, должна быть указана

на бланке туристской путевки, там же указывается и вид размещения: одноместный номер — ОДН (SGL); двухместный номер — ДВМ (DBL); трехместный номер — ТРМ (TRP); четырехместный номер — ЧТМ (QUATR) и т. д.

По данным Всемирной туристической организации, всего в мире действует около 17 млн. гостиниц, причем 25% из них относится к гостиничным сетям. Сеть, как показывает зарубежная практика, – наиболее эффективный способ ведения хозяйства в гостиничном бизнесе. Рейтинг сетевых отелей составляется исходя из различных критериев, но в первую очередь учитывается общее количество гостиничных номеров в сети. В соответствии с этим критерием на сегодняшний день лидерами являются такие гиганты, как английская компания «*InterContinental Hotels Group*» и американская «*Cendant Corporation*».

В гостиничном деле есть свои лидеры – несколько национальных фирм. «*Хаятт*», «*Хилтон*», «*Уэстин*» – самые известные гостиничные цепи класса люкс. «*Холидэй Инн*», «*Марриотт*», «*Шератон*» и «*Рамада*» лидируют в гостиничном секторе со средними ценами на гостиничное размещение. В группу корпораций с размещением по цене ниже среднего уровня входят «*Дэйз Инн*», «*Мотель 6*» и «*Тревел Лодж*». Компания «*Бест Уэстин*» имеет в своей цепи больше гостиниц, чем самая большая гостиничная цепь «*Холидэй Инн*» – соответственно 3200 против 1800. Обращает на себя внимание тот факт, что различия в размерах гостиничных цепей США бывают очень заметны. «*Хаятт*» и «*Уэстин*» насчитывают в среднем 500 номеров в каждом предприятии. «*Марриотт*» и «*Хилтон*» – около 300, в то время как «*Бест Уэстин*» имеет в среднем 90 номеров в каждой гостинице.

Первые сети отелей зародились в США еще в 1930-е годы, и именно в Америке их больше всего по сравнению с другими странами. Сегодня не менее 70% американских отелей входит в ту или иную гостиничную сеть.

В организационной структуре управления гостиницами в мировой гостиничной индустрии с 50-х гг. XX в. утвердились две основные модели организации гостиничного дела.

**Первая — модель Ритца** — связана с именем швейцарского предпринимателя Цезаря Ритца. Многие престижные отели мира носят его имя. Основная ставка этих гостиниц делалась на европейские традиции изысканности и аристократизма (например, «Палас-Отель» в Москве). В настоящее время эта модель переживает кризис: за последние 25 лет с мирового рынка гостиничных услуг сошло более 2 млн гостиничных номеров в стиле «палас».

**Вторая модель** организации связана с именем американского предпринимателя Кемонса Уильсона (цепь гостиниц «Холидей Инн»). В этой модели делается ставка на большую гибкость в удовлетворении потребностей клиента (независимо от того, в какой стране находится гостиница) в сочетании с поддержанием достаточно высоких стандартов обслуживания. Значительное внимание уделяется интерьеру гостиницы, начиная с холла. Основные требования к гостиничной цепи, организованной по этой модели, сводятся к следующему: единство стиля (архитектура, интерьер); единство обозначений и внешней информации; просторный и функциональный холл; быстрота регистрации клиентов; номера, предусмотренные для постоянных клиентов; завтрак «шведский стол»; наличие конференц-холла; гибкая система тарифов; единое управление, маркетинг и служба коммуникаций. Под контролем гостиничных цепей, построенных по второй модели, находится более 50% гостиничных номеров в мире. Такие цепи, по сути, — финансово-экономические империи, управляемые одним собственником — головным холдингом.

Существует и **третья модель организации** — так называемые добровольные гостиничные цепочки (типа Best Western, Romantic Hotels и др.). В этом случае под единой торговой маркой объединяют гостиницы по каким-либо однородным признакам, выдерживающие определенные стандарты и наборы услуг, независимо от страны нахождения. Гостиницы — звенья цепи платят взносы в единый фонд, который расходуется на объединенную рекламную и маркетинговую деятельность, продвижение продукта и т. д. При этом полностью сохраняется их финансово-экономическая и управленческая самостоятельность. По сути дела эти цепи — что-то вроде ассоциации гостиниц, объединенных единым договором.

**По уровню услуг** отели делятся на несколько типов, причем общая основная услуга — размещение, а все прочие так или иначе способствуют повышению качества этой основной услуги и могут предоставляться в том или ином наборе.

➤ *Отель «люкс»:* 100–400 номеров; центр города; обслуживание на высоком уровне хорошо обученным персоналом, который выполняет различные пожелания клиентов; цена очень высокая; потребители — руководители крупных организаций, профессионалы высокого уровня, участники конференций на высоком уровне; условия элитарные, дорогая отделка помещений.

➤ *Отель высокого класса:* 400–2 тыс. номеров; в пределах города; широкий набор услуг, предоставляемый обученным персоналом; цена выше среднего;

потребители — бизнесмены, индивидуальные туристы, участники конференций; дорогая мебель и оборудование, большой холл, рестораны.

➤ *Отель среднего уровня:* стремится максимально использовать современные технологии и снизить эксплуатационные расходы и, следовательно, цены, в том числе путем сокращения рабочей силы и за счет автоматизации. Цены на среднем уровне по региону или несколько выше среднего.

➤ *Апарт-отель:* по вместимости это предприятие малых и средних размеров (до 400 мест). Характерно для крупного города с непостоянным населением. Предоставляет квартирный тип номеров, используемых в качестве временного жилья, чаще всего на базе самообслуживания. Здесь селятся главным образом семейные туристы, бизнесмены, коммерсанты, останавливающиеся на долгое время. Номера оборудованы кухнями, набором посуды, бытовой техникой. Подобные гостиницы нашли широкое применение в системе владения отдыхом (таймшер). Жить в них лучше семьей, так как оплата идет за все помещение в целом, а не за койко-место как в обычном отеле. Хотя это совсем не означает, что количество мест в апартаментах не регламентируется. Если номер рассчитан, скажем, на четырех человек, то и пустят жить туда четверых, а не восьмерых. Так как в тур с размещением в апартаментах не входит питание, то и стоит он значительно дешевле номера обычного отеля

➤ *Отель экономического класса:* гостиница с ограниченным набором услуг; 10–150 номеров; окраина или средняя часть города; ограниченное число персонала; цена невысокая, на 25–30% ниже средней по региону, из-за чего пользуются спросом; потребители — экономные туристы, не нуждающиеся в полном пансионе; условия — современный, хорошо оборудованный номерной фонд, но, как правило, питание в этих отелях не предоставляется.

Средства размещения включают в себя гостиницы мотели, ротели, флотели, кемпинги, ботели и др.

**Мотель** (Motel) от англ. Motor – автомобиль и Hotel – гостиница. Мотель – гостиница для автотуристов, придорожный отель, в котором, кроме комфортных номеров, туристам предоставляются места для стоянки автомашин с соответствующим обслуживанием. Обычно в комплекс мотеля входят: ресторан, бар, залы для просмотра кино и видео фильмов, конференц-залы, тренажерные и игровые помещения, бассейны, теннисные корты. Есть еще разновидность мотеля, это **мотоотель** – гостиничное предприятие для приёма и

обслуживания автотуристов, сочетающее услуги мотеля с комфортом и уровнем обслуживания, характерным для отеля.

**Ротель** – это передвижная гостиница, представляет собой вагон с одно- или двухместными номерами – спальными отсеками, в которых имеются также отсеки – помещения для переодевания, общие кухня и туалет. Ротель предназначен для ночного отдыха, в дневное время туристы знакомятся с городами и их достопримечательностями.

**Флотель** – сезонная гостиница, расположенная на дебаркадере, барже или на переоборудованном судне, обеспечивающая туристов размещением и питанием. Иногда его называют "курортом на воде" или "плавающей гостиницей". Туристам здесь предоставляются, комфортабельные номера, большой набор услуг активного отдыха: бассейн, водные лыжи, снасти для рыбной ловли, оснащение для подводного плавания и подводной охоты, тренажёрные залы, видеотеки, залы для конгрессов и концертов, библиотеки, а также помещения для размещения временных офисов, средства оперативной связи, телефон, факс и т.д.

**Кемпинг** – лагерь для автотуристов, мототуристов, велотуристов, обычно расположенный в загородной местности, иногда недалеко от мотеля. Туристам в кемпинге предоставляются места для ночлега, часто в палатках или летних домиках, оборудованных кухнями индивидуального приготовления пищи и некоторыми элементарными удобствами. Кемпинг оборудуется автомобильной стоянкой, системой водоснабжения и канализации.

**Ботель** – небольшая гостиница на берегу незамерзающего водоема для обслуживания водных туристов, располагающая сооружениями и устройствами для технического обслуживания личных туристских судов и имеющая помещение для их хранения. Для этой цели используются списанные плавательные средства или, в зимний период, стоящие на приколе суда.

**Флайотель** – аэрогостиница или "летающий отель". Чрезвычайно дорогой и немногочисленный тип гостиниц. В мире они распространены в США и Австралии. Имеются посадки для самолётов и вертолёт. Путешественник может заказать по радиосвязи номер и стоянку, связаться с метеослужбами.

**Хостель** – дешёвая молодежная гостиница типа общежития. Коридорная система, общие туалеты и душевые, общие комнаты для отдыха и с бытовой техникой, один телефон и одна кухня на этаже, общие столовые. В некоторых случаях постояльцы готовят сами. Часто такими гостиницами пользуется население с низким достатком.

**Курортные отели (резорт-отели).** Гости выбирают их в качестве запланированного места отдыха, выделяя их среди других видов гостиниц. Резорт-отель может располагаться в горах, на острове, в экзотической местности и обязательно далеко от населенных пунктов. Гостей здесь привлекают рекреационные возможности и живописный пейзаж. Им предлагаются прекрасное питание, богатый выбор напитков, бытовые услуги и обслуживание в номерах. Многие гостиницы предлагают широкий спектр услуг для активной деятельности гостей: танцы, гольф, теннис, верховую езду, походы на природу, катание на лыжах, плавание. Отличает эти отели и особая комфортная и расслабляющая атмосфера, царящая в них. Подобные отели рассчитывают на постоянных клиентов, приезжающих сюда на отдых из года в год, а также на их положительные отзывы и рекомендации своим друзьям и знакомым. Управляющие таких гостиниц — общительные люди, которые планируют, организуют и разрабатывают программы отдыха.

**Конгресс-отели.** Еще один сегмент гостиничного хозяйства, который возник недавно. По сравнению с другими отелями, предлагающими менее 600 номеров, конгресс-отели располагают 2 тыс. номеров и более. В них останавливаются участники крупных конвенций во время их проведения. Спрос на рынок конгресс-отелей вырос почти вдвое за последние 20 лет. Площадь выставочных залов в таких отелях может равняться 50 тыс. кв. футов, плюс залы фуршетов и собраний. В этих отелях имеют место как рестораны самообслуживания и кафетерии, так и залы для изысканных обедов.

**Конференц-центры и конгресс-центры.** Во многих отелях есть залы для проведения собраний и дискуссий. Но весь перечень возможностей для проведения конференций и конгрессов есть только в конференц-центрах. В большинстве из них предлагается ночлег на одну ночь. Так как конференции имеют локальный характер, главная задача конференц-центра в том, чтобы обеспечить все необходимое техническое оборудование для конференции: вспомогательное аудио- и видео-оборудование, бизнес-центры, комфортабельную мебель и т. д. Конференц-центры, как правило, располагаются в столицах, в них имеются большие возможности для отдыха: площадки для гольфа, открытые и закрытые бассейны, тренажерные залы, водные процедуры, спортивные площадки для занятий легкой атлетикой. За все услуги конференц-центра с участников берется одна цена, включающая стоимость номера, питания, использования залов, технического обеспечения и связанных с этим других услуг. Однако возможности для развлечения ограничены, так как конференц-

центры нацелены на удовлетворение нужд организаторов конференции, а не на заполнение досуга ее участников.

**Апартаменты** представляют собой квартиры (реже — небольшие домики, виллы, полдома с отдельным входом), которые сдаются в аренду туристам из разных стран на длительный и не очень срок. Апартаменты и апарт-отели — несколько разный тип размещения. Последние, как правило, находятся при отелях, либо функционируют сами по себе, но по своему типу и набору услуг схожи с гостиницами. Существенное отличие апарт-отеля от простого — в количестве комнат в номерах и наличии кухни. Условия проживания в апартаментах очень схожи с «домашними»: в них есть все необходимое для жизни, оборудованная кухня, бытовая техника (посудомоечная и стиральная машины, «микроволновка», кондиционер, телевизор). Кроме того, в жарких странах при апартаментах можно часто встретить бассейны, парковки, балконы и террасы. Апартаменты также классифицируются по качеству своих услуг, комфорту, площади и количеству комнат.

**Бунгало** отличается от апартаментов только тем, что это уже не квартира, а маленький домик со своим двориком или садом. Обычно в бунгало, в зависимости от цены: от одной до трех жилых комнат, веранда, кухня, санузел. Есть необходимая бытовая техника, различная кухонная утварь и приспособления, вплоть до комбайна и посудомойки. Обязательно телевизор и телефон, может быть и кондиционер. Иногда бунгало предлагают в качестве номера в крупных курортных отелях, но чаще всего его сдают в туристских центрах как коттедж.

**Отели-замки** — это особый вид размещения клиентов, в старинных замках и особняках, которые существуют несколько веков и за это время сменили множество хозяев. Каждый замок индивидуален и имеет свою историю. Иногда эти истории трагичны и вокруг них много легенд о привидениях, а порой это истории о любви или о подвигах рыцарей той эпохи. Обычно в таких отелях относительно небольшое количество номеров — от 30 до 50. Номера и мебель в них отличаются декорациями в зависимости от эпохи. Замки-отели категории 5\* размещают клиентов в номерах с антикварной мебелью. Все отели замки отделаны на высшем уровне, обслуживающий персонал вежлив, а кухня отличается необычными блюдами. Дух эпохи чувствуется в оформлении отеля, меню ресторана и даже в форме персонала.

**Йотель или отель-капсула** — один из вариантов отелей, представляющий собой небольшие спальные ячейки, расположенные друг над другом. Находятся в основном возле крупных вокзалов и аэропортов или рядом с увеселительными



районами. Комната в капсульном отеле представляет собой капсулу размером примерно 2×1×1,25 м. Этого размера достаточно, чтобы спать, смотреть телевизор или читать. Обычно посетителей просят не курить и не есть в капсулах. Курение в капсульных отелях чаще всего запрещено. Капсулы располагаются рядом друг с другом в два яруса. Приватность обеспечивается занавеской или дверью из стекловолокна в открытом конце капсулы. Багаж постояльца хранится обычно в шкафчике, расположенном недалеко от капсулы. Туалеты также расположены отдельно и являются общими. Такой стиль размещения постояльцев в гостинице популярен в Японии, Большинство постояльцев — уставшие офисные работники, не желающие совершать далёкую поездку домой от места работы, либо нетрезвые граждане, опасющиеся по разным причинам ехать домой.

**Экологические отели** появились как следствие повышенного спроса на естественный природный отдых, который сформировался на гостиничном рынке в последние два десятка лет. Сегодня эко-отели становятся все более популярными и открываются повсеместно. Некоторые из них предлагают услуги в мегаполисах, обеспечивая постояльцам 100% чистую воду, питание и натуральные материалы отделки номеров. Основные отличия эко-отелей от прочих гостиниц состоят в том, что экологические отели в большинстве своем находятся в заповедных природных зонах. Эко-отели функционируют по принципу гармоничного соседства с природой, не загрязняя окружающую среду продуктами жизнедеятельности туристов. В их ресторанах подают только экологически чистые продукты питания, а номера убирают нетоксичными моющими средствами. Многие эко-отели представляют собой хижины или дома, построенные по технологии коренных племен, обитающих в той или иной заповедной зоне. Большое распространение эко-отели получили в странах Океании и Центральной Америки. Эко-отели часто располагаются в непроходимых джунглях, где присутствие человека до сих пор считается редкостью. Удобства во многих эко-отелях являются минимальными: кровать или гамак, стол, пару кресел. Как правило, вся мебель в номерах экологических отелей сделана из местных природных материалов, будь то камень или древесина. В числе дополнительных услуг, которые эко-отели предлагают постояльцам – экологическое просвещение. Гостей обучают распознавать виды локальных растений и животных, учат способам снижения вредного персонального воздействия на окружающую среду. Питание в экологических отелях часто повторяет местные традиции. Некоторые эко-отели предлагают и

довольно экстремальный способ отпуска, когда постояльцу необходимо самостоятельно добывать себе пропитание.

**Коттедж** - загородное средство размещения, состоящее из одной или нескольких комнат для временного проживания одной или нескольких семей, с отдельными входами для каждой из них.

**Вилла (дача)** – самый распространенный вид домиков для отдыха. Обычно они предлагаются в курортных зонах на берегу моря во Франции, Италии, Испании и на озерах в Финляндии. Дача в "их" понимании – это небольшие коттеджи с европейским комфортом, оснащенные всей необходимой бытовой техникой. Средний дом обычно состоит из двух спален, гостиной, полностью оборудованной кухни. Есть все удобства, в финских домиках даже сауна. Кроме того, иногда в аренду входит лодка. Это размещение уже для индивидуумов, заказывается такая дача на любой срок, начиная от одного дня и заканчивая сезоном. Обычно при аренде более чем на неделю дается скидка. Такой способ тоже сравнительно дешев, так как в стоимость не входит питание. Можно нанять приходящего повара, а можно готовить самим.

**Пансион.** Небольшая частная гостиница. Предприятие с простым стандартом и ограниченным спектром услуг. Отличительный признак, предоставляется полный пансион для проживающих гостей, т.е. при условиях постоянного проживания предоставляется завтрак, обед и ужин. Проживание в пансионате гораздо дешевле, чем в обычной гостинице.

В различных странах мира для обозначения категорийности гостиниц и других средств размещения применяются различные символы — от звезд во Франции до корон — в Англии. Буквенная система классификации гостиниц пользуется популярностью в Греции, хотя на фасадах гостиниц можно увидеть привычные звезды. Все греческие гостиницы делят на четыре категории: А, В, С, Д. Попытки введения унифицированной международной классификации гостиниц до настоящего времени не увенчались успехом.

В зависимости от размеров и видов жилых и служебных помещений, оборудования предприятий, уровня комфортности номеров и общественных помещений, предоставляемых услуг и других факторов производится **классификация гостиниц по разрядам**. В зависимости от разрядности устанавливается оплата номеров и других услуг. В зарубежных странах действует около 30 классификаций гостиниц. Их можно разделить на две группы:

➤ «европейская» система, на основе французской национальной классификации, распространенная в большинстве стран (разряд устанавливается присвоением определенного количества звезд — от 1 до 5);

➤ «балльная», или индийская, система, в основе которой лежит оценка гостиницы экспертной комиссией.

Количеству звезд в европейской гостинице соответствует определенный термин в американском варианте классификации (табл. 2).

**Табл. 2.**

Европейская классификация	Американская классификация
*****	Super deluxe
****	Deluxe
***	Expensive
**	Moderate
*	Inexpensive

Гостиницы делятся на три категории: 4–5 звезд — высший класс (люкс); 2–3 звезды — туристский класс (средний); 1–2 звезды — экономический класс. Практически во всех классификациях оцениваются следующие основные параметры гостиницы:

- характеристика номерного фонда — площадь номеров, наличие коммунальных удобств в номерах и на этажах, комфортность номеров;
- оборудование и оформление интерьера;
- информационное обеспечение, в том числе связь;
- наличие лифта;
- характеристика общественных помещений;
- наличие и характеристика предприятий питания;
- обеспечение возможности дополнительных услуг бытового обслуживания и других;
- характеристика здания, подъездных путей, развитие инфраструктуры, обустройство прилегающей территории.

**Предприятия массового или общественного питания** являются неотъемлемой составляющей процесса приема и обслуживания туристов и входят отдельным элементом в структуру индустрии туризма.

Большая часть гостиниц имеет собственные предприятия питания. Однако существуют и такие, где питание не предоставляется вообще или представляются

только завтраки. В этом случае туристы обслуживаются в близлежащих к гостинице предприятиях питания либо по маршруту тура.

Единой принятой во всем мире классификации предприятий питания не существует. Однако выделяются определенные типы предприятий питания, получившие распространение во многих странах.

**Ресторан** — общедоступное предприятие питания обычно с разнообразным широким ассортиментом блюд сложного приготовления, закусок, кондитерских, винно-водочных изделий, фруктов, минеральной воды, соков, мороженого, десертов. В ресторанах широко практикуется приготовление блюд, закусок по индивидуальному заказу, а также фирменных и национальных блюд, предусмотренных в меню. По количеству посадочных мест существуют очень маленькие рестораны (10–15 мест) и большие (500 и более мест). Часто в ресторанах высокий уровень обслуживания сочетается с организацией отдыха посетителей, проводится обслуживание семейных торжеств, официальных вечеров, приемов, конференций, тематических вечеров. Существуют рестораны национальных кухонь. Одни из них известны как наиболее дешевые, другие являются очень дорогими.

**Кафетерий** — предприятие, в ассортименте напитков которого обязательно присутствует кофе нескольких наименований, а также спиртные напитки, такие как ром, ликер, коньяк, которые подаются к кофе. Чаще всего предоставляется сервис «а-ля карт». В кафетерии готовятся и реализуются для потребления на месте горячие и холодные напитки, хлебобулочные и кулинарные изделия несложного приготовления в ограниченном ассортименте. В меню включаются горячие и холодные напитки, мучные изделия, горячие блюда. Обязателен широкий выбор минеральной воды, соков, алкогольных напитков, фруктов. Обслуживание осуществляется официантом.

**Кафе** различают следующим образом. *Кафе-кондитерская* — предприятие, реализующее кроме кофе широкий ассортимент (до 15 наименований и более) кондитерских изделий. Посетителям предлагаются свежие газеты и журналы. В таких предприятиях горячие блюда обычно не предлагаются. *Кафе-мороженое* — предприятие, в ассортименте которого много видов мороженого, горячие напитки, фруктово-ягодные соки, минеральная вода, спиртное (коньяк, ром, ликер, шампанское). Возможно обслуживание с помощью официанта и самообслуживание. В витринах кафе, как правило, представлены кондитерские изделия, которые можно выбрать самим. Это используется, когда в кафе существует их большой ассортимент.

**Столовая** — предприятие питания, на котором готовится и реализуется продукция в основном собственного производства. Столовые обычно организуются в гостиницах первого класса, иногда на курортах, предприятиях, в учебных учреждениях. Они довольно большие по своей вместимости. Питание туристов в столовых часто организуется, например, при посещении ими каких-то промышленных предприятий. Могут предлагаться комплексные меню. Нередко используется циклическое меню, а также полный рацион: завтрак, обед, ужин; закуски предлагаются по принципу «шведского стола», а одно основное блюдо можно выбрать на раздаче.

**Пиццерия** — предприятие, специализирующееся на приготовлении и реализации для потребления на месте пиццы. Итальянская пицца получила столь широкое распространение, что многочисленные пиццерии, где туристы могут недорого поесть, стали активно открываться по всему миру. Пиццерия может быть организована по принципу ресторана, т. е. с обслуживанием официантом и индивидуальным приготовлением блюда, либо по типу самообслуживания, когда весь ассортимент представлен на раздаче. Ассортимент включает несколько видов пиццы, минеральную воду, соки, вино.

**Буфет**, основное назначение которого — быстрое обслуживание посетителей, которые могут получить холодные закуски, бутерброды, горячие и охлажденные напитки, хлебобулочные, кондитерские изделия. В буфете реализуются также горячие блюда несложного приготовления (котлеты, сосиски). Они организуются как в гостиницах, так и при бензозаправочных станциях на скоростных трассах.

**Кофейная лавка, или кофейня** — предприятие питания с ограниченным ассортиментом, специализирующееся главным образом на приготовлении кофе. В ассортименте кофейни большой выбор кофе, чай, а также выпечка и кондитерские изделия. Не исключены спиртные напитки. Выпечка и кондитерские изделия могут готовиться на месте или заказываться у поставщика. Иногда готовятся также несложные блюда, например бутерброды и сэндвичи.

**Бары** есть во всем мире. Это специализированные предприятия быстрого обслуживания, предназначенные для реализации смешанных напитков в широком ассортименте. В баре могут реализовываться кондитерские изделия, иногда даже закуски и горячие блюда. Главное назначение бара — дать гостям возможность отдохнуть в уютной обстановке, послушать музыку или посмотреть футбольный матч. Бары могут быть расположены и в центре города, и на побережье, если речь идет о курорте. В зависимости от ассортимента они

делятся на *пивные* (знаменитые английские пабы), *винные*, а также *коктейль-холлы* и коктейль-бары, различающиеся по размеру и разнообразию оборудования. Как правило, туристы любят посещать бары. В ряде стран, например в Великобритании, посещение баров может входить в туристскую программу.

**Предприятия быстрого обслуживания** становятся в мире все более популярными. Туристы посещают их как индивидуально, так и в составе тургрупп при организованных групповых поездках. Ассортимент обычно ограничен несколькими блюдами: холодные блюда, горячие блюда, бутерброды, напитки, мороженое и т. д. На таких предприятиях применяют самообслуживание со свободным выбором блюд с раздаточной стойки. Они имеют высокую пропускную способность и размещаются в оживленных местах на пути движения интенсивных покупательских потоков. Наиболее известны — Fast Food, McDonald's, Burger King, специализирующиеся на гамбургерах; Pizza Hut, специализирующаяся на пицце. Во Франции это Fнас, где предлагается большой ассортимент овощных салатов, десертов (фруктовых и кондитерских) и ограниченный ассортимент основных блюд (мясных и рыбных). В Германии это Nordsee — предлагаются блюда из даров моря и рыбные, салаты из овощей, соки.

**Кейтеринг.** По определению Р.А. Браймера, кейтеринг — это обслуживание чаще всего вне помещений предприятий питания. В странах Восточной Европы ему соответствует комплексное обслуживание. Различают кейтеринг в помещении, вне помещения, индивидуальный, разъездной кейтеринг, розничную продажу. К кейтерингу можно отнести продажу прохладительных напитков и бутербродов на спортивной арене, а также продажу через автоматы сигарет, печенья, соков в пакетах и газированных напитков.

## *Лекция 6: Туристский рынок*

Туристский рынок – это институт или механизм, который сводит вместе покупателей (предъявителей спроса) и продавцов (поставщиков) туристских услуг. В отличие от обычных товарных рынков туристский рынок не предполагает движение товаров от продавцов к покупателям. Напротив, сами покупатели перемещаются к месту назначения, чтобы получить зарезервированные услуги.

**Туристский рынок** – это система мирохозяйственных связей, в которой совершается процесс превращения туристско-экскурсионных услуг в деньги и обратного превращения денег в туристско-экскурсионные услуги.

Другими словами, туристский рынок – эта сфера проявления экономических отношений между производителями и потребителями туристского продукта. Если экономические интересы производителя и потребителя туристского продукта совпадают, то происходит акт купли-продажи туристского продукта.

Рынок выполняет многочисленные функции: информационную, посредническую, регулирующую, ценообразующую, стимулирующую, созидательно-разрушительную, дифференцирующую. Но в качестве основополагающих функций туристского рынка можно выделить следующие:

1. Реализация стоимости и потребительской стоимости, заключенных в туристском продукте;
2. Организация процесса доведения туристского продукта до потребителя (туриста);
3. Экономическое обеспечение материальных стимулов к труду.

В процессе выполнения туристским рынком первой функции происходит движение стоимости, которое отражается посредством обмена: деньги ----- туристский продукт.

Завершение этого обмена означает законченность акта товарно-денежных отношений, реализацию стоимости, заключенной в туристском продукте, и общественное признание его потребительской стоимости. В результате обеспечивается нормальный ход общественного воспроизводства, появляются и накапливаются денежные средства для развития туристской индустрии.

Функция организации процесса доведения туристского продукта до потребителя осуществляется через создание сети тур агентов и туроператоров по его реализации.

Функция экономического обеспечения материальных стимулов к труду заключается в том, что в процессе обмена «деньги – туристский продукт» на туристском рынке распределение как необходимая фаза воспроизводства предстает в завершенном виде. У работников туристской фирмы, получающих за свой труд денежное вознаграждение, создаются материальные стимулы к повышению качества и увеличению количества туристского продукта, производству его в соответствии с запросами потребителей.

Туристский рынок характеризуется наличием субъектов, т.е. юридических и физических лиц, которые являются производителями и потребителями туристского продукта. Можно выделить три субъекта туристского рынка, а именно: самих туристов (потребителей), туроператоров и турагентов.

**Туроператор** – это туристская организация, которая занимается разработкой туристских маршрутов и комплектацией туров, обеспечивает их функционирование, организует рекламу, рассчитывает соответствие с действующими нормативами и утверждает в установленном порядке цены туры по этим маршрутам, продает туры турагентам для выпуска и реализации путевок по своей лицензии.

**Турагент** – хозяйствующий субъект или индивидуальный предприниматель, который приобретая туры по туристским маршрутам разработанным туроператором выпускает по ним путевки и реализует эти путевки непосредственно туристам.

**Турист** – лицо, путешествующее с любой целью, кроме поиска заработка и перемены постоянного места жительства при сроке пребывания вне своего места жительства не менее 24 часов (менее 24 часов - экскурсанты) и не более 12 месяцев.

Туристские рынки можно классифицировать по следующим признакам:

- по географии – рынки мировой, региональной, отдельной страны, района внутри страны, города и т.д.;
- по признаку отношения к национальной территории – рынки международного туризма (въездного, выездного), внутреннего туризма;
- по признаку направления движения – рынки, генерирующие туристские потоки и принимающие туристов;
- по степени концентрации производства и сбыта – рынки монополистический, олигополистический и рынок свободной конкуренции;
- по степени концентрации соотношения между спросом и предложением – рынок продавца (характеризуется высоким спросом и ограниченностью



предложения) и рынок покупателя (характеризуется превышением предложения над спросом).

Туристский рынок характеризуется емкостью, уровнем сбалансированности спроса и предложения, условиями реализации туристского продукта.

**Емкость туристского рынка** – это его способность «поглотить» то или иное количество туристского продукта, т.е. возможный объем реализации отдельных туров, услуг туризма, товаров туристско-сувенирного назначения при существующих ценах и предложении. Емкость зависит от объемов платежеспособного спроса населения, уровня цен и размеров туристского предложения.

На туристском рынке сталкиваются спрос и предложения на туристский продукт, который предъявляет турист и предложения на туристский продукт, на обмен «деньги – туристский продукт», на денежные потоки и потоки туристского продукта.

**Туристский кругооборот** – это система экономических и юридических (гражданско-правовых) отношений, возникающая между туристом и туристской фирмой и показывающая направления движения туристских потоков, туристского продукта, инвестиций в развитие туризма и денежных поступлений в бюджет от доходов туристской деятельности.

Туристский кругооборот осуществляется по следующей схеме:

1. Турист платит турфирме деньги за турпутевку;
2. Турфирма выдает туристу турпутевку;
3. Турист обменивает турпутевку на турпродукт, т.е. на конкретные услуги туризма;
4. В процессе реализации турпродукта турист получает туристские впечатления, т.е. происходит процесс косвенного возврата туристу его денег;
5. Турфирма производит инвестиции в развитие туристского рынка, туристской индустрии и на создание новых видов турпродукта;
6. Турфирма получает новые виды турпродукта;
7. Турфирма платит налоги и различные сборы в бюджет

Цели исследования туристского рынка следующие:

- дать общую характеристику и выявить тенденции изменений на рынке;
- оценить состояние конкуренции на рынке;
- определить систему продвижения продукта и услуг на этом рынке;
- выявить тенденции развития внешней среды, влияющие на деятельность туристской организации и т.д.

В результате таких исследований определяют конъюнктуру рынка, т.е. его состояние в определенный момент (период) времени, обусловленное взаимодействием экономических, социально-экономических, социально-политических, природных и других факторов. Конъюнктуру туристского рынка характеризуют такие параметры, как соотношение спроса и предложения туристских услуг, уровень цен и доходов, степень государственного регулирования, наличие сезонных колебаний спроса.

Одним из наиболее распространенных подходов к изучению туристского спроса является сегментация. **Сегментация рынка** представляет собой деление рынка на группы покупателей, характеризующихся общими чертами, прежде всего примерно одинаковым взглядом на товар или услугу, благодаря чему можно применить единый комплекс воздействия на потребителя.

Основой сегментации туристского рынка является выделение рыночных сегментов по потребительским признакам. К основным потребительским признакам относятся социально-экономические, демографические и географические признаки, к дополнительным – психографические и поведенческие признаки сегментации. Наиболее распространенными в исследованиях международного туристского спроса являются следующие признаки сегментации:

- по уровню доходов;
- по полу;
- по возрасту и жизненному циклу семьи;
- по географии – страны, области, города;
- по социально-экономическим и демографическим особенностям – число членов семьи, род занятий, образование, религия, национальность;
- по психографическим моментам – социальный класс, стиль жизни или личностные характеристики;
- по степени информированности потребителей о товаре, отношения к нему и реакции на его использование.

## *Лекция 7: Место и роль туризма в мировой экономике. Перспективы развития мирового туризма.*

После окончания Второй мировой войны начался период расцвета международного туризма. За четыре десятилетия (1950 – 1990 гг.) число прибытий в мире росло в среднем на 7,1% в год. К 1990 г. ежедневно число людей, находящихся в заграничной поездке, насчитывало более 1 млн.

Если в 1950 г. число прибытий международных туристов составило свыше 25 млн., то к 1990 г. их число достигло 455 млн. за этот период на международный туризм воздействовали факторы, которые могли значительно помешать его развитию и к которым можно отнести экономические спады, колебания валютных курсов, нестабильные цены на нефть. Но желание людей путешествовать оказалось сильнее влияния этих факторов. 2019 г. – 1458 млн. прибытий в мире.

В начале 60-х годов туризм стал действительно международной индустрией, выполняющей стандартизованные функции. Образование новой индустрии и появление большого числа людей, у которых были желание, время и средства для путешествий, привели к быстрому развитию международного туризма. К этому же времени можно отнести создание крупных транснациональных компаний, которые стали предлагать «пакетные» туры и льготные тарифы. Деловой туризм также превратился в один из важнейших секторов туристского рынка.

Военные события в Персидском заливе в 1990-1991 гг. привели к значительному уменьшению потока туристов в страны Персидского залива, восточной части Средиземного моря и Северной Африки. Серьезно пострадали многие компании, в частности авиакомпании. Некоторые из них разорились, другие в течение нескольких лет были вынуждены преодолевать значительные трудности.

В целом 90-е годы XX в. характеризовались спадом темпов роста международного туризма, которые составляли около 4% в год.

Террористические акты в США в сентябре 2001 г. негативно повлияли на ситуацию в туристском бизнесе, причем гораздо больше, чем война в Персидском заливе. Резко сократился объем въездного туризма в США (на 12,6%), а также значительно уменьшилось число поездок внутри страны. Многие турфирмы, гостиницы и авиакомпании обанкротились.

Однако, несмотря на внутренние и внешние неблагоприятные факторы международный туризм развивается. Появляются новые потоки туристов из

стран, откуда прежде было мало или совсем не было туристов, новые места туристского назначения, новые формы туризма.

Определяя, какие из туристских центров являются ведущими в международном туризме, всегда желательно пользоваться не только одним показателем. При распределении мест на основе двух основных туристских показателей – международных туристских прибытий и доходов от международного туризма – в обоих разрядах, хотя и в разном порядке, стоят девять из десяти ведущих туристских центров. Первые три места занимают США, Испания и Франция. США занимают первое место по доходам, но третье место по прибытиям, Франция стоит на первом месте по прибытиям, но на третьем по доходам, тогда как Испания является второй в обоих разрядах. Италия занимает четвертое место по доходам, но пятое по прибытиям, а Китай является четвертым по прибытиям и шестым по доходам, соединенное Королевство, Германия, Турция и Австрия занимают, соответственно, 5, 7, 8 и 9 места по доходам и каждая на одно место ниже по прибытиям. В первую десятку туристских центров входят Мексика, но только по прибытиям, и Австралия – только по доходам.

Различия между этими двумя разрядами объясняются тем, что каждый туристский центр имеет свои особенности в отношении продолжительности пребывания и профиля посетителей, уровня расходов, стоимости жизни, размера доходов, получаемых от пребывания однодневных посетителей и круизных пассажиров и т.д. Франция, например, как туристский центр, находящийся в окружении множества крупных европейских направляющих рынков, привлекает относительно большое число туристов с кратковременным пребыванием, тогда как пребывание международных посетителей в гораздо более крупных по размеру США в среднем является, как правило, намного более продолжительным.

По сравнению с 2004 годом порядок следования стран в списке ведущих туристских центров оставался практически неизменным и в 2005 году. Единственное изменение в разряде доходов состоит в том, что Китай оттеснил Германию с шестого места и продолжает неуклонный 13 % подъем по сравнению с пока еще достойным для Германии 6 % ростом. Что касается международных туристских прибытий, то главное изменение состоит в том, что Турция вошла в первую десятку с ее девятым местом, что является следствием 20 % роста в 2005 году после непревзойденного 26 % роста в 2004 году. И Китай и Турция служат примерами туристских центров, в которых в течение всего последнего десятилетия происходит весьма динамичный рост. Китай является

непререкаемым лидером в Азии и Тихоокеанском регионе. Он неуклонно поднимается в списке других ведущих стран мира и приближается к США в отношении числа прибытий и к Соединенному Королевству – в отношении дохода. Турция в последние годы укрепила свое положение на четвертом месте как ведущий туристский центр в Средиземноморском регионе и шестое в Европе после таких гигантов в туризме, как Франция, Испания, Италия, Великобритания и Германия.

Развитие международного туризма способствует развитию аэропортов, дорог, магазинов, модернизации кинотеатров, расцветанию городов, восстановлению памятников, лесов и т.д. Кроме секторов связанных с туризмом, его развитие также способствует развитию транспорта, легкой, ткацкой, обувной и др. промышленности. Например, капиталовложения в строительство отелей, стимулирует развитие строительной промышленности, а это в свою очередь содействует развитию цементного производства.

Туризм, достаточно сильно действует на развитие пищевой промышленности. Часть туристов предпочитает оставаться у родственников и знакомых и эта категория туристов тратится в основном на продукты. Развитие автотуризма также способствует развитию производства полуфабрикатов и т.д.

Каждая страна имеет специфическую культуру и производство товаров и услуг во многом зависит от этой культуры. Например, для Франции таким продуктом является модная одежда, косметика, парфюмерия, для Швейцарии часы, для Японии радио – электроника и т.д.

Развитие туров с заселением в кемпингах способствовало развитию производства трейлеров, а развитие водного туризма (яхты, катера, лодки и т.д.) на побережьях Средиземного моря, Атлантического океана способствовало развитию производства катеров, яхт, строительству туристических центров и т.д.

В большинстве стран развитие туризма основывается на собственную политику и осуществляется в рамках региональных программ. В развивающихся странах размещение населения, трудовых ресурсов, производственных учреждений не равномерно. Даже в развитых странах, для уменьшения разницы между высокоразвитыми и малоразвитыми регионами применяются 2 основных способа: 1) создание центров или зон экономического развития; 2) постепенные капиталовложения в малоразвитые регионы.

Создание крупных туристических центров оправдало себя в некоторых странах, в том числе и во Франции. Строительство таких центров там началось после Второй Мировой войны. До этого времени приезжие туристы оставались в муниципальных гостиницах. После Второй Мировой войны

стремительное развитие международного туризма сделало обязательным строительство туристических центров международного класса. Первыми такими центрами стали горнолыжные курорты. Эти курорты способствовали развитию горных районов и за 10 лет (1970 -80) во Франции открылось 30000 рабочих мест. Кроме этого с развитием зимних видов спорта в этих регионах начало развиваться производство зимней одежды и других аксессуаров, а также производство подъемных сооружений. И это в свою очередь помогло открытию примерно столько же рабочих мест. Вторым примером могут послужить Швейцарские Альпы.

Развитие туризма способствует общему развитию сферы услуг (коммунальные, бытовые и т.д.) и повышению уровня жизни населения. С развитием международного туризма повышается число учреждений сферы услуг. Эти учреждения начинают в какой – то мере зависеть от туризма и бывают более рентабельными в туристические сезоны.

## *Лекция 8: Описание туров и маршрутов.*

**Маршрут** есть путь следования туриста, обозначенный перечнем всех географических пунктов и мест, последовательно посещаемых им во время путешествия, с указанием видов транспорта, используемых туристом для передвижения между пунктами остановок (пребываний) на маршруте. Исходной и конечной точками маршрута служат пункты начала и окончания путешествия. Начало маршрута - место оказания туристу первой туристской услуги, оговоренной в договоре, а конец маршрута - место оказания последней туристской услуги.

«**Туристский маршрут**» есть географически определенная, привязанная к данной местности и особенным объектам и описанная с различной степенью детальности трасса похода, путешествия.

Часто туристский маршрут определяют как заранее спланированную трассу передвижения туристов в течение определенного периода времени с целью получения предусмотренных программой обслуживания и дополнительных туристско-экскурсионных услуг. Туристские маршруты - один из основных видов обслуживания, предоставляемых туристам. Туристско-экскурсионные организации заранее разрабатывают маршруты, включая в них определенный комплекс услуг (питание, проживание, экскурсии, спортивные и досуговые мероприятия и т. д.).

В зависимости от перемещения по пути следования на маршруте различаются следующие типы маршрутов:

- линейные,
- кольцевые,
- радиальные,
- комбинированные

*Линейный маршрут* - путь следования, начало и окончание которого происходят в разных географических пунктах пребывания. Вместе с тем это наиболее распространенная разновидность туристского маршрута. Турист пребывает в дестинации в течение 7-10 дней и более, совершая однодневные экскурсии из места своего пребывания. После отдыха турист возвращается в место постоянного проживания.

*Радиальный маршрут* - путь следования, начало и окончание которого происходят в одном географическом пункте пребывания, располагаясь в нем турист совершает путешествия в другие пункты пребывания, возвращаясь при этом в пункт начала путешествия. К примеру, туристы из Турции приехали в

Азербайджан и после двухдневного пребывания в столице Баку, оставив за собой места в гостинице, совершили двухдневные выезды в Тбилиси.

*Кольцевой маршрут* - путь следования, начало и окончание которого происходят в одном географическом пункте пребывания, например тур «Америка» (Нью-Йорк-Вашингтон-Атлантик-Сити-Филадельфия-Нью-Йорк) или тур «Золотое кольцо России» (Москва -Ярославль-Кострома-Иваново-Суздаль- Владимир-Москва).

При этом место прибытия в страну или местность может быть:

*неизменным*, когда туристы, прибывая в страну, проходят только через один-два транзитных пункта – города,

*отличным от места прибытия*, когда туристы прибывают в один город, а вылетают домой из другого города.

То есть в первом варианте путешествие по стране неизменно начинается и заканчивается в одном и том же пункте, а во втором турист прибывает в один туристский центр, а уезжает домой из другого (так называемые *кроссинг-туры*).

*Комбинированный маршрут* - путь следования, который содержит все элементы линейного, кольцевого и радиального маршрутов в той или иной комбинации. К примеру, можно совершить тур «Золотое кольцо России» в комбинации с посещением не входящих в туристский маршрут старинных городов России - Смоленска, Твери, Нижнего Новгорода и др.

По сезонности действия туристские маршруты подразделяются на *круглогодичные*, к которым относятся все виды маршрутов путешествий при круглогодичном графике их действия, и *сезонные*, функционирующие в течение какого-либо сезона или сезонов. По продолжительности путешествия маршруты подразделяются на *многодневные (отпускные)* и *маршруты выходного дня*.

Классификация туристских маршрутов по принадлежности транспорта:

- туры на собственном транспорте, принадлежащем транспортным хозяйствам турфирм;

- туры на арендованном специализированном транспорте, принадлежащем транспортным организациям, который турфирмы используют на правах аренды на определенный срок;

- туры на транспорте общего пользования - на графиковом пассажирском транспорте, где туристов перевозят на правах пассажиров;



- специальные туры на личном транспорте туристов - для владельцев личных автомашин, с предоставлением всех видов услуг по маршруту, кроме проезда.

По видам используемого транспорта туристские маршруты подразделяются на:

- теплоходные,
- авиационные,
- автобусные,
- железнодорожные,
- комбинированные:

*Теплоходные маршруты* - на теплоходах речных и морских пароходств; морские: круизные - более суток, экскурсионно-прогулочные - не более суток; речные: туристско-экскурсионные рейсы - более суток; экскурсионно-прогулочные - не более суток;

*Авиационные туры*: групповые - с использованием части мест в самолетах пассажирских авиалиний; спецавиарейсы - полная аренда самолета для специальных туристских перевозок;

*Автобусные рейсы*: туристско-экскурсионные - с предоставлением проживания и питания, различного обслуживания, прогулочные - без обслуживания, может использоваться городской транспорт;

*Железнодорожные туры*: групповые путешествия с использованием части мест в графических поездах; специальные - арендованные составы с использованием мест в вагонах как базы размещения на данном маршруте;

*Комбинированные туры* - путешествия с использованием двух и более видов транспорта.

Рассмотрим некоторые туристические регионы Азербайджана.

### **Баку-Сиазань-Шабран -Хачмаз-Губа-Гусар**

Данный маршрут пролегает на север от Баку.

**ХЫЗЫ**. Хызинский район - население 17 тыс. чел. (2020 г), расположен в Губа-Хачмазском регионе, По дороге в Хызы, в 10 км. от трассы Баку-Ростов можно наблюдать интересное природное явление: выходы различных слоев геологических пород на поверхность холмов образуют весьма своеобразный по цвету ландшафт - красно-бурые отложения. Специалисты утверждают, что подобное геологическое явление можно наблюдать еще только в одном месте Земли - в Долине смерти, США. Здесь, в Хызинском районе, расположен один из красивейших национальных парков - "АЛТЫ АГАЧ". Здесь, в Алты Агач во времена правления Ширваншахов была одна из караванных

стоянок. А так как "агач" ("дерево" - азерб.яз.) был когда-то одной из мер расстояния (7 км.), то в переводе это название означает "6 агачей", то есть, 42 км., что равняется расстоянию отсюда до города Шамахи. Город Хызы - административный центр района, расстояние от Баку - 104 км. Этот городок - родина знаменитого азербайджанского писателя и драматурга Джафара Джаббарлы, который много сделал для развития национального искусства кино, поэта Мушфига.

**СИАЗАНЬ.** Сиязаньский район – по территории района в раннем средневековье проходила вторая линия Прикаспийских оборонительных сооружений (первая - это Дербентские оборонительные сооружения). Она занесена в Список историко-культурных памятников Азербайджана, охраняемых государством как Гильгильчайское оборонительное сооружение и рекомендована ЮНЕСКО для занесения в список памятников Всемирного наследия в комплексе "Прикаспийских оборонительных сооружений". Начинается стена прямо в море (Каспий подвержен многолетним циклам колебания уровня) и тянется на много километров, поднимаясь в горы, где заканчивается величественной сторожевой башней Чыраг гала (V век). Недалеко от башни Чыраг Гала, расположен курортный городок ГАЛА АЛТЫ ("Под башней") с оздоровительным санаторием "Чыраг Гала", на территории которого бьет минеральный источник с целебной сернистой водой, особенно полезной для лечения больных, страдающих мочекаменными болезнями и камнями в желчном пузыре. Возле села ЗАРАТ сохранились фрагменты другой оборонительной стены - Бешбармакской. В народе эти руины называют ХЫЗЫРЗИНДА БАБА.

**Шабран.** На территории Шабранский района, в 12 км. от морского побережья, расположено охотничье хозяйство АГЗЫ БИР площадью 1180 га. - здесь возможна охота на водоплавающих птиц, выдру и рыболовство. Историко-археологические памятники района - руины знаменитого городища ШАБРАН (5 -18 вв.) близ селения ШАХНАЗАРЛЫ. Местные типы ковров - "ПИРАБЕДИЛ" и "ХЕРАТ ПИРАБЕДИЛ" - которые по классификации специалистов входят в так называемую Губинскую ковровую школу - оригинальны, самобытны и пользуются спросом у любителей ковровых изделий ручной работы.

**ГУБА.** ГУБИНСКИЙ РАЙОН является одним из наиболее развитых сельскохозяйственных районов Азербайджана, - овощи и фрукты отсюда поступают на рынки столицы, в переработку местной консервной промышленности, являются экспортной продукцией. Несмотря на то, что здесь выращивается много видов различных фруктов и овощей, у любого

азербайджанца Губа ассоциируется, прежде всего, с яблоневыми садами. В окрестностях Губы особенно популярны и посещаемы такие живописные уголки природы, как ГЭЧРЭШ, БАЛБУЛАГ, ущелье ТЕНГГЕАЛТЫ глубиной от 400 до 600 метров. Знаменитый АФУРДЖИНСКИЙ водопад на реке Вельвеличай занесен в список "Памятников природы Азербайджана" и охраняется государством. Здесь есть и другие водопады, привлекающие внимание туристов и путешественников своей необычностью и своеобразием. Когда-то эти места посетил в своем путешествии по Азербайджану **французский писатель Александр Дюма**. Остановившись на привал возле дороги, он был приглашен к костру губинцами, которые тоже решили передохнуть и подкрепиться. Дюма был потрясен тем искусством, с каким губинцы разделали барашка и вкусом кябаба (шашлыка), которым они его угостили... А величайший путешественник современности, **норвежский ученый Тур Хейердал** также во время визита в Азербайджан посетил Губу, так как считал, что "асы", упоминаемые в эпосе "Эдда", и есть древнейшие предки азербайджанцев, попавшие на север Европы во время великого переселения народов. И здесь, в Губинском районе, в 65 км. от Губы, расположено высокогорное (2500 м. над уровнем моря) селение ХЫНАЛЫГ, население которого составляет уникальную, отдельную этнографическую группу. Хыналыгцы имеют свой архаический язык, не похожий ни на один из современных языков мира. Рядом с Хыналыг находится святилище (9 в.), где наблюдается естественный выход огня на поверхность земли. Поэтому в народе это место называли АТЕШГЯХ - ХРАМ ОГНЯ.

**ГОРОД ГУБА** расположен на берегу реки Кудиал-чай и северо-восточных склонах горы Шагдаг Большого Кавказа. Есть в Губе центр ковроткачества, так как эта зона прославилась своими коврами типа "ЧИЧИ", "СЫРТ ЧИЧИ", "ГЫМЫЛ", "ДЖИМИ", "ЕРФИ", которые являются украшением многих музеев и частных коллекций мира. В городе сохранились такие исторические памятники, как мечеть САКИНЕ ХАНУМ, ДЖУМА мечеть, мавзолей 16 века, старинные восточные бани. В XVIII веке на расселение в Губе, по левому берегу Кудиал-чай, были приглашены евреи. Это поселение называлось ЕВРЕЙСКАЯ СЛОБОДА, а с 1926 года - КРАСНАЯ СЛОБОДА.

Бакинцы, особенно если они приезжают в Губу отдохнуть на своей машине, часто едут из Губы и на морское побережье ЯЛАМА - в зону отдыха, расположенную относительно недалеко от Губы. И наоборот, отдыхающие в Яламе (НАБРАНЬ), иногда делают "рывок" в Губу, чтобы совместить радости отдыха на берегу Каспия с удовольствием от лесных предгорий Губы,

многочисленных родников и живописной природы. Губинский район - один из красивейших в стране. А с учетом его близости к столице, соседству лесной зоны с каспийским побережьем, многочисленными турбазами и зонами отдыха этот район имеет большое значение как рекреативная и бальнеологическая зона страны. В Губе можно остановиться в гостинице "ШАХДАГ", а также, в коттеджах и гостинице Олимпийского комплекса, который оснащен крытым плавательным бассейном (длиной 50 м.), стадионом под открытым небом, крытым стадионом для командных видов спорта, тренажерным залом, площадками для игры в теннис и минифутбол. В Губе также есть Зоны отдыха: "ГУБА", "ДЖАННАТ БАГЫ", "МИНАРЕТ", ЗОНА ОТДЫХА "LONG FOREST"

**ХАЧМАЗ.** ХАЧМАЗСКИЙ РАЙОН - население – 180 тыс. человек, занимает часть Самур-Девичинской низменности и расположен на северо-востоке Азербайджана. С севера он граничит с Россией. По его территории проходят магистральные шоссе и железная дорога (Баку-Москва). Более 20 га территории здесь покрыто лесами, протекает несколько рек, есть три искусственных озера, множество источников ключевой воды, в том числе термальной и минеральной. Здесь, в районе города Худат большой ресурс подземных вод, которая является питьевой. **Из местного селения ШОЛЛАР в 1914 году был проведен водопровод в Баку.**

По всему региону сохранилось около 60 памятников истории и культуры, но археологи считают, что их должно быть намного больше, так как этот регион был плотно заселен с древнейших времен. В селе ШИХЛАР - мечеть ШЕЙХА ЮСУФА (15 в.), которая относится к раннему периоду появления архитектурных мавзольных комплексов, получивших широкое распространение позднее - в 16-17 вв. В селениях МОРУГ ОБА, ТАГАР ОБА, УЗУН ОБА сохранились МЕЧЕТИ 19 века, в селении ГАРАГУРТЛУ МЕЧЕТЬ и МЕДРЕСЕ (15 в.).

**ГОРОД ХАЧМАЗ** - административный центр Хачмазского района, удаленность от Баку - 157 км., Так как из традиционных ремесел здесь наиболее развито ковроткачество, в местном Лицее организован специальный факультет. Остановиться в Хачмазе можно в гостинице "ХАЧМАЗ". На территории Хачмазского района находится вторая по величине и благоустроенности зона отдыха на Каспийском побережье, которая тянется по всему берегу моря от поселка МУХТАДЫР до поселка НАБРАНЬ и далее. Здесь очень много турбаз и пансионатов, в которых можно остановиться.

**НАБРАНЬ.** НАБРАНЬ - это самый большой регион креативного назначения в ХАЧМАЗСКОМ РАЙОНЕ, на побережье Каспийского моря. Эта

зона интересна тем, что после кромки песчаного пляжа сразу начинается лес, в котором и расположились различные турбазы, лагеря, пансионаты, дома отдыха. Условия в них самые различные - от комфортабельных гостиниц класса "люкс", благоустроенных коттеджей на малое количество человек до палаточных городков.

**ЗОНА ОТДЫХА "GREEN VILLE"** Расположена в лесу, на берегу Каспийского моря. Здесь 18 комфортабельных коттеджей, в каждом из которых 4 отдельных номера. Каждый коттедж может вместить от 2 до 12 человек. Рестораны, конференц-зал, бары, бассейны для взрослых и детей, детская площадка, теннисный корт, волейбольная, баскетбольная, футбольная площадки, бильярд, настольный теннис, бадминтон - здесь есть все, чтобы вы отлично отдохнули.

**ЛАГЕРЬ ОТДЫХА "ПАЛЬМА"** 30 благоустроенных коттеджей (в каждом кондиционер, телевизор, бар, телефон), бассейн для взрослых и детей, спортивные площадки, зал для проведения конференций, ресторан, бар.

**ЗОНА ОТДЫХА "ЛОТОС"**. Расположена в лесу, рядом пляжем. Территория зоны - 1,2 га. Здесь 14 коттеджей со всеми удобствами (телефон, телевизор, холодильник)..

**ЗОНА ОТДЫХА "АТЛАНТ"**. Расположена в лесу, на побережье Каспия. 2-х и 3-х комнатные комфортабельные коттеджи, ресторан, дискотека, бар, целебные родники, бассейны, спортивные площадки, экскурсии на автобусах, джипах или пешие. Для детей - катание на лодках и катамаранах.

**ГУСАР.** Население района – 98 тыс чел.; районный центр, город Гусар.

**ГУСАРСКИЙ РАЙОН** граничит с Дагестаном и расположен на северо-востоке Азербайджана, в 35 км. от железнодорожной станции Худат. Ландшфты этого края - чередование гор и долин, покрытых лесами. Здесь преобладают широколиственные деревья, - граб, дуб, бук. В тугайных лесах речных пойм произрастают мушмула, сумах, боярышник, шиповник, дикорастущие фруктовые деревья, крыжовник, дикий виноград, множество лекарственных растений. Есть здесь и буковый лес "АЛИСТАН БАБА" (7 га), взятый под охрану государства. Не менее богата и фауна Гусарского района - волки, медведи, кабаны, горные козлы, орлы, совы... В горных ущельях можно полюбоваться красивыми водопадами, самые популярные из которых - ЛАЗА и ШАХНАБАЗ - привлекают множество туристов и любителей дикой природы Кавказа. Горы и вершины Гусарского района привлекают скалолазов и альпинистов, а местные водопады в последние годы стали местом зимних соревнований ледолазов. Из селения ЛАЗА можно пешком пройти в селение ХЫНАЛЫГ, расположенное в

ГУБИНСКОМ районе - именно этот маршрут в последнее время очень популярен среди любителей пешего туризма.

Если двигаться экотуристическим маршрутом от города Гусар в направлении водопада Лаза, можно остановиться в селении АНИГ, возле которого сохранились руины крепостных стен 13 века, старинная мечеть, а возле селения ЛАЗА можно остановиться на базе отдыха "СУВАР". Если направляться маршрутом от Гусар к селению СУДУГ (75 км.), расположенном на склоне горы ШАХДАГ, в селении ХАЗРА можно осмотреть мавзолей ШЕЙХА ДЖУНЕЙДА (16 век) - деда ШАХА ИСМАИЛА ХАТАИ, основателя азербайджанского государства

СЕФЕВИДОВ.

ГОРОД ГУСАР - административный центр Гусарского района. Расстояние от Баку - 183 км. В этом городе когда-то побывал российский поэт М.Лермонтов, поэтому здесь основан музей, носящий его имя. Среди народных ремесел наиболее развито ковроткачество - особенно безворсовые ковры СУМАХ, которые ткются как в домашних условиях, так и в цехе, расположенном в центре города.

**Маршрут Баку-Астара** пролегает на юг. Баку-Сальяны-Билясувар-Джалилабад-Масаллы-Ленкорань-Астара.

Масаллинский район. Территория насыщена минеральными источниками. Известен санаторий Фатмеи-Захра. Многочисленные небольшие центры отдыха с коттеджами, расположенные в лесу, на берегу рек.

Ленкоранский район. Многочисленные небольшие центры отдыха с коттеджами и гостиницы расположенные в лесу, на берегу рек и моря: Палыдлы сахил, Далга, Кавказ, санаторий Истису. В городе круглая крепость «Даиреви Гала» известен тем, что в свое время здесь в заключение был Иосиф Сталин. Краеведческий музей расположен в доме Ленкоранского хана; дом-музей Героя Советского Союза генерала Ази Асланова; Гирканский и Гызылагаджский национальные парки.

Лерикский район. Известные центры отдыха “Relax”, “Meşəbəyi”, музей долгожителей

### **Маршрут Баку-Гянджа**

Гянджа второй город по численности в стране, промышленный и культурный центр западной части страны. История города насчитывает около 4-х тысяч лет. Является родиной всемирно известного поэта, философа Низами Гянджяви (1139-1211г). Здесь находится мавзолей великому поэту. В городе музей истории, краеведческий музей, канцелярия Шах Аббаса, известный дом из бутылок, уютный Хан багы, Джума мечеть (1606 г.), Албанская церковь (XVIII

век), православная церковь и др. 50 км от Гянджи расположен Гей-Гельский Национальный парк.

### **Маршрут Баку – Шамахи-Исмаиллы-Габала-Шеки**

Маршрут пролегает через город Шамахи. Шамахи древняя столица государства Ширваншахов, родина философов Наими и Насими, поэта-сатирика Сабира.

Исмаиллы известен своими населенными пунктами - Баскал (центр шелковых платков кялагаи), городом-мастеров Лагич, русской деревней Ивановка (до настоящего времени действует колхоз). В районе многочисленные центры отдыха и развит сельский туризм

Габала крупный по масштабам страны туристская дестинация. Отели, туристские центры отдыха, развлекательный центр Габалинд. Ежегодно в августе в Габала проходит международный музыкальный фестиваль. В районе многочисленные центры отдыха и развит сельский туризм.

Шеки известен своей кулинарией и сладостями. Пити – мясное блюдо готовят в специальных глиняных горшочках в отдельности для каждого клиента. Сладости халва, пахлава объект обожания всех туристов. Историко-архитектурный заповедник “Yuxarı - Baş” (“Şəki Xan Sarayı” (1796), “Yuxarı Karvan-Saray” строение). Ханский дворец и Шекинская крепость включены в список мирового наследия ЮНЕСКО. В селе Киш Албанская церковь заложенная в 1-ом веке н.э. действует как музей. Здесь побывал всемирно известный путешественник Тур Хейердал. Возле албанской церкви установлен бюст Тур Хейердала. Родина драматургов Мирза Фатали Ахундова, Сабит Рахмана, кинорежиссера Расима Оджагова. В районе многочисленные центры отдыха и развит сельский туризм.

### **Маршрут Баку – Гарабах**

Гарабах – территория покрыта лесом, горами, насыщена минеральными источниками.

Шуша – культурная столица Азербайджана. Гарабах родина и место творчества многих творческих знаменитостей Азербайджана. Натаван, Гасым бека Закира, Вагифа Узеира Гаджибекова, Муслима Магомаева, Ахвердиева, и многих других.

### **Маршрут Баку-Нахчыван**

Нахчыван. Гробница Юсифа ибн Кюсейра (1161-1162 г.), мавзолей Момина Хатун (1186-1187г.), воздвигнут зодчим Аджеми Нахчивани, основоположником нахчыванской архитектурной школы, дворец Нахчыванских ханов, где

расположен музей. Вблизи города находится лечебно-оздоровительный центр Дуз-даг, где ведется лечение больных верхних дыхательных путей.

Ордубад является одним из немногих городов Азербайджана, хорошо сохранивших свои памятники старины, старую планировку и значительную часть старой застройки. В 1977 году площадь исторической застройки города Ордубада, отличающаяся своеобразной архитектурной структурой и памятниками архитектуры, была объявлена историко-архитектурным заповедником. На территории района создан Ордубадский Национальный парк им. Гасана Алиева.

## **Баку**

**Столица Азербайджанской Республики.**

- историко-архитектурный заповедник «Ичери-Шехер». На территории находится комплекс Дворец Ширваншахов и Девичья Башня (XII век) которые внесены в список памятников Всемирного наследия ЮНЕСКО.

- историко-этнографический заповедник «Гобустан» с наскальными рисунками

- историко-этнографический заповедник «Гала»

- историко-архитектурный заповедник «Нардаран»

- в поселке Мардакан находятся крепости четырехугольная (XIII век) и круглая Крепости (XII век)

- Крепость в поселке Рамана (XIV век)

- поселок Сураханы «Атяшгях» (XVIII век)

Баку привлекает туристов архитектурным разнообразием XIX-начала XX веков, Торговой улицей, мечетью Биби-Эйбат, немецкой кирхой, бульваром в 14 км-ов и современными постройками.



## *Лекция 9: Туризм и защита окружающей среды.*

Развитие природного туризма на охраняемых территориях может нести с собой целый комплекс различных последствий — как положительных, так и негативных. С одной стороны, развитие туризма во многих частях мира оказывалось мощным стимулом для охраны редких видов и уникальных экосистем, ведь природный туризм — одна из немногих форм экономической деятельности, относящейся к разряду «не-истощительной», не предусматривающей изъятие объектов живой природы (за исключением охотничьего и рыболовного туризма).

Но без должного контроля и управления успехи в развитии природного туризма могут быстро обернуться «обратной стороной». Небывалый рост числа приверженцев природного туризма создал целый комплекс проблем, которые пятьдесят лет назад никто не мог и представить. Чрезмерный и неконтролируемый поток туристов нередко является причиной деградации природной среды, снижения биологического и культурного разнообразия. Негативные эффекты от туризма могут распространяться и за пределы ООПТ, затрагивая интересы окрестных поселений. При этом замечено: те места, где приток посетителей сильно увеличился, могут впоследствии испытать быстрый спад туристического бизнеса — ведь участников природных туров привлекает именно возможность ощутить себя «вдали от всех и вся». Мощные потоки туристов, явившись причиной разрушения природных территорий и снижения их привлекательности для будущих посетителей, «переключаются» на другие регионы, оставляя за собой загрязненные пляжи, разочарованных местных жителей и разоренную местную экономику. В данном случае можно сказать, что вместе с разрушением окружающей среды, от которой он зависит, туризм убивает и себя (Ceballos-Lascurain, 1996). За рубежом существует выражение для характеристики таких случаев: «туризм разрушает туризм».

Поэтому при планировании регионального развития, включающего туризм, необходимо первоочередное внимание уделить вопросам сохранения его природной «базы».

Опыт национального парка Йеллоустон в США—одной из первых «колыбелей» природного туризма—иллюстрирует противоречивые тенденции, которые может повлечь за собой развитие такого туризма (Ceballos-Lascurain, 1996). С одной стороны, масса посетителей, приезжающих с основной целью посетить Йеллоустон, обеспечивает весьма существенный доход для всего штата Монтана, где этот парк находится: во время своего визита они пользуются и другими услугами—ресторанами, заправочными станциями, гостиницами.

Однако бурный рост туризма серьезно нарушил традиционный уклад в окрестных городах. Хотя уровень жизни местных жителей, как и в целом по штату, несколько повысился, им приходится мириться со строительством новых дорог, перегруженностью автотранспортом и потоками туристов, шумовым загрязнением, загазованностью и быстрым ростом цен на землю. На территории парка концентрация посетителей достигла такого критического уровня, что полноценное общение с природой (основная цель их приезда) стало почти невозможным. Сохранение уникальных экосистем было поставлено под угрозу. Таким образом, рост потока туристов повлек за собой широкий спектр как положительных, так и отрицательных экологических и социальных последствий. Пример Йелло-устона иллюстрирует очевидную необходимость более эффективного планирования и управления туризмом.

*Для того, чтобы превратить природный туризм в туризм истинно экологический, необходимо научиться управлять этими сложными и противоречивыми тенденциями, избегать или уменьшать негативные последствия и максимально увеличивать положительные.*

#### **Прямые и косвенные воздействия природного туризма**

Негативные аспекты развития туризма в ОПТ более широко известны, нежели его положительные аспекты, поскольку они более очевидны. Рост числа туристов, нерациональное использование природных ресурсов, строительство гостиниц, другие виды деятельности, связанные с туризмом, влияют на окружающую среду определенным образом. Такие воздействия можно условно разделить на две категории: прямые и косвенные. *Прямое* воздействие обусловлено непосредственным присутствием туристов и их деятельностью, косвенное—используемыми в туризме транспортом и инфраструктурой (Ceballos-Lascurain, 1996).

Один из наиболее полных обзоров негативных эффектов природного туризма представлен в работе Гектора Цебаллос-Ласкурейна (Ceballos-Lascurain, 1996). Этот автор выделяет следующие категории (следует отметить, что разделение связанных с туризмом проблем на категории достаточно условно; в большинстве случаев экологические последствия туризма бывают множественными):

- воздействие на геологические формации;
- воздействие на почвы;
- воздействие на водные ресурсы;
- воздействие на растительность;
- воздействие на животных;

- изменение санитарных условий;
- изменение эстетических особенностей ландшафта;
- воздействие на культурную среду.

Характер и последовательность негативных эффектов могут быть в некоторой степени предсказуемы

### **Воздействие на геологические формации**

Вопрос об отрицательном влиянии скалолазания и спелеотуризма на геологические формации остается пока спорным; окончательное мнение по нему еще не сформировано. Значительно большее беспокойство вызывает сбор минералов, ископаемых и других геологических объектов в качестве сувениров. Один из наиболее драматических примеров подобного рода—национальный памятник природы «Окаменевший лес» (Petriified Forest National Monument) в США, шт. Аризона. Результатом действий «охотников за сувенирами» стало полное разрушение нескольких участков ископаемого древесного покрова. В другом американском штате — Нью-Мексико — «охота за сувенирами» стала настолько популярной, что для «отвлечения внимания» туристов пришлось выделить 100 гектаров Государственного парка Роклэнд (Rockland State Park) специально для коллекционирования минералов. В ряде развивающихся стран при отсутствии соответствующего контроля имеет место истощение запаса окаменелых ископаемых (яркий пример подобного рода—Мексика, Сан Хуан Райа, Пуэбло). Во многих пещерах, чтобы сохранить сталактиты, устанавливают специальные защитные сооружения.

### **Воздействие на почвы**

Связанное с туризмом воздействие на почвы может быть нескольких типов. При строительстве объектов инфраструктуры туризма происходит перемещение и удаление почвы. Результатом интенсивных пеших переходов могут стать оползни, обвалы и передвижения каменистых осыпей. Перемещения туристов по склонам препятствуют естественной растительной сукцессии и нередко вызывают сползание вниз почвы с верхних участков склонов. Особенно уязвимы склоны относительно молодых вулканов.

На тропах, дорогах и площадках для разбивки палаточных лагерей происходит измельчение верхних слоев почвы до порошкообразного состояния. На начальной стадии формирования тропы в результате фрагментации почвы обычно исчезают ее верхние горизонты, и, как следствие, происходят выщелачивание и эрозия. Продолжительная потеря верхних слоев почвы очень вредна для экосистем, поскольку нарушает круговорот питательных веществ и сокращает популяции ответственных за него почвенных микроорганизмов. В

пещерах, по берегам озер, на тропах и дорожках наблюдается уплотнение почвы в результате вытаптывания. Оно усиливается под воздействием транспортных средств, например, на площадках кемпингов. При длительном вытаптывании снижается способность почвы к восстановлению в связи с уменьшением количества активных корней. Еще одно последствие уплотнения почвы — затруднение стока, которое приводит к усилению эрозии и снижению доступности воды и воздуха для корней растений и почвенных организмов. Это, в свою очередь, вызывает гибель растений и смену видового состава почвенных организмов. В частности, при уплотнении сокращаются популяции более крупных их видов вследствие снижения числа больших пор. Отмечено, что увеличение интенсивности рекреационной деятельности приводит к снижению количества дождевых червей, а также обилия и разнообразия почвенных артропод, или клещей. В окрестностях Цюриха было обнаружено, что популяции бактерий в уплотненных почвах были сокращены почти в два раза.

Утрамбовывание поверхности грунта на тропах, используемых для верховой езды, может вызывать заболачивание, поскольку оно затрудняет сток и разрушает корни растений, которые при иных условиях способствовали бы восстановлению растительного покрова.

Эрозия почвы на тропах и в местах стоянок часто приписывается влиянию туризма. Однако по факту сама по себе рекреационная деятельность почти никогда не вызывает эрозии. Она лишь создает обстоятельства, при которых с большей вероятностью вступают в действие силы эрозии — ветер и вода. Сокращение наземной растительности и уплотнение почв (которые часто происходят одновременно) — это два наиболее характерных типа воздействий туристической деятельности, которые могут ускорять процессы эрозии.

Подсчитано, что для развития почвы *in-situ* (то есть в естественных условиях) требуется около 12000 лет. Поэтому неудивительно, что эрозия почвы может привести к долговременным экологическим изменениям.

В мелких, медленно текущих прибрежных водах движение различных плавсредств (особенно моторных) нередко нарушает естественные процессы седиментации.

Еще одно серьезное последствие туристической деятельности — эвтрофикация почвы, то есть повышение ее плодородия в результате повышения концентрации органических веществ, главным образом пищевых отходов. Продукты жизнедеятельности человека и сопровождающих его домашних животных (собаки, лошади) являются дополнительным источником органического загрязнения. В местах с интенсивным воздействием рекреации

наблюдается увеличение доли травянистой растительности, требовательной к повышенному количеству питательных веществ.

Особенно чувствительны к воздействию «неустойчивого» туризма альпийские почвы. В альпийской зоне Эвереста рубка различных видов можжевельника на дрова и снятие дерна для нужд строительства вызвали потерю верхних слоев почвы и гумусового горизонта. Эти процессы усиливались под влиянием выпаса скота. Степень нарушения альпийских почв в результате туризма в целом оказалась существенно выше, чем, например, в зоне лесов и кустарниковых лугов.

### **Воздействие на водные ресурсы**

Поскольку водные ресурсы не знают ведомственных границ, на их качество на охраняемых территориях может влиять рекреационная деятельность, которая осуществляется как непосредственно на них, так и за их пределами. Разумеется, емкость водных ресурсов, обслуживающих интересы рекреации, неодинакова в разных местах. В общем и целом, чем больше людей одновременно используют данную территорию, тем выше риск снижения качества воды. Одни виды деятельности потенциально более опасны, чем другие. Таково использование моторных лодок, которое может привести к эрозии пляжей и береговой линии, распространению водных сорняков, химическому загрязнению, замутнению мелководных участков.

Рекреационное воздействие может носить временный и сезонный характер. Олиготрофные воды, то есть изначально обедненные питательными веществами, особенно чувствительны к внедрению отходов: в них увеличивается концентрация питательных веществ, которая в естественном состоянии очень низка. Количество жизнеспособных фекальных бактерий в осадениях значительно выше, чем в обычной воде. Поэтому на территориях, подвергающихся интенсивному использованию, это может представлять угрозу для здоровья. В некоторых зарубежных национальных парках усиливается проблема распространения паразитарных заболеваний в результате высокой концентрации потенциальных переносчиков — людей и домашних животных.

Проблемы эвтрофикации и бактериального загрязнения являются общими для тех территорий, где при строительстве объектов инфраструктуры (коттеджи, кемпинги, др.) мало уделяется внимания системе удаления нечистот. В целях сохранения качества воды при выборе территории для кемпингов очень важно правильно определить расстояние до водных ресурсов, а также учесть потенциальное воздействие на почвы. На территориях с интенсивным

использованием водных ресурсов рекомендуется периодически брать анализы состава воды. Подробнее об «экологических» гостиницах см. главу 2.10.

Еще одна серьезная проблема, связанная с обогащением воды продуктами стоков,— обширный рост водорослей, который часто наблюдается во внутренних водах, подвергающихся рекреационному использованию. К сожалению, во многих случаях системы управления сбросом сточных вод недостаточно эффективно улавливают питательные вещества, стимулирующие рост растений. Выбросы сточных вод в закрытые водоемы иногда стимулируют рост водорослей в такой степени, что это делает невозможным их дальнейшее использование в рекреационных целях. Например, нити волокнистых водорослей могут сливаться и формировать на поверхности воды плотные плавучие массы, которые затрудняют плавание и движение на лодках.

Очень чувствительны к воздействию туризма прибрежные и морские воды. Многие распространенные проблемы связаны со сбросом отходов и сточных вод из курортных отелей. Это усугубляется тем, что для устранения запаха сточных вод или для растворения жиров и масел многие гостиницы используют химикаты (в частности, хлор и едкий натр). Эти химикаты токсичны и наносят вред морской биоте.

### **Воздействие на растительность**

Туристическая деятельность может оказывать достаточно быстрое прямое воздействие на видовой состав растений. Особенно страдает растительность нижних ярусов, подвергающаяся интенсивному вытаптыванию. Практически всегда это приводит к снижению видового разнообразия. Ущерб от вытаптывания, как правило, сильнее, нежели от устройства палаточных лагерей. Утрата отдельных видов возможна также в результате целенаправленного сбора и выкапывания растений.

В качестве примера совокупного влияния туризма на почвы и растительность рассмотрим ситуацию Тебердинского биосферного заповедника, описанную в неопубликованной работе Н.В. Бессоновой (1997). В данном заповеднике, особенно на территории Домбая, вытаптывание травяного покрова в результате большого скопления отдыхающих является одной из важнейших экологических проблем. Эта проблема усугубляется тем, что экстремальные высокогорные условия существования не дают растительному покрову возможности восстанавливаться полностью и своевременно. Интенсивное вытаптывание приводит к уплотнению и эрозии почвы, угнетению травяного покрова, а затем и остальных ярусов растительности, к обеднению животного мира. Превышение предельно допустимых нагрузок на рекреационные

территории в итоге приводит к дигрессии природных комплексов, потере ими способности к самовосстановлению. К сожалению, проблема эта затрагивает наиболее интересные природные объекты, интенсивно посещаемые туристами, такие как многочисленные домбайские водопады и озера. В результате эти участки быстро теряют **свою** эстетическую привлекательность; закономерно снижается и комфортность отдыха.

Существенное и разнообразное воздействие на растительность оказывает также использование в туристических целях транспорта.

В национальном парке Масаи Мара в Кении водители туристических автомобилей часто съезжали с наезженных дорог в поисках крупных копытных и хищников. **Это** привело к деградации травянистой растительности на многих участках, вплоть до полной утраты растительного покрова. Саванна оказалась буквально испещренной автомобильными колеями, что разрушило естественный облик территории. Помимо этого, результатом интенсивного автомобильного движения стало изменение видового состава растительности. Специалисты были вынуждены разработать целый комплекс мер по предотвращению негативного воздействия. Их рекомендации включали строгий запрет езды вне отведенных для нее дорог и введение высоких штрафов за его нарушение, создание специальных троп для наблюдений, более равномерное распределение потока посетителей в течение года в целях снижения их скопления в «пиковые» сезоны.

Ряд исследований свидетельствует о том, что увеличение интенсивности использования природных территорий в целях рекреации вызывает прогрессирующее упрощение растительного покрова, а также поверхности и структуры почв. Нарушается сбалансированность существующих местообитаний, но они не замещаются новыми. Это, в свою очередь, приводит к общему снижению видового разнообразия во всех трофических группах, во всех частях затрагиваемой экосистемы. Виды, приуроченные к эфемерным местообитаниям, обычно сохраняют или даже увеличивают свою численность за счет видов, связанных с более стабильными экосистемами, например, лесами. Некоторые компоненты экосистем более уязвимы к этим процессам упрощения, например, растительность нижних ярусов, перегнивающая древесина и верхние слои почвы. Изменение состава почвенной фауны влияет на потоки органических материалов и минералов и в итоге может оказать серьезное воздействие на типы почвы и почвенные процессы (Ceballos-Lascurain, 1996).

### **Воздействие на диких животных**

В некоторых случаях природный туризм оказывает непосредственное влияние на диких животных. Так, нередко заядлые туристы целенаправленно

«ищут встречи» с редкими или экзотическими видами животных. Например, наблюдатели за птицами активно соревнуются, кто зарегистрирует самое большое число видов птиц в кратчайший отрезок времени. При этом желание отметить побольше редких видов птиц приводит к вторжению в их места обитания сотен посетителей (Edington and Edington, 1986). Если туристическая деятельность совпадает с уязвимыми периодами жизненного цикла видов, например, гнездованием, и если туристы приближаются к животным на близкое расстояние для фотографирования или определения их вида, степень беспокойства животных может быть велика. Однако в том случае, если были побеспокоены только отдельные особи и только на небольшом ограниченном участке охраняемой территории, то это может иметь небольшое значение для видов в целом.

В литературе описаны следующие основные эффекты воздействия (по Roe, 1997).

— *Нарушение пищевого поведения животных и снижение их репродуктивной способности.*

Пресс со стороны туристов, которые стремятся увидеть и сфотографировать диких животных, может воздействовать на их охотничье и пищевое поведение. Имеется в виду процесс добывания и потребления пищи. Некоторые из этих эффектов «бросаются в глаза», тогда как иные могут выражаться в постепенных изменениях, влекущих за собой долговременные экологические последствия.

Нередко одно лишь присутствие людей может вызвать существенное нарушение поведения диких животных, особенно птиц и крупных млекопитающих. Так, наблюдения за малой крачкой (*Sterna albifrons*) в Великобритании свидетельствовали о существенном снижении успеха размножения этих птиц в результате присутствия рыбаков и купальщиков на пляжах, где они гнездятся. Некоторые виды птиц менее чувствительны к присутствию человека. Например, передвижение туристов пешком и на автомобилях практически не влияет на успех размножения белой и тундряной куропаток (Ceballos-Lascurain, 1996).

При усилении беспокойства со стороны человека многие виды млекопитающих и птиц меняют свое поведение. Например, олени и серны изменяют суточный характер своих перемещений, избегая определенных районов в то время суток, когда их посещают туристы.

Увеличение интенсивности путешествий на лодках в национальном парке Ману в Перу нарушило пищевое поведение гигантских выдр. Кроме этого, в



некоторых случаях гиды выкапывали яйца черепах для демонстрации клиентам или преследовали плывущих ягуаров, тапиров и выдр, чтобы дать возможность клиентам лучше рассмотреть их (Roe, 1997).

Шум от портативных радиоприемников, моторных лодок и автотранспорта является сильнейшим фактором беспокойства для диких животных. В частности, использование моторных лодок, водных лыж и других плавательных средств сильно влияет на поведение водоплавающих птиц, особенно в периоды, когда их перемещения ограничены. Особенно страдают виды, которые строят плавучие гнезда (например, большая поганка). Из-за беспокойства со стороны туристов некоторые виды покидают свои прежние местообитания. Туристы-водники на полуострове Юка-тан в Мексике явились серьезным фактором беспокойства для огромных скоплений зимующих фламинго (специалисты определили, что минимальное допустимое расстояние от лодок до стай фламинго должно быть 200 м, что во многих случаях не соблюдалось). Лодочные экскурсии (в основном, связанный с ними фактор беспокойства и выбросы горючего) могут также оказать отрицательное влияние на популяции рыб (Ceballos-Lascurain, 1996).

Для многих туристов своеобразным «гвоздем программы» их тура в Африку является наблюдение охоты хищного зверя. Это оказывает сильное влияние на поведение ряда крупных хищников. Особенно чувствительными к такому воздействию оказались гепарды, так как, в отличие от многих других хищников, они ведут дневной образ жизни и относительно восприимчивы к беспокойству. В национальном парке Масаи Мара в Кении эти животные обычно охотятся утром и во второй половине дня. Но в местах, посещаемых туристами, в это время охотничья активность гепардов была минимальна, поскольку именно тогда появлялись люди. Пик охоты был сдвинут на середину дня, когда посетители возвращались в гостиницы на ланч и полуденный отдых. Посетители мешают охоте гепардов и вынуждают их оставлять свою «законную» добычу. В некоторых, крайних случаях это серьезно затрудняет питание гепардов и влияет на долгосрочное выживание их особей, особенно молодых. Проблема весьма серьезная, поскольку данный вид находится под угрозой исчезновения.

Движение транспортных средств сильно затрудняет поиск пищи и спаривание гепардов, львов и леопардов, а ведь именно от питания и размножения непосредственно зависит выживание этих видов. Если посетители выходят из машин, гепарды реагируют на них значительно сильнее, чем если бы посетители оставались в машинах. Несколько иная ситуация складывается со львами: они обычно охотятся ночью и не подвергаются беспокойству со стороны туристов. Воздействие туристов на гепардов в разных регионах различно, в

зависимости от таких факторов, как количество посетителей и степень «открытости» местности (Саго, 1994, цитируется по Roe, 1997). Так, национальный парк Амбосели в Кении невелик по площади и активно посещается туристами. Местность хорошо просматривается. В этом парке разрешается, чтобы около одной семьи гепардов собирались до 30 автомобилей с туристами. Здесь наблюдались существенные нарушения в дневной активности гепардов: некоторые формы повседневного поведения гепардов имели место только тогда, когда автомобили отсутствовали. Гепарды активно избегали автомобилей, не охотились в их присутствии. Другой национальный парк Кении, Масаи Мара, также активно посещается, однако степень «открытости» и «просматриваемости» местности здесь меньше, и потому степень беспокойства животных в этом парке ниже, чем в Амбосели. Тем не менее популяция гепардов с 1993 г. сократилась на 30%. У некоторых гепардов даже развились специфические заболевания нервной системы, связанные с высоким уровнем стресса. Национальный парк Серенгети большой по площади, но посещается он значительно реже, чем два предыдущих. Степень беспокойства гепардов здесь существенно ниже, и туризм оказывает незначительное воздействие на выживание гепардов в природе.

В целом, наиболее чувствительны к присутствию человека животные—обитатели открытых пространств. Для многих видов более важным фактором является частота встреч с человеком, а не одновременное количество людей. Администрации национальных парков необходимо держать под контролем число машин, находящихся в одном и том же районе парка в данный момент времени, и гарантировать более равномерное их распределение во времени и в пространстве, а также запретить приближаться к животным и окружать их на автомобилях в целях фотосъемки (Ceballos-Lascrain, 1996).

Есть и такие виды животных, которые выигрывают от развития туризма в ущерб другим, более редким видам,—это так называемые «мусорщики», потребляющие органические отходы, оставляемые туристами. В Великобритании накопление мусора около палаточных лагерей вызвало ряд долгосрочных последствий: иммиграцию и рост популяций крыс, локальное увеличение популяций домового воробья, чаек различных видов, а также соек и лис.

В некоторых национальных парках Африки гиены использовали туристические микроавтобусы для обнаружения гепардов и воровали у них добычу (Edington and Edington, 1986; Lea, 1988).

Искусственное подкармливание животных может нарушить их естественные стереотипы пищевого поведения. Это происходит, когда сотрудники парка пытаются «создать спектакль для туристов» или туристы предлагают пищу животным, чтобы они подошли поближе. Например, в национальном парке Комодо, чтобы гарантировать туристам зрелище гигантских драконов Ко-модо, им искусственно поставляли коз. Впоследствии это было прекращено, чтобы создать для туристов более естественную ситуацию. Аналогично, в Тайгер Тоне (национальный парк Читван) много лет подкармливали тигров на привадах, чтобы гарантировать туристам показ этих животных. Кормление животных туристами может вызывать разнообразные изменения в механизмах их социального поведения. На Галапагосских островах кормление наземных игуан вызвало разрушение их территориальной структуры в сезон размножения. Животные покидали свои территории и концентрировались в тех местах, где можно было выпрашивать пищу у туристов, что в итоге негативно отразилось на успехе размножения игуан. Искусственное подкармливание также может привести к полному разрушению нормального пищевого поведения. На островах Га-лапагос кормление туристами было настолько распространено, что после его прекращения некоторые животные были уже не в состоянии обнаруживать естественные источники пищи (Вoo, 1990).

#### ***Нарушение связей между родителями и потомством***

По свидетельству Рое, природный туризм может вызывать разрушение внутривидовых отношений. Так, в канадском заливе Святого Лаврентия в присутствии туристов было отмечено снижение заботы самок тюленей о своем потомстве. Те самки, которые оставались с детенышами, уделяли меньше времени заботам о них и предпочитали наблюдать за туристами. В Восточной Африке туристские автомобили отделяли детенышей копытных от их родителей. Если это продолжалось достаточно долгое время, нарушались механизмы их взаимного узнавания, и родители не принимали своих отпрысков. Кроме этого, увеличивались шансы детенышей стать добычей хищников. Аналогичная проблема возникала во время туров по наблюдению за китами. В норме детеныши китов поддерживают тесный телесный контакт с матерями, но, будучи разделенными с ними, могут «переключить» свое внимание и даже войти в тесный контакт с бортом судна.

#### ***Увеличение уязвимости перед хищниками и конкурентами***

Это явление было доказано для ряда птиц, рептилий и млекопитающих.

Так, туристы, посещающие колонии новозеландского баклана и магелланова пингвина в Па-тагонии, способствовали увеличению количества яиц, добытых чайками. Взрослые птицы на окраинах колоний при приближении туристов стремились удалиться, оставляя гнезда незащищенными перед хищниками. Аналогично, в Мексике успех размножения в колониях бурых пеликанов, посещаемых туристами, снижался на 52-100 процентов по сравнению с теми, которые не посещались.

В национальном парке Южная Луангва (Замбия) туроператоры предпринимали ночные выезды на машинах с использованием фонарей, дающих белый свет,—главным образом для того, чтобы показать леопардов во время охоты. Выяснилось, что это помогает хищникам обнаружить жертву и тем самым нарушает взаимоотношения хищник—жертва. Те же фонари, снабженные красными фильтрами, не оказывали такого сильного воздействия, т.к. интенсивность света и блеск снижались.

Иногда воздействие посетителей на взаимоотношения между конкурирующими видами не столь очевидны. Например, в результате интенсивного движения транспортных средств в Индонезии самбар и суматранский носорог покинули территории, посещаемые туристами, а тигры и медведи были вынуждены изменить свои суточные ритмы. С другой стороны, большинство приматов и белки постепенно привыкли к присутствию людей, и их популяции в посещаемых районах увеличились. Привыкание животных к людям может создавать большие проблемы, делая их уязвимыми перед охотниками и браконьерами. Например, в резервате Фишинг Бранч Ривер на Юконе, Канада, медведи гризли привыкли к присутствию ученых, поэтому перестали бояться охотников и становились их легкой добычей, как только выходили за пределы резервата.

### *Перенос болезней*

Серьезная проблема природного туризма, которую часто недооценивают,— это распространение новых видов болезней среди диких животных. Распространение болезней может происходить как при прямом контакте, так и через контакт с некоторыми продуктами, используемыми человеком. Прямое распространение болезней представляет огромную проблему для горных горилл: они очень чувствительны к человеческим вирусам и бактериям, включая туберкулез и пневмонию, которые могут практически уничтожить целую популяцию этих животных, и так находящихся под угрозой исчезновения. Проблема усиливается при очень близком контакте туристов с гориллами,

который временами происходит невзирая на правила, устанавливающие обязательную дистанцию между гориллами и туристами не менее пяти метров.

Имели место случаи распространения новых видов заболеваний в Антарктике в результате развития туризма. Одно из них, получившее название «болезнь Нью-Кэстл», распространяется через зараженные продукты из мяса домашних птиц. Это может иметь разрушительные последствия для популяций птиц в Антарктике.

### ***Гибель отдельных животных***

В национальных парках Германии движение туристических транспортных средств вызывает гибель большого числа животных, особенно зайцев, косуль и благородных оленей. Ночные автомобильные путешествия также ведут к гибели некоторых животных.

### ***Косвенное влияние***

Помимо прямого воздействия туристической деятельности, значительно больше видов животных охвачены косвенным воздействием туризма через изменения их местообитаний. Например, в Тебердинском заповеднике на склонах, используемых под горнолыжные трассы, норные животные (кроты, мыши) зимой испытывают трудности в передвижениях из-за уплотнения и образования фирна в снежном покрове (Бессонова, 1997, неопубликованные данные). По наблюдениям ученых Тебердинского заповедника, в почвах лыжных склонов заметно снижена биомасса мезофауны. При уничтожении определенных видов растений в результате вытаптывания и других факторов исчезают и связанные с ними насекомые.

### ***Изменение санитарных условий***

Во многих национальных парках и других охраняемых природных территориях мусор и прочие отходы, оставляемые туристами, влияют на санитарное состояние естественных водоемов и источников грунтовых вод, а также почвы, растительности и воздуха. Воздействие этих проблем нередко простирается за пределы ООПТ, затрагивая также местное население.

В районе Кхумбу в Непале накопление мусора, оставленного туристами, превратилось в серьезную проблему в связи с очень длительным периодом разложения отходов на больших высотах. Продолжается накопление туалетной бумаги; во многих местах загрязняется вода. В течение последних 20 лет в этих местах поощрялась практика закапывания индивидуальных отходов в землю. Однако в результате этого окрестности популярных кемпингов и стоянок стали превращаться в настоящие «лунные ландшафты».

К сожалению, в нашей стране найдется немного туристических районов, которые избежали бы подобных проблем. Заслуживает интереса тот факт, что весьма нередки ситуации, когда в ходе социологических опросов местные жители и туристы бывают единодушными в поисках выхода из создавшейся ситуации. Таким наиболее кардинальным решением они считают регулярную уборку территории. При этом практически редко кто высказывает мнение о необходимости ограничения количества туристов. Дело в том, что во многих популярных рекреационных территориях количество туристов в настоящее время и так снизилось по сравнению с 80-ми годами (доперестроечным периодом), и потому бороться с мусором нужно иными средствами.

Другой метод — установка вдоль туристических маршрутов и на местах стоянок контейнеров для сбора мусора. Рейд, состоящий из нескольких человек, с помощью специального оборудования регулярно собирает и вывозит содержимое контейнеров. Бивуачные поляны в высокогорной зоне особенно остро нуждаются в организации специально оборудованных мест для мусора с возможностью его последующего выноса.

Во многих зарубежных природных парках при сборе мусора отделяют органические отходы от неорганических. Органические отходы могут подвергаться переработке и превращаться в удобрения. Что касается неорганических отходов, то туристам выдают специальные бумажные пакеты для их сбора. Администрация парков всячески поощряет возврат бутылок и прочей тары после ее использования (например, с туристов при входе в парк берут залог, который возвращают им после сдачи бутылок).

По свидетельству Г. Цебаллос-Ласкурейна (1996), на сегодня не существует абсолютно безвредных методов устранения уже произведенных отходов. Любые его формы оказывают отрицательное воздействие на окружающую среду, здоровье людей и местную экономику. Например, сжигание мусора в специальных печах загрязняет отравляющими веществами воздух, почву и воду. Единственный способ полностью избежать ущерба окружающей среде от мусора — это в принципе предотвратить его накопление, устранить источник проблемы как таковой. Это не означает необходимости отказа от каких-то видов туристской деятельности, требуется всего лишь изменить некоторые устоявшиеся стереотипы. Например, вместо использования одноразовых стаканов и банок перейти на посуду и бутылки многоразового использования.

Наилучший способ предотвратить накопление мусора — не использовать такие материалы, которые могут превратиться в мусор. Если все же приходится это делать, необходимо организовать повторное использование таких материалов

на месте. Материалы, которые не могут быть использованы повторно, должны подвергаться вторичной переработке.

В стандартных системах переработки мусора перед возвращением воды в окружающую среду или перед повторным использованием ее дезинфицируют с помощью хлора или его соединений. «Обратной стороной» этого процесса является то, что хлор и его производные иногда образуют высокоустойчивые, токсичные химические соединения. По мнению многих специалистов, для использования хлора нет никаких оправданий, и для дезинфекции следует применять другие средства. Цель подобной операции — гарантировать отсутствие вирулентных (то есть ядовитых) организмов в воде после ее обработки. Альтернативными веществами для дезинфекции могут служить озон и ультрафиолетовое облучение (Служба национальных парков США, 1993).

Все, кто связан с туристической индустрией,—администраторы, дизайнеры, проектировщики, туроператоры, обслуживающий персонал, а также сами туристы—должны изменить свои привычки и более ответственно относиться к проблемам санитарии.

Г. Цебаллос-Ласкурейн (1996) предлагает такую стратегию предотвращения замусоривания природных территорий:

- как можно шире использовать продукты, которые минимизируют накопление мусора и не являются токсичными;
- организовать переработку органических отходов для изготовления компоста;
- повторно использовать материалы на месте или организовать сбор и переработку материалов за пределами данной территории;
- в идеале, в индустрии экотуризма не должно использоваться ничего, что не было бы пригодным для длительного использования или переработки;
- максимально использовать товары и материалы местного производства, так как это сводит к минимуму необходимость транспортировки и хранения и требует меньше упаковочных материалов;
- эффективная переработка требует сортировки отходов, поэтому для пригодных к ней материалов необходимо обеспечить специальные контейнеры.

Результатом безответственной и неконтролируемой деятельности туристов может стать значительное снижение эстетических свойств местных ландшафтов. Естественно, это ухудшает впечатления туристов и не вызывает у них желания посетить такие места в дальнейшем. Как уже обсуждалось ранее, самым

распространенным воздействием подобного рода является замусоривание, особенно вдоль дорог и троп.

Долгое время территория Кхумбу в Непале служила хрестоматийным примером деградации природной среды в Гималаях, вызванной туризмом. Маршрут от аэропорта Лукла до базового лагеря у подножия горы Эверест даже получил «крылатое название» — «тропую мусора и туалетной бумаги». Однако самое большое беспокойство вызывают не бумажные отходы, а накопление консервных банок. С 1963 года выше базового лагеря было выброшено около 500 пустых кислородных бутылок.

Другую серьезную проблему для многих охраняемых территорий по всему миру представляет вандализм: срезание коры деревьев, нанесение надписей на деревьях, скалах, археологических объектах и валунах вдоль природных троп, разрушение изгородей и других сооружений,

Высокая концентрация туристов сама по себе понижает эстетическую ценность данной территории и, как следствие, ослабляет желание посещать эти места в дальнейшем и готовность платить за такое посещение.

#### **Влияние на исторические объекты. Изменение культурной среды**

Нередко фокусом туристической деятельности являются крупные раскопки, этнографические и исторические объекты, например, наскальная живопись. При отсутствии надлежащего контроля это может вызвать немало проблем. Ярким примером служит наскальная живопись в пещерах Lascaux во Франции. С 1948 года в течение 10 лет пещеры были открыты для публики, их посещало около 125 тысяч человек в год. Вскоре наскальные рисунки оказались скрытыми под покровом микроскопических водорослей. В пещерах повысилась влажность и освещенность, в воздухе появился протеин. Очевидно, главным источником протеина было дыхание людей, вернее, содержащиеся в нем пыльца и бактерии. С 1963 г. по настоящее время пещеры закрыты для публики, пока не будет найден приемлемый метод предотвращения развития водорослей.

В южной Англии интенсивная деятельность туристов привела к локализованной эрозии различных участков раскопок, относящихся к Бронзовому веку. На одном из таких участков берега много лет подвергались вытаптыванию и были испещрены множеством троп. Это вызвало эрозию, в результате которой понизилась высота берегов, существенно изменился их облик, снизилась археологическая ценность местности. Ущерб, вызываемый туристами, в данном случае особенно серьезен, так как, в отличие от некоторых природных ресурсов, никакие финансовые или технические вложения не в состоянии возместить утраченное.



То же можно сказать и о влиянии туризма на самобытные культуры коренных народов. Втор-жение цивилизации может значительно изменить их традиционный образ жизни. Различные аборигенные общества обладают разной степенью «устойчивости» против таких изменений. Некоторые народы, например, африканское племя масаев, активно противодействуют влиянию туристов. Другие, в том числе шерпы в Гималаях, значительно более восприимчивы и нередко пытаются включать в свои собственные традиции чужеродные элементы. Нередко под влиянием изменений, которые несет с собой туризм, коренные народы отходят от своих культурных корней, имеет место стандартизация (или, как еще говорят, «вестернизация») культур. По свидетельству Вестерна (Western, 1993), туризм может разрушить древнюю культуру и привести к краху традиционную местную экономику. Особенно подвержены такому риску народности, более уязвимые в экономическом и политическом плане. Потеря многих этнографических устоев и традиций, являющихся также ценным ресурсом для туризма, может быть невосполнима. Поэтому при планировании экотуризма, наряду с охраной природных экосистем, особое место уделяется охране культурно-этнографических особенностей.

В целом, степень и характер воздействия туризма на экосистемы зависят от ряда факторов, в частности, от *количества туристов, регулярности их пребывания, характера их деятельности, а также экологических особенностей конкретных территорий и от того, на какой стадии жизненного цикла животных и растений происходит посещение* (Ceballos-Las-curain, 1996).

Так, несколько малочисленных туристических групп за сезон (что характерно для начальной стадии развития туризма в регионе) обычно оказывают относительно небольшое воздействие, особенно, если это—специалисты или серьезные любители природы, которые имеют предварительные знания о посещаемом регионе и не требуют создания специальных объектов инфраструктуры и индустрии развлечений. Однако, по мере роста туристической известности региона, потоки посетителей увеличиваются, в них начинают доминировать обычные туристы, создается поддерживающая инфраструктура. Проблемы возникают, когда потоки туристов достаточно велики и имеет место превышение допустимых нагрузок, чрезмерное использование ресурсов. В качестве примера рассмотрим развитие индустрии природного туризма в Африке и Латинской Америке. В первом случае оно привело к высокой концентрации автомобилей, используемых для показа диких животных. В Южной Америке, напротив, популярны пешие маршруты для небольших групп. Экологические

последствия туризма в этих двух случаях весьма различны. Отрицательные эффекты туризма в Африке уже описывались выше. Напротив, исследования нескольких парков в Латинской Америке не установили каких-либо существенных негативных воздействий, вызванных туризмом (Вoo, 1990).

Чтобы планировать и управлять экологическими эффектами туризма, необходимо четко представлять, какие экологические последствия возможны для того или иного вида природного туризма.

Иногда воздействие туризма бывает трудно определить в связи со сложностью экосистем, долгосрочными кумулятивными эффектами воздействий. В некоторых случаях влияние туризма могут ускорять естественные природные процессы.

Даже если удалось успешно оценить специфическое воздействие туризма, дальнейшие сложности могут возникнуть при определении, является ли данное воздействие биологически значимым в долгосрочной перспективе. Так, например, потревоженные животные могут кормиться или гнездиться в другом месте, а дорога, проложенная в лесу, может быстро зарости, если больше не используется. Даже если установлено, что влияние туризма существенно, иногда развитие туризма является по факту «наименьшим из всех зол». Таким образом, если признано необходимым сохранять какую-либо территорию, генерируя для этого доход через развитие туризма, приходится допустить некоторое воздействие туризма.

Следует отметить, что негативные последствия, отнюдь не всегда являются неизменным атрибутом развития природного туризма. ***Можно и нужно контролировать воздействие туризма на окружающую среду и управлять им.*** Именно такой подход отличает истинно экологический туризм.

Необходимо научиться *планировать* использование природных ресурсов в процессе туризма без их деградации, а также умело *управлять* туристическими потоками и их потенциальным воздействием. При разработке программ развития туризма вплоть до отдельных туристских мероприятий всегда должны продумываться и приниматься в расчет возможные негативные последствия.

Следует особо подчеркнуть, что, если туризм наносит вред окружающей среде, то он не является истинным экологическим туризмом. Истинно экологический туризм по факту—одно из наиболее мощных средств охраны окружающей среды (Seballos-Lascrain, 1993). Задача экоту-ризма — свести к минимуму возможные отрицательные последствия путешествий в природу и максимально увеличить их преимущества.

## *Лекция 10: Роль транспортной системы в туризме.*

Транспорт – одна из важнейших составных частей материальной базы экономики любой страны. С древних времен транспорт являлся двигателем прогресса. Человек использовал любые подручные средства для перевозки людей и грузов. С изобретением колеса, а несколько позже и различных типов двигателей человек стал соответственно развивать и средства передвижения: повозки, кареты, пароходы, паровозы, самолеты и т. д. Это позволяло совершать поездки на большие расстояния и с различными целями.

### *Классификация путешествий*

Транспортные путешествия рассматриваются как самостоятельный вид туризма. Транспортные путешествия – это путешествия организованных групп туристов при наличии путевок (ваучеров) по разработанным маршрутам с использованием различных транспортных средств. Они классифицируются по ряду основных признаков:

#### *1. Способу передвижения на маршруте:*

- железнодорожный,
- морской,
- автобусный,
- речной,
- авиационный,
- прочие виды,
- комбинированный.

#### *2. По виду используемого транспорта:*

- поезда, самолеты, автобусы,
- теплоходы, паромы, яхты,
- лодки, байдарки, плоты,
- подводные лодки и другие плавсредства,
- мотоциклы, велосипеды,
- воздушные шары, дельтапланы.

#### *3. По построению трассы маршрута:*

- линейная,
- кольцевая,
- радиальная,
- комбинированная.

#### *4. По продолжительности путешествия:*

- кратковременные,

- типа «Уикенд»,
- многодневные.

#### *5. По сезонности:*

- круглогодичные,
- сезонные,
- разовые.

Наибольшей популярностью пользуются автобусные авиационные и железнодорожные путешествия (около 88% от общего объема транспортных путешествий).

Транспортное туристское путешествие, как правило, реализуется несколькими видами транспорта:

1. железнодорожный + автобусный (легковой автомобиль),
2. авиационный + автобусный и т. д.

Наиболее мобильный вид транспорта – автобус и легковой автомобиль используются как на самостоятельном маршруте, так и виде трансферного транспорта по доставке туристов из аэропорта (вокзала) в гостиницу и обратно.

При планировании своего путешествия турист учитывает такие факторы:

- скорость доставки до цели поездки,
- комфорт путешествия,
- стоимость,
- возможность перевозки багажа и его вес,
- возможность остановки в пути следования,
- условия питания,
- уровень шума, вибраций,
- условия для сна и отдыха,
- безопасность

По приоритетам эти требования распределяются в такой последовательности:

- безопасность путешествия
- стоимость и наличие различных льгот
- комфортабельность
- скорость доставки
- прочие факторы

Чем больше набор положительных факторов, тем выше стоимость транспортного путешествия, однако ни одно транспортное средство не удовлетворяет всему набору требований.

Классификация транспортных средств

## 1. Сухопутный транспорт

### ***Железнодорожный:***

#### Преимущества:

- независим от погоды,
- наиболее безопасный,
- более низкие тарифы,
- разветвленная система скидок, проездных билетов и т.п., позволяющих путешествовать по значительно низким ценам

Туризм начался именно с железнодорожного путешествия, организованного 5 июля 1841 года Томасом Куком. Первый паровоз был создан Рихардом Тревитиком в 1803 году в США. Первая железная дорога была построена Джорджем Стефенсоном в 1825 году между Манчестером и Ливерпулем. Первая железная дорога в России была построена между Санкт-Петербургом и Царским Селом 15 апреля 1836 г.

#### *Железнодорожные маршруты:*

- пригородные,
- маршруты дальнего сообщения,
- скоростные линии,
- специальные маршруты,
- экскурсионные маршруты.

В зависимости от скорости движения поезда бывают:

- экспрессы,
- скорые,
- пассажирские

Их делят на:

- пригородные ( до 150 км)
- местные ( от 150 до 700 км)
- дальнего следования ( от 700 км ).

В зависимости от продолжительности курсирования поезда бывают:

- круглогодичные,
- сезонные,
- чартерные.

Скоростные линии появились благодаря НТП. В настоящее время широко используются в туризме так как существенно сокращают время перевозки. Скоростные линии развиты в таких странах как Япония, Франция, Германия , Италия, США. Самый быстрый поезд в Японии «Синкансен» скорость 500 км\ч.

Существуют специальные ж\д маршруты которые привлекают множество туристов:

- « Восточный экспресс» - открыт в 1883 году между Парижем и Стамбулом.
- Indian Pacific – в Австралии от Сиднея до Перса.
- « Золотая стрела» - от Парижа до Лондона.
- « Серебряная стрела» - от Сан – Франциска до Чикаго.
- « Красная стрела» от Москвы до Санкт-Петербурга.

Качество обслуживания на железнодорожном транспорте зависит от вида поезда (пассажирский, скорый, фирмовый, экспресс) и класса размещения (общий, плацкартный, мягкий, спальный). В состав поезда входят:

- 1-2- сальный,
- 5-8 мягких,
- 7-10- плацкартных,
- вагон-ресторан.

Вокзалы - это сооружения, предназначенные для обслуживания пассажиров путешествующих ж\д транспортом.

Автомобильный - транспорт всеобщего применения:

- трансферы,
- экскурсии,
- внутримаршрутные перевозки автобусами,
- аренда малолитражных автомобилей туристами для личного пользования на отдыхе. Автомобильный - экономический вид транспорта, доступный широким слоям населения, сезонность при организации туров не играет такой большой роли, как в других поездках:

- международные автобусы
- тур. автобусы для поездки на дальние расстояния
- городские и пригородные пассажирские автобусы
- чартерные и экскурсионные автобусы
- автомобили с водителями и без (прокат)
- такси

Автобусные и автомобильные перевозки: автомобильный транспорт до сих пор является лидером туристских перевозок, выполняя основные функции:

1. самостоятельный вид путешествий и экскурсий;
2. вспомогательный (трансферный) транспорт.
3. отдых и развлечение;
4. деловые поездки

Автомобили в зависимости от типа кузова делятся на:

- седан,
- хетчбэк,
- универсал,
- купе,
- родстер,
- микроавтобус,
- спортивный,
- лимузин.

Автомобильный транспорт можно с полным правом назвать транспортом всеобщего применения, так как он используется повсеместно: от трансферов и экскурсий, внутримаршрутных перевозок автобусами до аренды малолитражных автомобилей туристами для личного пользования на отдыхе. Автобусы и автомобили - транспорт местного и внутрирегионального значения. Особой популярностью пользуются автобусные экскурсионно-познавательные туры с посещением нескольких городов и достопримечательных мест. Для туристов удобно, что они могут разъезжать по маршруту и в пределах города на своем транспорте. Правда, с парковкой возникают трудности во многих городах Европы и России

Главный конкурент автобусов в групповых перевозках - железная дорога. В пределах нашей страны она имеет некоторый приоритет и перед авиационными перевозками (по групповым внутрироссийским маршрутам).

Водный транспорт, речной и морской сами по себе уже вызывают образ туристского - круизного обслуживания и используются в туризме достаточно активно. Водные путешествия имеют ряд как преимуществ, так и недостатков по сравнению с другими видами транспорта. Наиболее значимыми преимуществами являются высокий уровень комфорта, большой объем единовременной загрузки, возможности реализации различных видов и целей туризма (познавательный, бизнес-туризм, учебный, шоп-туризм и др.), полноценного отдыха, полный комплекс жизнеобеспечения. Основными недостатками можно назвать невысокую скорость передвижения транспортных средств, высокие тарифы, ограничение мобильности, а зачастую и подверженность части людей «морской болезни» на морских круизах

Согласно статистике темпы роста популярности авиатранспорта выше, чем автотранспорта, что обуславливается все большим расширением географии путешествий и существующей устойчивой тенденцией к сокращению сроков путешествия в пользу их частоты (рост краткосрочных туров на дальние расстояния). Все это вызывает пристальное внимание туристского бизнеса к

авиационным перевозкам. Самолеты - самый популярный вид транспорта в мире. Это же можно сказать и об авиаперевозках в туризме. И этому есть ряд причин:

- во-первых, авиация - самый быстрый и удобный вид транспорта при переездах на дальние расстояния;
- во-вторых, сервис на авиарейсах в настоящее время имеет привлекательный для туристов вид;
- в-третьих, авиационные компании напрямую и через международные сети бронирования и резервирования выплачивают туристским агентствам комиссионные за каждое забронированное в самолете место, мотивируя их тем самым выбирать авиаперевозки

Воздушный транспорт является одной из наиболее быстро и динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства и с каждым годом занимает все более прочные позиции в общемировой транспортной системе

Сейчас в мире насчитывается более 1300 авиакомпаний. В среднем в год на авиарейсах перевозится около 1,5 млрд человек. Международные воздушные сообщения обеспечивают сейчас свыше 470 перевозчиков, около 250 из них совершают международные регулярные авиарейсы. В обслуживании международных воздушных сообщений участвуют свыше 1 тыс. аэропортов мира, около 650 из них обслуживают международные регулярные авиаперевозки. Крупнейшими авиакомпаниями мира по количеству перевозок считаются американские «Delta Air lines», «Pan American», «United», французская «Air France», немецкая «Lufthansa», британская «British Airways» и др. Крупной авиакомпанией считается российский «Аэрофлот»

Однако систему международного воздушного транспорта составляют не только международные авиаперевозчики и аэропорты, но и государства, связанные международными воздушными линиями и обеспечивающие эти сообщения, а также международные организации в области воздушного транспорта, принимающие меры к обеспечению его эффективного функционирования и безопасности

Сеть международных перевозок в настоящее время охватывает все географические регионы и более 150 государств мира

Воздушный транспорт регулируется тремя способами:

- 1) национальное регулирование - лицензирование авиаперевозчиков, работающих как на внутренних, так и на международных маршрутах;
- 2) межправительственное регулирование - когда регулярные воздушные маршруты основываются на соглашениях между правительствами соответствующих стран;



3) международное регулирование - когда тарифы на регулярные авиарейсы устанавливаются (для членов авиалиний) на основе взаимных договоров между участвующими авиакомпаниями при посредничестве Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA) или третьего лица

Одним из видов международного регулирования авиаперевозок являются планы создания пула, соединяющего авиакомпании, действующие на определенных международных маршрутах.

Пул-договор соединяет авиакомпании, действующие на одних международных маршрутах, в целях оптимизации расписания движения самолетов, уменьшения направления и регулирования пассажиропотоков в пиковые часы и периоды, а также в целях увеличения прибыли на этих маршрутах и ее дальнейшего распределения между авиалиниями

Пул-договор в принципе может привести к уничтожению конкуренции на маршруте. Но это также означает сохранение возможности участия в перевозках на линиях компаниям разной величины. Пул-договоры часто заключаются между авиакомпаниями, не сравнимыми по величине, для того, чтобы обеспечить им наилучшие провозные возможности и прибыли. Финансовые соглашения между перевозчиками, объединенными в пул, обычно лимитируют максимальный размер выручки, передаваемой от одного перевозчика к другому, для уменьшения возможности поддержки правительством неэффективных перевозчиков. В некоторых странах, однако, пул-договоры на сегодня запрещены (например, в США)

Международное регулирование авиаперевозок осуществляется на основе международных соглашений, подписанных между странами за много лет. Поскольку воздушный транспорт с каждым годом занимает все более прочные позиции в общемировой транспортной системе, уже давно возникла необходимость в его общемировой координации и регулировании. Этими вопросами занимаются международные авиационные организации.

В рамках организации туристских путешествий существует несколько форм взаимодействия туристских фирм и авиакомпаний:

- бронирование мест и выкуп авиабилетов через агентства авиакомпании;
- бронирование мест и выкуп авиабилетов через системы бронирования;
- договор с авиакомпанией на квоту мест на регулярных авиалиниях;
- агентское соглашение и работа в роли агентства по продаже авиабилетов для своих туристов;
- организация чартерных авиарейсов под туристские перевозки

Чтобы правильно выбрать наиболее удобный и выгодный участок туристских перевозок, а также грамотно заключить контракт на авиаперевозки туристов, необходимо знать все особенности, преимущества и недостатки того или иного вида взаимодействия с авиакомпанией

Турагенту также необходимо знать правила бронирования авиабилетов, работы со стоками, тарифы и скидки, предоставляемые авиакомпаниями.

Требования профессиональной этики при бронировании авиабилетов. Во избежание дополнительных неудобств для авиаперевозчиков, а также для облегчения процесса бронирования и повышения качества обслуживания пассажиров турагентам следует придерживаться следующих простых правил:

- Следуйте стандартным процедурам бронирования билетов, определенным конкретной авиакомпанией

- Никогда не заказывайте двойную бронь для пассажира в случае, если он никак не может решить, каким рейсом лететь. Более того, никогда не выписывайте для такого пассажира два или более билетов в том случае, если очевидно, что он сможет воспользоваться только одним из них

- Независимо от маршрута пассажира обязательно попытайтесь, насколько это возможно, снабдить авиакомпанию телефонными номерами для экстренного контакта с пассажиром по ходу следования

- В случае изменения маршрута пассажиром немедленно отмените в авиакомпании соответствующую бронь, а также откажитесь от всех других сопутствующих услуг, которые не потребуются

- Строго придерживайтесь требуемых авиаперевозчиками сроков и порядка оформления билетов. Никогда не выписывайте билетов с гарантированным местом до тех пор, пока эта гарантия не будет подтверждена соответствующей авиакомпанией

- Все забронированные в авиакомпаниях места должны быть аккуратно зарегистрированы и надлежащим образом задокументированы. Оформляемые документы и остающиеся у агента копии обязательно должны содержать указание на номер рейса, дату и класс перелета, статус (гарантированное/негарантированное место) каждого отдельного рейса, фамилии и инициалы пассажиров и их контактные телефоны или адреса.

Договор на квоту мест на регулярных авиарейсах. Квота мест, или иначе блок мест, может быть жесткой или мягкой. Это влияет на условия договора и специальные льготы и скидки. При жесткой квоте мест вся ответственность за нереализацию мест блока ложится на туристскую фирму независимо от причины нереализации. Финансовые потери несет турфирма. При мягкой квоте мест

устанавливаются сроки возможного отказа туристской фирмы от квоты или части квоты мест по причине нереализации туристских путевок. Эти сроки предусматривают возможность дальнейшей реализации этих мест самой авиакомпанией или ее другими агентами

Договор с авиакомпанией на квоту мест на регулярных авиарейсах включает:

- график функционирования туров в направлении «туда» и «обратно» с указанием мест назначения;
- количество туристов в каждой группе (квота мест);
- сроки подачи заявок и выкупа авиабилетов;
- сроки снятия заказов на билеты без удержания штрафов (мягкий блок);
- виды тарифов на приобретаемые билеты, льготные тарифы, условия предоставления льготных тарифов;
- скидки и льготы на квоту мест;
- порядок и сроки возврата выкупленных, но неиспользованных билетов, материальная ответственность, вытекающая из сроков возврата (мягкий блок).

Агентское соглашение с авиакомпанией. В принципе некоторые авиакомпании считают своими агентами все туристские фирмы, имеющие с ними договор на квоту мест. Однако в чистом виде агентское соглашение - это работа со стоками, т. е. когда туристская фирма получает возможность самостоятельно выступать как агентство авиакомпании по продаже авиабилетов (как для своих туристов, так и просто продажа), что упрощает и ускоряет процедуры бронирования и оформления проездных документов. Туристская фирма сама выступает в качестве «кассы по продаже билетов» авиакомпании, т. е. сама выписывает билеты и имеет соответствующее компьютерное оборудование и право доступа к сети бронирования данной авиакомпании (например, Габриэль у «Аэрофлота»). Этот вид работы с авиабилетами называется «работа со стоком авиабилетов».

Авиакомпания же в лице данной турфирмы имеет дополнительный пункт продажи (одним из условий агентского соглашения обычно является преимущественная продажа под туры билетов именно этой авиакомпании)

Чартер (аренда самолета). При организации чартерных авиаперевозок заказчик с авиакомпанией определяет маршрут, с ним оговариваются обязанности сторон, выясняется соответствие арендного договора международным правилам, определяется стоимость рейса. Затем заключается специальный чартерный договор, в котором оговариваются:

- вид (марка) самолета;
- число мест к продаже;

- стоимость аренды самолета;
- маршрут с указанием аэропортов вылета и прибытия;
- срок действия договора (сезон, год или др.);
- регулярность совершения авиарейсов;
- возможность и предельные сроки снятия (отмены) авиарейса и соответствующие санкции.

Наиболее распространена продажа мест на чартерные рейсы так называемым комбинированным способом, сочетающим в себе элементы двух вышеупомянутых вариантов. Общее число мест, входящих в реализуемый блок, делится в определенной пропорции на две части: одна из которых реализуется по «жесткой» системе, а другая - по «мягкой»

Часто в роли инициатора чартерной программы выступает не один, а несколько туроператоров. При этом они заранее оговаривают между собой условия организации полетов

Нормальные отношения с авиакомпаниями при аренде воздушного судна предусматривают его оплату согласно контракту с обязательным подведением баланса после каждого полета

Чартерные рейсы не должны противоречить требованиям Варшавской международной конвенции об обязанностях перевозчика перед пассажиром

Подписывая договор об организации чартера, авиакомпания почти всегда ставит туроператора в жесткие условия. Прежде всего от фирмы требуется предоплата. Каков бы ни был ее максимальный размер, авиакомпания всегда настаивает, чтобы заранее были оплачены первый и последний рейсы чартерного цикла. Таким образом она страхует себя и ранее завезенных туристов от возможных неплатежей. Оплата рейсов оговаривается заранее и производится, как правило, за 7-10 дней до начала полета. В случае несвоевременной оплаты, согласно договору, компания вправе выставить заказчику штрафные санкции или прервать с ним имеющиеся договорные отношения

## *Лекция 11: Безопасность в туризме.*

- 1. Понятие опасности (риска) в туристской деятельности.*
- 2. Классификация факторов риска туристской деятельности.*
- 3. Факторы, определяющие безопасность туристской деятельности.*

### *В о п р о с*

Любой туристский поход, от оздоровительного похода до спортивного похода высшей категории сложности, характеризуется определенной степенью автономности. Участники туристской группы в большей или меньшей степени изолированы на период похода от обычных условий их жизнедеятельности, и находятся в новых, гораздо менее комфортных, по сравнению с домашними, условиях. С некоторой долей преувеличения, можно говорить, что туристы, оказываются – «наедине с дикой природой». Тогда естественно возникает вопрос, насколько безопасен для человека активный туризм? Насколько велик риск, присущий данной деятельности?

Действительно, смена туристом обычной «домашней» среды жизнедеятельности на необычную «природную» среду включает в себе определенную опасность (риск). В походе на туриста оказывают воздействие целый ряд неблагоприятных факторов (факторов риска):

Во-первых, это факторы внешней среды: смена привычного климатического пояса, сложные погодные условия похода.

Во-вторых, это факторы физической (физиологической) трудности маршрута: высокие физические нагрузки, изменение режима питания и водного режима, кислородное голодание в горах и пр.

В-третьих, это факторы технической сложности маршрута: неблагоприятные характеристики рельефа, лесных массивов, водных преград и пр.

В-четвертых, это факторы психической напряженности похода: повышенный уровень эмоциональной нагрузки и, как следствие, возбудимость нервной системы пребывания человека длительное время «внутри» малой группы людей с ограниченностью общения и пр.

С учетом вероятного воздействия на туриста в период похода суммы перечисленных выше неблагоприятных факторов, можно с уверенностью говорить о том, что активный туризм является деятельностью, связанной с определенным риском для ее участников. Уровень риска в рекреационном туризме вряд ли существенно превышает уровень риска, с которым сталкивается

человек в повседневной жизни (если сама его профессия или образ жизни не связаны с повышенным риском). Напротив, спортивный туризм, несомненно, является спортом с повышенным уровнем риска. В любом случае, и в том и в другом случае, требуется тщательное обеспечение безопасности туристских мероприятий и снижение уровня риска до приемлемого уровня.

В понятие «*риск*» вкладывается различный смысл разными людьми в зависимости от их социального, культурного, финансового положения и значимости в обществе. Наиболее общее определение риска, это – вероятность нежелательного события. *Риск - вероятность негативного воздействия фактора риска  $x$  величина последствий этого воздействия*

Понятие «фактор риска» как свойственную веществу или какой-либо деятельности (процессу) потенциальную способность причинять вред (вызвать нежелательное событие). *Фактор риска – функция неблагоприятных свойств объекта (деятельности, процесса) и условий их проявления.* Каждое вещество и деятельность являются потенциальными факторами риска. Одни вещества и виды деятельности способны вызывать сразу ряд неблагоприятных событий различного рода, в то время как многие другие могут вызывать единичные или немногочисленные виды неблагоприятных событий. Понятие «фактор риска» обозначает, таким образом, *причину* потенциального неблагоприятного события. Примеры характерных причин неблагоприятных событий в туризме, мы уже упоминали выше. Ими являются «жесткие» погодные условия похода, предельное физическое и психическое утомление участников похода, неблагоприятные свойства рельефа местности и водных преград. В соответствии данным определением понятие «фактор риска туристской деятельности» имеет один и тот же смысл с понятиями «опасность туристской деятельности», «причина несчастного случая в туристской деятельности» и в дальнейшем данные понятия мы будем использовать, как синонимы.

Если фактор риска таит в себе лишь потенциальную угрозу негативного события, то понятие «*риск*» обозначает *расчетную вероятность реализации этого события с теми или иными масштабами его последствий.* Концепция риска часто трактуется как возможность вредного воздействия, а не его вероятность. Но между данными понятиями есть существенное различие. «Возможность ущерба» – только часть значимых вопросов, на которые следует ответить при оценке риска туристской деятельности. Так как все в природе является в принципе тем или иным фактором риска, все представляет и некоторый уровень риска. Но риск разительно изменяется в зависимости от

«жесткости» фактора риска и от степени воздействия этого фактора риска на «мишень» (на туриста в рассматриваемом случае).

Наиболее значимыми неблагоприятными последствиями воздействия факторов риска в активном туризме следует считать *несчастные случаи с туристами и заболевания туристов в походных условиях*. Несчастный случай это – *«Непреднамеренная травма или смерть человека, произошедшие в результате неожиданного травмирующего воздействия в условиях активного туристского путешествия»*. В этом определении заложено и понятие масштаба неблагоприятных последствий: от мелких ссадин, потертостей на конечностях, насморка, до летального исхода. Тогда *риск туристской деятельности*, в узком смысле мы можем определить как *вероятность несчастного случая (аварии) или заболевания участников туристских мероприятий вследствие воздействия на них факторов риска*. При этом мы сознательно сужаем рамки понятия риска в туристской деятельности, ограничиваясь лишь негативными воздействиями на самих участников этой деятельности (не рассматриваем негативные воздействия на предметы снаряжения, элементы инфраструктуры (кемпинги, турбазы и пр.), финансовые ресурсы и т.д.).

## **2 в о п р о с**

Классификация факторов риска туристской деятельности. Факторы риска активной туристской деятельности можно систематизировать используя ряд классификационных оснований. Значимыми основаниями в данном случае являются:

- 1) период воздействия факторов риска (период возникновения опасности);
- 2) роль личности (субъекта) в генерации факторов риска (создании опасной ситуации).

На основании периода возникновения потенциальной опасности все факторы риска можно разделить на две категории:

1. предварительные (ошибочные действия и решения туристов на стадии предпоходной подготовки)
2. непосредственные (факторы риска, воздействующие на маршруте похода)

К характерным ошибкам предпоходной подготовки и организации похода можно отнести:

1. ошибки в разработке маршрута и плана похода в целом;
2. ошибки в материальном обеспечении похода (составлении походного рациона питания и в выборе личного и группового снаряжения, не достаточное финансирование);

3. ошибки в комплектовании группы;

4. недостатки в предпоходной подготовке туристов: физической, технико-тактической, психологической.

Очевидно, что указанные ошибочные действия являются потенциальной угрозой безопасности туристов, которая может с определенной вероятностью реализоваться в виде аварии в период осуществления похода. Приведем пример одной из возможных ситуаций. Разработанный маршрут спортивного похода не соответствовал техническим и физическим возможностям участников группы (техническая сложность маршрута и его протяженность оказались завышенными для конкретного состава группы). Данные ошибки при подготовке маршрута привели уже в походных условиях к нарушению намеченного графика движения, режима питания; к физической и моральной усталости участников похода. На фоне физического утомления, психического напряжения естественно возрастает опасность совершения тактических, технических ошибок при преодолении естественных препятствий, нарушается координация движений, замедляется скорость реакции и т.д. Весь комплекс неблагоприятных факторов в итоге привел к нарушению в тактике преодоления перевала: выбившаяся из намеченного графика движения группа преодолевала камнеопасный перевал в неподходящее время дня (не ранним утром, а днем, когда опасность камнепада значительно увеличивается). Данная ошибка, в свою очередь, привела к травме участника от удара камнем. Из данного вполне реалистичного примера становится очевидным, что ошибки в разработке маршрута в предпоходный период *повысили вероятность* несчастного случая в период самого похода.

Эксперты маршрутно-квалификационной комиссии, руководители учреждений образования обязаны соблюдать требования нормативных документов по выпуску группы на маршрут; внимательно анализировать представленные группой документы и устранять выявленные ошибки по организации похода. Под «предварительными» факторами риска в походе следует понимать *функции ошибочных решений и действий участников туристской деятельности в период подготовки и организации туристских мероприятий*. Обращаем внимание, что *все предварительные факторы риска* есть не что иное, как более или менее значимые ошибки самих участников туристской деятельности и, очевидно, *относятся к субъективным факторам риска*.

Непосредственные факторы риска (действующие на маршруте похода), в отличие от предварительных факторов, в различной степени зависят и определяются субъектом туристской деятельности. На основании роли



личности (субъекта) в возникновении потенциальной опасности, все причины несчастных случаев в туризме можно разделить на две категории:

1. *объективные*

2. *субъективные*

Термин «объективные факторы риска» в применении к опасностям туристского похода может быть истолкован, как невозможность со стороны субъекта (туриста) повлиять на внешние неблагоприятные обстоятельства, возникающие помимо его воли, и изменить их. Действительно на маршрутах походов, в том числе и рекреационных походов, имеются естественные препятствия – лесные массивы и болота различной проходимости, пороги на реках, участки пересеченной местности и т.д., движение по которым может с определенной вероятностью привести к несчастному случаю (например, к травме). Особенно «насыщена» опасностями горная местность: крутые склоны гор, их изрезанные гребни, пересеченные сетью трещин ледники, камнепады и снискавшая мрачную славу «белая смерть» – снежная лавина. Параметры данных препятствий: площадь заболоченного участка, степень топкости (проходимости) болота, крутизна и характер покрытия горных склонов, толщина снежного покрова на лавиноопасных склонах и т.д. – есть объективная реальность, которая существует независимо от туриста и на которую он никак не может влиять. Таким же образом сезон совершения похода, климатические условия района похода, опасные природные явления типа молнии, урагана, костер для приготовления пищи, солнечная радиация и пр. тоже являются объективными источниками опасности в походных условиях (заболеваний, ожогов, травм). Тогда под «объективными» факторами риска, действующими в походе или на соревнованиях, следует понимать *функции не зависящих от воли человека неблагоприятных особенностей маршрута (дистанции) и природных условий осуществления похода (соревнований)*.

Все объективные факторы риска на маршруте туристских походов мы можем подразделить, согласно их природе, на следующие группы.

1. Неблагоприятные для человека характеристики маршрута похода, в том числе характеристики естественных препятствий на маршруте.

2. Неблагоприятные для человека климатические и погодные условия похода, в том числе опасные природные явления.

3. Неблагоприятные для человека характеристики туристских походных технологий.

4. Неблагоприятные для человека воздействия со стороны растений и животных на маршруте похода.

К первой группе объективных факторов риска отнесем все потенциально опасные для человека характеристики естественных препятствий на маршруте. Например, переправы через реки разной глубины и скорости течения создают угрозу утопления; участки труднопроходимого леса со сложным ориентированием создают возможность потери курса движения, получения травмы, поломки средств передвижения и т.д.

Ко второй группе объективных факторов риска отнесем все опасности связанные с суровостью климата в районе похода и плохими погодными условиями. В данном случае в качестве потенциальных угроз в походе следует рассматривать низкие и высокие температуры воздуха (возможность простудных заболеваний участников; солнечного удара и пр.); пониженное содержание кислорода в воздухе (в горных районах); ветер большой скорости, атмосферные осадки в виде снега или дождя (возможность переохлаждения организма, рост опасности срыва при преодолении склонов, повышение лавиноопасности и пр.). К данной разновидности факторов риска отнесем и опасные природные явления: туман, грозу, ураганы, смерчи и пр. Они определяют возможность поражения туриста молнией, потери безопасного курса движения, провоцируют получение травм.

К третьей группе объективных факторов риска в походе отнесем все опасности, связанные с использованием походных технологий и эксплуатацией походного снаряжения. В частности, потенциально опасны технологии приготовления пищи на костре и на туристских нагревательных приборах (вероятность ожога от пламени костра или горящего топлива); технологии организации страховки на склонах и переправах (вероятность разрыва веревки, разрушения иных элементов страховки). Опасность представляют и технологии организации ночлега в высокогорье и в зимних условиях (вероятность переохлаждения, схода лавин и камнепадов), натяжения веревочных перил системой полиспаста и т.д.

К четвертой группе объективных факторов риска отнесем опасности связанные с поражением ядовитыми насекомыми, пресмыкающимися, растениями.

Образно выражаясь, перечисленные выше объективные опасности являются «противником», с которым ведет борьбу туристская группа и каждый турист в отдельности при преодолении маршрута. Но «противник» – это не столько сами препятствия, природные явления, сколько создаваемая ими обстановка, в которой собственные недостатки могут проявиться особенно остро. Действительно, препятствия (особенности рельефа, климата и пр.) существуют

независимо от туриста и не поддаются его влиянию. Но обстановку, обуславливаемую данными препятствиями турист *должен предвидеть* во всем ее многообразии и *должен соответствующим образом быть готовым* к ней. Например, проявления жизни горного рельефа, обуславливающие опасность – это закономерные последствия постоянно действующих геологических, метеорологических и пр. факторов, которые можно предвидеть. Так по внешним признакам склонов почти безошибочно можно определить места постоянных камнепадов и схода снежных лавин. По характеру растительности и иным признакам можно определить степень проходимости болота. По признакам ухудшения погоды – вероятность и сроки наступления грозы. Неблагоприятные воздействия внешней среды (ветер, дождь, снег) никак не повлияют на здоровье туриста, если он хорошо физически и психологически подготовлен, хорошо экипирован. И, напротив, при слабой теоретической, технико-тактической, физической готовности, при не соответствующих условиях похода ассортименте снаряжения и т.д. вероятность несчастного случая на маршруте возрастает. С большой долей уверенности можно говорить о том, что все перечисленные опасности маршрута, в действительности имеют «антропогенную» природу. Они могут (и даже с высокой вероятностью) осуществиться вследствие неправильных действий самого туриста, но никак не независимо от него. Поэтому, среди факторов риска туристской деятельности, мы с полным правом выделяем, кроме объективных факторов, и субъективные факторы.

Эпитет «субъективные» в применении к опасностям непосредственно туристского похода или соревнований может быть истолкован, как любого рода ошибочные действия, прямо зависящие от самого субъекта (туриста). Тогда под «субъективными» факторами риска в туристских мероприятиях следует понимать *функции неверных управляющих решений и действий туристов на маршруте или дистанциях соревнований*.

Все непосредственные субъективные факторы риска в активном туризме мы можем подразделить, согласно их сущности, на следующие группы.

1. Технические и тактические ошибки туристов.
2. Несоблюдение туристами правил техники безопасности.
3. Неблагоприятное эмоциональное и физическое состояние туристов.

К первой группе выделенных субъективных факторов риска следует отнести все ошибки в технике и тактике передвижения по естественным препятствиям, организации страховки, ориентировании на местности, организации туристского бивака. Приведем примеры характерных ошибок туристов в технике ориентирования на местности. Неверное определение своей точки стояния

(ошибки в сличении карты с местностью, неверный анализ «параллельных ситуаций» на местности, ошибки в определении средней скорости движения группы) может предопределить существенное отклонение от линии маршрута, нарушение графика движения, дополнительные физические и психические нагрузки на участников группы и т.д. Неверное определение азимута движения и ошибки при движении выбранным азимутом (особенно в условиях недостаточной видимости) могут не позволить группе выйти к ключевым пунктам маршрута (пунктам продуктовых забросок, пунктам безопасных переправ через водные препятствия и пр.). Ошибки при движении по азимуту могут так же явиться причиной выхода группы на объективно опасные участки местности (непроходимые болота, крутые горные склоны (сбросы) и т.д.). Примерами тактических нарушений и ошибок в походе являются: несоблюдение заявленных контрольных сроков похода, самовольное изменение нитки маршрута, несвоевременное преодоление объективно опасных препятствий, выбор неподходящих средств страховки и т.д.

Ко второй группе непосредственных субъективных факторов риска следует отнести все действия и решения туристов, которые квалифицируются, как несоблюдение установленных правил техники безопасности. Например, несоблюдение техники безопасности во время бивачных работ (заваливание сухого дерева в непосредственной близости от людей и стоящих палаток, нарушение безопасной техники колки дров, снятие котла с горячей пищей с огня без использования рукавиц и пр.) могут быть причиной травм и поломки ценного снаряжения.

К третьей выделенной выше группе субъективных факторов риска отнесем различного рода неадекватные нервно-психические и физические состояния туристов. В данном случае одинаково опасны как отрицательные (стресс, усталость, апатия), так и положительные (чрезмерное воодушевление, состояние аффекта) эмоциональные состояния. В такие периоды человек не утрачивает необходимый самоконтроль, необъективно оценивает свои силы и окружающую обстановку.

### *В о п р о с*

Перечисленные объективные и субъективные факторы риска – это лишь источники опасности. Несчастный случай в походе – это реализация неблагоприятного воздействия одного или суммы факторов риска, ведущая к неблагоприятным последствиям разного масштаба (от легкой простуды, до тяжелой травмы или летального исхода). Следовательно, воздействию факторов

риска в туристской деятельности следует противопоставить действие факторов, повышающих ее безопасность (нивелирующих воздействие факторов риска).

В подавляющем числе случаев несчастные случаи на маршруте похода или на дистанции соревнований реализуются вследствие неправильных решений и действий самих участников туристской деятельности. При этом либо подготовка к деятельности с повышенным риском осуществлялась со значительными упущениями; либо в объективно опасной ситуации принимались неверные управляющие решения и выполнялись ошибочные действия; либо туристами допускались ошибки того и другого рода. Так, например, статистический анализ несчастных случаев в горном туризме и альпинизме (СССР, 80-е годы) свидетельствует о следующем. До 60% аварий произошло вследствие неправильных технико-тактических действий участников походов и восхождений. До 25% несчастных случаев произошло вследствие грубых нарушений правил проведения спортивных туристских походов со стороны выпускающих организаций или участников похода, грубых нарушений дисциплины и плохого знания маршрута. До 15% несчастных случаев произошло вследствие недостаточной теоретической, физической, психологической, организационной подготовленности участников походов и восхождений. Следовательно, обеспечение безопасности участников похода, по сути, предполагает тщательную и всестороннюю подготовку участников и руководителей разного уровня к каждому туристскому мероприятию. Если на источники объективной опасности на предстоящем маршруте туристы влиять не в состоянии, то предвидеть исходящую от них опасность, подготовиться к ней и успешно ей противостоять они обязаны. Данное утверждение В.И. Ганопольский (1982) выразил наглядно и доступно в виде графической модели надежности туристской деятельности.

*Какие факторы определяют успешность (безопасность) туристской деятельности?* Всесторонняя подготовленность туристов к проведению туристского мероприятия является важнейшим условием обеспечения безопасности. Комплексу неблагоприятных факторов, определяющих психическую напряженность похода (он обсуждался нами выше) противопоставляются факторы *соответствующей подготовленности*. Направления такой подготовленности следующие.

1. Теоретическая подготовленность участников похода.
2. Физическая подготовленность участников похода и их климатическая адаптация.
3. Техничко-тактическая подготовленность участников похода.

4. Психологическая подготовленность участников похода и группы в целом.

5. Организационное и материальное обеспечение похода.

В сумме факторы подготовленности (безопасности) определяют необходимый для успешного проведения туристского мероприятия уровень психической подготовленности туристов. Подготовка участников туристской группы в целом должна соответствовать направлению их туристской деятельности и сути конкретных туристских мероприятий, в которых они намерены принять участие. Например, в случае рекреационных походов (оздоровительных походов выходного дня, экологических походов) специальной подготовки участников, как таковой практически не проводится. Гид-проводник (руководитель группы) работает с тем контингентом туристов, который изъявил желание участвовать в туристском мероприятии и выполнил все предварительные (в основном финансовые) условия, выдвинутые турфирмой – организатором путешествия. В данном случае мы можем говорить обо всех видах подготовленности в применении к руководителю (инструктору) туристского мероприятия и к функционерам туристской организации, проводящей поход. Напротив, в отношении спортивных самодельных походов, следует вести речь о целенаправленной подготовке каждого участника и группы в целом к походу, как фактору обеспечения их безопасности.

## *Лекция 12: Правовые основы туристской деятельности.*

В настоящее время туризм является высокодоходной отраслью, сравнимой по эффективности инвестиционных вложений с нефтегазодобывающей и перерабатывающей отраслями. В сфере туризма тесно переплетены интересы культуры, транспорта, безопасности, международных отношений, гостиничного бизнеса и др. Эта отрасль имеет большое значение для государства в целом, субъектов АР, муниципальных образований и общества. Азербайджан располагает огромным потенциалом как для развития внутреннего туризма, так и для приема иностранных путешественников. У нее есть все необходимое - огромная территория, богатое историческое и культурное наследие, а в отдельных регионах - нетронутая, дикая природа.

Одна из самых важных сфер государственного регулирования – туристическая деятельность. В разных международных актах подчеркивается, что туризм является главным способом установления и укрепления связей, экономических, политических и культурных контактов. Он также относится к факторам, влияющим на качество жизни современного общества.

Под правовым регулированием туристической деятельности понимают систему мероприятий, которые направлены на формирование, популяризацию и реализацию особого туристского продукта. Эта деятельность осуществляется на основании специальной лицензии, которая выдается юридическим лицам или индивидуальным предпринимателям.

Выражением правового регулирования туризма является государственный контроль над выполнением обязательных юридических норм и правил, закрепленных на законодательном уровне. Контроль также проявляется в установлении легитимности туристической деятельности, защите прав потребителей услуг. Предмет регулирования – это своего рода общественные отношения, которые развиваются в результате планирования, подготовки, организации и совершения путешествия и оказания определенного вида услуг.

### *Сущность правового регулирования в туристической отрасли*

Главная цель правового регулирования туризма состоит в укреплении позиций законности и правопорядка на рынке. Деятельность специалистов, трудящихся в данной области, также охватывает:

- создание условий для безопасного отдыха граждан и обеспечения сохранности их имущества;
- выработку мер по охране окружающей среды;
- сохранении духовных и материальных общественных ценностей;

- защиту прав и интересов туристов и других участников туристической индустрии;
- обеспечение контроля над соблюдением применения действующих законодательных и правовых норм;
- разработку нормативных актов организационного и экономического характера, которые необходимы для нормального функционирования туристической деятельности.

#### *Специфика правового регулирования в сфере туризма*

Политика государства в правовом регулировании туристической сферы направлена, главным образом, на защиту интересов граждан. Существует несколько способов осуществления данных работ. Среди них выделяют обязывание, запрещение и дозволение. Также используются разные юридические инструменты, например, правовые нормы, нормы судебного права, юридические обязанности и ответственность, правовые ограничения и поощрения.

Несмотря на то, что вопросы реализации государственной политики в области туризма подробно регулируются действующим законодательством, его нормы нуждаются в дальнейшей регламентации и совершенствовании. Туристическая деятельность как отрасль экономики страны требует надежного правового регулирования, то есть создания благоприятных условий для ее развития. Туризм в полной мере воспринимает регулирующее воздействие норм различных отраслей права: таможенного, страхового, административного, экологического, о защите прав потребителей и др. В этом ряду особое значение отводится гражданскому праву.

Туристскую деятельность регулирует правовой акт, обладающий высшей юридической силой - закон, который образует стержень правовой системы сферы туризма. Изучение Закона, также установление соотношений его статей с нормами гражданского, административного, экологического и других отраслей права позволит работниками туристских организаций избежать ошибок и материальных потерь из-за правовой неосведомленности, а гражданам, пользующимся туристическими услугами, осознать свои права и обязанности. Правовое обеспечение туристической деятельности осуществляется на основе международных и национальных норм права, выражающихся в формировании национальных законодательств, международных соглашений, создании организаций в сфере туризма. Важным событием в области международного туризма стало создание в 1975 г. Всемирной туристической организации (ВТО). Штаб ВТО находится в Мадриде. Основные цели ВТО:



- межстрановое сотрудничество в области туризма;
- развитие людских ресурсов и обеспечение кадрового потенциала туризма;
- сбор статистической информации в области туризма.

Одной из важнейших целей международных организаций и соглашений в сфере туризма является упрощение туристических формальностей, т.е. дальнейшая интеграция пространства. Важное внимание уделяется также вопросам охраны окружающей среды.

В Азербайджанской Республике основой правового регулирования в сфере туризма являются законодательные акты и постановления правительства. «Государственное регулирование туристской деятельности осуществляется путем защиты прав и интересов туристов, обеспечения их безопасности, установления правил въезда в АР, выезда из АР и пребывания в АР».

В последние годы настоятельной необходимостью является постановка вопроса о соответствии социально-экономических тенденций развития общества и законодательства, в том числе в области туризма. Так, перекос в сторону развития выездного туризма целесообразно компенсировать законодательными мерами по развитию внутреннего и въездного туризма.

**Туристические формальности** - это правила, условия и действия, необходимые с точки зрения законности и установленного в государстве порядка, обязательные для соблюдения при организации и осуществлении турпоездки. К туристическим формальностям обычно относят паспортные, визовые, таможенные, валютные формальности, соблюдение санитарно-эпидемиологических и иных правил. При осуществлении любой международной туристической поездки необходимо иметь заграничный паспорт. Заграничный паспорт может быть выдан гражданину АР в местном отделении милиции при подаче заявления и уплате соответствующих пошлин. В случае утери заграничного паспорта в ходе поездки гражданину необходимо получить в консульском представительстве АР за границей свидетельство на въезд на территорию Азербайджана. В этой связи в период поездки помимо собственно заграничного паспорта лучше иметь несколько ксерокопий документа.

Виза выдается официальными (консульскими) властями того государства, куда следует владелец паспорта в подтверждение, что последнему разрешен въезд в данную страну. Обычно виза представляет собой наклейку со сложной защитой на одну из страниц паспорта. Но наличие визы - не абсолютная гарантия въезда. Все больше стран требуют от въезжающих туристов, кроме паспорта и визы, обратный билет, ваучер, наличие необходимых денежных средств, достаточных для цивилизованной поездки.

Окончательное решение о въезде принимается лишь соответствующими иммиграционными властями на границе данного государства. В случае пересечения границ нескольких стран, например, в случае железнодорожной поездки, помимо туристической визы в страну следования необходимо иметь транзитные визы тех стран, по которым проходит железнодорожный маршрут. Иностранному гражданину, который в связи с характером своей работы должен часто ездить в чужую страну, может быть выдана многократная виза. Возвратная виза выдается на один въезд в страну. Ее может получить лицо, находящееся в стране, имеющее однократную визу, если ему нужно по какой-либо причине выехать из страны и после этого вернуться обратно в течение срока действия однократной визы.

В 1995 г. ряд европейских государств - Бельгия, Нидерланды, Люксембург, ФРГ, Франция, Испания, Португалия - ввели **шенгенскую визу**, упраздняющую пограничный контроль на внутренних границах этих стран. При осуществлении въезда и выезда из страны можно пользоваться так называемой «зеленой картой», то есть удостоверением иммигранта, имеющего разрешение на постоянное жительство в стране. Под «зеленой картой» может пониматься также транспортная страховка, которую можно купить при въезде в страну на автомобиле. При пересечении границы каждый турист обязан пройти таможенный контроль. До прохождения таможенного контроля заполняется таможенная декларация, где необходимо указать те денежные средства и ценности, которые туристом провозятся через границу. За границей в ряде случаев действует система «такс-фри» (taxe-free) при покупке товаров в магазинах. Это магазины безналоговой торговли для иностранных туристов. В них можно приобрести товары по ценам, не включающим налог на добавленную стоимость. На товары, приобретенные в таких магазинах, можно получить специальный чек «такс-фри», по которому при выезде из страны предъявителю чека будет выплачена сумма в валюте, равная НДС. В случае въезда в тропические страны целесообразно уделить особое внимание санитарно-эпидемиологическим правилам и иметь профилактические средства от наиболее распространенных болезней: чумы, холеры, желтой лихорадки, малярии.

Важнейшим элементом любого путешествия является размещение туриста. История гостиничного дела уходит корнями в далекое прошлое. Одними из первых прообразов современных гостиниц были таверны и постоялые дворы, появившиеся в глубокой древности. Так, территория Древнего Рима была покрыта сетью прекрасных дорог, которые обеспечивали возможность быстрой переброски войск в разные концы Империи. Дороги использовались также и

путешественниками, и на расстоянии конного перегона на дорогах размещались таверны и постоялые дворы для организации отдыха. В средние века во времена паломничеств и крестовых походов функции современных гостиниц часто выполняли монастыри, где путники могли переночевать, бесплатно получив кусок хлеба и стакан воды.

Существовали также и многочисленные постоялые дворы. В их центре, как правило, был загон для лошадей и место для выступления бродячих артистов. Верхние этажи предназначались для отдыха путешественников. В Азербайджане в этот период получили распространение гостинные дворы для ночлега и питания людей.

В средние века в Европе функцию средств размещения выполняли также замки, служившие резиденциями королевской знати и использовавшиеся для отдыха и охоты. В Азербайджане для этих целей были построены красивейшие путевые царские дворцы и роскошные загородные поместья знати. Существенный толчок строительству гостиниц был дан в Новое время. Промышленная революция привела к появлению паровозов, теплоходов, что открыло эру современного массового туризма. Развитие курортного дела в Европе привело к появлению многочисленных гостиниц, которые располагались вблизи бальнеологических курортов, на побережье Средиземного моря, на живописных архипелагах. Роскошные гостиницы возводились и в столичных городах России - «Националь» и «Метрополь» в Москве, «Европа» - в Санкт-Петербурге. Уловив появившийся вкус у населения к туризму, развитию гостиничного дела способствовали и крупные предприниматели, профессионалы и энтузиасты того времени. Достаточно упомянуть имена швейцарца Цезаря Ритца, американца Статлера, австрийского предпринимателя Поля Купелвайзера, инициативного румына Генри Негреско, швейцарского врача Артура Рикли.

Параллельно с гостиничным развивался и ресторанный бизнес. Настоящую революцию в организации ресторанов при гостиницах совершил знаменитый Жорж Агюст Эскофье - величайший кулинар своего времени. С его именем связано открытие ресторанов в таких известных гостиницах, как «Савой», «Ритц» в Париже и других.

Первые годы двадцатого столетия считаются временем начала строительства гостиниц для бизнесменов и коммерсантов. Один из первых таких отелей «Буффало Статлер» - был открыт в 1908г.

После Первой мировой войны бум гостиничного дела был связан с именем Конрада Хилтона. Появилась самая крупная в то время в мире гостиница

«Конрад Хилтон». После Второй мировой войны произошли существенные изменения в обществе, что отразилось на организации средств размещения. К этому периоду относится появление первых мотелей для путешествующих автомобилистов, строительство аэропортовых отелей, строительство гостиниц для семейного отдыха. Постепенно гостиничная база срастается с индустрией услуг и развлечений. Происходит соединение гостиниц, казино и игорных домов.

В строительстве гостиниц начали принимать активное участие авиакомпании. Так, несколько первых отелей «Интер-Континенталь» были построены авиакомпанией Пан-Америкен. На 1970-1980-е годы приходится развитие гостиничных цепей «Мариотт», «Рамада», «Шератон», «Редиссон» и др. В последующие годы происходит дальнейшая сегментация и специализация гостиничного рынка, появление новых видов отелей и гостиниц: «замковых» отелей, суперотелей, экологических отелей и др.

Отели и гостиницы рассчитаны на разных клиентов и выполняют различные функции. Одним из наиболее распространенных видов отелей являются бизнес-отели. Бизнес-отели расположены, как правило, в деловых центрах города. В таких отелях должно быть все необходимое для отдыха деловых людей: сауна, бассейн, тренажерный зал. Отель обязательно должен содержать бизнес-центр со всем необходимым для деловых контактов: факс, электронная почта и т.п.

Важнейшую разновидность современных отелей составляют курортные отели. Они расположены в престижных местах отдыха или на берегу моря. Чем ближе отель к береговой линии, тем, как правило, выше стоимость размещения в нем. Стоимость номеров в таких отелях увеличивается при наличии в номере балкона и вида на море (sea view).

Курортные отели имеют в большинстве случаев полноценную систему питания. Питание может быть организовано по следующим классам:

- полный пансион - Full Board - полное обслуживание, включающее размещение и трехразовое питание (FB);

- полупансион - Half Board - размещение и двухразовое питание (завтрак и обед или завтрак и ужин (НВ));

- только завтрак - Bed and Brekfast - размещение и завтрак (ВВ).

В курортных отелях имеется вместительный холл, где можно на информационных стендах найти всю информацию об отеле, а также о предлагаемых в данной курортной местности экскурсиях.

Рядом с курортными отелями часто располагаются пристройки в виде ресторанов, кафе, баров. В некоторых курортных отелях часто предлагаются анимационные программы. Это характерно, например, для такой страны, как

Турция. Вечером в такие гостиницы приезжают представители местных предприятий с демонстрацией своих изделий. Проводятся многочисленные викторины.

В курортных отелях часто питание организуется по типу «шведский стол». В этом случае время на получение и прием пищи в среднем во время завтрака составляет 15-20 минут, в обед и ужин - 25-30 минут. При обслуживании по типу «шведский стол» посетителям не приходится ждать, когда официанты принесут заказанные ими блюда. Еду выбирают по своему усмотрению. «Шведский стол» представляет собой следующую систему питания: на больших столах расставлены блюда с закусками. По краям стола лежат закусочные тарелки по 5-6 штук и ложки, вилки, ножи, салфетки. В зале, а также на открытых верандах размещают столы для гостей отеля. В специальных автоматах можно налить себе по выбору кофе, какао, различные соки. Вино предлагается, как правило, за отдельную плату (extra pay). Дурным тоном считается выносить с собой продукты питания из зала, где организован «шведский стол». А как не оказаться голодным, если Вы отправляетесь рано утром на экскурсию на целый день? В этом случае накануне заблаговременно надо оставить соответствующую информацию в службе приема и размещения отеля. Перед отъездом на экскурсию Вам предложат «РосKet lunch», или сухой паек, который может содержать бутерброды, фрукты и т.п., что и заменит Вам несъеденный завтрак или обед.

Одной из проблем курортных отелей является сезонность размещения. В высокий сезон курортные отели, как правило, полностью заполнены, а в низкий - пустуют. Чтобы сгладить сезонные колебания специализация отеля может иметь дополнительные функции. Часто в таких отелях оборудуются конгресс-холлы для проведения совещаний, симпозиумов, конференций. В этом случае можно обеспечить круглогодичную заполняемость.

Часто встречающимся средством размещения туристов являются мотели и кемпинги. Мотели представляют собой придорожные гостиницы для автомобилистов. Они должны быть оборудованы таким образом, чтобы уставший от дороги водитель затратил минимум сил для оформления номера. В большинстве случаев рядом с мотелем оборудована автостоянка. Кемпинги - одно из наиболее дешевых средств размещения автомобилистов и туристов, путешествующих на колесах. На территории всех кемпингов есть места для палаток, 32 пикапов и автомобилей. Кемпинги оснащаются электропитанием, теплой и холодной водой, санитарным оборудованием. Есть помещения для

приготовления пищи. В различных странах кемпинги могут быть объединены в федерацию кемпингов и жилых прицепов.

Кемпинги могут работать либо в весенне-осенний период (с 1 мая до конца сентября), либо круглогодично.

В последнее время широкое распространение получили отели экономического класса. Эти отели имеют ограниченный сервис, т.е. здесь присутствует ограниченный набор услуг. Эти отели располагаются в пределах городской черты и постояльцам предлагают здесь, как правило, только ночлег. Часто бывает, что питание в этих отелях не предоставляется, а рестораны расположены вблизи отеля. Спартанский характер обслуживания является причиной того, что цены в таких отелях на порядок ниже, чем в соседних полносервисных гостиницах, что представляет интерес для определенной категории клиентов.

Появление новых видов туристической деятельности, различные бюджетные возможности туристов сказались на развитии гостиничной базы. Появились новые категории отелей. Так, в ряде стран Европы многочисленные средневековые замки переоборудованы в современные отели («замковые отели», «поузады» в Португалии). Стали появляться отели с причудливыми формами и планировкой. Так, отель «Арабская башня» в Дубае имеет форму бело-голубого паруса и расположен прямо в море.

В Австралии есть подводный отель на Великом барьерном рифе, где номера размещаются ниже уровня моря и гости могут обозревать подводную жизнь моря прямо из своих окон.

Одним из популярных сегодня видов туризма является экологический туризм. Это привело к появлению экологических отелей.

Распространение экологических отелей - это своего рода призыв к бережному отношению к окружающей среде. Такие отели могут располагаться в кронах гигантских деревьев. В качестве переходов могут быть использованы подвесные мостики. Номера таких отелей часто оборудуются карточками, призывающими гостей повторно пользоваться простынями и полотенцами, если срок их пребывания в отеле превышает одну ночь. В таких отелях могут быть использованы альтернативные источники энергии. Любителям экстремальных развлечений в Гренландии предлагается размещение в снежных иглу - легендарных домах эскимосов.

В Европе получили широкое распространение так называемые хостелы. Хостель представляет собой дешевую молодежную гостиницу, предоставляющую недорогой ночлег. Начало хостелингу было положено в

Германии, когда молодежное общество «Перелетные птицы» в 1910 г. открыло простейшую и дешевую молодежную гостиницу. В 1930 г. в Англии была создана первая Ассоциация хостелов, а с 1932 г. существует международная ассоциация хостелов «The International Youth Hostel Federation».

Хостелы имеют обычно коридорную систему, общие туалеты и душевые комнаты, кухни на каждом этаже, общую комнату отдыха с телефоном и телевизором, таксофоном. Питание организуется в кафе или дешевой столовой, где за столом рассаживают сразу по несколько человек. Комнаты в хостелах рассчитаны на 2-6 мест.

С развитием агротуризма появились новые средства размещения - агротуристические фермы. В некоторых странах, например в Ирландии и Австрии, широко распространен такой способ размещения, как «гостевые дома». Гостевые дома представляют собой семейное жилье, используемое для нужд туристов. Здесь обычно предлагается от пяти и более номеров. В этой категории жилья господствует домашняя атмосфера и индивидуальный подход к клиентам. Все это жилье зарегистрировано, периодически проводятся инспекторские проверки на предмет соответствия мировым стандартам, включая психологическую атмосферу, уровни предоставляемого сервиса. Гостевые дома являются популярным местом для проживания, так как иностранные туристы часто больше ценят не дутый пафос крупного отеля, а душевную семейную атмосферу небольшой гостиницы.

Схожими по функциональному назначению и количеству принимаемых туристов с гостевыми домами являются так называемые малые гостиницы. Если гостиницей считается средство размещения, номерной фонд которого превышает 10 мест, то в малой гостинице, как правило, должно быть не более 100 номеров. Создание малых гостиниц эффективно в местах, которые потенциально привлекательны для туристов, но где имеет место скудный номерной фонд. Малые гостиницы в крупных городах могут создаваться в результате реконструкции основных фондов, выносимых за пределы городской черты промышленных предприятий, а также перепрофилирования старого жилого фонда. Малые гостиницы могут иметь успех также в небольших курортных городках (Анапа), так как цены на проживание в них гораздо ниже. Средства размещения туристов могут приобретать форму «собственности на каникулы». Такое совместное владение недвижимостью собственником и управляющей компанией в международном туризме 34 получило название таймшер. Время пользования таймшером измеряется в неделях. Оно

сгруппировано в три цвета (красный, белый и голубой) и отражает динамику спроса по сезонам.

В последнее время появилось и множество других функциональных видов средств размещения. Так, ротель - это передвижная гостиница, представляющая собой вагон-трейлер; флайтель - гостиница при аэропорте; флотели и ботели - обслуживают туристов, путешествующих по воде. Отели могут иметь причудливый оригинальный вид. Например, в Норвегии бывшую мельницу превратили в современный отель.



### *Лекция 13: Международные туристские организации Типы туристических центров.*

**Всемирная туристская организация – WTO (World Tourism Organization - WTO).** Всемирная туристская организация на сегодняшний день - самая известная и признанная в туристском мире. WTO была основана 2 января 1975 г. путем преобразования неправительственного Международного союза официальных туристских организаций (МСОТО) в межправительственную организацию, действующую под патронажем ООН.

Устав WTO был принят 27 сентября 1975 г. Начиная с 1980 г. эта дата отмечается как Всемирный день туризма. Ежегодно Всемирный день туризма проводится под определенным девизом. Каждые 4 года WTO созывает сессии Генеральной ассамблеи, между которыми работает исполком Генеральной ассамблеи WTO. Штаб-квартира WTO находится в Мадриде (Испания). WTO преследует следующие цели:

- ускорять и расширять содействие туризма (международного и внутреннего) миру, взаимопониманию, здоровью и процветанию людей повсюду в мире;
- давать людям возможность иметь доступ к образованию и культуре во время путешествий;
- улучшать стандарты проживания и пребывания в менее развитых районах мира посредством помощи в обеспечении необходимой материально-технической базы для иностранного туризма и развития транспортных путей, соединяющих с данными регионами;
- расширять возможности стран, принимающих туристов, и тем самым вносить вклад в их экономику;
- выступать в роли международного агентства по координации и сотрудничеству между странами;
- предоставлять услуги членам наиболее значимых для совета национальных организаций в области туризма;
- определять темы пленумов и заседаний, а также координировать туристские интересы стран - участниц, включая как национальные туристские организации, так и профессиональные секторы и организации, представляющие интересы путешественников;
- устанавливать постоянную взаимосвязь между различными объединениями туроператоров;
- реализовывать все вышеуказанное наиболее действенным путем.

В основном деятельность ВТО концентрируется на **информативном продвижении туризма, расширении его значимости и преимуществ, опасностей, а также создании новой материально-технической базы.** Организация пытается упорядочить действия различных наций в туризме путем разработки и введения определенных принципов в области международного туризма. ВТО является основным представителем туризма в ООН и действует как самый авторитетный орган в мировом туризме. Кроме того, ВТО разрабатывает международные документы (акты) и следит за их исполнением, а также и за реализацией уже существующих правил, поощряя разрешение международных туристских разногласий.

**ВТО также выступает в качестве организации по обмену информацией и поощряет применение новых разработок и знаний в области развития туризма и реализации маркетинга.** Одна из важнейших задач ВТО - исследования, которые включают в себя изучение статистики по международному туризму, изобретение новых методов измерения, прогнозирование, разработку и маркетинг - все это может быть использовано национальными туристскими организациями в их деятельности. Исследовательская деятельность ведет к увеличению методов статистики.

**ВТО представляет регулярный отчет о состоянии мирового туризма,** который учитывает как достижения, так и препятствия для дальнейшего развития туристской индустрии.

ВТО предпринимает попытки содействовать мировому туризму через исключение или ограничение правительственного вмешательства в международный туризм, так же как и в процесс стандартизации требований к паспортам, визам, регистрациям в полиции, въездным формальностям и т. д. ВТО обеспечивает техническую поддержку развития стран, в особенности стран - членов ООН.

**Цель ВТО состоит в том, чтобы развивая туризм, стимулировать экономическое развитие, создавать рабочие места, поощрять меры по защите окружающей среды и памятников культурного наследия, а также способствовать установлению мира, повышению благосостояния и уважению гражданских прав.**

В 2003 г. в состав Организации входили 141 страна, 7 территорий и около 350 Присоединившихся членов, представляющих предприятия частного сектора, учебные заведения, туристские ассоциации и местные туристские администрации.

**Международная ассоциация воздушного транспорта (International Air Transport Association - IATA).** IATA - всемирная организация для всех международных авиаперевозчиков, основанная в 1919 г. и реорганизованная по окончании второй мировой войны в 1945 г. IATA представляет собой профессиональную ассоциацию авиационных компаний, осуществляющих международные рейсы. **Главная ее функция - упорядочение международного коммерческого авиационного сообщения,** введение единых для всех членов правил и процедур и установление согласованных тарифов на пассажирские авиаперевозки на международных маршрутах.

Высший орган IATA - ежегодная Генеральная ассамблея, на которой выбирается президент и исполнительный комитет. Цель IATA - реализация политики международной организации гражданской авиации (ICAO).

IATA - это содействие перемещению людей, почты и грузов из одной точки мира в другую, используя различные комбинации маршрутов воздушной сети. Резолюции, принятые на транспортных конференциях IATA, касаются не только билетов, но и путевых листов, документов на багаж, а также других подобных бумаг. Эти резолюции унифицируют и координируют процедуры расчетов и позволяют ускорить бронирование и связь между авиакомпаниями. Организация также создала и проработала жесткий список тарифов и маршрутов. При ее содействии стало возможным соединение воздушных трасс многих частных авиакомпаний в единую систему, работающую на благо путешественников.

**Установление тарифов - одна из важнейших составляющих работы IATA.** Необходимость согласования тарифов среди всех авиакомпаний - членов IATA - это одновременно и политика, и практика, т. к. все тарифы международных авиакомпаний контролируются правительствами стран - владельцев авиакомпаний. Каждая страна - хозяйка своего пространства, она может запретить или разрешить вторгнуться на свою территорию и поставить те условия, которые данную страну устраивают.

Конференции IATA проводятся после того, как правительства стран - членов организации решаются на взаимовыгодные договоренности по установлению тех перевозчиков, которые в дальнейшем будут обслуживать их территории. Транспортные конференции IATA, безусловно, являются очень важными для правительств стран - членов IATA. И плюс ко всему все правила, установленные Ассоциацией, должны быть одобрены правительствами всех стран - участниц.

Членами IATA являются 259 авиакомпаний, совершающие международные полеты. На долю этих авиакомпаний приходится около 95 % международного регулярного сообщения. Для того чтобы стать членом IATA и участником

конференции, авиакомпании необходимо иметь сертификат, подтверждающий регулярность перевозок данной авиакомпании, выдаваемый правительством, который подходит для членства в Международной организации гражданской авиации (ICAO). IATA является членом ICAO. Услуги по аккредитации туристских агентств при Ассоциации предоставляются Корпорацией пассажирских услуг (Passenger Network Services Corporation - PNS).

В ходе своей деятельности IATA условно делит всю территорию земного шара на три больших региона, или конференции, и пытается добиться установления согласованных тарифов на перевозки и единых стандартов на обслуживание как в рамках каждой конференции, так и между ними:

1. Северная и Южная Америка и часть Тихоокеанского региона к востоку от международной линии раздела дат;
2. Европа, Африка и Ближний Восток;
3. Азия, Австралия и часть Тихоокеанского региона к западу от международной линии раздела дат.

Туристские агентства участвуют в деятельности IATA через ее специальное отделение - Международную организацию агентов авиакомпаний (International Airlines Travel Agents Network -IATAN).

Каждому турагентству, прошедшему процедуру аккредитации и соответствующему определенным требованиям, присваивается номер, служащий своего рода визитной карточкой при осуществлении расчетов с авиакомпанией и другими участниками отрасли.

IATAN следит за соблюдением правил и стандартов деятельности, единых требований к финансовому положению турагентств, продающих авиабилеты на международные авиарейсы, и выполняет функции связующего звена между туристскими агентствами и авиакомпаниями - членами IATA.

**Международная организация гражданской авиации (International Civil Aviation Organization - ICAO).** Учреждена Чикагской конвенцией в 1944 г., работает под эгидой ООН. Деятельность ICAO основана на равенстве наций относительно деятельности индустрии воздушного транспорта. Главной задачей ICAO является развитие и обеспечение безопасного, специализированного и экономически эффективного международного рынка авиаперевозок согласно международным стандартам и нормам.

Организация ставит перед собой следующие цели:

- обеспечивать безопасность и контролировать рост и развитие международной гражданской авиации во всем мире;
- поддерживать и поощрять процессы создания и использования воздушных

средств с учетом охраны окружающей среды;

- поддерживать и поощрять создание воздушных коридоров, аэропортов и различных удобств, условий для нужд международной гражданской авиации;

- как можно лучше выполнять основные требования людей к авиатранспорту: безопасность, качество обслуживания, регулярность полетов, экономичность;

- поощрять экономические меры по предотвращению необоснованных соперничеств между авиакомпаниями разных стран;

- убедиться в том, что права стран - участниц ИКАО полностью соблюдаются и каждая страна имеет реальную возможность владеть и управлять международной авиакомпанией;

- избегать дискриминаций между странами - членами ИКАО;

- пропагандировать безопасность полетов;

- способствовать развитию международной гражданской авиации.

Членами ИКАО являются 183 государства. ИКАО работает в тесном контакте со следующими организациями:

- Международный информационный союз;

- Всемирная метеорологическая организация;

- Международный союз электрических сообщений (коммуникаций);

- Всемирный почтовый союз;

- Всемирная организация здравоохранения;

- Международная морская организация.

Международная ассоциация делового туризма –International Business Travel Association (IBTA) –1974г.

Региональные организации: Европейская комиссия по туризму – 1948 г

- благоприятствование кооперированию межд.туризма в Европе

- проведение исследований

- обмен информацией

- продвижение турпродукта в страна мира

Европейская ассоциация рекреации и отдыха – 1972г.

Федерация ассоц-й скандинавских турагентств – 1939 г.

Азиатско-тихоокеанская тур.ассоц-я – (ПАТА) - 1951 г.

Африканская тур.асс-я, Орган-я по развитию туризма в Африке

Арабский туристский союз

**Международные туристские мероприятия**

Каждый год в мире проводится огромное количество туристских мероприятий. Сюда относятся Международная туристская биржа, туристские ярмарки, выставки и т.д.

В своем основном понимании туристские мероприятия проводятся с целью выявления и передачи передового методического и технического туристского опыта, повышения безопасности туристов в походах.

Одной из разновидностей туристских мероприятий является туристская биржа. *Туристская биржа – это организованный и регулярный оптовый рынок, на котором туристский продукт реализуется партиями на основе спроса и предложения.* Туристская биржа создается для активизации формирования единого межгосударственного и международного рынка торговли туристским продуктом, ценными бумагами, а также товарами и услугами, необходимыми для развития туризма и экскурсий. Основными задачами туристской биржи являются:

- организация условий для заключения торговых сделок между членами и посетителями биржи на куплю-продажу различных видов туристского продукта, товаров и услуг;

- установление реального соотношения спроса и предложения на туристско-экскурсионные услуги, туры, путевки, товары туристского, спортивного, оздоровительного и иного назначения, а также ценные бумаги (акции туристских предприятий и организаций, векселя, контракты и т.д.), котирующиеся на бирже;

- предоставление консультаций и коммерческой информации всем заинтересованным сторонам с целью повышения экономической эффективности деятельности туристских предприятий и организаций, а также качества обслуживания туристов;

- изучение конъюнктуры туристского рынка, его состояния;

- разработка рекомендаций по политике цен на туристский продукт в различных регионах страны;

- принятие согласованных решений по производству и сбыту туристского продукта, товаров и услуг, ценных бумаг между производителем (продавцом) и потребителем (покупателем);

- совершенствование рыночного механизма оптовой реализации путевок, товаров туристского и иного назначения, услуг и ценных бумаг;

- участие в Международных туристских выставках и ярмарках;

- финансовая защита участников и посетителей туристской биржи при совершении биржевых сделок.

Например, **ITB Berlin 2008** - крупнейшее всемирное событие подобного рода в индустрии туризма. Все туристические компании мира знают это мероприятие как ведущий отраслевой форум. На ITB представлены все сегменты туристической индустрии - международные федерации туризма, национальные и региональные туристические организации, туристические и транспортные агентства и туроператоры, отели, страховые компании и многое другое. В ходе выставки помимо собственно осмотра экспозиции можно принять участие в различных семинарах, симпозиумах, встречах с экспертами, круглых столах для прессы и так далее. Последние 2 дня выставка открыта только для специалистов. Площадь территории проведения биржи равна 148 000 кв.м., число экспонентов более 7000, число посетителей более 167 000 чел.

*Туристская ярмарка или выставка* – это периодически организуемые в определенном месте экспозиции туристского продукта. Эти экспозиции незаменимы для представления новых туристских программ и направлений специализированной посетительской аудитории. Они не навязывают турпродукт, а стремятся создать атмосферу долгосрочного благожелательного отношения к нему путем представления образа экспозиционера или укрепления положительного его восприятия, т.е. поднятия его имиджа.

Представительным органом организаторов туристских выставок является Европейская ассоциация торговых ярмарок по туризму (European Tourism Trade Fairs Association - ETTFA) со штаб-квартирой в Ричмонде, Великобритания. Международная туристическая ярмарка **«World Travel Market 2008»** («Всемирный рынок путешествий 2008») является одним из крупнейших событий года для мирового турбизнеса и проходит в выставочном комплексе ExCel в лондонском районе Доклендс. Всего в этой туристической ярмарке участвовало 5,5 тысяч компаний из более чем 200 стран и регионов мира. World Travel Market каждый год побивает все новые рекорды посещаемости, разнообразия предложений и яркости стендов. Это происходит даже несмотря на то, что ярмарка предназначена исключительно для профессионалов и широкой публике доступа на нее нет. Для участия в ней приезжают представители туристического и курортного бизнеса, чиновники правительственных учреждений, занимающихся развитием туризма, владельцы отелей и ресторанов, руководители авиакомпаний, производители различного оборудования и снаряжения для путешествий, пишущие о туризме журналисты. Официальным партнером выставки в 2008 г., как и в прошлом году, стал эмират Абу-Даби. В 2006 году этот регион ОАЭ получил международную награду как лучшее новое место для путешествий. На стендах разных стран для посетителей бывают

приготовлены различные сувениры, которые затем весь год напоминают гостям о WTM. На некоторых стендах разыгрываются туристические путевки и бесплатные авиаперелеты. Гости выставки могут также познакомиться с традиционными ремеслами самых разных стран - от плетения корзин до выпечки уникальных видов хлеба.

**MITT** (Московская международная выставка «Путешествия и Туризм» - Moscow International Travel and Tourism Exhibition – MITT) – крупнейшая выставка туристского профиля в России, проводимая с 1993 г. Ежегодно в Москве в «Экспоцентре». Одна из ведущих по величине и значению туристских выставок, бирж и ярмарок, проводимых в мире. Выставку MITT организуют английская фирма «International Trade Exhibitions Group (ITE Travel)» и российская финансовая группа «Л и А. Выставки и конференции». В ней принимают участие российские и зарубежные туристские фирмы и организации, учебные заведения туризма, посольства, газеты, журналы, редакции телепрограмм повествующие о туризме. В 1997 г. Выставку MITT посетили 135 000 чел. из них 40 000 специалистов, работающих в сфере туризма и гостиничного хозяйства. В выставке принимало участие около 4000 представителей фирм из России и 80 др. стран. Выставка MITT-2000 привлекла большой интерес мирового сообщества. В ней приняли участие более 2000 компаний из 90 стран, в т.ч. 50 национальных представительств по туризму. Для участия в выставке не позднее чем за полгода необходимо направить заявку с указанием необходимых площадей, условий размещения и оборудования. Каталог выставки – ценный источник сведений о туристских предприятиях и организациях в регионах России, странах СНГ, других странах мира.

**AITF** (Azerbaijan International Tourism Fair) – является аналогом MITT и проводится в Баку ежегодно начиная с 2002 г. За последние годы AITF стала центральным событием туристской индустрии страны и одним из значимых событий всего Кавказского региона. AITF 2008 привлекла внимание как местных так и многих иностранных партнеров и собрала компании из 28 стран мира. Количество участников составляло 90. Площадь проведения выставки составляет 1200 м<sup>2</sup>., число посетителей в 2008 г. составило 7300 чел., число профессиональных посетителей 5200 чел.

AITF проходит при официальной поддержке Министерства Культуры и Туризма Азербайджанской Республики, Всемирной Туристической Организации (UNWTO), Торгово-Промышленной Палаты Азербайджанской Республики, Международным Некоммерческим Партнерством «Ассоциация Устроителей



Туристских Выставок, Азербайджанским Фондом Поощрения Экспорта и Инвестиций (AZPROMO).

AITF знаковое событие активно развивающегося туристического рынка Азербайджана, которое ежегодно собирает на единой площадке большое количество участников и посетителей с разных стран мира.

Существенным шагом по продвижению азербайджанского туристского продукта внутри страны и позиционированию страны на мировом рынке профильных выставочных услуг стала международная туристская выставка "AITF", которая ежегодно проводится в Баку (с 2002 г.). Эта выставка включена в график официальных мероприятий WTO и Совета стран — участниц СНГ по туризму. Азербайджан и сам довольно активно участвует в выставках, проводящихся в различных государствах. Сегодня страна участвует более чем в 25 всемирных туристических форумах - в Стамбуле, Лондоне, Берлине, Москве, Нью-Йорке, Мадриде, Милане и т.д. А 25-26 марта в Баку прошел 49 съезд Европейской комиссии WTO.

За 10 лет AITF закрепила за собой статус ведущей международной выставки Кавказского региона и отражает общую картину современного туристского рынка региона, создавая прочную платформу для азербайджанских и зарубежных экспертов, которые демонстрируют последние тенденции в сфере путешествий, делового туризма, лечебного и эксклюзивного отдыха.

AITF проходит при официальной поддержке Министерства Культуры и Туризма Азербайджанской Республики, Всемирной Туристической Организации (UNWTO), Ассоциации Туризма Азербайджана, Ассоциации Предпринимателей Азербайджана.

## *Лекция 14: Потенциальные возможности для развития туризма в Азербайджанской Республике.*

В настоящее время туризм является одним из наиболее быстрорастущих секторов и обеспечивает наибольший экономический доход. Вот почему многие страны мира придают ему такое значение. В последние годы этой сфере особое внимание уделяется и в Азербайджане. Следует отметить, что здесь всегда был большой потенциал для развития туризма, так как Азербайджан знаменит своими регионами с удивительной природой и национальными парками, включая столицу Баку, обладающую современной инфраструктурой и древними богатыми историческими памятниками, расположенными на стыке Востока и Запада.

Туризм как социально-экономическая сфера начал развиваться в мире в основном с середины XIX века. А до этого туризм носил характер частной поездки и путешествий.

Термин «туризм» обсуждался в 1954 году на заседании Организации Объединенных Наций, была определена его международная суть, культурологическое и социально-экономическое значение. А на состоявшейся в 1963 году конференции ООН в Риме была сделана попытка конкретно описать понятие «турист». Туризм - один из главных широко распространённых и массовых видов активного отдыха населения Азербайджана. И в прошлом, и в настоящее время туризм в Азербайджане - это сфера, к которой всегда проявлялся интерес и уделялось внимание.

Богатые природные возможности и климатические условия Азербайджанской Республики создают благоприятную почву для развития туризма. Здесь наблюдается 9 из 11 климатических поясов, существующих на земле (от климата сухих пустынь до климата горных тундр). Используя этот широкий потенциал, мы можем получить 10 процентов от общего внутреннего продукта от туризма.

Первые путешествия были связаны с торговыми, религиозными, политическими или познавательными целями. Проходившие торговые караваны по древней территории Азербайджана можно считать первыми путешественниками. По сведениям античных авторов, Азербайджан был известен как страна расположенная на Великом Шёлковом пути, где располагались международные торговые центры. Баку упоминалось особенно много. Баку, расположенный на перепутье морских и сухопутных путей, связывавших восточные и северные страны славился своими базарами. Торговый путь от Белого моря по Волге, Каспийскому морю, через Иран в Индию был

популярным. На его пути были построены прекрасные караван-сарай. Путешественники, дипломаты, торговцы разных исторических эпох (Марко Поло, Руй Гонзалес, Афанасий Никитин, Иосафат Барбаро, Амброкко Контарини, Антоний Дженкинсон, Винченсо Александри, Садко, Овлия Челеби, Фёдор Котов) побывавшие в Азербайджане, отмечали, что наш народ активно принимал участие в развитии торговых, культурных и дипломатических отношений.

В 1908 году в Баку открылся филиал горного Крымско-Кавказского клуба. Филиал занимался организацией и проведением экскурсионных поездок. В начале XX века развитию туризма начали уделять внимание научные и географические общества. В 1929 году, в СССР, было создано Туристическое Общество "Пролетарий". Это дало возможность развитию туризма быстрыми темпами. В Баку и крупных городах создавались отделы и экскурсионные бюро. Их целью было создание и организация туристических маршрутов, развитие краеведческого и исторического туризма. Туризм превращался в массовое движение, охватывал различные слои с разным уровнем материального обеспечения населения. Туризм рассматривался как средство повышения политического, патриотического и культурного уровня населения. В эти годы активно занимались экскурсионной деятельностью профессиональные союзы, которые организовывали отдых рабочих. С целью популяризации и расширения туризма в Азербайджане, с 1935 года при Центральном Исполнительном Комитете Азербайджанской ССР начинает функционировать Бакинское отделение Туристического Общества "Пролетарий" и Экскурсий. Были созданы туристические базы в Аджикенде, на берегу озера Гейгёль и открыт Туристический Районный Совет в Гяндже. Начиная с 1950 года расширяется сфера туристического обслуживания, организовываются велосипедные и конные маршруты, спортивные, семейные и детские. В 1957 году была создана туристическая база в Мингечевире, в 1958 году - в Загатале, в 1960 году в Шуше. С 1962г. в Баку начинает свою деятельность Совет по туризму Азербайджанской ССР. Для организации летнего отдыха трудящихся, на берегу Каспийского моря в посёлке Набрань, был создан филиал Бакинской туристической базы: палаточный лагерь на 150 человек "Спутник". С 1963 года в Баку начинает работать клуб туристов, в Набрани - туристическая база "Хазар". Туристические базы обслуживали большую часть туристов, пользовались большой популярностью. Были созданы экскурсионные бюро в Баку - в 1965 году, в Гяндже и в Сумгайыте в 1967 году, в Нафтапане и посёлке Мардакан - в 1969 году, чуть позже в Ханкенди и Мингечевире. В 1978 году в Нахчывани открылось Бюро

путешествий

и

экскурсий`

Первым организатором массового туризма в мире считается англичанин Томас Кук. В 1841 году Т.Кук организовал поездку 570 человек по железной дороге от Ланкастера до Долнбурга. Этим самым Томас Кук заложил основу современного туризма. В 1869 году в Европе была создана Международная ассоциация гостиничных работников. В 1921 году эта ассоциация объединилась с Международным гостиничным союзом. Естественно, эта традиция, стремительно развиваясь, распространилась по всему миру. С целью привлечения в страну иностранных туристов в 1973 году был открыт крупный гостиничный комплекс "Азербайджан" на 1 942 места, а в 1978 году гостиница "Москва", акционерного общества "Интурист". Во время Советской власти наибольшее число туристов, посетивших Азербайджан было в 1987 году: 50 тысяч человек из зарубежных стран и 250 тысяч из разных регионов СССР. Началось строительство туристических комплексов в Ленкорани, Мингечевире, Шуше и в Баку. По инициативе и под руководством Первого Заместителя Председателя Совета Министров СССР Гейдара Алиева принято решение о формировании Прикаспийской курортной зоны Азербайджана.

Начиная с 1988 года, из-за армянской агрессии и оккупации исконно-исторических азербайджанских земель Нагорного Гарабаха, резко сократился поток туристов в Азербайджан. Население страны было в большей степени занято проблемами чрезвычайного положения, чем организацией отдыха и туризма. В Азербайджане появились сотни тысяч беженцев, изгнанные со своих земель. Правительство принимает решение о размещении беженцев в туристических комплексах. Деятельность туристических организаций была приостановлена. Всесоюзные и международные туристические маршруты были закрыты. В сентябре 1991 года был ликвидирован Департамент по иностранному туризму, вместо него был создан Совет по Иностранному Туризму при Кабинете Министров Азербайджанской Республики.

В начале XXI века в Баку, Гяндже, Нахчывани и других крупных городах страны стали строиться и принимать туристов крупные гостиничные комплексы с современным оборудованием по международным стандартам. Сегодня в республике существует 245 туристических компаний по организации туристических услуг и 514 гостиниц и объектов гостиничного типа. В курортных зонах располагаются оздоровительные центры и туристические базы современного уровня. Число иностранных туристов, посетивших нашу страну с каждым годом растет.

Министерство Культуры и Туризма, осуществляя политику государства в области туризма, ведёт целенаправленную работу по привлечению иностранных туристов и созданию современной туристической инфраструктуры.

Действует Государственная Программа по развитию туризма на 2020-2024 годы. Согласно этой программы планируется отреставрировать ряд культурно-исторических памятников. Каждый год 27-го сентября в Азербайджане отмечается "Всемирный день туризма". Ежегодно проводятся выставки-ярмарки Внутреннего Туризма, конференции, где обсуждаются проблемы в сфере туризма. С целью международного признания туристического потенциала страны для представителей средств массовой информации и туристических компаний регулярно проводятся инфотуры в живописных природных зонах. Результатом являются заключение договоров и соглашений между гостиничными комплексами и туристическими компаниями. "Функционируют" Центры туристической информации" в Баку, Гяндже, Хачмазе, Губе, Шамахи, Ленкорани, Шеки, Загаталах и Исмайиллах.

Ведётся работа по расширению и созданию разных видов туризма: экотуризм, горнолыжный, пеший, конный, автомобильный, морской, речной, альпинистский, спелеотуризм. Разрабатываются тематические маршруты: грязевые вулканы, природные минеральные источники, археологические раскопки, историко-архитектурные комплексы, интересные объекты природы.

Регулярно проводятся соревнования по спортивному ориентированию и скалолазанию.

В рамках сотрудничества в области туризма были подписаны соглашения между правительством Азербайджана и правительствами Беларуси, Грецией, Казахстаном, Францией, Таджикистаном, Египтом, Катаром, Иорданией, Объединенными Арабскими Эмиратами, Кувейтом, Россией, Саудовской Аравией, Австрией, Великобританией, Израилем, Ираном, Бахрейном, Оманом, Венгрией, Кореей, Швейцарией, Индонезией, Японией, Брунеем, Малайзией, Сан-Марино, Марокко, Аргентиной, Мексикой, Македонией, Швецией, Филиппинами, Кубой и Хорватией.

Начиная с 2005 года, на известных зарубежных каналах транслируются рекламные ролики, содержание которых отражает туристический потенциал республики. Печатаются и издаются около 50 рекламных изданий на разных языках мира, рассказывающие о прекрасных отелях, пляжах и интересных туристических объектах. За последние годы удельный вес туризма в международном масштабе увеличился более чем в 2 раза.

2011 год был объявлен “Годом туризма” в Азербайджанской Республике. В 2011 году Азербайджан вступил во Всемирную Туристическую Организацию, основной целью которой является развитие туризма, как важного фактора в обеспечении мира, взаимопонимания и экономического развития. Азербайджан принимал участие во всех мероприятиях, проводимых Всемирной Туристической Организацией: ассамблеях, заседаниях, семинарах и учебных курсах.

Туризм в современном мире считается одной из самых динамично развивающихся отраслей экономики для каждой страны. В Азербайджане также уделяется серьёзное внимание развитию этой сферы. Туризм уже стал одной из самых прибыльных сфер во всём мире, в широком и быстро развивающемся экономическом секторе. Устойчивое развитие и расширение туристического сектора превратили этот сектор в ведущую силу в социально-экономическом прогрессе. Это проявляется в создании новых рабочих мест, предприятий и инфраструктуры, связанных с туризмом.

Это ещё раз доказывает проводимая за последние 10 лет работа по продвижению туризма в стране, реформы, принятые государственные программы, совершенствование нормативно-правовой базы. В результате этих мероприятий индустрия туризма в Азербайджане вступила в новый этап, наша страна стала признанным в мире новым направлением туризма, и интеграция международного туристического рынка усиливается с каждым годом. Для достижения устойчивого туризма в нашей стране возникла необходимость создания базы зимнего туризма и преодоления сезонности. Для достижения этой цели летне-зимний туристический комплекс “Шахдаг” в Азербайджанской Республике отличается от подобных комплексов в мире своей современностью и универсальностью. Комплекс - первый горнолыжный курорт в истории Азербайджана. До нескольких лет назад граждане Азербайджана в зимний сезон выезжали в другие страны с целью туризма. Но в Азербайджане уже действуют два зимних туристических предприятия: Комплекс летнего и зимнего отдыха “Шахдаг” в Гусаре и горнолыжный центр “Туфан” в Габалинском районе, который открылся в январе 2014 года. Строительство этих крупных комплексов показывает, что в Азербайджане уделяется особое внимание развитию альтернативного туризма не только в летний сезон, но и созданию инфраструктуры в этой области.

В основном наблюдается рост числа туристов из России, Грузии, Ирана, Турции, а также из стран Азии и Европы. Число прибывших в Азербайджан из

европейских стран в январе-декабре прошлого года составило 224 тысяч человек. А это означает рост на 14,7% по сравнению с предыдущим периодом.

Сообщается, что больше посетителей из Европейского региона прибыли в Азербайджан из Великобритании, Германии, Италии и Франции. А из стран Южной Азии больше всего туристов приезжает в нашу страну из Индии и Пакистана. Для информации подчёркиваем “что 65 тысяч туристов прибыли в нашу страну из Индии, а 46 тысяч-из Пакистана”. Что касается числа арабских туристов, то, по данным агентства, в этом году наблюдается рост числа арабских туристов на 46,7%: “вместе с тем, в 2019 году наблюдался рост числа туристов из Китая в Азербайджан на 62,4%”.

Итак, в целом Азербайджан имеет потенциал по многим видам туризма. Важным фактором для его реализации является постоянная поддержка государства, а также частного сектора. Примером культурного туристического потенциала страны могут служить художественные галереи в Баку, национальный вид музыки – мугам, хорошо развитая мировая джазовая музыка, национальные и зарубежные танцы, богатая кухня с изысканным вкусом, толерантный подход к различным религиозным и светским взглядам. Туристские маршруты исторического и культурного характера, которые учитывают дополнительные особенности, соответствующие вкусу туристов, всё лучше воспринимаются в мире и поэтому могут рассматриваться как потенциальный туристический продукт Азербайджанской Республики.

В Азербайджане есть как традиционные, так и современные возможности лечения. Количество горячих и минеральных источников в стране исчисляется тысячами, из них наиболее известны лечебные воды источников Туршеу, Бадамлы, Галаалты, Шихбурну, Сураханы.

Одним из важнейших курортных ресурсов Азербайджана является нафталанская нефть. В то же время Нахчыванская Автономная Республика очень известна своей редкой горой соли.

Горные и зимние виды туризма также являются перспективными в Азербайджане. Так, в горных районах Азербайджанской Республики имеются большие возможности для туризма. Сегодня такие зоны отдыха, как ЗАО «Шахдагский туристический центр» и зимне-летний туристско-рекреационный комплекс «Туфандаг», стали популярными центрами отдыха. Деловой туризм тоже распространён в Азербайджане. В настоящее время для его развития всё больше используются возможности существующих на территории страны гостиниц. Но и конгрессно-культурные центры, расположенные в разных городах, могут широко использоваться для организации подобных мероприятий.

Северная (Хызинский, Сиязаньский, Шабранский и Хачмазский районы) и южная зоны (Ленкоранский и Астаринский районы) Азербайджанской Республики, начиная с Апшеронского полуострова, обладают потенциалом для занятия пляжным туризмом. Это связано с тем, что для развития туристического сектора в будущем на пляжных территориях должны быть созданы и приведены в соответствие со стандартами сервисные инфраструктуры (водные бассейны, бассейны и т. д.), увеличено предложение дополнительных услуг (это, например, развлекательные центры, аттракционы).

У Азербайджана большой потенциал и для развития экотуризма за счёт богатой флоры и фауны. Его территория, где наблюдается 9 из 11 климатических типов (от климата полупустынь и сухих степей до климата горной тундры), является родиной более 4100 различных сортов растений. В Азербайджане также возможно развивать охотничий туризм. Охотникам, имеющим соответствующую лицензию, предоставляется возможность охотиться на многих лесных животных и степных птиц.

Развитие туризма на освобождённых от оккупации территориях тоже является приоритетом, потому что те были важнейшими туристическими центрами, включёнными в международные туристские маршруты ещё в годы советской власти. Например, одна из самых известных территорий – многочисленные термальные воды Кельбаджарского района, вошедшие со временем в туристские маршруты Союза, в том числе санаторно-курортный центр «Истису».

Термальный источник Истису, расположенный на высоте 2225 метров над уровнем моря, находится в западной части Кельбаджарского района. Воды этого минерального источника, образованного в результате сильного землетрясения, произошедшего в Азербайджане в 1138 году, позволяют лечить как внешние, так и внутренние болезни людей. Его роль в лечении многих заболеваний неоценима. По своему химическому составу и физическим свойствам эти воды идентичны известным во всём мире родникам Карловых Вар (Чехия) и являются единственными в мире по многим другим свойствам. Самый выдающийся учёный-химик того времени Э. Э. Карстенский, осмотрев минеральные воды в районе Кельбаджара, оценил лечебное значение Истису ещё выше (даже выше Карловых Вар) и сообщил, что это месторождение является источником, который принесёт славу не только этой территории, Азербайджану, СССР, но и всему миру. В 1928 году вокруг источника Истису, известной минеральной водой села Истису, был построен одноимённый санаторий. Истису состоит из двенадцати фонтанов. Над родником в 1980-х годах были



построены и сданы в эксплуатацию два завода по розливу минеральной воды. На них производилось 800 тыс. литров воды в сутки. В прошлом году на лечение и отдых в центр «Истису» приезжало свыше 50 тыс. человек. По приблизительным подсчётам, в сутки выходило более трёх миллионов литров целебной воды. Однако в то время она использовалась только на 10%.

Сегодня Азыхская пещера считается первым местом обитания человечества, началом цивилизованного мира. Это пещерный комплекс, расположенный в 14 км к северо-западу от города Физули, на высоте 900 метров над уровнем моря, между сёлами Азых и Салакатын Ходжавендского района. Площадь Азыхской пещеры составляет 800 кв. км. Здесь восемь коридоров протяжённостью до 600 метров. Высота некоторых коридоров – до 20-25 метров. Эта пещера известна во всём мире как место обитания людей каменного века. Она была обнаружена в 1960 году палеолитической археологической экспедицией Национальной академии наук Азербайджана под руководством азербайджанского учёного Мамедали Гусейнова. Открытие туристского маршрута к этой пещере в ближайшем будущем может сыграть важную роль в развитии туристического хозяйства нашей страны.

На территории Джебраильского района есть два Худаферинских моста, соединяющих северный и южный берега реки Араз: один, 11-арочный, был построен в XI-XII вв., второй, 15-арочный, – в XIII веке. Этот мост, построенный и введённый в эксплуатацию ещё во времена Помпеи, является образцом для туристов всего мира как удивительный исторический памятник.

По данным Государственного агентства по туризму, разрабатываются стратегия и политика развития туризма на освобождённых от оккупации территориях. Подготовка туристского продукта будет осуществляться одновременно со строительством инфраструктуры на этих территориях: «Для этого необходимо обеспечить несколько компонентов. Самым главным из них является обеспечение безопасности. Параллельно с возвращением населения, восстановлением жилья и инфраструктуры там будут создаваться туристские продукты. Другой вопрос – привлечение инвестиций в этот регион. Первоначально предусматривается создание транспортной и гражданской инфраструктуры, условий для инвестиций. На освобождённых от оккупации территориях могут быть созданы несколько туристических кластеров».

В сообщении отмечается, что есть благоприятные географические условия и для туристского потока в этот регион: «Через Худаферин можно будет приехать из Ирана, а через Нахчыван – из Турции. Ожидается приток туристов по этим двум направлениям на освобождённые от оккупации территории. У

азербайджанского туризма есть приоритетный рынок, и в этом направлении и будет проводиться работа. Существуют различные идеи относительно туристских маршрутов в эти районы, которые будут отражены в подготовленной стратегии».

В настоящее время туризм существует в Азербайджане как отдельный сектор экономики. Результаты последних анализов показывают, что туристический сектор Азербайджана в целом переживает период подъёма. Азербайджан принимает туристов практически из каждой страны мира. А туристический потенциал освобождённых территорий будет способствовать дальнейшему увеличению доли этой сферы в доходах бюджета.

Расположение Азербайджана на благоприятном географическом пространстве является основной причиной того, что эта страна во все исторические периоды находилась в центре внимания. И в древние, и в средние века большая часть протянувшихся караванных дорог, начиная с центральных территорий Азии, из далекого Китая и Индии, до берегов Черного и Средиземного морей, проходила именно через территорию Азербайджана. В частности, географическое положение Азербайджана представляет важное значение в реализации «Великого Шелкового пути».

Развитие туризма в Азербайджане можно разделить на несколько этапов. Первый этап, начавшийся с древних времен и охвативший средневековье, продолжался до начала XIX века. Специфические особенности этого этапа связаны с понятиями «путешествие», «путешественник». Известные путешественники ранних и средних веков после посещения Азербайджана по различным причинам сообщали у себя на родине о живописных местах, полезных для здоровья богатых природных ресурсах нашей страны.

Второй этап охватывает период с начала XIX века до начала XX века (до периода Азербайджанской Демократической Республики). Этот период характеризуется образованием первых частных объединений, обществ для организации туризма, которые больше походили на экскурсии. Первые зачатки организованного туризма возникли именно в этот период. С 1908 года в Азербайджане начали проявляться традиции современного туризма.

Третий этап охватывает 1920-1991 годы. В этот период туризм считался особой сферой деятельности общества, которая была приведена в состояние организованного механизма. В те годы Азербайджан славился как один из популярнейших туристических маршрутов на пространстве бывшего СССР. В 1922 году в Баку начали действовать первые экскурсионные кружки. В сентябре 1950 года была образована Бакинская туристическая база, которая спустя

некоторое время была переформирована в Управление туризма и экскурсий Азербайджана. В 1983 году по инициативе и под руководством первого заместителя председателя Совета Министров СССР, великого лидера Гейдара Алиева был принято решение о создании на азербайджанских берегах Каспия курортной зоны всесоюзного значения.

Четвертый этап приходится на период с 1991 года до наших дней. Специфическая особенность данного периода, в первую очередь, связана с восстановлением независимой и суверенной государственности. Новые условия создали большие возможности для организации туризма в Азербайджане в соответствии с международными стандартами. С целью развития туризма в стране были определены основные приоритеты.

В последние годы для популяризации туристического потенциала Азербайджана был создан ряд международных туристических маршрутов. Открытие таких туристических маршрутов, как «Шелковый путь», «Культурно-туристический маршрут Гями-гая», «Путь исторической славы и свидетельства прадедов», «Сименсы в Гедабеке» и другие повысило интерес иностранных туристов к нашей стране. В результате этого за последние 7 лет число туристов, посещавших Азербайджан, увеличилось в три раза.

В последние годы Министерство культуры и туризма, осуществляющее в республике государственную политику в области туризма, предпринимает целенаправленные меры для популяризации туристического потенциала страны на международной арене, организации туристических посещений в Азербайджан, развития различных видов туризма, принятия нормативно-правовых актов в этой сфере, развития в туристической сфере малого и среднего бизнеса, создания современной туристической инфраструктуры. В течение прошедших лет в нашей стране были проведены многочисленные международные мероприятия.

Реализация государственных программ по развитию туризма приносит свои плоды в виде стремительного развития этой сферы в Азербайджане. В то же время в рамках требований пунктов по туризму в «Государственной программе по социально-экономическому развитию регионов Азербайджанской Республики (2004-2008 годы)», утвержденной Указом Президента Ильхама Алиева, была осуществлена целенаправленная работа по выделению кредитов на развитие предпринимательства, поддержке строительства туристических объектов, подготовке ряда правовых документов.

В 2008 году по Указу Президента Азербайджанской Республики был утвержден «Примерный устав туристических и рекреационных зон». В

документе отражены создание благоприятных условий для туризма, отдыха и рекреации; достижение социально-экономического развития и сохранения национально-культурного наследия путем развития туризма и вовлечения туристических и рекреационных зон в местные социально-экономические проекты; обеспечение с помощью туризма защиты и пропаганды исторических и культурных памятников, редких природных пейзажей, специфических туристических объектов; защита окружающей среды и создание и пропаганда различных видов туризма, способствующих сохранению экологического равновесия; создание в туристических и рекреационных зонах конкурентоспособного и имеющего возможности оказывать услуги всем слоям населения туристического рынка; создание благоприятных условий для привлечения внешних и внутренних инвесторов и другие задачи.

В последние годы с целью популяризации туристических возможностей Азербайджана на международной арене для различных туристических компаний и представителей средств массовой информации различных иностранных стран были организованы инфотуры. Кроме того, такие туры были организованы и для азербайджанских туристических компаний и представителей СМИ в Губинском, Загаталском и Лерикском районах.

С целью повышения уровня обслуживания туристов в Баку и регионах для работников объектов туризма регулярно образуются тренинги на темы ресторанного обслуживания, гостиничного менеджмента и другие с участием иностранных специалистов, имеющих достаточно большой опыт в этой сфере.

Наряду с отмеченными в Баку, Хачмазе, Губе, Шамахе, Шеки, Лянкаране, а также в Лахидже (за счет финансовых средств Всемирного банка) начали действовать туристско-информационные центры с целью информирования туристов. Для полного информирования туристов, отдыхающих на Абшеронском полуострове, об услугах туризма в Международном центре отдыха «Гянджлик» в поселке Зугульба также был создан сезонный Туристско-информационный центр.

В 2004 году в рамках проводимых в стране мероприятий Международная ассоциация повышения квалификации и развития «InWent» организовала семинар «Региональное развитие, консервация и практика и перспективы приграничного сотрудничества», посвященный охраняемым территориям и развитию туризма на Южном Кавказе.

26 сентября 2003 года впервые в Азербайджане состоялся Первый фестиваль туристических фильмов. На фестиваль было представлено более 70 работ по туризму.

Одним из приоритетных направлений туристической политики Азербайджанского государства является развитие многостороннего сотрудничества. В последние годы расширяются связи нашей страны с различными странами, международными организациями. Развивающиеся связи Азербайджана со Всемирной туристической организацией (ВТО) - одной из важных организаций в сфере туризма, являются очень важными с точки зрения популяризации туристического потенциала Азербайджана на международной арене. В 2002 году Всемирная туристическая организация с целью подготовки рекомендаций и технической поддержки по вопросам туризма направила в Азербайджан техническую миссию. Эксперт организации проанализировал туристический потенциал нашей страны, подготовил отчет по соответствующей сфере, на основе чего были выдвинуты рекомендации.

В апреле 2003 и 2007 гг. по линии Всемирной туристической организации в Баку с участием представителей компаний, отелей, районных отделений по культуре и туризма Министерства культуры и туризма, университетов были проведены семинары.

На высоком уровне развиваются многосторонние связи в области туризма с исламским миром. Это сотрудничество осуществляется в рамках как Организации исламской конференции (ОИК), так и ее институтов ISESKO, IRCICA, SESRTCIC, Исламского Университета технологий и других организаций. 9-12 сентября 2006 года в нашей стране прошла V Конференция министров туризма стран-членов ОИК и Азербайджан получил право председательства на Исламской конференции министров туризма в 2006-2008 годах. На конференции была принята «Резолюция по развитию туризма», а также Бакинская декларация. Кроме того, 21-22 июня 2007 года в Баку состоялась международная научно-практическая конференция «Роль туризма в экономике стран-членов Организации исламской конференции».

С целью пропаганды туристических возможностей республики Министерство культуры и туризма проводит ряд мероприятий. За последние годы по заказу министерства было подготовлено около 50 наименований рекламно-печатной продукции, отражающей туристические возможности нашей страны. Среди них можно отметить «Справочник для туристов», комплект открыток «Азербайджан», буклеты «Отели Азербайджана», «Исторические и архитектурные памятники Азербайджана», «Театры и музеи Баку», фотоальбомы «Азербайджан» и «Баку», книжки «Шелковый путь», «Кровоткачество», туристические карты Азербайджана, в частности Карабаха и Шуши, CD-диски «Добро пожаловать в Азербайджан» и 10-20-минутные видеоролики на DVD-

формате. Отмеченная продукция и CD и DVD диски были выпущены на азербайджанском, английском, немецком, арабском, японском и русском языках.

С 2002 года шесть раз в году на английском и русском языках выпускается журнал «Azerbaijan Review». В ежемесячной газете «ATN» дается информация о проделанной в республике работе по туризму. Отмеченная рекламно-печатная продукция доставляется участникам международных туристических выставок, посольствам и представительствам нашей республики в зарубежных странах. Реклама, отражающая туристический потенциал республики, размещается в туристических журналах зарубежных стран («АВТА» «Travel IQ», «Faints and Projects», «TTG Russia», «Travel Unraveled», «Где отдохнуть», «Отдых в России» и «World Travel Guide»).

## *Тема 15: Департаменты туризма Азербайджанской Республики.*

**Министерство культуры Азербайджанской Республики** — орган исполнительной власти Азербайджана, обеспечивающий осуществление государственной политики в области культуры, искусства, истории и сохранения памятников культуры, печати и кинематографии.

До 1953 года действовало Министерство кинематографии Азербайджанской ССР. С 18 апреля 1953 года они были объединены в Министерство культуры Азербайджанской ССР:

- Министерство кинематографии,
- комитет по делам культурно-просветительских учреждений,
- Комитет радиоиформации,
- Управление по делам искусств,
- Управление по делам полиграфической промышленности, издательств и книжной торговли,
- Управление трудовых резервов

Первым министром культуры был назначен Мамед Алекперов. С 1923 года действовал Азербайджанский археологический комитет, который занимался охраной объектов и памятников архитектуры.

30 января 2006 года на базе упраздненных министерства культуры и министерства молодежи, спорта и туризма было создано Министерство культуры и туризма. Деятельность министерства регламентировалась указом Президента Азербайджанской Республики № 393 от 18 апреля 2006 года.

20 апреля 2018 года в соответствии с указом Президента Азербайджана о некоторых мерах по совершенствованию государственного управления в области культуры и туризма Министерство культуры и туризма Азербайджана было упразднено и на его основе были созданы Министерство культуры Азербайджана и Государственное агентство по туризму Азербайджана.

В структуру министерства входят:

- Отдел искусств и нематериального культурного наследия
- Отдел музеев, галерей и выставок
- Отдел аудиовизуального и интерактивного медиа
- Отдел книжной индустрии
- Отдел стратегического развития и управления проектами
- Отдел международного сотрудничества
- Отдел управления человеческим капиталом

- Отдел креативных индустрий и цифрового развития
- Отдел по работе с документацией и гражданами
- Отдел медиа и коммуникации
- Сектор науки, образования и по делам молодёжи

Организации, подчинённые Министерству:

- Государственная служба по охране, развитию и реставрации культурного наследия

Структура отделов:

- Аппарат министерства
  - сектор по работе с регионами
- Отдел искусства и нематериального наследия
  - сектор театрального искусства
  - сектор музыкального искусства
  - сектор изобразительного и декоративного искусства
  - сектор проведения мероприятий государственной важности и по работе с творческими юношами
- Отдел культурной политики
  - сектор музейной работе
  - сектор библиотек
  - сектор по работе с клубами и парками, пропаганды народного творчества и национальной кулинарии
- Отдел кинематографии
  - сектор производства национальных фильмов
  - сектор эксплуатации и пропаганды национальных фильмов
  - сектор государственного реестра фильмов
- Отдел культурного наследия
  - сектор охраны памятников
  - сектор реставрации-проектирования и экспертизы
  - сектор культурных ценностей (заповедники)
- Отдел науки и образования
  - сектор образования
- Отдел международных связей и культурных программ
  - сектор международных связей и протокола
  - сектор сотрудничества с международными организациями
- Отдел инвестиций и технических программ
  - сектор управления ремонтно-строительных и реставрационных проектов



- сектор прогнозирования инвестиций и развития инфраструктуры культуры и туризма

- сектор технического контроля

В июле 2022 году указом президента Азербайджана дан старт реформам в области науки и образования, в результате которых Национальный музей истории Азербайджана НАНА, Национальный музей азербайджанской литературы имени Низами Гянджеви и Дом-музей Гусейна Джавида переданы в подчинение министерства культуры.

### **Обязанности министерства**

- в соответствии с компетенцией министерства в соответствующей области осуществлять нормативное регулирование

- обеспечивать реализацию государственных программ и концепций развития в пределах компетенции

- участвовать в разработке проектов государственных программ в соответствующей области

- координировать деятельности других органов исполнительной власти в соответствующей области, а также деятельность соответствующих органов и ассоциаций

- обеспечивать выполнение международных соглашений, стороной которых является Азербайджанская Республика

- предоставлять специальное разрешение (лицензию), также предоставлять юридические документы в порядке установленном законом в области культуры, истории, кинематографии и туризма

- обеспечивать осуществление прав и свобод человека и гражданина в порядке, установленном законом и предотвращать их нарушение

- осуществлять анализ и исследование достижений в соответствующей области, применять на практике положительные результаты

- принимать соответствующие меры для строительства, восстановления, реконструкции объектов культуры, обновления технического оборудования, проектирования текущих и капитальных ремонтных работ

- обеспечивать защиту памятников истории и культуры, вносить предложения по распространению на вновь открытые памятники государственной защиты

- осуществлять контроль, утверждать учебные планы и программы, предпринимать меры по укреплению сети учебных заведений и укреплению их материально-технической базы

### **Права министерства**

- подготавливать проекты законов, относящихся к соответствующей области
- выступать с инициативой поддержки Азербайджанской Республики в соответствующих международных соглашениях
- запрашивать у государственных и местных органов самоуправления, юридических лиц информацию (документы) в соответствующей области и получать от них такую информацию
- для изучения соответствующего опыта иностранных государств сотрудничать с соответствующими международными организациями, государственными органами (ведомствами) иностранных государств
- давать отзывы в соответствии с направлением деятельности, составлять анализы и резюме, готовить аналитические материалы, исследования в соответствующей области, делать предложения;
- принимать меры по подготовке специалистов и повышению их квалификации в соответствующей области;
- привлекать юридических и физических лиц к ответственности за нарушение правил охраны памятников истории и культуры
- осуществлять мониторинг в соответствующей области
- проводить комплексный анализ и прогнозирование основных областей деятельности в соответствующей сфере, готовить предложения об инвестициях в эту область вместе с соответствующими органами исполнительной власти<sup>[12][13]</sup>.

#### **Деятельность:**

С 2014 года Министерством организуется и проводится Шекинский театральный фестиваль.

С августа 2021 Министерством в Шуше организуется и проводится возобновлённый фестиваль «Дни поэзии Вагифа»

С 28 по 30 ноября 2023 года министерством организован форум культуры и творческих индустрий. На форуме представлены руководители профильных государственных учреждений Азербайджана, а также представители креативного сектора. В рамках форума также организована выставка культуры и творческих индустрий (MY EXPO 2023).

С 12 по 14 марта 2024 года Министерством организован стенд Азербайджана на Лондонской международной книжной ярмарке. На выставке представлены книги об истории, культуре, литературе Азербайджана. На стенде представлено 129 экспонатов, а также 300 книг. В сентябре 2024 года Адилъ Керимли принял участие в Санкт-Петербургском международном форуме объединенных культур. С 23 по 25 октября 2024 года представители Министерства и Агентства кино приняли участие на XI Индийском международном конгрессе кинотуризма

в Мумбаи. Азербайджан был также представлен компаниями Filmlab.az, Filmbridge Azerbaijan, CNF и Ultra Production. Обсуждалось совместное кинопроизводство и привлечение зарубежных кинопроизводителей к съёмкам в Азербайджане.

### **В области кино**

20 апреля 2022 года при министерстве учреждено Агентство кино. Агентство управляет кинематографическими предприятиями при министерстве. 18 июля 2023 года Агентство кино объявило конкурс кинопроектов. В конкурсе участвуют проекты по четырём направлениям: фильмы, производимые по государственному заказу; коммерческие фильмы; авторские фильмы; дебютные и студенческие фильмы. Конкурс проведён по октябрь 2023 года.

4 апреля 2024 года учреждена Академия альтернативного кино для поддержки молодых кинематографистов. В апреле 2024 года Агентство кино начало осуществление совместных проектов с Турцией и Узбекистаном. Совместно с Узбекистаном начаты съёмки художественного фильма о Максуде Шейхзаде. Совместно с Турцией планируется съёмка фильмов «Золотой поезд» («Altın tren») об отношениях Турции и Азербайджана в начале XX века, и «Сона с острова Наргин» о жизни турецких военнопленных, содержащихся на острове Наргин в период Первой мировой войны.

Министерством осуществляется подготовка законопроекта нового закона о кинематографии, который должен заменить закон, принятый в 1998 году.

### **Международное сотрудничество**

**ИСЕСКО** 15-16 декабря 2004 года на IV Конференции исламских министров культуры, состоявшейся в столице Алжира на тему «Культурная стратегия исламского мира в 2005—2008 годах», Азербайджан стал членом консультативного совета ИСЕСКО.

22-24 ноября 2005 года в столице Марокко Рабате на пятом заседании консультативного совета докладчик по стратегии Министерства культуры и туризма представил обширный доклад по соответствующим вопросам.

В соответствии с указом президента № 1337 от 25 июля 2015 года 36-е заседание исполнительного совета организации исламского образования науки и культуры ИСЕСКО и XII Генеральная конференция состоялись 23 ноября 2015 года в Баку.

### **ТЮРКСОЙ**

В 1992 году в Баку и Стамбуле, на встречах министров культуры Азербайджана, Казахстана, Кыргызстана, Узбекистана, Турции и Туркменистана было подписано соглашение о создании Организации по совместному развитию

тюркской культуры и искусства. Организация начала деятельность 12 июля 1993 года. В 1996 году было начато сотрудничество ТЮРКСОЙ и ЮНЕСКО.

Между Азербайджаном и ТЮРКСОЙ в области культуры существуют крепкие отношения. Основой этих отношений является культурное наследие тюркского народа.

2 марта 2017 года ТЮРКСОЙ организовала мероприятия, посвящённые 300-летию азербайджанского поэта 18 века Моллы Панах Вагифа. 3 марта 2017 года в Сакарье было проведено второе заседание в рамках года Моллы Панаха Вагифа.

21 марта 2017 года в Туркестане проведены праздничные торжества Новруз и «Культурная столица Туркестана тюркского мира — 2017». В мероприятии приняли участие более 300 представителей искусства из более чем 22 тюркоязычных стран.

### **Печатные органы**

- Газета «Туристические новости Азербайджана»
- Газета «Mədəniyyət» («Культура»)
- Газета «Панорама Азербайджана»
- Журнал «Mədəni maarif» («Культурное просвещение»)
- Журнал «Rəncəgə» («Окошко»)

## ***ЛИТЕРАТУРА:***

- Л.В. Стахова “Основы туризма” Москва, Юрайт– 2024
- А.В. Трухачов “Введение в туризм. Учебник” Москва, 2023
- İ.Hüseynov, N.Əfəndiyeva “Turizmin əsasları” Bakı – 2007
- F.Qurbanov Turizmın əsasları Bakı, 2007
- Ə.Q.Əlirzayev Turizmin iqtisadiyyatı və İE Bakı - 2011
- В.Ə.Bilalov “Turizmin menecmenti” Bakı, 2005
- С.Мəммədov, S.Рəhimov “Turizm və onunla əlaqəli sahələrdə işlədilən termin və anlayışların izahlı lüğəti” Bakı, Qanun, 2008
- Ə.Q.Əlirzayev S.İ.Aslanova Turizmin inkişafının sosial-iqtisadi problemləri, Bakı-2006
- Биржаков М.Б. Введение в туризм. М–СПб.: «Издательский Дом ГЕРДА», 2014.
- Е.Л. Писаревский «Основы туризма» Москва, 2013
- А.С.Кусков «Основы туризма» Москва, 2015
- Н.М.Мышьякова Гостиничное дело, Москва, 2013

<http://www.kred-info.ruleasinganalitics1146861288.html>

<http://iac.marketcenter.ru/contactdoc-2-11780.html>

<http://www.arda.org>

[http://leopoldh1.rugekgec10\\_04.htm](http://leopoldh1.rugekgec10_04.htm)

<http://expedia.com>

<http://travelocity.com>

<http://myst.gov.az>

<http://azerifolk.com>