

ПЕРМСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Зырянов А. И.

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ
РЕКРЕАЦИОННОЙ ГЕОГРАФИИ



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

А. И. Зырянов

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ РЕКРЕАЦИОННОЙ ГЕОГРАФИИ

*Допущено методическим советом
Пермского государственного национального
исследовательского университета в качестве
учебного пособия для студентов, обучающихся
по направлению подготовки магистров
«Туризм»*



Пермь 2021

УДК 910: 338.48(075.8)
ББК 26.8+65.433
3976

Зырянов А. И.

- 3976 Теория и методология рекреационной географии [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. И. Зырянов ; Пермский государственный национальный исследовательский университет. – Электронные данные. – Пермь, 2021. – 19,3 Мб ; 368 с. – Режим доступа: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/uchebnie-posobiya/zyryanov-teoriya-i-metodologiya-rekreacionnoj-geografii.pdf>. – Заглавие с экрана.

ISBN 978-5-7944-3623-5

В пособии на примерах различных регионов России и зарубежных стран раскрываются теоретические аспекты рекреационной географии. Рассматриваются вопросы соотношения понятий «рекреация» и «туризм», роль географических знаний в развитии туризма, подходы и методы рекреационной географии. Раскрывается классификация туристских ресурсов и ряд актуальных вопросов развития отдельных видов туризма. Туристское районирование мира, некоторых зарубежных стран, России и Пермского края позволяет понять методы и принципы делимитации для разных географических уровней от глобального до локального. Рассмотрены некоторые методологические аспекты маршрутного планирования и туристского проектирования. Показаны образцовые практики, дан анализ географических предпосылок успеха.

Большая часть пособия посвящена вопросам региональной организации туризма. Предназначено для студентов магистратуры, обучающихся по образовательному направлению «Туризм»

УДК 910: 338.48(075.8)
ББК 26.8+65.433

*Издается по решению ученого совета географического факультета
Пермского государственного национального исследовательского университета*

Рецензенты: кафедра туризма Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарева (зав. кафедрой – к.г.н., доцент **М. А. Жулина**);

доцент кафедры туризма и управления персоналом Вятского государственного университета, к.г.н., доцент **Е. В. Коньшев**

ISBN 978-5-7944-3623-5

© ПГНИУ, 2021

© Зырянов А. И., 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 1. Рекреация и туризм	5
1.1. Рекреация и туризм: соотношение понятий.....	5
1.2. Географическая наука о рекреации и туризме.....	7
1.3. География и туризм: различие и общность интересов.....	9
1.4. Современные исследования по географии туризма.....	17
1.5. Подходы в географии туризма.....	25
1.6. Как готовить специалистов по туризму на географических факультетах.....	30
1.7. Взаимосвязи теоретической географии и географии рекреационной.....	33
Глава 2. Ресурсы и виды туризма	41
2.1. Классификация туристских ресурсов.....	41
2.2. Развитие видов туризма.....	47
2.3. Виды туристско-рекреационной деятельности на особо охраняемых природных территориях Пермского края.....	53
2.4. Сезонность туризма.....	62
2.5. Равнинный туризм.....	76
2.6. Горнолыжный туризм.....	87
Глава 3. Туристские территории и районирование	114
3.1. Систематизация таксономии.....	114
3.2. Дестинации.....	128
3.3. Профильные дестинации.....	132
3.4. Ландшафтные рубежи контрастности как линии сосредоточения городов и туристских ресурсов.....	141
3.5. Классическое туристское районирование мира.....	143
3.6. Туристское районирование горных территорий.....	148
3.7. Туристское районирование Италии.....	161
3.8. Дробное районирование и площадное развитие туризма.....	169
Глава 4. Туристские маршруты и программы	183
4.1. Маршрутная логика.....	183
4.2. Актуальность инструкций Френсиса Бэкона в контексте туризма.....	195
4.3. Географические и технологические аспекты планирования самостоятельного путешествия.....	202
4.4. Пешком по горам Северного Урала.....	217

Глава 5. Проектирование туристских объектов и кластеров.....	220
5.1. Рекреационный девелопмент.....	220
5.2. Туристские кластеры и доминанты.....	228
5.3. Район как географическое поле в задаче туристского проектирования.....	241
5.4. Технология развития туризма в новом районе.....	249
5.5. Рекреация и туризм как этапы развития территории.....	265
5.6. Проектирование туристского пояса.....	276
5.7. Развитие доступности туризма.....	280
5.8. «Этномир» – новое в туризме.....	284
5.9. Концепт обустройства скалы Ермак.....	289
5.10. Речные устья как туристские объекты.....	295
5.11. Горнолыжные базы – перспективные туристские доминанты..	296
Глава 6. Региональная организация туризма.....	300
6.1. Регионы-аналоги как ориентиры развития туризма.....	300
6.2. Региональная топология и туризм.....	303
6.3. Региональная организация туризма.....	308
6.4. Зонирование территории региона для туристских инвестиций..	319
6.5. Города региона как туристские точки роста.....	237
6.6. Подходы к организации территорий активного туризма на Урале.....	331
6.7. Горнозаводское Прикамье: система городов и туристские местности.....	343
6.8. Рекреационные традиции и научный туризм.....	346
Список литературы.....	353

Глава 1. РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ

1.1. РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ: СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ

Базовыми понятиями в рекреационной географии и географии туризма являются «рекреация» и «туризм». Они очень близки по направлению, поскольку оба связаны с отдыхом, путешествиями, развлечениями, свободным временем. Даже географические науки, изучающие эти вопросы, являются фактически единым целым.

Два близких понятия «туризм» и «рекреация», которые в географической науке часто используются как синонимы, все же имеют различия. Эти различия состоят в следующем. Рекреация – понятие с сильным временным основанием, отражает время отдыха. Человек определенное время может быть занят необходимой профессиональной, деловой, служебной деятельностью, а другое время должен отдыхать от нее разным способом. Это время отдыха, отвлечения, расслабления. Такие занятия, направленные на снятие трудовой усталости и восстановление, и будут называться емким словом «рекреация». Поэтому «рекреация» связана с философской категорией «время». В сферу этого понятия можно включить многие обиходные словосочетания: время отдыха, время сна, время досуга, свободное время, личное время, вечернее время, отдых выходного дня, отпуск.

В отношении пространства и места понятие «рекреация» четко избирательно. «Рекреацией» в офисе или промышленном цехе часто называют уютный уголок с мягкой мебелью, с чайником или кофе-машиной. Рекреационными зонами города считают скверы и парки, прогулочные набережные и площади с фонтанами. К рекреационным относят территории, занятые дачами и садово-огородными участками вокруг городов. Рекреационными зонами обычно считают многолюдные летом пояса пляжей на берегах морей, озер и рек, бальнеологические местности с санаторными учреждениями. Территориями зимней рекреации называют местности с лыжными базами и горнолыжными курортами. Таким образом, рекреационные пространства отличаются пребыванием посетителя в одном месте, отдыхом на одной территории. К рекреации относят прежде всего «стационарную», а не маршрутную активность людей.

Туризм, в противопоставлении рекреации, отражает очень пространственное понятие. Ключевые понятия из сферы туризма – маршрут, путь, путешествие, тур, круиз, экспедиция. В этой связи туризм очень географичен, картографичен. География включается в саму технологию туристской деятельности и туристской отрасли. Туризм – одна из наиболее географических областей интересов, деятельности человека. Таким образом, отличие туризма от рекреации мы

находим в разной тесноте их связи с философскими понятиями «пространство» и «время».

Есть еще ряд отличий туризма и рекреации. Так, например, деловой туризм нельзя по смыслу относить к рекреационной деятельности, хотя он также связан с ориентацией на туристский сервис (гостиницы, предприятия питания, экскурсионные услуги). Трудно относить к рекреационным занятиям экстремальные туристские путешествия, высотные альпинистские восхождения в силу их особой трудности, опасности. К рекреации относят дачников, но считать это туризмом можно лишь формально. Окрестности больших городов являются зонами ежедневного отдыха горожан – это рекреационные зоны, считать их туристскими можно только с оговорками.

В связи с взаимосвязанностью понятий «туризм» и «рекреация» их объединяют в одно целое словосочетаниями «туристско-рекреационная сфера», «туристско-рекреационная деятельность» и т.д. Это часто применяется в туристском планировании и научных исследованиях.

Вопросы и задания

1. Какие из туристско-рекреационных объектов в Вашем городе или муниципальном районе можно назвать туристскими объектами, а какие – рекреационными?

2. Две горнолыжные базы расположены по-разному. Одна в областном центре, вторая – на периферии региона в малонаселенной местности. Какая из них в большей степени работает как туристский объект, а какая – как рекреационный?

1.2. ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ НАУКА О РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМЕ

Поскольку туристско-рекреационная сфера очень многокомпонентна, она потребляет результаты научных исследований множества наук, но ряд наук особенно широко изучают вопросы туризма и рекреации. Это география, экономика, социология, медицина, психология, педагогика и многие другие. Известны также понятия, отражающие научные отрасли как целостные совокупности знаний об этой сфере: «рекреология», «туризмология», «туристстика».

География – одна из наиболее важных знаний о сфере туризма и рекреации. Обратимся к истории развития рекреационной географии и географии туризма, особенно отечественной.

В Советском Союзе внимательное отношение к научно-географическому изучению вопросов туризма появилось после публикаций В.С. Преображенского и его единомышленников Ю.А. Веденина, И.В. Зорина, Л.И. Мухиной из Института географии АН СССР (170, 171) в 1960–1970-е годы. Членов этого авторского коллектива по праву считают пионерами теоретико-географического изучения туристско-рекреационной сферы страны. Именно они добились признания рекреационной географии академической наукой профессиональным сообществом. Авторы выделили рекреацию в качестве основного сектора исследования, а понятие туризма при этом заняло подчиненное положение. Может, этому также способствовало отнесение большинства изучаемых вопросов туризма в это время к области экономической науки. Одним из главных результатов работы авторов было обоснование и описание объекта изучения рекреационной географии – территориальной рекреационной системы (ТРС).

В методологическом конструкте ТРС В.С. Преображенского и его коллег заложен ресурсный подход с задачей организации рекреационной территории при централизованном планировании. Составляющие системы – территория, ландшафт, рекреационные объекты, технические сооружения, рекреанты. ТРС – это не пространственная, а структурная модель. До этого в географической науке применялись более общие и межотраслевые методологические конструкты (геосистемы, ландшафты, территориально-производственные комплексы, территориальные социально-экономические системы). Авторы показали, что рекреация может рассматриваться через собственные подобные конструкты, что рекреация – тематика, достойная фундаментальной географической науки.

Еще одним весомым аргументом в пользу туристско-рекреационных исследований в это время стала концепция поляризованного ландшафта Б.Б. Родомана (180). Это пространственная модель всего региона, а не только рекреационной территории, но с задачей сохранения рекреационных ресурсов.

Авторы перечисленных работ – географы, глубоко понимающие в туризме и считающие туризм важной темой, но использующие в основном термин «рекреация». Господствующие в это время задачи связаны с централизованным территориальным планированием и управлением. Следует особо отметить вклад Н.С. Мироненко, И.Т. Твердохлебова (153) и С.Р. Ердавлетова (77,78) в развитии географии туризма и рекреации.

В связи с социально-экономическими изменениями 90-х годов и формированием новой туристской сферы конструкт территориальной рекреационной системы, созданный в плановую эпоху, перестает полностью устраивать тех географов, которые изучают быстро меняющуюся туристскую отрасль. Появилась необходимость теоретического обоснования обновленного объекта изучения географии туризма. Л.Ю. Мажар (146), В.И. Кружалин (132,133), Н.Н. Гировка (59), Е.В. Конышев (206) и ряд других исследователей активно разрабатывают положения о территориальных туристско-рекреационных системах (ТТРС), но этот конструкт еще не стал популярной методологической основой конкретных исследований.

В 90-е годы, с формированием рыночных отношений, туризм воспринимается «магазином» по продаже путевок, сутью которого является торговля. Главными направлениями знаний в этой отрасли считаются маркетинг, экономика и управление. Географы медленно, с большим трудом добиваются общественного понимания важности географии, как со стороны науки и образования, так и со стороны самой отрасли. Велика роль в этом многих отечественных географов из разных регионов страны. Среди них Г.П. Долженко (70,71), Б.М. Бероев (36,37), В.Е. Арефьев (28), Л.Е. Куприна (139) и многие другие. С 2000-х годов отрываются кафедры туризма на географических факультетах ряда университетов России (Москва, Санкт-Петербург, Пермь, Краснодар, Барнаул, Саранск, Казань, Тюмень, Воронеж). Усилиями С.Р. Ердавлетова кафедра туризма в Алма-Ате в КазГУ открывается одной из первых (1996 г.) Почему географам удалось занять одну из основных позиций в сфере туризма? Потому что их разработки были востребованы практиками туристской отрасли. География туризма, как и любая другая область знаний о туризме, до сих пор очень практична и быстро откликается на возникающие задачи.

Вопросы и задания

1. Почему учение о территориальных рекреационных системах явилось стимулом развития географической науки в изучении вопросов рекреации и туризма?

2. Почему в географии туризма преобладают прикладные и региональные исследования?

1.3. ГЕОГРАФИЯ И ТУРИЗМ: РАЗЛИЧИЕ И ОБЩНОСТЬ ИНТЕРЕСОВ

Рассмотрим взаимоотношения географии и туризма. При взаимообусловленности этих сфер каждая обладает своим видением территории. Опишем типичные случаи их взаимонепонимания, т.е. обратим внимание на различия в подходах к использованию пространственной информации, к постановке исследовательских задач, к решению вопросов маршрутного планирования.

*География – основа туризма.
Туризм – выражение географии.*

Без географии туризм невозможен. В туризм оказываются вовлечены все географические знания. «География» и «туризм» – тесно взаимодействующие понятия, их связь многогранна. Они во многом дополняют и обогащают друг друга. В туризме географические знания составляют один из важнейших блоков, играют базовую роль, поскольку туризм по своей сущности географичен и картографичен. Туристский продукт, туристский маршрут – это такие процессы, в которых география включена в технологию основной деятельности.

География питает туризм сведениями о туристских районах, ресурсах, о благоприятных и неблагоприятных факторах среды, даёт информацию для разработки туристских маршрутов. Благодаря географии совершенствуется техника и технология туризма, приходит понимание специфики и организации туризма. География способствует развитию международных туристских процессов, повышению интереса и уважения в обществе к другим народам и культурам. Физическая география, социально-экономическая география, картография и все их дочерние науки по-разному используются в туризме, но так или иначе подпитывают его.

Туризм – одна из немногих сфер современной профессиональной деятельности, таких как образование, экология и некоторые другие, где географу пригодятся все его географические знания. Туризм является одной из областей практического интереса людей, которой осознается важность географии. Тем самым туризм способствует развитию географических наук и системы географического образования, росту в обществе интереса к географическим сведениям. Предприятия туризма и рекреации часто по сути своей и технологии работы географичны, органично вписаны в территорию, отражают ее особенности. Как отмечает Ю.Н. Голубчиков [61], понятие ландшафта – одно из центральных в географической теории и среди всех видов экономической деятельности в наибольшей степени востребовано именно в туризме.

Взаимосвязь туризма и географии очевидна, и о взаимной обусловленности географии и туризма известно многое, но нам хотелось бы поговорить о географии и туризме как о разных мирах, поскольку их «обитатели» не всегда понимают друг друга и часто смотрят на одни и те же вещи под разным углом зрения.

География и туризм как параллельные миры

В туризме успешно работают не только географы, и в этой сфере трудно рассчитывать на приоритет. Попробуйте организовать эксперимент: отправьте проводить экскурсии по городу географа, филолога и историка. Как вы думаете, кто проиграет, проведет экскурсию менее интересно? Может быть, и географ. Научная география скучна для туризма. Хрестоматийность географии, комплексные географические характеристики по шаблону не выигрышны. В туристской работе нужны не энциклопедические характеристики территории, выстроенные в классической последовательности, а создание портретов территории.

Географ рассматривает территорию всесторонне, не упуская ничего из того, что эту территорию характеризует. Его интересует и все привлекательное для туризма, и не только привлекательное (недра, почвы, отрасли производства и т.д.). Не все компоненты территории одинаково интересны для туризма. Почва, ее горизонты отнюдь не аттрактивны и могут быть востребованы только узкоспециализированным туризмом (научным и т.д.). Однако именно почва и знания почв помогли, например, сформироваться как специалисту лучшему сомелье Москвы. Был такой случай.

Наш выпускник на студенческой полевой практике по почвоведению «брал монолиты». Это обычная процедура изучения почвы. Почвенные горизонты сыпались ему на лицо. Он буквально пробовал их на вкус и понял, что вкус у почвы разный и он передается растениям. Позднее, когда он увлекся винной географией, студенческие наблюдения оказались полезными для работы. Как сомелье он достиг на поприще этого туристского сервиса больших успехов.

Это говорит о том, что буквально все географические сведения и наблюдения востребованы в туризме, но они играют разную роль. Часть их требуется везде и всюду, а некоторые, хотя и редко, тем не менее используются. Поэтому в учебном плане туристских образовательных направлений должны присутствовать классические географические курсы, не адаптированные под направление. Будущим специалистам в туризме надо изучать закономерности геологии, рельефа, климата, гидросферы, почв и биосферы, закономерности социально-экономической и гуманитарной географии, теоретико-географические модели, т.е. так же, как это необходимо всем географам.

При этом, работая в туризме, анализируя территорию, мы, как правило, выстраиваем повествование в иной последовательности, чем в классической географической характеристике, акцентируем внимание на одних разделах и сознательно исключаем другие. Это иной подход, отличающийся от академического географического. Отметим, что если в географической науке существует общепринятая последовательность географической характеристики, то в туризме единой логической последовательности при характеристике страны или региона не выработано, а классическая географическая здесь не подходит. Уже в этом проявляется различие в понимании необходимого круга знаний с позиции географии как академической отрасли и туризма – как прикладной.

Как относятся географы и туристы к географическим объектам, положим, к городам? Географ не пройдет мимо ни одного города территории. Первым делом откроет общегеографическую карту и изучит положение всех городов интересующего региона. Турист же, даже очень опытный, ограничится выяснением списка только исторических городов, городов с явными рекреационными достоинствами, транспортными, деловыми функциями и, конечно, центральных пунктов. Чтобы было понятнее, расскажу о трех моих коллегах.

Московский географ Б.Б. Родоман побывал практически во всех городах Европейской части России, но книгу о них не написал, поскольку считает, что бывал еще не во всех и не имеет права писать, пока не увидит все своими глазами: «Что это я буду писать с чужих слов?». Санкт-Петербургский географ А.И. Чистобаев воочию, а не по рассказам других изучает города отечества и зарубежных стран. Список посещенных им городов насчитывает тысячи. Пермский географ А.Н. Черных посвящает свои путешествия тому, что лично изучает все города на территории СССР и родившихся ныне новых независимых государств. Он отправляется, скажем, в Вологодскую или Магаданскую область и посещает по возможности все города. Здесь видна разница интересов географа и туриста по отношению к объектам посещения и в выборе пути.

Географ, в отличие от туриста-негеографа, интересуется любой территорией (Камчаткой, Исландией, Липецкой областью, горами, озерами, болотами, моренами). Ему непонятно, как один населенный пункт может посещаться массово, а другой, который находится недалеко, не иметь посетителей только потому, что в первом сформирована соответствующая инфраструктура и есть коммерческие предложения. Географ видит территорию, а турист дестинацию. Поясним это. В провинциях Онтарио и Манитоба (Канада) к северу от населенной полосы простираются рельефно монотонные равнины до Гудзонова залива, которые вряд ли заинтересуют простого туриста. С географической точки зрения это уникальное пространство. Здесь благодаря близости холодного залива при-

родные зоны очень узкие, и, следуя на север, например по пути на городок Черчилл, можно наблюдать очень быструю смену ландшафтов от умеренного пояса к субарктическому. Туристы этот феномен не выделяют. Они интересуются только самим городком Черчилл лишь две недели октября, поскольку в этот городок и окрестности наведываются белые медведи, перемещающиеся с континента на замерзающий в этот период залив.

Различие в подходах географии и туризма обуславливается и тем, что география – наука, туризм – творчество. Одной из популярных в географии научных задач является оценка ресурсного туристского потенциала территории. Географ обладает методами туристско-рекреационной оценки и ранжирует территории по возможностям, выделяя районы с высоким и низким потенциалом. Географ определяет объективные преимущества места для развития туризма, но туризм – это еще и обязательно творчество, причем территории с низким расчетным ресурсным потенциалом могут выйти вперед по темпам и уровню туристского развития за счет идей, амбиций и энтузиазма даже одного человека. Нетрудно назвать примеры высокой роли личности в туризме, важности творчества и таланта в развитии как отдельных туристских объектов, их систем, так и городов, регионов и даже целых стран.

В то же время и в самостоятельных путешествиях турист и географ по-разному планируют маршруты и программы поездки [56]. Рассмотрим это на примере Сербии как страны, не только находящейся вне процессов массового туризма, но и очень мало известной самостоятельным путешественникам. Как при планировании путешествия поступит опытный турист? Он просмотрит туристские сайты, пообщается на профессиональных форумах с теми, кто там уже был, посмотрит коммерческие предложения и выстроит маршрут, исходя из рекомендаций и собственного опыта путешествий по европейским странам. В его нитку маршрута попадут курорты Сербии, поскольку именно курорты остались наиболее конкурентоспособным феноменом страны и именно они представлены в источниках информации и коммерческих предложениях. В этом отношении сами действия планирующего бессистемны.

Как поступит географ? Он откроет общегеографическую карту Сербии, посмотрит на территорию в целом и сделает акцент на наиболее характерных и редких географических свойствах страны, на поиске тех мест, где они наиболее выражены. Именно географ способен, сравнивая с другими территориями, выделить особенности места. Географ понимает, что Дунай – наиболее протяженная река в зарубежной Европе, имеет такое место в нижнем течении, где, собрав основные притоки, разрезает горы, разделяя Карпаты и Балканы. Он заинтересуется этим участком долины реки, который называют «Железные ворота», и

найдет тот пункт, где долина Дуная имеет наиболее гористый вид. Редкость явления в том, что большие реки, как правило, горные только в верховьях, а в основном текут по равнинам, далеко обходя горы, но Дунай, имея такой участок, уникален в мировом масштабе. Карта и география дают материал для наибольшей обоснованности планирования и «подсказывают» логику маршрута.

Туристское путешествие должно быть логично, а логика маршрута – географическая задача [62]. Если не принимаются в расчет географические закономерности, туристский маршрут не будет иметь концепции, хорошего обоснования. Географические закономерности позволяют определить ключевые пункты путешествия и выстроить путь более аргументированно. Приведем одну из таких туристско-географических закономерностей.

Начинать поездку по стране следует с ее главного города. Если путешественник располагает небольшим временем, то маршрут разумно планировать по территориям, близким к столице. Поясним этот тезис, поскольку его можно считать туристским законом. Дело в том, что именно вблизи главного города страны можно встретить не только наиболее важные и интересные культурные и социально-экономические объекты, но и, как ни странно, наиболее уникальные и разнообразные объекты природного наследия. Как правило, главный город страны находится в наиболее контрастном в ландшафтном отношении месте. Так, в Норвегии столица Осло располагается на самом большом фиорде страны, у самой большой равнины, недалеко от самых высоких вершин Скандинавских гор, от наибольших покровных ледников и самых аттрактивных фиордовых пейзажей мира (Нерофиорд, Лиссефиорд, скала Прекестулен). В этом районе и самое большое озеро, и крупнейшая река страны и т.д. Главный город имеет обычно и наилучшее географическое положение в своей стране, что также способствует лучшей организации полноценного туристского маршрута. Осло располагается именно в таком географически особом месте, там, где Скандинавия делится заливом на два полуострова – Готию и Южную Норвегию.

В туризме оказывается важной не только уникальность, о чем все знают, но и типичность; например, будет интересен типичный участок классической тайги или типичный для страны город. Как раз географ этого не забывает. На побережье Хорватии для географа будет интересен любой из островков или полуостровков, поскольку они отражают уникальный ландшафт – «далматинский тип морского побережья». Для него почти не будет иметь значения, создана ли в этом месте курортная инфраструктура.

Для географа ландшафт природный и культурный важен больше аттракций. Этот фактор выделяют и специалисты туристской сферы. По мнению И.О. Щепетковой, самое сильное впечатление на иностранных посетителей в

Пермском крае оказывают не города и отдельные достопримечательности, а бескрайние леса. Гостей поражает то обстоятельство, что на протяжении десятков километров нет ни одного населенного пункта, а только красивые темнохвойные леса до горизонта. Вспомним слова А.С. Пушкина о Прикамье в «Борисе Годунове»: «Вот, пермские дремучие леса!». Великий поэт никогда не был в этих местах, но подметил особенность территории точнее всех, и современный туризм это подтверждает.

Туризм производит большие объемы информации, и сам нуждается в ней, в том числе в географической. Географическая информация специально для туристских проектов не готовится, а выбирается негеографами в основном из доступного для них справочного материала. В связи с этим географическая часть описания района путешествия или пунктов маршрута, как правило, получается неинтересной и неточной. Часто для повышения привлекательности места его климат искаженно подается как наиболее благозвучный: «субтропический» вместо тропического или субэкваториального. Наиболее распространенные ошибки в туристских буклетах появляются при желании оттенить уникальность и приписать объекту свойства самого-самого. Географ сразу видит ошибки, искажения и негодует по поводу большого количества неточной туристской информации.

Еще больше удручает географа вольное обращение с географическими названиями в отечественной туротрасли. Так, остров Ивиса давно именуется в турсправочниках Ибицей, будто нельзя посмотреть, как этот остров называется на географических картах по-русски.

Во взаимоотношениях географии и туризма следует отметить и традиционно невнимательное отношение географов к самой туристской деятельности.

Географическая наука как в нашей стране, так и за рубежом, в странах – родоначальницах современного туризма, рассматривала туризм как тему не очень серьезную, которая связана далеко не с основными отраслями, а с чем-то развлекательным. Географ свысока относился к туризму как научной теме и деятельности. Экспедиции – важно, а туризм – легкомысленно. Это отношение присутствует даже в классических книгах о географии стран Европы выдающегося французского географа Элизе Реклю.

О том, что географы рассматривают туризм как несущественное поле исследования, с сожалением говорили автору многие видные географы. Среди них Дж. Паллот, доктор географии университета Оксфорда, руководившая университетом в 1994 году, и С.Б. Лавров – президент Русского географического общества с 1995 по 2000 год. Более того, географы-полевики в СССР часто презирали самодельных и спортивных туристов, которые путешествовали и даже преодолевали сложные естественные препятствия не для пользы науки и хозяйства.

Б.Б. Родоман говорил автору о том, что в СССР широкое развитие самодеятельного туризма обязано в основном активности физиков, математиков и технической интеллигенции, а не представителям естественных наук – географам, геологам и биологам. Видимо, поэтому, в частности, происходило быстрое развитие туристской техники и качества снаряжения в 50–80-е годы. В связи с этим сейчас в географической научной среде порой трудно найти ученого с опытом сложных спортивных туристских путешествий и невероятно трудно встретить, например, мастера спорта по туризму.

Такое положение приводит к тому, что ученые-географы во многом не понимают туристский мир, не чувствуют его изнутри. Взгляд на прошлую и современную тематику и содержание географических научных работ по туризму и рекреации свидетельствуют о том, что географическая наука часто подходит к изучению туризма не с позиции его сущности, а копируя сложившиеся подходы к анализу других хозяйственных отраслей. Так, экономико-географов интересует туристский ресурсный потенциал территории, география и размеры потоков, объемы деятельности, районирование. Физико-географы предпочитают темы экологического и ландшафтного направления, например, о предельной туристской емкости территории и рекреационной оценке ландшафта.

Географы в СССР в период бурного развития самодеятельного туризма не чувствовали «мир» активных туристов, их мотивов. Этим можно объяснить тот факт, что основное мастерство географа, а именно способность к районированию территории, не реализовалось для туристской деятельности. Географы не понимали туристских районов, не видели их. Ярким примером служат Фанские и Матчинские горы на Памиро-Алае. Большинство из тысяч горных туристов СССР знали эти районы и мечтали их посетить, но даже названия этих районов в географических учебниках или научных монографиях не упоминались. Географы их просто не знали или не обращали внимания, понимая, что есть система хребтов Памиро-Алая, а что там в его пределах интересно для туристов – это их дело. Всё туристское районирование Памира проведено самими туристами (Северо-Западный Памир, Центральный Памир). Географы не выделяли туристские районы, которые складывались в горном, пешеходном или лыжном туризме на особенных в туристском отношении горных массивах (Центральный Саян), не учитывали привлекательности и удобства маршрутов при выделении отдельных горных хребтов [64]. В связи с некоторым непониманием туристской деятельности географами их научные работы не всегда были интересны опытным туристам и работникам этой сферы. Может быть, поэтому в туризме географию нечасто рассматривают как существенную составляющую.

Туризм географичен по своей сущности и технологии. Технология туризма имеет маршрутный характер [110], т.е. ключевые вопросы туризма связаны с туроперейтингом, технологией туризма, с идеологией и логикой путешествия, концепцией, конфигурацией маршрута, программой тура. Однако географы редко включаются в решение этих вопросов, ограничиваясь традиционными задачами. В сфере туристского бизнеса роль географической науки понимается еще проще. Географам порой отводится лишь вспомогательная роль поставщиков региональной информации.

Вернемся к вопросу отличий туристского описания территории от классического географического и сделаем некоторые выводы.

География и туризм – взаимосвязанные сферы, взаимно обогащающие. География комплексно, всесторонне изучает территорию. В туризме востребованы все географические сведения. Географическая характеристика территории имеет совершенную последовательность, форму и понимается как классическая.

Для целей туризма классическая географическая характеристика не слишком подходит, поскольку для туризма не все географические объекты и явления вызывают одинаковый интерес. Географические описания, подготовленные и приспособленные специально для туристской сферы, составляют область туристской географии. Описание территории в стиле туристской географии отличается от классической характеристики следующим:

1. Делается акцент на описании конкретных географических объектов, особо значимых для развития туризма.

2. Физико-географические и экономико-географические явления и объекты описываются совместно, нераздельно, параллельно.

3. Последовательность представления объектов в тексте определяется маршрутным, краеведческим подходом.

4. Маршруты описаний соответствуют важным географическим линиям территории.

5. Приветствуется повышенная увлекательность текста.

6. Более подходит оптимистичная эмоциональная окраска описания.

7. Проявление авторской привязанности, равнодушия к территории является достоинством.

В завершение этой темы стоит сказать о том, как готовить географа к работе в туристской сфере. Чтобы географ, классически подготовленный и профессиональный, был интересен еще и как эксперт в туризме, он должен, по нашему мнению, иметь опыт участия в активных путешествиях, а лучше и руководства путешествиями низких и высоких категорий сложности нескольких видов туризма. Географ обязан иметь опыт организации и проведения самостоятельных

поездок для себя и группы по различным странам. Преимущественно он не должен быть потребителем массового туристского продукта. Его понимание туристской деятельности будет расти по мере посещения новых стран и районов. Географ должен участвовать и даже курировать разработку стратегий и программ развития туризма территорий разного масштаба. Кроме того, географ должен включаться в процесс туристско-рекреационного девелопмента, в проектирование туристских объектов. Ему необходимо также получить опыт преподавания и тренинга персонала туристской отрасли и администраций территорий. Приобретая такой опыт, классический географ станет востребованным специалистом. В этом направлении следует выстраивать учебные планы по туристским образовательным направлениям на географических факультетах университетов.

Вопросы и задания

1. Какие географические темы особенно востребованы в туристско-рекреационной деятельности, а какие – менее популярны?
2. Чем отличается классическая географическая характеристика региона от характеристики региона для целей туристской отрасли?

1.4. СОВРЕМЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПО ГЕОГРАФИИ ТУРИЗМА

Обзор диссертационных географических исследований по туристско-рекреационной тематике позволяет выявить современные научные интересы и направления, выделить ключевые термины, общность подходов.

Работы, нацеленные на изучение туризма и отдыха, являются наиболее частыми диссертационными продуктами в современной российской географии. Краткий анализ диссертаций, защищенных в течение десяти лет, с 2007 по 2016, дает возможность представить палитру научных интересов и актуальных проблем в этой сфере.

Рассмотрим диссертации российских и некоторых казахстанских специалистов преимущественно по специальности «Экономическая, социальная, политическая и рекреационная география». Отчетливо представляем себе, что невозможно раскрыть достоинства той или иной диссертационной работы в нескольких словах. Приносим за это извинения авторам. Поэтому поставим для себя задачу лишь бегло перечислить тематики диссертационных работ и обозначить их научные акценты для понимания современных научных интересов и ориентиров.

Докторские диссертации по туристско-рекреационной географической тематике разноплановы в методическом и объектном отношении, хотя все они

направлены на **изучение территориальной организации деятельности с целью формирования туристско-рекреационных систем.**

Докторская диссертация Л.Ю. Мажар [145] о территориальных туристско-рекреационных системах создана на принципах преемственности с классическими работами научной школы В.С. Преображенского и на понимании современных тенденций в туризме. Один из акцентов сделан на обосновании объекта изучения рекреационной географии и географии туризма, что особенно важно сейчас на этапе разработки исследовательских подходов к туризму со стороны географической науки. Это теоретическая работа, где автор не ограничивается территориальным или отраслевым подходом.

Две следующие докторские работы связаны с направлением, которое можно назвать «Физическая география и территориальная организация туризма».

А.Н. Дунец [75] сконцентрировал внимание на принципах формирования перспективной территориальной организации трансграничного горного региона и взял за основу туристско-рекреационное пространство Алтая. В его работе интересны трактовки роли гор в современном обществе, положения о специфике развития туризма и рекреации в связи с ландшафтной дифференциацией, наблюдения географических особенностей Алтае-Саянского региона, выводы о социально-экономической ситуации в горных районах мира, понимание опорного туристско-рекреационного каркаса и разработка принципов туристского проектирования.

Работа А.В. Бредихина [43] посвящена значению геоморфологического фактора для развития рекреации и туризма. Изучение материалов многих районов мира, касающихся различных типов рекреационных занятий и туристского профиля, позволило автору выявить зависимость туристско-рекреационных процессов от характера рельефа территории, показать важность учета геоморфологии для проектирования туристской инфраструктуры, разработать подходы и методики планировки туристских территорий с учетом геоморфологической обстановки.

М.Л. Некрасова [162] в докторском исследовании выделила и рассмотрела территориальные туристско-рекреационные системы России, предложила стратегии их развития, провела многоуровневое туристское районирование страны.

Далее отметим направления исследований, представленные в кандидатских диссертациях.

Изучению формирующихся туристских кластеров в отдельных регионах России посвящены работы А.В. Митрофановой и Д.Г. Мирзахановой.

А.В. Митрофанова [154] пионерно применила кластерный подход к анализу туризма на материале Калининградской области, смоделировала структуру

кластера, провела территориальное зонирование региона по приоритетности инвестиций в туристскую отрасль.

Д.Г. Мирзеханова [151] исследовала туризм в Хабаровском крае в аспекте создания трансграничных турпродуктов, проанализировала въездной туризм, особенно из стран Азиатско-Тихоокеанского региона, спроектировала целевой региональный туристский кластер.

Возможность решения проблем туризма У.Т. Кошкимбаева и О.Н. Сединкина увидели, образно говоря, **на стыке географии и турбизнеса.**

У.Т. Кошкимбаева [129] рассмотрела туризм как фактор развития сельской местности, предложила и проработала идею развития регионов Южного Казахстана через стимулирование и развитие этнотуризма (винного туризма), постаралась привлечь внимание бизнес-сообщества и управленцев к виноградарству и виноделию в этом географическом поясе.

О.Н. Сединкина [185] изучила историю формирования и современное состояние тематических парков мира, предложив эту деятельность как одно из перспективных направлений развития российской туристско-рекреационной сферы, поскольку на создание тематических парков во многом нацелен российский туристский девелопмент.

Разработка методик и оценка туристского ресурсного потенциала отдельных регионов России и их групп являлась направлением работ С.А. Шабалиной, С.В. Лазаревской, М.С. Безугловой, В.П. Расковалова и А.С. Карасева.

С.А. Шабалина [219] по собственной методике провела оценку потенциала туристских ресурсов Татарстана в разрезе муниципальных районов и осуществила туристское районирование республики.

С.В. Лазаревская [141] создала базу данных туристского ресурсного потенциала Читинской области, разработала технологию информационно-аналитического обеспечения туристского развития региона, подтолкнула своей работой развитие туристско-кадастрового направления.

М.С. Безуглова [35] исследовала культурно-исторический потенциал туризма Астраханской области, провела в этой связи оценку и ранжирование муниципальных районов, спроектировала перспективные туристские зоны.

В.П. Расковалов [176], изучая ресурсный потенциал природно-ориентированного туризма в Пермском крае, разработал методику его расчета, провел количественную оценку, выявив при этом ряд перспективных муниципальных районов, на которые традиционно туристские предприятия мало обращали внимания.

А.С. Карасев [114] исследовал туристский потенциал регионов проживания финно-угорских народов России, освоенность этих предприятий и географическую структуру, представил совокупность регионов как единый туристский пояс.

На отдельных видах туризма в России, их географических аспектах сконцентрировали внимание Т.А. Прокопенко и Н.А. Мозгунов.

Т.А. Прокопенко [172] изучила особенности развития религиозного туризма на примере Русской Православной Церкви и с целью выявления перспектив развития этого направления рассмотрела географию духовных центров РФ и состояние средств размещения.

Научный интерес Н.А. Мозгунова [156] связан с видами современной сельской рекреации; он предложил модели развития сельского туризма в регионах Центральной России как территории, которая может служить районом – предвестником этой перспективной деятельности для страны.

Т.В. Казенина и К.С. Козырева работали в направлении, которое можно назвать **«население региона и туризм»**.

Т.В. Казенина [111] изучала международный выездной туризм России как фактор социально-экономического благополучия населения и показала на разных территориальных уровнях точность и полноценность этого показателя.

К.С. Козырева [117] рассмотрела уровни экономической доступности туристских услуг для населения региона на примере Забайкальского края, проследила действие фактора моды на объекты в мировом туристском движении и политики препятствования распространенной технологией развитию регионального туризма.

Теме **международного взаимодействия в туризме и международных туристских потоков** посвящены работы О.Г. Ступиной и А.Е. Борисенковой.

О.Г. Ступина [196] обосновала наличие международной экономической интеграции в туристской сфере как современное распространенное явление, проанализировала многочисленные интеграционные группировки стран в мировой туристской системе, проведя их классификацию и дав им оценки.

А.Е. Борисенкова [41] исследовала международные туристские потоки рекреационного характера в странах Европейского союза. Автор разработала показатели вовлеченности территории в международный туризм и представила оригинальные типологии европейских стран и их регионов.

Ряд работ касается **изучения туризма в зарубежной стране или группе стран** – это труды В.Н. Каледина, А.А. Сафаряна и М.В. Гущиной.

В.Н. Каледин [112] изучил въездной туризм в Индии по штатам и территориям, его ресурсы, динамику, провел районирование, подчеркнул очаговый характер въездной туристской индустрии страны.

А.А. Сафарян [184] рассмотрел туризм в Армении с позиции аттрактивности и формирования дестинации в пределах территории государства, особое внимание уделив технологии использования информационных ресурсов.

М.В. Гущина [68] исследовала индустрию туризма Океании, выделив страны и территории огромного региона коралловых и вулканических островов, найдя ценные сведения для отечественной отрасли, рассмотрев во взаимосвязи ресурсный потенциал, инфраструктуру и потоки.

В традициях **комплексного анализа территории** представлены работы А.В. Васильевой, А.Ю. Подвалова и Ю.И. Смоляковой, М.В. Гудковских, которые исследовали туристские возможности регионов. Эти работы следует оценивать в качестве научных основ для разработок региональных стратегий и программ развития туризма в территориях.

А.В. Васильева [46] исследовала туристские ресурсы и индустрию Республики Башкортостан, провела туристское районирование, обратила внимание на концентрацию туристского потенциала в горной части региона.

А.Ю. Подвалов [169] рассмотрел эволюцию и перспективы развития туризма в Джамбульской (Жамбыльской) области Казахстана, подчеркнув необходимость развития индустрии туризма.

Ю.И. Смолякова [192] исследовала ресурсы, структуру, уровень и перспективы развития туризма в Адыгее, сделав акцент на выявлении факторов, препятствующих развитию регионального туризма.

Отдельным аспектам туризма на материале одного региона посвящены работы И.Г. Лимониной и А.В. Фирсовой.

И.Г. Лимонина [143] изучила географию туристского инфраструктурного потенциала Ленинградской области, обосновала уровни туристской инфраструктуры.

А.В. Фирсова [208] рассмотрела свойства географического пространства Пермского края, отраженные в художественных произведениях, процессы формирования на этой основе туристского ресурса, территориальную организацию литературного туризма.

Дачной рекреации в России на материалах Пермской городской агломерации посвящена работа И.О. Щепетковой [226]. Автор предложила методику сбора данных, рассмотрела разнообразные садово-дачные образования как особые географические объекты, выделив их иерархические типы, исследовала туристско-рекреационную функцию дач.

Работой **по смежной научной специальности с географическим эффектом** можно считать исследование Н.С. Сиченко.

Н.С. Сиченко [189] выполнила регионоведческое исследование по специальности «Теория и история культуры» на соискание ученой степени кандидата

культурологии; выйдя на формирование дестинаций, предложила культурологическую модель развития туризма Ленинградской области.

Теме **туризма на особо охраняемых территориях** посвящены работы И.Ж. Цыреновой, Е.Н. Киприной и А.Б. Ворониной.

И.Ж. Цыренова [215] рассмотрела перспективы развития туризма в национальных парках Байкальского региона, определила туристские возможности и обосновала необходимость учета особенностей туристской технологии каждого из парков на принципах взаимодополнения.

Е.Н. Киприна [116] обратила внимание на природный парк как специфическую форму особо охраняемой природной территории (ООПТ), ориентированную на рекреацию; провела крупномасштабное исследование природного парка «Кондинские озера» в Ханты-Мансийском автономном округе с точки зрения его вовлеченности в рекреационную деятельность. Работа выполнена в рамках физико-географической специальности.

А.Б. Воронина [52] исследовала рекреационную деятельность на особо охраняемых природных территориях Крыма в различных аспектах, проанализировала структуру рекреации, провела районирование, разработала концепцию деятельности и стратегические рекомендации.

Культурный ландшафт и туристский образ территории стал темой исследований И.Б. Соболев (194). Автор изучила геокультурную дифференциацию Алтайского края, провела туристское районирование на основе культурных ландшафтов, предложила выстроить на этих принципах брендинг и легендирование туристских районов.

Активный туризм, маршрутное планирование и безопасность являлись направлением исследований С.Э. Мышлявцевой, А.Ю. Королева, Э.А. Батоцыренова и С.Б. Мичурина.

С.Э. Мышлявцева [157], рассмотрев территориальную организацию туризма в нескольких регионах Урала, впервые обратила внимание на ее маршрутный характер, показав этим отличие туристской отрасли от других сфер хозяйства. Научные положения ее работы основываются на изучении активных видов туризма, хотя имеют немаловажное значение для всей системы туризма.

А.Ю. Королев [126] разработал технологию проектирования активных маршрутов в горах. Автор изучал логику разработки туристских путешествий, предложил модели эталонных маршрутов, обосновал принципы туристского районирования горных территорий.

Э.А. Батоцыренов [34] посвятил работу исследованию активного туризма в Республике Бурятия, дал оригинальное определение понятия активного туризма, разработал методику расчета потенциала региона с позиций активного туризма, поднял вопросы готовности местного населения к этой деятельности в регионе.

С.Б. Мичурин [155] разработал классификацию активных путешествий с учетом опасностей и классифицировал водные маршруты в регионах России, предложил систему территориальной организации обеспечения безопасности на активных маршрутах в Пермском крае.

Один из типов природных туристских ресурсов стал объектом исследований в работах рекреационно-геоморфологической тематики.

Ю.М. Блинова [38] изучила роль геоморфологических памятников России в рекреационной деятельности, разработала методику туристской оценки рельефа, расширила возможности природоведческих экскурсий, проведя исследование, относящееся к специальности «Геоморфология и эволюционная география».

Выполнены в рамках специальности «Геоэкология (науки о Земле)» и посвящены вопросам развития туристско-рекреационной сферы работы В.П. Колесниковича, Е.В. Смиренниковой, Е.С. Кутлусурина, А.А. Кольцовой, Н.Г. Прудниковой и А.И. Комарова.

В.П. Колесникович [119] провел геоэкологический анализ туристско-рекреационного потенциала Белорусского Полесья, который включал исследование экологических факторов туристской сферы и оценивание рекреационных нагрузок на экосистемы.

Е.В. Смиренникова [190] изучила туристский потенциал Архангельской области, уделив особое внимание разработке методики оценки и определению весовых коэффициентов факторов, отделив при этом организованный туризм от самостоятельного туризма.

Е.С. Кутлусурин [140] оценил бальнеоресурсы Астраханской области как части аридной зоны РФ, на основе характеристик природных лечебных ресурсов провел районирование региона, предложил рекомендации по развитию рекреационной инфраструктуры.

А.А. Кольцова [120] рассмотрела возможности лечебно-оздоровительного туризма в Хабаровском крае, исходя из геоэкологического анализа ресурсов, выйдя на формирование туристских кластеров лечебно-оздоровительного направления.

Н.Г. Прудникова [173] посвятила работу устойчивости геосистем, разработала методику и провела эколого-географическое зонирование массово посещаемой локальной рекреационной территории в районе озера Ая на Алтае.

А.И. Комаров [121] предложил методику и на ее основе провел оценку рекреационного воздействия на биосферу и ландшафты северо-восточной части Волго-Ахтубинской поймы, разработал модель особо охраняемой природной территории.

Если считать, что по содержанию диссертационных работ можно определять векторы развития всей науки, то можно сделать следующие выводы о туристско-рекреационном научном направлении. Нетрудно заметить, что тематика

внутреннего туризма популярнее тематики международного, ресурсное оценочное направление значительно преобладает сопоставительно с исследованиями по туристскому бизнесу, гуманитарные аспекты в туризме изучаются редко, а комплексные работы на стыке физической географии и социально-экономической представлены широко. Всё больше появляется исследований по конкретным видам туризма, а также работ, связанных с маршрутными технологиями и туроперейтингом. Внутренний и въездной туризм считается более предпочтительным для изучения, чем выездной. Типы объектов изучения разнообразны. Это территориальные туристско-рекреационные системы, кластеры, население региона, географическое пространство в разных ракурсах, культурный ландшафт, конкретные топографические объекты (национальный парк, страна, республика), туристские маршруты и мн. др.

Отметим и то, что термин «рекреация» встречается в диссертационных работах экономико-географического профиля гораздо реже, чем термин «туризм». В работах по природно-географическим специальностям и по геоэкологии предпочтительнее термин «рекреация». Понятие «рекреация» употребляется наравне и в сочетании с понятием «туризм» в работах докторского уровня. Туризм в глобальном аспекте характерен в большей степени для работ московских авторов, исследователи из других городов концентрируют внимание на территориальных объектах регионального и макрорегионального уровня. Геоэкологические работы, как правило, представляют собой относительно крупномасштабное исследование, объекты их изучения – регион РФ или его часть. Почти все вышеназванные авторы диссертаций являются вузовскими работниками, преподавателями университетов.

Широка география исследований. От большего к меньшему по числу рассмотренных диссертаций ряд городов выглядит так: Москва, Санкт-Петербург, Пермь, Астрахань, Барнаул, Краснодар, Хабаровск, Смоленск, Калининград, Саранск, Киров, Уфа, Архангельск, Казань, Тюмень, Джамбул, Алма-Ата, Улан-Удэ, Чита, Владивосток.

Общий взгляд на тематику и задачи диссертационных географических исследований позволяет сделать вывод о том, что туризм изучается активно, разнопланово и результативно.

Вопросы и задания

1. Какие туристско-рекреационные исследовательские темы популярны, если объектом изучения выбран отдельный регион?
2. Какие исследовательские темы обозначали диссертанты, если объектом исследования был выбран отдельный вид туризма?

1.5. ПОДХОДЫ В ГЕОГРАФИИ ТУРИЗМА

В географии туризма как науке традиционным и наиболее распространенным остается районный подход, который является географическим по сути. Постепенно в географии начинает развиваться кластерный подход, нацеливающий на проектирование объектов туристской инфраструктуры. На наш взгляд, достойным внимания географов должен быть и маршрутный подход, который в настоящее время полностью находится в зоне ответственности туристских технологов – туроператоров. Обоснуем это предложение.

География туризма – быстро развивающаяся часть системы географических наук. Она следует тенденциям эволюции науки и реагирует на запросы практики. В связи с весьма значительным «багажом» материала, накопленного географией туризма, и высокой динамикой ее развития вполне возможен анализ внутренней структуры направлений ее развития, поиск перспективных сфер практического приложения научных методов.

Туризм – это прежде всего деятельность и бизнес. Если попытаться логически представить его внутреннюю структуру, в том числе как сферу интересов географа, то следует выполнить анализ трех составляющих туристской деятельности, а именно:

1. **Человек**, намеревающийся отправиться в путешествие и путешествующий по какому-либо *маршруту*.
2. **Предприниматель** или предприятие, которые организуют путешествие, предоставляют услуги, осуществляют свой туристский *бизнес*, создают и организуют эксплуатацию объектов туристской инфраструктуры.
3. **Власть** или общественность, которые берут на себя заботы по координации и контролю этой деятельности в пределах какого-либо *района* с позиции его социального и культурного развития, экологического благополучия, безопасности и т.д.

Такая схема из трех основных взаимодействующих компонентов лучше всего раскрывает сущность туризма и помогает понять области применения географических знаний в туризме. При данном подходе просматриваются три такие области.

Первая область знаний касается самого процесса путешествия, маршрута, его программы, того, что называют в туристской практике туром. Вторая область знаний – это ведение туристского бизнеса, организация деятельности предприятий туризма и туристского сервиса, инфраструктуры. Третья область связана с изучением туристского района, ресурсов, внутренней ситуации, туристских потоков.

Каждая из обозначенных областей географических знаний востребована особым подходом в географии туризма. Обозначим эти подходы условными терминами. Область знаний, формируемая взглядом с позиции власти, стимулирует развитие *районного подхода*. Область знаний, необходимая путешествующему человеку, формирует *маршрутный подход*. Круг знаний, связанных с туристским бизнесом, созданием туристских объектов и туристской инфраструктуры, обуславливает бизнес-ориентированный, *кластерный* подход в географии туризма. Раскроем сущность подходов.

Районный подход – подход с позиции управления территорией, это основное направление исследований в отечественной географии туризма. Туризм рассматривается как деятельность и как отрасль экономики, формирующая специализацию территории. Для этого направления характерны темы, связанные с исследованием туристских ресурсов и туристского потенциала, территориальной организации туризма, с изучением региональной туристской статистики. Широко используются устоявшиеся термины: туристский район, зона, центр.

Одними из наиболее теоретически обоснованных являются понятия территориальной рекреационной системы [171], поляризованного ландшафта [180]. Понятие территориальной туристско-рекреационной системы [146] развивает районное направление в географии туризма. К опубликованным работам, касающимся районного подхода, относится подавляющая часть научной географической литературы. Сюда же следует отнести рекламную и справочную литературу о территориях и странах.

Маршрутный подход – подход с позиции человека путешествующего, туриста, потребителя туристских услуг, а также с позиции организаторов путешествия (туроператоров и турагентов). Публикуемые материалы этого направления представляют собой туристские путеводители, путевые записки и очерки, описания и карты маршрутов. Сюда относятся программы туров и прочая справочная маршрутная информация.

Многие задачи, решаемые с точки зрения маршрутного подхода, относятся к сфере туроперейтинга, а именно географического туроперейтинга. Это вопросы разработки маршрута, его логики и тактики, идеологии, конфигурации маршрута, программы путешествия. Под туроперейтингом, по нашему мнению, следует понимать разработку, организацию и сопровождение (курирование) туристского путешествия. Другими словами, он включает следующие компоненты:

1. Восприятие результатов маркетинговых исследований туристских и рекреационных потребностей людей.
2. Разработка идеологии туристского путешествия, тура.
3. Выбор района путешествия, дестинации.
4. Разработка маршрута путешествия.

5. Разработка программы путешествия.
6. Поиск партнеров по сопровождению путешествия.
7. Заказ и предварительная покупка туристских услуг.
8. Организация агентской сети по продажам тура.
9. Контроль проведения тура.

Как свидетельствует список задач, немалая их часть связана с привлечением географических сведений. Эту часть и следует считать *географическим туроперейтингом*. Как известно, туристский продукт, туристский маршрут – это такие туристские процессы, в которых география включается в технологию основной деятельности.

Маршрутный подход необходимо последовательно развивать в географии туризма, поскольку перечисленные вопросы являются по сути географическими. Напомним, что география – древнейшая наука, которая строилась на материалах путешествий и была неотделима от путешествий. Классические методы географической науки – описания, наблюдения, сравнения, определения особенностей – разрабатывались в ходе путешествий. Однако в современной географической науке темы маршрутного направления не столь популярны, часто даже не относятся к географическим. В связи с этим вопросы разработки маршрутов, стратегии и тактики их составления исключительно редко рассматриваются в научной, да и в прикладной литературе.

Причина игнорирования маршрутного направления в географии туризма обусловлена бытовавшим многие годы снисходительным отношением ученых-географов к туристским путешествиям. Их воспринимали как бесцельное времяпрепровождение, в отличие от научных экспедиций.

Технология туризма имеет маршрутный характер, поэтому центральными вопросами в туризме являются вопросы туроперейтинга, технологии туризма, вопросы идеологии и логики путешествия, концепции, конфигурации маршрута, программы тура. В работе туроператоров географам порой отводится лишь вспомогательная роль поставщиков региональной информации. Современная сфера знаний о туризме формируется как межнаучная. Оставленные без внимания географов вопросы туристских технологий, оперейтинга, маршрутного планирования решаются маркетологами и технологами. По нашему мнению, маршрутный подход в географии туризма – одна из приоритетных возможностей широкого применения географических знаний.

Кластерный подход – подход с позиции туристского бизнеса и рекреационного девелопмента. Это подход предпринимателя, организатора туристских предприятий и предприятий сервиса, инфраструктуры, организатора групп предприятий, девелопера. Подобно отказу географов от решения вопросов маршрутного характера и туроперейтинга, практические задачи девелопмента в туризме

и рекреации, как правило, решаются без привлечения географов, что приводит, с одной стороны, к неэффективности такого девелопмента, а с другой – к лишению географии возможности решения интересных и посильных для такой науки проблем.

Рекреационный девелопмент – это развитие территории посредством проектирования объектов туризма и рекреации. Данное направление будет развиваться в нашей стране, поскольку каждый популярный туристский объект будет «обрастать» различными туристскими сервисами. Девелопмент «настроен» на развитие территории в целом путем создания как единичных объектов, так и их совокупностей в форме туристских кластеров.

Что такое туристский кластер? Это группа туристских предприятий, которые конкурируют и при этом взаимодействуют, поскольку тесно связаны между собой туристским процессом. Таким процессом прежде всего является туристский поток, настроенный на популярные маршруты или подготовленное туристское событие. Туристское явление обуславливает создание туристского кластера.

И.В. Зорин считает, что понятие кластера в туризме сродни понятию «дестинация». Это оригинальное мнение, которое не столько определяет содержание туристского кластера, сколько поясняет термин «дестинация». В таком понимании дестинация представляется не просто пунктом или районом назначения, а еще и гостеприимной туристской территорией. Кластер в этой трактовке не просто локальный рынок с временно взаимодействующими самостоятельными туристскими предприятиями, но и самобытная территория с собственным географическим профилем.

Туристская индустрия становится неотъемлемым элементом потребительских моделей и социального поведения значительной части населения. Потребности в отдыхе жителей промышленных ареалов, рост мобильности общества способствуют быстрому возникновению новых форм рекреации, освоению новых туристских районов. В таких условиях актуализируется концептуальный блок в туристском проектировании.

В высококонкурентной среде наиболее важной становится разработка идеологии туристско-рекреационного девелопмента. Достоинства географического места во многом определяют ценность туристско-рекреационного объекта. Поэтому при проектировании важно изучение географической, или, как принято говорить, локальной ситуации. Анализ локальной ситуации не должен сводиться к стандартному изучению мнений экспертов и маркетинговым работам, как это обычно происходит на практике, а должен представлять собой пространственный комплексный анализ геоситуации. Кроме того, проект значительно выигра-

вает, если это исследование пространственно не ограничивается локальной ситуацией, а распространяется на региональную и даже макрорегиональную композицию.

Проектирование объектов туризма и рекреации все в большей степени понимается и решается как частная задача сложного процесса территориального развития. Задача создания туристско-рекреационных объектов находится в практической сфере девелопмента. При этом требуется применение методов географической науки, поскольку необходимо решать вопросы выбора места, определения позиционных особенностей и конкурентных преимуществ создаваемых объектов. Каждый регион своеобразен, и каждое место неповторимо. В связи с этим географический этап с необходимостью должен присутствовать в технологии туристско-рекреационного девелопмента. Более того, этот этап должен быть первым, базовым.

В практике российского и мирового девелопмента идея создания предприятия рождается благодаря экономическому исследованию рынка. Однако все специалисты отмечают важность изучения локальной ситуации, которая сильно влияет на выбор самого проекта. При этом локальную ситуацию обычно анализируют только маркетинговыми методами. Иногда в этом случае разработчики полагаются на консультации местных экспертов, что усложняется конфиденциальностью идеи на начальном этапе рождения предприятия.

Наша практика показывает, что предваряющий девелоперский проект-концепт предприятия должен иметь географическую основу. Это особенно важно при проектировании объектов туристско-рекреационного профиля. Если концепт предприятия обоснован географически аргументированно, процесс его создания (инвестирование, строительство) проходит быстрее и эффективнее.

При формировании концепции развития туристско-рекреационной сферы в новом районе, при оживлении этой отрасли в сложившемся районе, при проектировании отдельного рекреационного предприятия или разработке туристской идеи важно исходить не просто из хрестоматийных географических сведений, а формировать географическую основу, географическую технологию девелопмента, проектирования или продвижения. Это одно из перспективных направлений развития географии туризма. Качество туристского проекта, его масштабность и инвестиционная привлекательность напрямую связаны с качеством выявления географических особенностей территории. По сути, это ответ на вопрос о том, логично ли вытекает туристская идея из возможностей места, сможет ли проект вобрать и выразить основные преимущества территории.

Развитие туризма открывает для географа широкие возможности приложения своих способностей. Здесь потребуются все его знания без разделения на фи-

зическую и социально-экономическую географию. На наш взгляд, сосредоточение географической науки на районном направлении привело ко многим несомненным достижениям. Однако это направление должно быть дополнено маршрутным и кластерным подходами как практически значимыми.

Вопросы и задания

1. В чем проявляется разница во взглядах на туристскую сферу туристов, предпринимателей и представителей территориальных администраций?
2. Какие задачи следует включить в сферу географического туроперейтинга?
3. Объясните понятие «рекреационный девелопмент».

1.6. КАК ГОТОВИТЬ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО ТУРИЗМУ НА ГЕОГРАФИЧЕСКИХ ФАКУЛЬТЕТАХ

Туризм – необычайно многообразная сфера, и выделить главные структурные части этой сложной системы необходимо для понимания логики построения учебного процесса. Специалистов по туризму, в настоящее время – бакалавров, а в ближайшем будущем – магистров, готовят многие вузы. На специфику учебных планов оказывает влияние профиль вуза и факультета. Попытаемся определить структуру туризма как системы и понять основные задачи, которые должен решать географический факультет при подготовке будущих специалистов сферы туризма.

В компетентностной парадигме провозглашаются три наиболее важные задачи – «знать», «уметь» и «владеть», базирующиеся на трех понятиях – «знания», «умения» и «навыки». Что является здесь основным?

Предположим, что главным в этом трехчленном звене являются **умения** и глагол «уметь», поскольку умения предполагают наличие знаний, а «навыки» – производное понятие. Навыки в основном приобретаются в дальнейшей практической деятельности. На работу могут и не взять выпускника, если он имеет только хрестоматийные знания, но практически ничего не умеет. А предпочтут того, кто знает и умеет. При этом у выпускника может не быть достаточных навыков, поскольку он только что окончил вуз по соответствующему образовательному направлению. Приобретение навыков – долгий процесс. Они появятся значительно позже. Итак, что же выпускник обязан уметь?

В туризме главное, вокруг чего строится вся деятельность, – это путешествие, *маршрут путешествия*. Поэтому выпускник должен уметь разрабатывать туристский маршрут, организовывать и проводить путешествие. Он должен уметь рекламировать, продвигать разработанные маршрут и программу путешествия. Таким образом, следует вырабатывать умения, связанные с задачами маршрутного характера.

Перед тем как разрабатывать и организовывать непосредственно маршрут и программу путешествия, следует определить район путешествия, территорию, по которой будет проложен маршрут. Выпускник должен уметь выбирать *район путешествия*, а также маркетингово продвигать, рекламировать район. Если специалист будет работать в органах территориального управления или в крупной территориально развивающейся компании, то он должен будет уметь анализировать туристские процессы, потоки, работать с туристской статистикой, определять туристский потенциал, проводить районирование, иными словами, он должен уметь выполнять аналитические, координационные, управленческие действия по отношению к туристской сфере региона. Итак, второе направление умений связано с понятием «район путешествия».

Туристская сфера включает множество предприятий и объектов туристского сервиса и инфраструктуры, обслуживающих людей на туристских маршрутах. В связи с этим выпускник должен уметь планировать и концептуально проектировать *объекты* (системы объектов, кластеры) туристского сервиса и инфраструктуры, настраивать функционирование этих объектов, руководить их работой, рекламировать объекты (системы объектов) туристской инфраструктуры. Третье направление умений тяготеет к понятию «объект инфраструктуры».

По-видимому, можно выделить и четвертый пласт задач, связанный с туристскими событиями, их проектированием, продвижением, организацией и проведением. *Туристское событие* формирует потоки, организует временный туристский кластер. В связи с этим выпускник должен уметь планировать туристское событие, значимое с точки зрения роста туристских прибытий. Он должен обладать умениями координировать деятельность возникающего событийного туристского кластера на территории и рекламировать туристское событие.

Таким образом, объектами (предметами) умений, связанных с туристскими путешествиями, служат районы, маршруты и туристская инфраструктура. **Профессиональными задачами являются проектирование, реализация и продвижение.** Выразим систему основных профессиональных задач в туризме в матричном виде (табл. 1).

**Основные задачи, решаемые специалистом туристской сферы
в практической деятельности**

Объекты	Разработка, проектирование	Эксплуатация, реализация	Реклама, продвижение
Район	Выбор района путешествия	Управление туристской сферой района и координация ее деятельности	Туристская реклама района
Маршрут	Разработка туристского маршрута	Организация и проведение туристского путешествия	Реклама туристского маршрута и программы
Объект инфраструктуры	Проектирование объекта (системы объектов) туристской инфраструктуры	Эксплуатация объекта (системы объектов) туристской инфраструктуры	Реклама объекта (системы объектов) туристской инфраструктуры
Событие	Планирование туристского события. Проектирование событийного туристского кластера	Координация деятельности организаций туризма и туристского сервиса в период туристского события	Реклама туристского события

Итак, просматриваются 4 направления, в каждом из которых выделяется по 3 крупных по объему задачи, с которыми может столкнуться в своей практической деятельности выпускник университета, специалист по туризму. Каждая из них фактически представляет собой группу более мелких задач, причем по своему характеру так или иначе обращенных к географической науке, т.е. подготовка специалистов по их реализации может обеспечиваться географическими факультетами вузов.

Поскольку туризм – это проведение путешествий, то, скорее всего, главной профессиональной задачей специалиста по туризму является подготовка и осуществление путешествий. В связи с этим основные направления выработки умений – это разработка туристского маршрута и проведение путешествия.

Вопросы и задания

1. Какие исследовательские задачи в географии туризма связаны с понятием «район»?
2. Какие исследовательские задачи в географии туризма связаны с понятием «маршрут»?
3. Какие исследовательские задачи в географии туризма связаны с понятиями «объект туристской инфраструктуры», «сервисный объект»?
4. Какие исследовательские задачи в географии туризма связаны с понятием «туристское событие»?

1.7. ВЗАИМОСВЯЗИ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ГЕОГРАФИИ И ГЕОГРАФИИ РЕКРЕАЦИОННОЙ

Рекреационная география – прикладная отрасль нашей науки, при этом является близкой к теоретической географии. Практическая и теоретическая научные области географии рождаются комплексностью объектов изучения и применением пространственного анализа.

Теоретическая география – один из почти ушедших атрибутов «золотого века» отечественной географической науки 60–80-х годов. Сегодня теоретическая география почти не упоминается, хотя ее наличие прямо не отрицается. Этот термин звучный и благозвучный, состоит из понятных слов, и кажется, что он не требует определения, однако трудно найти еще столь же отвергаемую часть своей науки. Теоретическая география, на наш взгляд, – это часть географии, состоящая из двух разделов: формального и содержательного. Если выразиться коротко, то теоретическая география – это топология и синтез. Вы справедливо скажете, что пространственный взгляд и комплексный подход – это наиболее характерные свойства всей географии. Что же особенного именно в географии теоретической? Эта особенность в максимализме, в генерализации пространственного взгляда до топологии, и на основе комплексного подхода достижение синтеза.

Формальный пласт теоретической географии появляется в связи с тем, что в географии, как науке в основном качественной и описательной, не так много формализованных знаний. Наша наука – наука о неявных закономерностях, и, например, геометрические закономерности открываются редко. Такие знания в виде моделей, схем, определений и формул пополняют первый раздел теоретической географии, если они отражают пространственные взаимосвязи. Понятийный аппарат этого раздела включает главные абстрактные понятия географии, такие как «место», «ареал», «зона», «сеть» и некоторые другие, которые одновременно используют, но наполняют разным смыслом физическая география и социально-экономическая география. Яркими решениями вопросов топологии, например функционального зонирования, являются модель изолированного государства И. Тюнена в ее основном виде и модель поляризованного ландшафта Б.Б. Родомана, также в ее принципиальной форме. К топологическим региональным моделям относятся модели центральных мест В. Кристаллера и экономического ландшафта А. Леша.

Содержательный раздел состоит из более конкретных знаний, он появляется в связи с открытием закономерностей, общих как для физической географии, так и для социально-экономической географии. Речь идет, в частности, об интегральных территориальных системах, которые увязывают в единое целое природные комплексы и социально-экономические системы на территории. Примером наиболее известных содержательных теоретико-географических моделей

является модель изолированного государства И.Тюнена в варианте с судоходной рекой, модель поляризованного ландшафта Б.Б. Родомана в варианте с берегом моря, модель территориальной рекреационной системы В.С.Преображенского. Конструкцию следует считать теоретико-географической, если в экономико-географическую схему вводится физико-географический элемент, и абстрактная схема становится по содержанию комплексной географической. Содержательный раздел оперирует и системой понятий «город», «район», «страна», поскольку эти объекты комплексно-географические. Именно поэтому, несмотря на интерес многих наук к этим объектам, ни у кого не возникает сомнений в том, что объекты прежде всего географические. В связи с этим теоретико-географическими следует считать работы В.П. Семенова-Тян-Шанского [186], Л.В. Смирнягина [191], А.И. Трейвиша [202].

Если комплексная географическая закономерность хорошо подмечается авторами на топографической основе, то такая работа сродни теоретической географии. Так, близки к теоретико-географическим некоторые, хорошо формализуемые, схемы по разной отраслевой тематике, в частности по теме географии сельского хозяйства, поскольку модели интегральные, общегеографические по содержанию. Например, исследователи Памира П.А. Баранов и И.А. Райкова в 1928 году [33] составили схему распределения горных кишлаков в долинах Западного Памира, которая потом стала хрестоматийной. Долина реки Ванч практически прямолинейна, имеет равномерный уклон. Вверх по долине в соответствии с абсолютной высотой хозяйственно и ландшафтно поселения меняются, начиная от кишлаков «тутового» типа, к кишлакам сначала «орехового» типа, далее «грушево-яблочного» типа, до кишлаков «ивово-тополевого» типа. Схема выполнена авторами тщательно топографически в соответствии с экспедиционными традициями тех лет, но простая геометрия горной долины, четкость и красота выявленной закономерности наталкивает на составление абстрактной модели.

Пространственные проблемы интегрального свойства, для решения которых следует привлекать и физико- и экономико-географические сведения, являются теоретико-географическими. Географы, из-за разделения науки на два направления, нередко уходят от решения таких стыковых вопросов. Примером теоретико-географического вопроса является вопрос о физико-географическом положении города. Отметим, что по этой теме, важной в академическом и прикладном отношении, в последние десятилетия публикаций почти нет. Отметим по этой теме только появление творческих статей Б.Б. Родомана [178, 179] о вдохновляющих заречьях – романтических далях, открывающихся с высоких речных берегов российских городов.

Теоретическая география рассматривает интегральные и отраслевые географические проблемы топологическими и формализованными методами, в ее основе топология и синтез.

Теоретическая география, имеющая общегеографические пределы исследовательских интересов, углубляется в проблемы, близкие любым разделам географии, но с некоторыми областями науки эта связь видна особенно. Рассмотрим отношения теоретической географии с географией рекреационной. Эти научные отрасли оказываются во многих концептах неразделимы. Что связывает, как и почему?

Практически в середине золотого века географии в нашей стране, в 1979 г., на русском языке в издательстве «Прогресс» издается книга Питера Хаггета «География: синтез современных знаний» [212], в которой в оригинальной последовательности талантливо рассматриваются многие географические темы, с применением пространственного анализа и модели к реальным задачам и ситуациям. Труд английского географа пришелся по душе коллегам в нашей стране, послужил хорошим подспорьем и даже ориентиром в развитии теоретико-географических разработок. Он сочетает в себе монографию и университетский учебник. Большой для научной книги тираж (3000 экземпляров), казалось бы, не для всех понятной, разошелся моментально. В книге есть топология и синтез, но еще множество поднятых прикладных вопросов, которые решаются через пространственные модели и синтез.

Начинает Хаггет теоретико-географическую книгу очень интересно – с туристско-рекреационной тематики. Первая глава «На берегу» через полстраницы переходит в раздел 1.1 «Переполненный пляж». На основе пляжной темы автор раскрывает понятие «район» и далее через анализ пляжа как географического объекта выходит на проблемы пространства и времени, способы картирования, на вопросы пространственной организации, пространственной диффузии, проблемы взаимоотношений человека и природной среды. Затем автор проецирует пляж на Земной шар в целом, рассматривая порядки географических величин и масштабы карт. Далее объясняются переходы от моделей и парадигм к реальной действительности. Вторая глава называется «Мир вне пляжа».

Зачем понадобилось блестящему мыслителю начинать серьезное произведение с пляжа? Это знает только Питер Хаггет. Он продемонстрировал возможность с помощью конкретного рекреационного объекта выразить основные задачи и методы географической науки. Пляж позволил не только создать читателю настроение увлекательным началом, но и обеспечить логику построения всей книги, взаимосвязанно охватить самые разные географические темы. Это географический объект, не требующий пояснений, понятный любому читателю, но это не все. Может причина в том, что пляж, как и город, – это своеобразная квинтэссенция физической и социально-экономической географии. При этом

пляж имеет свою собственную и только одну функцию в пространственной организации общества – это рекреационный объект.

Методологическая близость теоретической и рекреационной географии проявляется во многом. Рекреационная география, имеющая объект изучения интегрального природно-социального характера и выражающая большой интерес к топологии (районам, маршрутам, сетям), пользуется теоретико-географическими моделями и является предметным полем для разработки абстрактно-географических конструкций. Модели рекреационной географии, географии сервиса и туризма часто можно считать теоретико-географическими. Приведем примеры.

Начнем с классической модели В. Кристаллера [4], которая появилась путем анализа прежде всего сферы обслуживания и в основе является сервисно-географической. Модель приводит нас к следующим выводам:

- социально-экономические районы закономерно распределяются по территории;
- города пространственно распределяются логично, закономерно, даже геометрично;
- система городов формируется благодаря рыночным факторам;
- город имеет дополняющий район, это его локальный рынок услуг;
- величина обслуживающего города соответствует величине обслуживаемого дополняющего района;
- граница дополняющего района соответствует границе спроса товаров и услуг;
- конус и кривая спроса свидетельствуют о сокращении спроса и возможностей предложения товаров и услуг от центра к периферии в геометрической прогрессии;
- социально-экономические районы, как дополняющие районы, по форме компактны, «выстраиваются» в шестиугольную решетку;
- разнообразие городов и поселений основывается на различии рыночных факторов и разнообразии услуг.

При своей абстрактности модель В. Кристаллера создана на конкретной территории – в Южной Германии и ее окружении. Модель не просто адаптирована к конкретной местности, но и рождена благодаря географическим свойствам этой территории. Модель должна актуализироваться в связи с возрастающей ролью сферы услуг в обществе, на что обращал внимание Л.В. Смирнягин.

Модель А. Леша [142] представляется следующим этапом и развивает модель В. Кристаллера, соединяя ряд факторов регионального развития. Сформулируем выводы на основе модели, которые интересны для географии туризма.

А. Леш показал, что регион имеет секторное строение, секторы плотнозаселенные чередуются со слабозаселенными, вторые по величине города располагаются на периферии, «отталкиваясь» от главного города. Отсюда напрашиваются схемы пространственного развития районов с чередованием секторов природно-ориентированной рекреации и городского туризма. Можно сделать вывод о второй столице страны или второго города региона, принципиально отличных от первых городов, поэтому на практике одним из логичных туристских маршрутов в стране является маршрут от первого до второго города (из Москвы в Санкт-Петербург, из Лиссабона в Порто, из Осло в Берген).

Если в моделях В. Кристаллера и А. Леша можно находить аспекты применения в вопросах географии сервиса и туризма, то модель Б.Б. Родомана одновременно теоретико-географическая и рекреационно-географическая.

В ряду ключевых теоретико-географических моделей всеми признан поляризованный ландшафт Б.Б. Родомана [181]. Данная модель, в отличие от предыдущих, не рассматривает региональный рынок, но предлагает свой взгляд на закономерности пространственного строения региона. Модель направлена на решение экономических и экологических проблем в регионе, на сохранение и рациональное использование рекреационных ресурсов. Согласно модели Б.Б. Родомана, регионы зонированы и однотипны по зональной структуре. Суть авторской модели состоит в наличии двух пространственных полюсов, в их равноразмерности и равновесии. Полюса и формируют сетку регионов. Шесть функциональных зон, выделяемых в модели, имеют разное туристско-рекреационное значение, а зона первая (исторический центр города) и зона пятая (окружающая заповедники) являются наиболее важными в этом отношении. Они поляризуют по видам туристско-рекреационной деятельности региональную систему. Если первая зона собирает городские виды туризма, то вторая – природно-ориентированные.

Модель Б.Б. Родомана хорошо подходит для локального уровня (город и природа). Она абстрактна, но не отвлеченна, разработана автором на основе знаний и осмысления географии Центральной части Русской равнины, поэтому и применима преимущественно в равнинных местах.

В отечественной рекреационной географии большой вес имеет школа В.С. Преображенского. Среди разработок научной школы большую известность имеет модель территориальной рекреационной системы, которую по сути и форме можно считать теоретико-географической. Авторы вложили в понимание рекреационной системы комплексное, именно разноуровневое, природно-социальное содержание с равными «правами» всех подсистем.

Туристское районирование мира можно представить в различных схемах, которые пока не приведены к одному знаменателю. На наш взгляд, незаслуженно

забыта и мало упоминается схема районирования Я. Гезгала [55], который предложил простой абрис, отражающий многие современные процессы в международном туризме. Эта схема имеет основания считаться теоретико-географической. Она привлекает внимание своей простотой и геометричностью. Районирование Гезгалы по содержанию комплексное, глобальное, а не локальное. Простота рисунка позволяет отнести его к картоидам, где не важны метрические качества территорий, размеры, масштаб, но сохраняется топологическое постоянство. Генерализация применяется для того, чтобы лучше отобразить пространственные закономерности.

На основании комплексного географического анализа автор приходит к выводам макроэкономического характера о международных туристских потоках, о районах – экспортерах туристских услуг и районах – импортерах туристских услуг. Его районирование отражает принадлежность территорий к частям света, к социально-экономическим формациям второй половины XX в. и при этом согласуется с климатическими поясами и полушариями Земли. Отсутствие строгих границ районов и перечня стран, входящих в районы, фактически ориентирует читателя на своеобразные ядра районов, для которых наиболее характерны указанные свойства.

Районы собираются в широтные пояса, которые выделяются специализацией в мировом туризме, связаны с климатическими поясами и отражают макрозоны доступности. В схеме заложена возможность экстраполяции. Схема интересна тем, что раскрывает общие закономерности территориальной организации мировой отрасли, при этом она прогнозирует развитие туризма. Простота идеи и графического исполнения хорошо «представляет» закономерности, но должна явиться причиной неточностей и частных погрешностей, которыми генерализованная схема обычно пренебрегает.

Как туризм развивался в последующие годы, в соответствии ли с данной моделью? Явилась ли модель туристского районирования мира Гезгалы географической матрицей развития международного туризма?

Принципиально схема Я. Гезгалы «работает», и пространственное положение экспортеров и импортеров туристских услуг в целом сохраняется. Однако есть и отклонения от схемы. Они свидетельствуют об особых ситуациях в отдельных странах, особой деятельности правительств, о туристских амбициях, о туристском творчестве, поскольку туризм – это не только условия, ресурсы, инфраструктура, это еще талант, идеи и энергия организаторов этой деятельности. Тем не менее в принципиальном виде модель Я. Гезгала отражает процессы развития туризма и его глобальной территориальной организации.

Интересна сама форма представления туристских районов мира как своеобразной таблицы, что очень необычно в практике как физико-географического, так и социально-экономического районирования. Это стало возможно благодаря

тому, что ученый предложил для международного туризма сплошное районирование мира, где одновременно интересны и важны и материки, и океаны. При этом центры двух туристских регионов – экспортеров туристских услуг – приходятся именно на морские пространства. Я. Гезгала, можно сказать, накладывает таблицу на географическую карту мира, получая модель развития международного туризма. Благодаря простоте формы эта модель легко понимается и запоминается. Она открывает и демонстрирует пространственные закономерности туризма, которые в своей основе продолжают действовать на протяжении десятилетий.

Не претендуя на слишком высокие оценки, мы можем упомянуть несколько схем и моделей, на наш взгляд, теоретико-географического уровня туристско-рекреационной тематики, разработанных на кафедре туризма Пермского университета. Это туристское районирование горных районов России максимально комплексное по содержанию. При топологической генерализации сетки туристских районов становятся теоретико-географическими конструктами, поэтому пространственные рекреационные модели регионов можно относить к теоретико-географическим. Сетки туристского районирования чаще ближе к теоретико-географическим рисункам, чем сетки многих других отраслевых видов районирования, ввиду интегральности первых. Карты туристского районирования обобщенно можно представить в виде картоидов, более того, они и «просятся» быть в таком виде. Теоретико-географическими работами можно считать схемы туристского районирования горных территорий [94].

Одной из основных категорий в туризме является «маршрут». Это понятие связано с такими понятиями, как линии и сети, последовательности и технологии, потребности и программы. Маршруты – это географические линии, линейные географические явления, прежде всего социально-географические, а в целом комплексные. Обобщенные, закономерно повторяющиеся сети туристских маршрутов или виды маршрутов – это теоретико-географические модели [92]. Так, можно считать теоретико-географическими рисунки разнообразных туристских маршрутов, которые разделяются по логике составления. Абстрактная модель туристского маршрута также может считаться моделью теоретической географии.

Пространственную модель проектируемого туристского кластера в Коми-Пермяцком округе также можно отнести к теоретико-географическим [96].

Если выделить те исследовательские направления, которыми интересуется теоретическая география, и посмотреть на то, чему посвящены классические модели, то нетрудно заметить, что в центре интересов этой научной отрасли находятся регион и его пространственные аспекты. Регион как целостность основан на упорядоченных пространственных отношениях природы и общества. Упорядоченные

доченность связана с закономерным взаиморасположением территориальных социально-экономических систем и природных территориальных систем, с особой в этом отношении ролью ландшафтного разнообразия. Поэтому ландшафтные рубежи контрастности, на наш взгляд, должны участвовать в комплексных пространственных моделях региона. Ландшафтный рубеж контрастности (термин Ф.Н. Милькова) может быть одной из методологических связок природной и социальной географии, поскольку смысловой центр региона – город – тяготеет к ландшафтными рубежам и этим упорядочивает территориальную систему региона. Обращаясь к ландшафтными рубежам контрастности, разыскивая закономерные социально-экономические следствия, мы переходим в научную сферу теоретической географии.

Города позиционно тяготеют к ландшафтными рубежам контрастности и в освоенной местности сети городов и ландшафтными рубежей во многом повторяют друг друга. Ландшафтные рубежи являются не только линиями сосредоточения городов, но и поясами концентрации туристских ресурсов как социального, так и природного происхождения. Это явление можно использовать в туристской сфере при маршрутном планировании.

«На берегу» и «Переполненный пляж» П. Хаггета, это его обращение в теоретико-географической книге к анализу самых отчетливых природных границ, можно воспринимать как указание на важность ландшафтными рубежей контрастности при поиске интегральных географических закономерностей.

Теоретическая география пользуется материалом, примерами из сферы рекреации и туризма, а рекреационная география конструирует теоретико-географические модели. Особая связь двух областей географии, где одна абстрактная, а вторая конкретная, основывается на комплексности изучаемых объектов и центральности пространственных задач.

Вопросы и задания

1. Какие положения, идеи или модели рекреационной географии можно считать теоретико-географическими?
2. Почему ландшафтные границы как исследовательские объекты интересны теоретической географии?

Глава 2. РЕСУРСЫ И ВИДЫ ТУРИЗМА

2.1. КЛАССИФИКАЦИЯ ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ

Туризм можно назвать ресурсозависимой отраслью. Трудно найти какую-либо еще деятельность, которая использовала бы такое разнообразие ресурсов. Ресурсом в туризме может быть практически все. Это водопад и магазин, мост и музей, скала и микроклимат, легенда и личность, и почти все мыслимое и не мыслимое. Изучение туристских ресурсов – важнейшая часть практически любого научного исследования в сфере туризма. Выделяется даже целая область знаний о туристских ресурсах – туристское ресурсоведение (А.С. Кусков, П.С. Ширинкин, Н.Н. Гировка). С разделением на категории ресурсов во многом связано разделение туризма на виды, и происходит структуризация системы туризма. Вполне понятно, что особое многообразие туристских ресурсов требует классификации для понимания структуры всей отрасли, для определения направлений ее развития.

Классификация туристских ресурсов имеет и некоторые принципиальные общепринятые подходы, и многие различия. Общие подходы касаются главного деления туристских ресурсов на два основных класса – природные и социальные (культурные культурно-исторические). Отсюда и главное деление всего многообразия видов туризма на две категории, на две группы – природно-ориентированные и культурно-ориентированные.

При более расширенном классификационном спектре также существуют общепринятые подходы. Выделяют три основные, наиболее понятные и широко представленные группы видов ресурсов – природные, культурно-исторические и социально-экономические. На наш взгляд, следует выделять еще три группы видов ресурсов: позиционные, информационные и персонализированные.

Рассмотрим подробнее классификацию туристских ресурсов. Начнем с главных классов. Это природные, культурно-исторические и социально-экономические ресурсы.

Природные туристские ресурсы

Природные туристские ресурсы можно последовательно разложить (представить) группами ресурсов согласно традиционному в географии выделению компонентов природного ландшафта. Так, можно выделить группы геолого-геоморфологических, гидролого-климатических и ландшафтно-биологических ресурсов.

Геолого-геоморфологические ресурсы

Множество видов туристских ресурсов имеют отношение к геологическому строению и рельефу планеты. Это горные вершины, скалы, берега, пещеры, минералы, карьеры, окаменелости, валуны и многие другие объекты. Разделить геологические и геоморфологические (рельефные) ресурсы очень сложно, да и не столь нужно.

Геологические туристские ресурсы можно классифицировать по принципу классификации геологических памятников природы [58]. Выделяются тектонические, стратиграфические, палеонтологические, космологические, петрографические, минералогические, карстологические, гидрогеологические и горно-геологические памятники природы. Многие из объектов, входящих в перечисленные классы, являются в то же время и геоморфологическими туристскими ресурсами.

Геологические туристские ресурсы имеют разное значение в отношении различных видов туризма и рекреации, различаются по широте спроса. Некоторые туристские ресурсы имеют большое значение только для узкого круга специалистов-геологов (стратиграфические, петрографические ресурсы), многие другие – для широкой просветительской учебной деятельности (тектонические ресурсы), для музейной, краеведческой работы (минералогические палеонтологические ресурсы), для организации природных экскурсий и экспедиций (карстологические ресурсы), для развития санаторно-курортной деятельности (гидрогеологические ресурсы).

Чтобы лучше понять, какие туристские ресурсы соотносятся с определенными группами геологических памятников природы, приведем отдельные примеры объектов в Пермском крае. Составители энциклопедии [58] к тектоническим памятникам природы относят Тулымский горный ансамбль и Муравьиный хребет, к стратиграфическим – хребты Ослянка (Басеги и Чувальский), гору Колпаки, к палеонтологическим памятникам – разрез Промысла, разрез Ежово, к космологическим – Оханский метеорит, к петрографическим – Мойвинский и Сарановский массивы, к минералогическим – Ординскую и Частинскую группу месторождений, к карстологическим – пещеры Дивья и долина Поньша, к гидрогеологическим – Березовский источник и Петропавловский родник, к горно-геологическим – объекты медного, соляного, хромитового, алмазного и других промыслов).

Геоморфологические туристские ресурсы – это все то, что интересует туристско-рекреационную отрасль со стороны рельефа местности. Наиболее привлекательны местности с перепадами высот, скульптурными элементами, по-

этому горные территории традиционно выигрывают в отношении ресурсного потенциала. Однако для создания многих рекреационных объектов хорошо подходят равнинные участки, например, для полей гольфа, стадионов, ипподромов.

Геоморфологические условия и ресурсы туристско-рекреационной сферы подробно рассмотрены А.В. Бредихиным [44]. Он разделяет следующие рекреационные функции рельефа: лечебную, оздоровительную, спортивную, познавательную и эстетическую. Ученый обосновывает и проводит типологию рекреационно-геоморфологических систем, выделяя контактные (береговые и предгорные), проходов (долинные и седловинные), узловые (слияния и исток-устьевые), нейтральные (равнинные и макросклоновые) и изолированные (островные, вершинные и впадинные) системы.

Следует отметить и совместную работу А.В. Бредихина с Ю.М. Блиновой [39], в которой рассмотрены геоморфологические памятники как рекреационные ресурсы на примере регионов России.

Гидролого-климатические ресурсы

В категорию гидролого-климатических туристских ресурсов включаются имеющие важное значение для туристско-рекреационной деятельности объекты и явления гидросферы и атмосферы. Это моря, озера и реки, водопады и пороги, гейзеры и минеральные источники, истоки рек и ключики, лечебные грязи, благоприятный климат и его особенности по сезонам и мн. др.

Ландшафтно-биологические ресурсы

Это туристские ресурсы биосферы и ландшафта в целом. Это особо охраняемые природные территории – заповедники и национальные парки. Это редкие и экзотические животные, растения. Это впечатляющие ландшафты.

Культурно-исторические ресурсы

Эта категория ресурсов очень обширная и разнообразная. Культурно-исторические ресурсы сложно разделить на четкие группы. Среди них можно выделить музейные, архитектурные, художественные, этнографические, военно-исторические, мемориальные, фортификационные, религиозные, усадебные, археологические, фольклорные, хозяйственно-исторические и др. Эти ресурсы создают основу соответствующим видам туризма. Потенциал культурно-исторических ресурсов реализуется в экскурсионном, этнографическом, археологическом, музейном, религиозном, литературном, усадебном и многих других видах туризма.

Социально-экономические ресурсы

Отделить культурно-исторические от социально-экономических туристских ресурсов непросто. Так, этнографические или событийные туристские ресурсы следует учитывать в обоих классах. В социально-экономические туристские ресурсы обычно включают современные и совершенно новые действующие

социально-экономические объекты, интересные для развития туризма. Это промышленные предприятия самых разных отраслей, особенно такие, которые красиво выделяются в ландшафте, например гидроэлектростанции, и такие, которые имеют обзорный технологический процесс или известную продукцию из предметов потребления. Это сельскохозяйственные предприятия. Это учреждения образования, здравоохранения, культуры. Это стадионы, горнолыжные и трамплинные комплексы, биатлонные трассы и гольф-поля. Это выставки хозяйственных достижений, это многие праздники и фестивали. Это и объекты туристской инфраструктуры, если они сами по себе способны привлекать туристский поток (курорты, санатории, гостиницы, рестораны, уникальные виды транспорта). В целом социально-экономические туристские ресурсы можно разделить на промышленные, сельскохозяйственные, транспортно-инфраструктурные, спортивно-инфраструктурные ресурсы. Кроме этого, в сферу социально-экономических туристских ресурсов следует включить гостеприимство как своеобразный, сложно определяемый, но всем понятный сервисный ресурс.

Позиционные туристские ресурсы

Позиционные – такой вид туристских ресурсов, которым сполна обладает любая территория. Это те возможности для развития туризма, которые предоставляет географическое положение территории. Каждая страна, каждый регион, каждый город или село, а именно – каждый географический объект, обладает своим собственным, совершенно уникальным географическим положением.

Географическое положение – комплексное понятие, которое можно разложить на составляющие: физико-географическое положение, экономико-географическое положение. Экономико-географическое положение включает политико-географическое положение, транспортно-географическое положение, хозяйственно-географическое положение, рекреационно-географическое положение и т.д. Для развития туризма особенно важно транспортно-географическое положение, т.е. определение того, какие транспортные пути проходят через территорию, как они загружены.

Позиционные туристские ресурсы раскрываются через понятия соседства, смежности, удаленности и близости. Например, регион, оказывается, в меньшей степени, чем другие, привлекает туристские потоки природными объектами, меньше других известен культурно-историческими объектами, меньше работает по организации событийных мероприятий, имеет сравнительно меньший уровень развития инфраструктуры и социально-экономических туристских объектов, но этот регион обязательно обладает уникальным географическим положением. Регион может использовать свои позиционные возможности, которые заключаются в том, что территория, не являясь по статистике туристским лидером,

расположена между регионами – туристскими лидерами, на активных транспортных потоках и т.д. Регион может эффективно использовать свое центральное или периферийное, транзитное или изолированное положение, близость к морю или к горам, к рекреационным зонам или крупным городам, к промышленным или сельскохозяйственным ареалам, к неосвоенным территориям и т.д.

К позиционным туристским ресурсам относятся условные географические линии или точки. Это экватор, северный и южный тропики, северный и южный полярные круги, которые очень важны в туризме. Это граница Европы и Азии. Это условные географические точки. Самые важные из них – Северный полюс и Южный полюс планеты. К позиционным ресурсам, часто активно используемым в туризме относятся крайние северные, южные, западные, восточные точки материков, крайние точки островов, полуостровов.

Крайние географические точки стран также бывают значимы в туризме. Центральные (расчетные) географические точки также отмечаются яркими сооружениями и работают на туризм. Например, центр Евразии в Кызыле. В связи с этим многие условные линии или точки (граница Европы и Азии, географический центр Европы) часто пересматриваются или намечаются в разных вариантах, на основании различных аргументов и расчетных методов.

На границе Кочевского и Гайнского районов Пермского края на автодороге монументом отмечена шестидесятая параллель как «Ворота Севера», что является определенным туристским ресурсом. Также значима в туризме сорок пятая параллель, означающая середину пути от полюса до экватора, может означать средний, самый умеренный климат. Эта параллель проходит прямо по Ставрополю, и даже улица города носит название этой параллели.

Почему в туризме так важны условные географические линии или точки? Они важны не только в туризме, но и в просвещении (образовании), иногда в геополитике и в социальных вопросах, поскольку бывает очень важно для страны выступать в европейских или азиатских спортивных соревнованиях и т.д.

Информационные туристские ресурсы

Информационные технологии, цифровая география сильно влияют на развитие туризма. Знания о туристском объекте, его степень известности и представленности в мировой электронной сети становится очень важным фактором, направляющим туристские потоки. Туризм оказывается сферой, наиболее генерирующей востребуемую информацию для общества и зависящей от информации. Поэтому многие авторы выделяют даже такой тип туристских ресурсов, как информационные. Известны в этом отношении работы М.А. Саранчи [182], А.А. Сафаряна [18].

Информационным ресурсом является легенда. Легендирование – часть сферы туризма. Есть два полярных мнения относительно роли легендирования в

туризме. Одна – более распространенная. Ее приверженцем можно назвать П.С. Ширинкина. Он считает, что легенда всегда должна присутствовать в туристско-экскурсионном деле. В его книге о туристских легендах Пермского края написано о том, что в книге нет ни одного слова правды, ни одного слова вымысла, а есть легенды. Вторая позиция – противоположная. Это позиция Б.Б. Родомана. Он считает, что в туризме не должно быть ни одной легенды. Он говорит: «Жизнь настолько интересная, что не надо ничего придумывать!»

Личность как туристский ресурс

Интересный творческий человек, обладающий талантом, известный в городе, регионе, стране, в мире, является объектом притяжения к том числе и туристского потока. Это могут быть широко известные представители творческих профессий, духовенства, политические лидеры, спортсмены, уникальные специалисты. Это могут быть просто интересные люди, которые умеют правильно поставить сервис, добиться положительного имиджа, роста туристского потока и этим постепенно превратить обезличенный туристский объект в личностно определенный.

Туризм – творческий процесс. Несмотря на то что эта деятельность опирается на множество материальных и нематериальных ресурсов, туризм еще и субъективный процесс. Его развитие во многом зависит от личности и ее творческого потенциала, поэтому качества личности следует отнести к важным туристским ресурсам.

Вопросы и задания

1. Приведите примеры объектов в своей местности, которые являются геолого-геоморфологическими, гидролого-климатическими или ландшафтно-биологическими туристскими ресурсами.
2. К каким типам туристских ресурсов относятся источники минеральных вод, пляжи, усадьбы?
3. Какие типы туристских ресурсов еще не нашли отражения в этом разделе, а их можно выделить?

2.2. РАЗВИТИЕ ВИДОВ ТУРИЗМА

Туризм разнообразен. Общепринятую классификацию его видов создать трудно. По словам С.П. Шпилько, «потребностей у людей множество, соответственно множество и видов туризма» [223]. Одно и то же путешествие может претендовать на отнесение одновременно к нескольким видам туризма. Складывается впечатление, что деление туризма на виды имеет больший смысл не с позиции путешественника и путешествия, а с позиции формирования туристской отрасли, налаживания туристских потоков и создания объектов инфраструктуры. Несмотря на то что разновидностей туризма много, все же можно выделить два десятка наиболее употребляемых в отечественной практике терминов, обозначающих распространенные виды туризма.

Основные виды туризма существуют давно и, казалось бы, будут существовать очень долго. Представлялось, что люди как ходили с рюкзаками по горным и таежным тропам, как сплавлялись на лодках по рекам, как посещали музеи, как отправлялись в теплоходные круизы, так и будут продолжать это делать в будущем. Однако анализ тенденций развития видов туризма в регионах показывает, что каждый вид развивается, проходя стадии зарождения, расцвета и снижения активности. И это трудно представить себе, поскольку вид туризма – многообразное явление. Если бы речь шла о турпродукте, конкретной туристской программе, то, без сомнения, для них как комплекса услуг характерны свойства жизненного цикла товара. Спрос может зародиться, развиваться и исчезать. Однако и для вида туризма в целом на уровне региона можно проследить подобные стадии эволюции. Рассмотрим, как развиваются основные виды туризма на территории Пермского края в течение последних примерно ста лет [99].

Изучение жизненного цикла видов туризма на каждой территории позволит более обоснованно выстроить стратегии их туристского развития. В теории жизненного цикла выделяют несколько стадий – зарождение, развитие, насыщение, стагнация, упадок, исчезновение. Стадии могут быть выделены по следующим признакам:

1. Зарождение. На начальном этапе появляются первые упоминания о туристских путешествиях данного вида в путеводителях и других средствах туристской информации. Эта информация содержит не описание маршрутов, а характеристику объектов и туристских возможностей в целом. Организуются единичные путешествия. Появляются первые транспортные пути в районе путешествия или подъезды к нему с точки зрения путешествий данного вида туризма. Устойчивые маршруты еще не сложились. Интересы в обществе к данному виду туризма и спроса на него еще нет. Есть лишь предвестники зарождающейся потребности в виде интереса в среде творческих людей из сферы науки, искусства или бизнеса.

На этапе зарождения, а возможно, на переходе от зарождения к этапу развития в Пермском крае находится **сельский туризм**. Информация о данном виде туризма представляет собой сведения о зарубежных достижениях и о программах его развития в некоторых регионах России, относительно удаленных от Пермского края (Калининградская область, Республика Алтай). Есть понимание перспективности данной деятельности в регионе. Встречаются отдельные публикации научного характера. Нередко представляется информация на туристских выставках, но она пока слабо заинтересовывает людей. Конкретных туристских предложений в регионе немного, они единичны, но появляются достаточно яркие (Кунгурский район). Устойчивого спроса нет, несмотря на то что потребность есть. Абсолютный объем туристского потока в сельском туризме в Пермском крае и относительно численности городского населения не просто незначителен, а незаметен. Инфраструктура в виде средств размещения почти не создается. Не сформировалась благоприятная социально-экономическая среда сельского туризма в крае. Опыта и культуры работы в сельском туризме в Пермском крае не накоплено.

2. Развитие. Этап развития можно разделить на стадии: слабого развития, развития и расцвета (устойчивого развития сформированной отрасли). На этом этапе информация в путеводителях и других источниках о данном виде туризма распространяется все активнее, появляются маршруты, они становятся популярнее. Формируется туристская маршрутная сеть на территории. Транспортная сеть активно используется данным видом туризма. Появляется туристская инфраструктура для данной туристско-рекреационной деятельности. Все активнее обеспечивается инвестициями строительство туристских объектов. Появляются крупные девелоперские проекты для развития данного вида туризма. Объемы туристских потоков вырастают до значительной доли данного вида туризма (от 5 до 25 %) в общих туристских перемещениях. Интерес в обществе к данному виду туризма высок и не снижается. Много туристских предложений на рынке. Большая категория людей включает данный вид деятельности в свои планы. Она становится модной, современной, привлекательной.

На этапе развития в Пермском крае находится **горнолыжный туризм**. Потребности в данном виде туристско-рекреационной деятельности в регионе высокие и спрос устойчивый. Специализированная туристская инфраструктура создана и расширяется. Почти ежегодно вводятся в эксплуатацию новые горнолыжные базы. Создаются проекты крупных горнолыжных комплексов и центров зимнего отдыха в крае. Рассматривается возможность вывода данного вида деятельности на более высокий уровень (всероссийский, международный). Ведется новое строительство сразу в нескольких местах края. Высока степень загруженности горнолыжных подъемников и трасс в зимний сезон, который имеет лишь небольшие спады в объемах обслуживания, особенно в морозные, дождливые

или малоснежные периоды. Устойчив спрос на снаряжение для зимнего отдыха. Число и доля людей, пользующихся данным видом туризма и отдыха в Пермском крае, превышает аналогичный показатель во многих других регионах европейской части России. Информирование о предложениях осуществляется различными средствами информации и формами коммуникаций. К электронным и бумажным носителям информации нередко добавляется наружная, уличная реклама. В Пермском крае сложилась горнолыжная рекреация как массовая деятельность людей и как отрасль экономики, и при этом ежегодно объемы растут, а потребность и спрос не ослабевают.

3. Насыщение. Эта стадия характеризуется сильным замедлением роста объемов туристских потоков. Рынок устоялся. Новых субъектов в данном виде туризма на рынке не появляется. Принципиально новых предложений, касающихся направлений или туристских программ, на рынке нет. Спрос большой, и доля рынка данного вида туризма велика, но доходы компаний, занимающихся этой деятельностью, не растут, а несколько снижаются. Сокращаются инвестиции в туристскую инфраструктуру. Средства тратятся в основном на ее поддержание.

На стадии насыщения находится в Пермском крае **водный туризм**, т.е. сплавы по рекам. Это очень популярный вид туристско-рекреационной деятельности. В водных спортивных путешествиях по рекам региона участвует более 100 тыс. человек в год. Сформировались традиции и мода на этот вид отдыха в регионе. Однако водный туризм, несмотря на высокую массовость, связан лишь с рядом традиционных районов. Активно используются только определенные, одни и те же участки одних и тех же рек. Туристская емкость этих участков почти исчерпана. Остро стоит проблема замусоренности берегов и утилизации бытовых отходов в населенных пунктах и местах стоянок по маршрутам. При этом не предлагаются новые направления, не осваиваются новые реки, и интерес к данному виду туризма не возрастает. Информационная поддержка данного вида туризма начинает ослабевать. Выставочная активность высока, но не обновляется по предложениям. Доходы туристских компаний, отправляющих в водные путешествия, растут слабо. Число официальных туроператоров, действующих на этом рынке, почти не увеличивается, но и не сокращается. Наступает время, когда водному туризму в Пермском крае требуются изменения в географическом, технологическом и маркетинговом отношении.

4. Стагнация. Для вида туризма на этой стадии характерна смена роста размера туристского потока на некоторый спад. Отмечается отсутствие новых предложений, отсутствие заметного развития интереса в обществе в целом и в бизнесе в частности. Этот вид туризма может быть достаточно массовым и остается особенно важным для каких-то определенных сегментов и групп людей.

Здесь мало туристских инноваций. Почти не вводятся в строй новые объекты туристской инфраструктуры. Туристские компании и территориальные органы управления начинают рассматривать такие виды туризма как традиционные, а иногда и дополнительные. Туристская информация специализирована и относительно экономна по затратам.

В стадии стагнации до недавнего времени находился в Пермском крае **познавательный туризм**. Это было связано с тем, что размер туристского потока не увеличивался. Число популярных музеев в регионе было невелико. Традиционно число посещений музеев и других экскурсионных объектов в Пермском крае значительно. Новые музеи открывались редко, новые площади и помещения почти не сдавались в эксплуатацию, а старые ветшали. Между тем потребности в познавательном туризме по-прежнему велики. Об этом свидетельствует значительный постоянный поток экскурсантов на некоторые объекты и в музеи региона, а также положительная реакция на новые предложения, появляющиеся в регионе.

5. Упадок. Это стадия спада интереса к данному виду туризма, резкого сокращения числа подобных путешествий. Информирование о данном виде туризма происходит, но в основном не специально, а в общем и автоматически. Сеть маршрутов заменяется отдельными маршрутами. Протяженные в недалеком прошлом маршруты трансформируются в их действующие небольшие отрезки. Территории, в недавнем времени представляющие собой туристские районы для данного вида туризма, сегодня выведены из туристского пользования. Транспортная сеть изменяется таким образом, что не способствует проведению подобных путешествий. Сокращается число путешествий, численность туристов. Туроператоры предлагают малое разнообразие путешествий данного вида туризма. Уменьшается сегмент участников такой деятельности.

На стадии спада, по нашему мнению, в Пермском крае находится классический вид туризма – **пешеходный**. Пешеходный туризм переживал расцвет в регионе в 60–70-е годы. В то время вся горная территория Пермской области была покрыта сетью маршрутов. Были найдены тропы. Многочисленные клубы самодеятельного туризма отправляли в пешеходные путешествия основную массу активных туристов в Прикамье. В это время были созданы классические путеводители, которые не потеряли актуальности и по сей день, а по замыслу и качеству являются непревзойденными до сих пор. Туристские пешеходные маршруты выходного дня и немногочисленные были проложены и использовались на территориях почти всех административных районов. Сейчас по различным причинам число пешеходных путешествий резко сократилось, протяженность маршрутов упала, тропы исчезли, превратившись в короткие тропинки от автодорог и рек к экскурсионным объектам. Лесовозная дорожная сеть и количество узкоколеек – удобный путь подъездов непосредственно к туристским районам –

сократились, или этот транспортный доступ пришел в упадок. Туристские клубы промышленных предприятий и вузов модифицировались или исчезли. Популярные туристские районы превратились в государственные заповедники и стали недоступны или малодоступны для туристов-пешеходников.

6. Исчезновение. Некоторые виды туризма, развитые в Пермском крае ранее, сейчас не существуют или практически не существуют. При этом для исчезновения каждого из таких видов туризма в Пермском крае есть свои причины. Эти причины связаны с изменением ориентиров и потребностей в обществе, с изменением популярности транспортных средств и т.д. Это выражается в отсутствии какого-либо туристского предложения. По нашему мнению, на стадии исчезновения в Пермском крае находится **конный туризм**, что объясняется резким падением уровня развития коневодства в регионе, сокращением поголовья лошадей и в целом социально-экономическими изменениями в сельской местности края.

Виды туризма очень тесно взаимодействуют друг с другом, выделить четко какой-либо конкретный бывает сложно. Не всегда отдельный вид туризма существует автономно, чаще встречается исключительно в комплексе с другими видами туризма. Это осложняет различение стадий развития видов туризма.

Стадии циклов развития видов туризма в Пермском крае к 2010 году выглядели таким образом:

Стадия зарождения	Сельский туризм Культурно-событийный туризм Туризм на снегоходах и другие экстраприключенческие виды
Стадия роста	Велотуризм Экологический туризм Паломнический туризм Событийный туризм
Стадия расцвета	Горнолыжный туризм
Стадия насыщения	Автотуризм Деловой туризм Водный спортивный туризм Рыболовный туризм Охотничий туризм
Стадия стагнации	Бальнеологический туризм Познавательный туризм
Стадия спада	Речные круизы Спелеотуризм Пешеходный туризм Лыжный туризм
Стадия исчезновения	Конный туризм

Проследивая развитие видов туризма с позиции жизненных циклов, можно выявить одну уникальную особенность, которая не присуща жизненным циклам продуктов. Заключается она в том, что хотя виды туризма и проходят аналогичные стадии, как и любой продукт, но после стадии упадка возможно не наступление стадии исчезновения, а возвращение стадии расцвета. Это может быть связано с изменением моды и предпочтений людей. Происходит модернизация оборудования, изменение маршрутов. И вновь начинает расти популярность какого-то вида.

В качестве примера волнообразного развития назовем познавательный туризм, который имел пик популярности в 70-е годы. Но уже через 10 лет интерес пошел на спад. В настоящее время мы можем наблюдать начало очередной волны его развития. Постепенно реконструируются музеи и создаются новые, оснащенные техническими приспособлениями. Повышается интерес к частному коллекционированию. Отдельные туристские объекты «обзаводятся» собственными маленькими музеями. Растет посещаемость некоторых музеев. Музеи часто становятся основным мотивом путешествия. Увеличивается спрос на познавательные автобусные экскурсии.

В нынешнее время (2019–2020) до периода эпидемии коронавируса стадии развития видов туризма в Пермском крае можно было охарактеризовать таким образом:

Сельский туризм – стадия слабого развития (80 предприятий в сельской местности готовы принимать туристов).

Событийный – стадия расцвета (несколько лет работает проект 59 фестивалей, многие многодневные).

Приключенческий – стадия роста (снегоход и квадрацикл становятся туристским транспортом).

Велотуризм – стадия слабого развития.

Экологический туризм – стадия роста (интерес к посещению ООПТ растет).

Религиозный туризм – стадия насыщения.

Горнолыжный туризм – стадия расцвета.

Автотуризм – стадия расцвета.

Деловой туризм – стадия насыщения.

Водный спортивный – стадия насыщения.

Рыболовный туризм – стадия насыщения.

Охотничий туризм – стадия стагнации.

Бальнеологический туризм – стадия расцвета (санаторно-курортные предприятия обновляются).

Культурно-познавательный туризм – стадия расцвета.

Речные круизы – стадия стагнации.

Спелеотуризм – стадия стагнации.
Пешеходный туризм – стадия стагнации.
Лыжный туризм – стадия исчезновения.
Конный туризм – стадия зарождения (много предложений маршрутов, в том числе с ночевками).
Промышленный туризм – стадия зарождения.
Этнографический туризм – стадия роста.
Гастрономический туризм – стадия роста.
Медицинский туризм – стадия развития.
Шоптуризм – стадия расцвета.
Садово-дачная рекреация – стадия насыщения.
Детский (школьный) туризм – стадия стагнации.
Самостоятельный туризм – стадия роста.
Семейный туризм – стадия роста.
Туризм третьего возраста – стадия слабого развития.

Вопросы и задания

1. В какие годы началось развитие туризма в виде ручных круизов и в какие годы отмечался его пик в Пермском крае?
2. Когда начался рост горнолыжной рекреации в Пермском крае?

2.3. ВИДЫ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ ПЕРМСКОГО КРАЯ

Особо охраняемые природные территории (ООПТ) обладают повышенной аттрактивностью и являются ресурсами туристско-рекреационной деятельности. Экологические приоритеты в создании ООПТ справедливы, но часто являются причиной непонимания охватывающих их туристских процессов. Туризм и рекреацию в ООПТ следует содержательно детально структурировать для понимания степени опасности видов деятельности для территорий. Выявление отдельных видов рекреационных занятий и туристской деятельности необходимо для правильного инфраструктурного обустройства природных объектов, решения вопросов безопасности людей, организации сервиса. Среди видов туризма и рекреации, которые развиваются на ООПТ в Пермском крае, выделяются следующие: промысловая и рыболовная рекреация, активный туризм, экскурсионная деятельность, экспедиции, событийный туризм, зимняя рекреация, бытовая рекреация, спортивная рекреация. Наиболее разнообразная туристско-рекреационная

деятельность развивается на некоторых видах ООПТ Пермского края. Представление туризма и рекреации на ООПТ в виде спектра занятий актуализируется в Пермском крае в связи с организацией в 2018 году Природного парка «Пермский». Парк начинает функционировать в составе трех участков долин рек Вишера, Усьва и Чусовая, где концентрируются ООПТ и осуществляется массовое туристское использование территории. В перспективе в Парк войдут многие ООПТ в различных муниципалитетах края. Этот раздел написан совместно с Д.Н. Слащевым [102].

Создание условий для регулируемого туризма и отдыха, как и экологическое просвещение, является одним из приоритетных направлений функционирования и развития особо охраняемых природных территорий и их систем. Существующая сеть ООПТ Пермского края создавалась в течение длительного периода и представляет собой достаточно многочисленную и разнообразную совокупность уникальных природных объектов и комплексов. Эта совокупность является результатом большой совместной работы научного и краеведческого сообщества во взаимодействии с руководством региона, поэтому она концептуально выражена, аргументированна и системна в решениях. Среди многочисленных авторов реализованных проектов создания охраняемых территорий края выделяются Г.А. Воронов, В.А. Акимов, С.П. Стенно, С.А. Бузмаков, А.И. Шепель.

В настоящее время на территории Пермского края насчитывается 386 ООПТ (табл. 2). Общая площадь, занимаемая особо охраняемыми природными территориями составляет 9,58 % от общей площади региона.

Таблица 2

Категории особо охраняемых природных территорий Пермского края

Категория	Количество, шт.	Процент от площади края
Федерального значения		
Государственный природный заповедник	2	1,74
Регионального значения		
Государственный природный заказник	21	3,34
Памятник природы	114	0,038
Историко-природный комплекс	5	0,002
Охраняемый ландшафт	97	4,326
Природный резерват	46	0,05
Местного значения		
Охраняемый ландшафт	45	0,08
Природный резерват	23	0,004
Историко-природный комплекс	9	0,001
Иные категории	24	0,007

Поскольку система ООПТ Пермского края практически «равномерно» охватывает все муниципалитеты, на ее основе возможны многие исследовательские проекты, в том числе в туристской сфере.

Попробуем определить современную востребованность ООПТ Пермского края в туристско-рекреационной деятельности. Поскольку особо охраняемые природные территории создаются с инициативой особой охраны природы территорий, с экологической целью, практика их создания подразумевает экологические приоритеты. Туризм и рекреация являются возможными видами деятельности на ООПТ в зависимости от статуса и режима территорий. Проблема в таком случае в том, что туристско-рекреационная деятельность на ООПТ обычно воспринимается и анализируется как неделимое на части целое, нередко формально объединяемое термином «экологический туризм». Не разделяя содержательно виды туризма и рекреации на той или иной ООПТ, мы не можем понять потребностей разных сегментов туристского рынка. При этом сложно разделить безопасные и опасные туристские активности для конкретного состояния ООПТ, найти нужные проектные решения для охраны природы и туристско-рекреационной отрасли. Попробуем разделить туристско-рекреационный поток в ООПТ на составные части по видам туризма и рекреационным занятиям.

Разделение туризма и рекреации на отдельные занятия важно и с позиции обеспечения безопасности отдыха, поскольку повышенная аттрактивность объектов часто соответствует повышенному риску [44]. Чем привлекательнее ООПТ для посетителей, тем опаснее по разным причинам может быть территория, и следует тщательно продумать и организовать программу посещения и пребывания, обустроить при необходимости объект.

Виды туризма и рекреации следует разделять прежде всего с целью организации деятельности, создания соответствующего обслуживания, инфраструктурного обустройства. Структурирование туризма по видам требуется не столько туристам и рекреантам, сколько предприятиям туристского бизнеса, рекреационного девелопмента и территориальным администрациям (табл. 3).

Перечислим основные виды туризма и рекреации в регионе, связанные с ООПТ в Пермском крае.

1. Промысловая рекреация (сбор ягод, грибов, трав).
2. Рыболовная рекреация.
3. Активный туризм (спортивные туристские путешествия).
4. Экскурсионная деятельность (посещение природных объектов на маршрутах экскурсий).
5. Специализированные экскурсии, экспедиции (изучение природных объектов специалистами и экспедиционными группами).
6. Событийный туризм (фестивали, концерты, слеты).

7. Зимняя рекреация (лыжи, горные лыжи, сноуборды, снегоходы).
8. Бытовая рекреация (спокойный отдых на природе).
9. Спортивная рекреация (тренировки и соревнования).

Таблица 3

Виды туристско-рекреационной деятельности заповедников

Вид деятельности	Вишерский	Басеги
Промысловая рекреация	–	–
Охотничья и рыболовная рекреация	–	–
Активный туризм	2	–
Экскурсионная деятельность	–	1–2
Специализированные экскурсии	2	2
Событийный туризм	–	–
Зимняя рекреация	–	–
Бытовая рекреация	–	–
Спортивная рекреация	–	–

Примечание. 1 – эпизодичное использование, 2 – регулярное немассовое использование.

Сравним вовлеченность ООПТ в туристско-рекреационную деятельность, для этого составим туристские паспорта территорий. Выберем для описания по возможности довольно различающиеся территории по географическому положению и туристскому использованию (рис. 1)

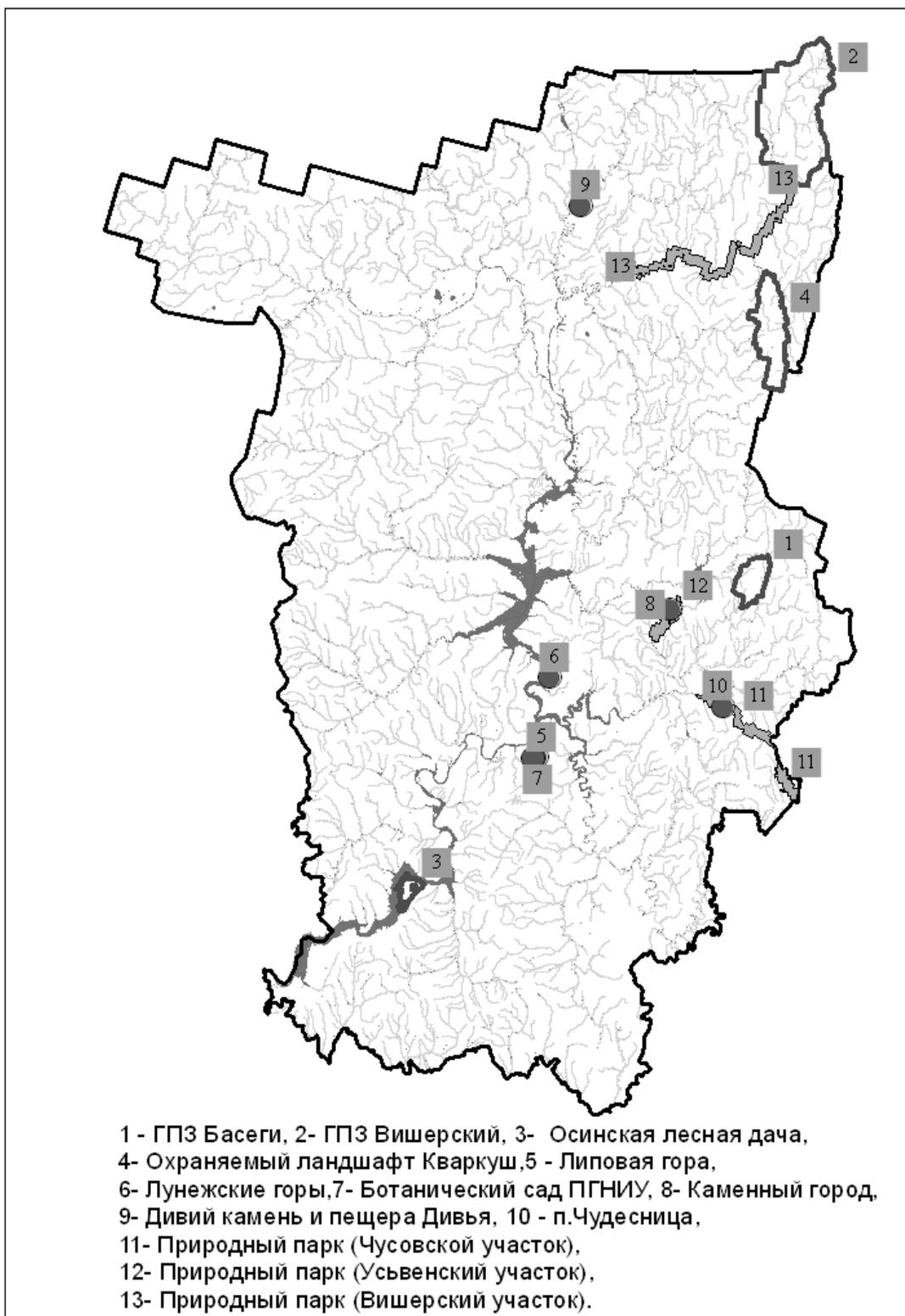


Рис. 1. Высоковостребованные в туристско-рекреационном отношении
 ООПТ Пермского края

Государственные природные заповедники. На территории края расположены два государственных природных заповедника – Басеги и Вишерский. В соответствии с положениями заповедников на их территории отсутствует регулярная массовая туристско-рекреационная деятельность. Ведется контролируемая администрациями немассовая туристская деятельность в виде научных экспедиций, специализированных экскурсий групп студентов экологических образовательных направлений. В Вишерском заповеднике осуществляется активный туризм по нескольким разработанным программам, маркированным маршрутам под руководством гидов от дирекции. В заповеднике Басеги, расположенном значительно ближе в Перми и горнозаводским городам края, иногда осуществляются природоведческие мероприятия для экскурсантов. При сравнении деятельности заповедников (табл.3) видна разница в туристском профиле, которая основывается на различии в удаленности от городов.

Береговые скалы. Береговые скалы и их непосредственные окружения являются наиболее используемыми туристско-рекреационной деятельностью ООПТ Пермского края. Это использование разнообразное и массовое, поэтому необходимо подходить к ее анализу дифференцированно. Например, Камень Столбы на реке Усьва – это один из самых популярных природных туристских объектов края. Это современный природно-географический бренд региона. На ООПТ Усьвинские столбы осуществляются рекреационные занятия разных видов, одним из которых является скалолазание. По предварительным подсчетам, скалолазанием используется около 2 % поверхности скальных обнажений. Поэтому такой вид использования не должен вызывать больших опасений с позиции охраны памятника природы.

Разделяя содержательно туристский поток, поскольку разные виды туризма используют разные природные ресурсы и локации в разные сезоны, можно яснее определить политику в отношении ООПТ, наметить туристское развитие и соответствующее обустройство.

Рассмотрим ООПТ, включающие различные аттрактивные объекты (табл. 4).

Туристско-рекреационное использование объектов в пределах ООПТ

Виды деятельности	Водопад Жигалан	Пещера Дивья	Пещера Чудесница	Каменный город	Лунежские горы
Промысловая рекреация	2	–	1	3	2
Охотничья и рыболовная рекреация	1	–	–	–	2
Активный туризм	2	2	3	3	–
Экскурсионная деятельность	–	–	–	3	–
Специализированные экскурсии	–	1	1	1	2
Событийный туризм	–	–	1	1	3
Зимняя рекреация	1	1	1	2	3
Бытовая рекреация	1	–	–	3	1
Спортивная рекреация	–	2	1	1	2

Примечание. 1 – эпизодичное использование, 2 – регулярное немассовое использование, 3 – регулярное массовое использование.

Расположенные в удаленных от дорог ООПТ пещера Дивья, водопад Жигалан и пещера Чудесница в основном характеризуются немассовым, но регулярным посещением и охватываются довольно разными видами туризма.

Каменный город – устоявшееся современное название массива скальных выходов на вершине 526 м хребта Рудянский спой в западном горном поясе Среднего Урала. ООПТ является известной природной достопримечательностью Пермского края, уникальной в эстетическом отношении, выражающая особенности природы Горного Урала. Положение вблизи горнозаводских городов края с хорошей транспортной доступностью способствует развитию массовых видов регулярной туристско-рекреационной деятельности.

ООПТ Лунежские горы – пример охраняемой территории, где располагается горнолыжный комплекс, что дает разнообразие рекреационных занятий и предполагает экологическое направление работы туркомплекса. Соседство горнолыжной базы и ООПТ должно идти на благо осуществления и природоохранной и рекреационной деятельности. Подобная ситуация проявляется на ООПТ гора Крестовая, где на склонах горы располагается горнолыжный комплекс «Губаха». Поэтому можно говорить о типичности такого расположения и туристского профиля ООПТ.

ООПТ вблизи населенных пунктов. Рассмотрим рекреационную активность на городских ООПТ и охраняемых территориях, расположенных вблизи городов. Это Балатовский лес, урочище Липовая гора, Ботанический сад университета в черте Перми и Осинская лесная дача (ООПТ), расположенная вблизи малого города Оса (табл. 5).

Таблица 5

**Туристско-рекреационное использование ООПТ
в городах и их окружении**

Виды деятельности	Осинская лесная дача	Балатовский (Черняев- ский) лес	Липовая гора	Ботаниче- ский сад ПГУ
Промысловая рекреация	3	–	1	–
Охотничья и рыболовная рекреация	3	–	–	–
Активный туризм	–	–	–	–
Экскурсионная деятельность	2	1	2	3
Специализированные экскурсии	1	1	2	2
Событийный туризм (рекреация)	2	1	1	–
Зимняя рекреация	2	3	3	–
Бытовая рекреация	3	3	3	–
Спортивная рекреация	2	3	3	–
Прогулки, теренкуры	–	3	2	–
Аттракционы	–	3	–	–
Эстетическая рекреация	–	–	–	2

Примечание. 1 – эпизодичное использование, 2 – регулярное немассовое использование, 3 – регулярное массовое использование

ООПТ «Осинская лесная дача» выделяется максимальным разнообразием рекреационных занятий, не имея активного туризма, наиболее массового вида на многих других рассмотренных территориях.

На этой ООПТ и в ее непосредственном окружении осуществляются:

1. Любительская рыбная ловля.
2. Охота.
3. Сбор грибов.
4. Сбор ягод.
5. Соревнования по спортивному ориентированию.
6. Тренировки по лыжным гонкам.
7. Лечебно-оздоровительные прогулки отдыхающих.

8. Познавательные экскурсии.
9. пляжный отдых.
10. Бытовая рекреация, семейный или дружеский отдых у костра с шашлыками.
11. Корпоративные праздники.
12. Археологический туризм.

Массовыми можно считать направления, отмеченные в пунктах 1, 3, 7, 9.

Перечень показывает большое разнообразие туристско-рекреационных целей и занятий даже в пределах одной ООПТ.

В табл. 5, в отличие от предыдущих таблиц, строка «событийный туризм» заменена на «событийную рекреацию», поскольку в городских ООПТ местная рекреация актуальнее туристского использования, а также добавлена строка «Прогулки».

Благодаря аттрактивности многих ООПТ, эти территории разнообразно используются в туризме и рекреации. В Пермском крае ООПТ имеют разный туристско-рекреационный профиль и ритм, но выделяются типы ООПТ по туристско-рекреационной активности. ООПТ, как следует из целей их создания, должны быть внимательно исследованы с позиции их использования без вреда для территорий. Поскольку туризм и рекреация на многих ООПТ Пермского края активно развиваются, следует концептуально определиться со степенью их вовлечения, необходимостью туристского обустройства, сервисным развитием.

Подразделение туристско-рекреационной деятельности на многочисленные виды занятий особенно актуально в связи с организацией в 2018 году в крае Природного парка «Пермский». Парк начал функционировать в восточной части региона, имеет в своем составе три протяженных участка в долинах Вишеры, Усьвы и Чусовой, именно там, где высока концентрация ООПТ и располагаются знаковые для края памятники природы, популярные среди его жителей. Именно эти отрезки долин наиболее массово используются в туристско-рекреационной деятельности, особенно в теплый сезон. Это такие пространства, где необходимо найти баланс функций охраны природы, организации отдыха и развития туризма. В перспективе Парк включит многие ООПТ в различных местностях края, обеспечивая возможности новой территориальной организации рекреации и туризма.

Вопросы и задания

1. Чем отличается структура видов туризма и состав рекреационных занятий в заповедниках?
2. Чем отличается структура видов туризма и состав рекреационных занятий в ООПТ, которые располагаются в труднодоступных местностях и внутри городов?

2.4. СЕЗОННОСТЬ ТУРИЗМА

Поскольку каждый вид туризма имеет свой характер сезонности, сочетание видов позволяет территории регулировать туристские процессы, эффективнее работать предприятиям сервиса и более полноценно использовать рекреационные возможности региона. Далее прослеживается сезонный ход шестнадцати видов туризма в Пермском крае. Отмечаются пиковый, высокий, низкий сезоны и несезон. Анализируется региональная сезонная туристская палитра. Строится календарь туристско-рекреационных занятий согласно приоритетам в сезонности видов туризма.

Сезонность в туризме – понятие скорее практическое, нежели теоретическое. С ним повседневно связаны мысли работников туристских компаний и предприятий туристского сервиса, маркетинговая политика, бизнес-разработки, наконец, планы самих туристов и рекреантов, но почти отсутствуют научные исследования туристской сезонности. Известны работы Р.В. Батлера о сезонности в туризме и его определение сезонности как временной неустойчивости, связанной с изменением числа прибытий с туристскими целями, расходов туристами, интенсивности движения на дорогах, занятости населения. В отечественной науке комплексно и основательно рассматривает тему сезонности туризма А.Ю. Александрова [26], в зарубежной известна работа Т. Баума и С. Ландторпа [2]. На обобщенные выводы по этой теме выходят и практики; так, своеобразную сезонную «туристскую карту» зарубежной Европы для самостоятельных путешественников оригинально подает Д. Сиротина [188].

Развитие туризма в регионе, как правило, связано с пониманием вопроса его резкой сезонности, с задачей сглаживания «волн». Рассмотрим колебания туристской сезонности в Пермском крае. Для выяснения возможностей календарной взаимозамены наиболее подходящих туристских программ и рекреационных занятий мы проанализируем «сезонный ход» каждого из наиболее популярных видов туризма в регионе.

В Пермском крае можно выделить более тридцати видов туризма. Ниже рассмотрим приоритетные, с нашей точки зрения, для региона. Для изучения годовой динамики туристской массовости будем применять разные методы: статистику по отдельным показательным или ведущим профильным предприятиям, данные соответствующих профессиональных ассоциаций, экспертные опросы научных и практических работников. Изучение сезонности автором осуществлялось совместно с К.В. Губской [64], результаты приведены ниже.

Бальнеологический туризм. На крупнейшем курорте края «Усть-Качка» пик продаж путевок в июле и августе, в самые теплые месяцы, на них также приходятся школьные каникулы и основные отпуска. Спрос начинает увеличиваться

и в преддверии новогодних праздников. На протяжении почти всего года посещаемость курорта остается относительно стабильной. Спрос на покупку путевок уменьшается в октябре и апреле, что связано с климатическими условиями региона (рис. 2).

Янв.	Февр.	Март	Апр.	Май	Июнь	Июль	Авг.	Сент.	Окт.	Нояб.	Дек.

	пик сезона
	высокий (средний) сезон
	низкий сезон
	не сезон

Рис. 2. Сезонность бальнеологического туризма

Пешеходный туризм в настоящее время не так популярен, как в советские годы, и чаще всего рассматривается как экологический, поскольку маршруты обычно не протяженные, в них включаются объекты – памятники природы. Многие пермские компании предлагают пешеходные туры, например, восхождение на хребет Кваркуш, горы Ослянка и Полудов камень.

Лучший период для пеших путешествий – с мая по сентябрь (рис. 3). Май – опасный из-за клещевой активности месяц. Когда ложится снег и погода без сильных морозов и ветров (ноябрь, декабрь, январь), используется возможность зимних пеших путешествий в те места, которые посещаются массово и где пробиваются тропы в снегу, например, в скальное урочище Каменный город.

Янв.	Февр.	Март	Апр.	Май	Июнь	Июль	Авг.	Сент.	Окт.	Нояб.	Дек.	

	пик сезона
	высокий (средний) сезон
	низкий сезон
	не сезон

Рис. 3. Сезонность пешеходного туризма

К экологическому туризму в крае можно отнести маршруты в государственные природные заповедники (рис. 4). Заповедник «Вишерский» предлагает

три экологических тура. Таким является комбинированный водно-пешеходный поход с посещением Тулымского камня. Заповедник «Басеги» предлагает несколько экскурсионных маршрутов в разные отрезки года [63]. Маршрут «К вершине Северного Басега» принимает в летне-осенний период, зимой – на лыжах. Маршрут «К Северному Басегу» возможен только в зимний период на лыжах. Сезон использования маршрута: декабрь – март. Экскурсионный маршрут «К Южному Басегу» по способу передвижения посетителей различный: в летне-осенний период – пеший, зимой – лыжный.

Янв.	Фев.	Март	Апр.	Май	Июнь	Июль	Авг.	Сент.	Окт.	Нояб.	Дек.

	пик сезона		
	высокий (средний) сезон		
	низкий сезон		
	не сезон		

Рис. 4. Сезонность экологического туризма

Велосипедный туризм в Пермском крае начинается в начале майских праздников и длится до конца октября. Закрытие летнего велосезона в 2015 году состоялось 24 октября по маршруту: пос. Ярино – остановочная площадка 5-й км, протяженность 53 км. С конца ноября начинается зимний сезон велотуристов.

Форум «ВелоПермь» [210] предоставляет сравнительно полную информацию о велотуризме в Пермском крае. Согласно данным форума, в регионе выделяется 10 летних популярных маршрутов.

Янв.	Февр.	Март	Апр.	Май	Июнь	Июль	Авг.	Сент.	Окт.	Нояб.	Дек.

	пик сезона
	Высокий (средний) сезон
	низкий сезон
	не сезон

Рис. 5. Сезонность велотуризма

Зимние маршруты можно разделить на две группы: первая – маршруты, которые можно пройти и летом; вторая – только зимние маршруты с переходом замерзших рек там, где летом переправы может не быть. Опытные велотуристы могут проехать по маршруту почти в любое время года, но популярные месяцы для велопутешествия в Пермском крае – летние (рис. 5).

Горнолыжный туризм – распространенный вид досуга в зимние месяцы. Сезон катания в крае охватывает полугодичный период – с конца ноября до середины апреля. Техническая оснащенность местных горнолыжных комплексов позволяет продлевать сезон на несколько недель, а также кататься в дождливую погоду. В Пермском крае функционирует более 20 горнолыжных баз и комплексов, которые расположены в непосредственной близости от Перми, Чусового, Губахи, Кунгура, Чайковского.

Изучая официальные сайты горнолыжных комплексов, можно проследить туристскую сезонность посещений. Технически базы и комплексы открываются с 20 по 25 ноября, официальное открытие сезона проходит в первых числах декабря. Туристский сезон в этом виде туристской деятельности длится с конца ноября по апрель, пиковый месяц – январь (рис. 6). Посещаемость горнолыжных курортов увеличивается в период новогодних праздников, но по климатическим показаниям лучшее время для горнолыжного туризма – февраль, так как нет сильных морозов и снежный покров снега достигает пика.



Рис. 6. Сезонность горнолыжного туризма

Конный туризм в Пермском крае находится на стадии зарождения. Существует около десяти конноспортивных клубов, со спортивной ориентацией 4–5. На материалах наиболее известного в крае конноспортивного клуба «Престиж» выявляются особенности сезонности его деятельности [122]. Пик туристской зимней сезонности приходится на конец декабря, новогодние праздники и на неделю Масленицы. Летний пик туристской сезонности – июль и август. Также возрастает спрос в период соревнований (рис. 7).

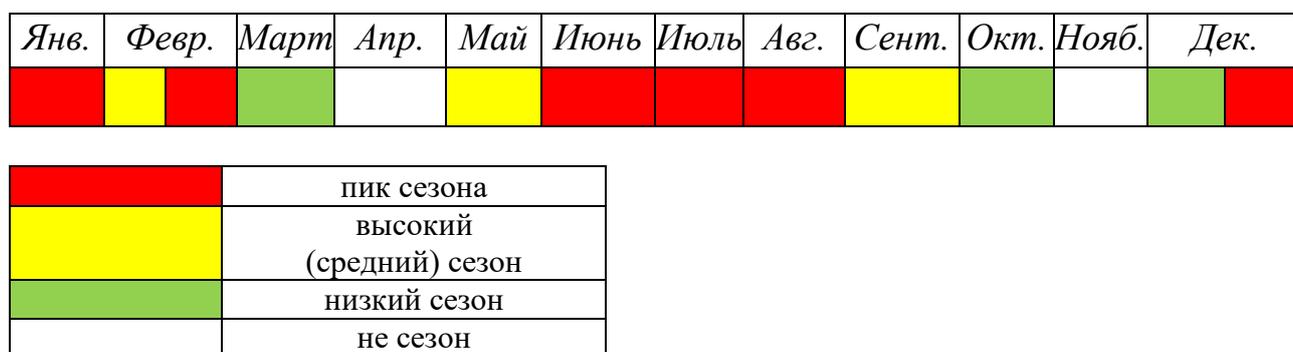


Рис. 7. Сезонность конного туризма

Водный туризм (сплавы). Сплав по рекам — один из наиболее распространенных в Пермском крае видов туризма. Часто посещаются реки Вижай, Вильва, Усьва, Койва, Чусовая, Вишера.

Пик сезонности приходится на июль, так как это самый теплый месяц лета и период отпусков, каникул. В этот месяц увеличивается стоимость тура. С первых майских праздников начинается сезон сплавов, но, как правило, организованные туры мало кто покупает, так как в этом месяце пик клещевой активности и полноводная река. Весенний сплав — это не только острые ощущения, но и в известной мере опасность без опытных инструкторов. В августе уже ощущается спад туристской посещаемости на многих сплавных реках, поскольку вода в этом месяце начинает цвести и погода становится более дождливой и прохладной. Однако если рассматривать гидрологическую сезонность с точки зрения полноводности рек Пермского края, то наилучшие месяцы для сплава — это май и сентябрь. Сезонность водного туризма в Пермском крае отражает рис 8.



Рис. 8. Сезонность водного туризма

Рыбалка и **рыболовный туризм** в Пермском крае сегодня популярны. На территории края насчитывается 29 тыс. рек общей протяженностью около 90 тыс. км, 18 водохранилищ, включая такие крупные, как Камское, Широковское и Воткинское. Водоёмы края населяют более чем 30 видов рыб, из которых промысловое значение имеют 15. Такие массовые виды, как лещ, плотва, чехонь, окунь, щука,

составляют основу промысла и любительского рыболовства. Несмотря на высокий уровень антропогенного прессинга, главные рыбохозяйственные водоёмы региона – Камское и Воткинское водохранилища – обеспечивают более 90 % уловов, что составляет в среднем за последнее десятилетие 850 т рыбы.

Зимняя рыбалка в Пермском крае считается самой увлекательной, но сопряжена с опасностью, однако рыбаков это не останавливает. Пик сезонности приходится на февраль исходя из климатических условий и клева. Спрос на зимнюю рыбалку относительно постоянен в зимние месяцы – таковы наблюдения администрации базы рыбаков «Уральский букет», расположенной на берегу Широковского водохранилища (рис. 9).



Рис. 9. Сезонность рыболовного туризма в зимний период

Весенняя рыбалка в Пермском крае имеет большие колебания по месяцам. В реках при первом появлении мути и усилении течения ужение заканчивается. В апреле наблюдается снижение прибытий на рыболовные базы и сокращение выходов рыбаков на реку. С каждым новым майским днем клев рыб усиливается [110], а спрос на рыболовные базы, аренду рыболовных снастей начинает расти уже с началом майских праздников (рис. 10).

Летняя рыбалка начинается с июня, но июнь – период нереста, а значит, разрешена ловля рыбы только на поплавочную удочку с берега вне мест нерестилищ. Массовость рыбалки в этом месяце средняя в связи с запретами.



Рис. 10. Сезонность рыболовного туризма в весенний период

Рыбалка в июле считается капризной и нестабильной, но рыбаки со стажем отмечают, что это самый многочисленный по рыбакам на воде месяц.

Клев рыбы в августе оживляется и становится равномерным в течение дня. Август – это пик рыболовной активности (рис. 11).



Рис. 11. Сезонность рыболовного туризма в летний период

Осенний сезон ловли рыбы в крае связан с погодой. Удачны периоды времени в сентябре, когда на протяжении нескольких дней сохраняется устойчивая погода с тихими и пасмурными днями. В октябре условия для рыбалки становятся более сложными. Ноябрь – замечательный месяц для рыбалки (рис. 12).



Рис. 12. Сезонность рыболовного туризма в осенний период

Проанализировав форум о рыбалке в Пермском крае «fishihg.perm.ru» и календарь рыбного клева, можно выделить популярные места для рыбалки и рыболовные базы отдыха и охарактеризовать сезонность рыболовного туризма (рис. 13).



Рис. 13. Сезонность рыболовного туризма в течение года

Охотничий туризм в крае определяется деятельностью 214 охотохозяйств. Постоянные охотники берут путевки сразу на весь охотничий сезон, но есть также суточные и месячные путевки [177].

Установить пиковые месяцы спроса на охоту в Пермском крае стало возможным благодаря экспертам ГКУ ПК «Пермохота» (рис. 14).

<i>Янв.</i>	<i>Февр.</i>	<i>Март</i>	<i>Апр.</i>	<i>Май</i>	<i>Июнь</i>	<i>Июль</i>	<i>Авг.</i>	<i>Сент.</i>	<i>Окт.</i>	<i>Нояб.</i>	<i>Дек.</i>

	пик сезона
	высокий (средний) сезон
	низкий сезон
	не сезон

Рис. 14. Сезонность охотничьего туризма

Деловой и выставочный туризм в регионе коррелирует обычно с организацией различных конференций и форумов как регионального, так и международного масштаба. Ведется постоянная выставочная деятельность. Выставочные прибытия уместно рассмотреть на примере регионального лидера этой деятельности – выставочного центра «Пермская ярмарка». За 20 лет работы выставочного центра в его проектах приняли участие представители более 60 стран мира, в том числе стран Европы, США, Канады, скандинавских стран, Китая и других государств Азиатско-Тихоокеанского региона. Ежегодно «Пермская ярмарка» принимает свыше 200 тысяч посетителей [53]. Проанализировав выставочный план на 2015 год и пообщавшись с руководителями центра, можно сделать вывод о его сезонных особенностях. В летние месяцы наблюдается низкая сезонность выставочного центра. С первых дней сентября начинают работать выставочные павильоны. С сентября по декабрь проходит множество форумов, выставок-ярмарок, тематических выставок, производственных ярмарок. В январе и феврале проходит лишь по одной выставке какого-либо направления, в эти месяцы сезонная активность туризма практически нулевая. Период с марта по апрель – это пик туристской сезонности, приезжает много гостей из соседних регионов для участия в выставках, форумах (рис. 15).

Янв.	Февр.	Март	Апр.	Май	Июнь	Июль	Авг.	Сент.	Окт.	Нояб.	Дек.
	■	■	■	■	■		■	■	■	■	■

■	пик сезона
■	высокий (средний) сезон
■	низкий сезон
	не сезон

Рис. 15. Сезонность делового и выставочного туризма

Этнический туризм развивается в Пермском крае по разным спектрам. В этом направлении работает архитектурно-этнографический музей «Хохловка». В музее проводятся народные праздники «Проводы Масленицы» (конец февраля), «Троицкие гулянья» (июнь), «Живая Пермь» (июнь), «Горнило Сварога» (июнь), «Движение» (июнь), национальный праздник «Барда-зиен» (21 июня), «Липка» (июль), «Яблочный спас» (август). Именно в «Хохловке» проходит праздник нового хлеба и гала-концерт всех участников этнофутуристического фестиваля КАМWA (7–9 августа). КАМWA — это мультикультурный проект, объединяющий различные жанры традиционной и современной культуры различных этнических групп и национальностей [103]. Поскольку все этнические праздники проходят в летние месяцы, они и составляют пик туристской сезонности. С октября по январь и с марта по апрель – не сезон этнического туризма в Пермском крае (рис. 16).

Янв.	Февр.	Март	Апр.	Май	Июнь	Июль	Авг.	Сент.	Окт.	Нояб.	Дек.
	■	■			■	■	■	■	■	■	

■	пик сезона
■	высокий (средний) сезон
■	низкий сезон
	не сезон

Рис. 16. Сезонность этнического туризма

Паломнический туризм в Пермском крае направлен ко многим местам, но более всего – к Белогорскому мужскому монастырю. Проведением паломнических путешествий обычно занимаются религиозные организации. В Перми это православный паломнический центр «Пермь Великая». Отмечается наибольшее число паломнических путешествий с мая по сентябрь и в первую половину января. Исходя из графика туров, а также учитывая климат края, можно выделить

февраль и ноябрь как неблагоприятные месяцы для паломнического туризма (рис. 17).

Пик посещений Белой горы приходится на летние месяцы. Зимой много гостей приезжает в основном на православные праздники, которых в зимние месяцы достаточно много. Кроме того, в монастыре планируют проводить мастер-классы и развивать событийный туризм.

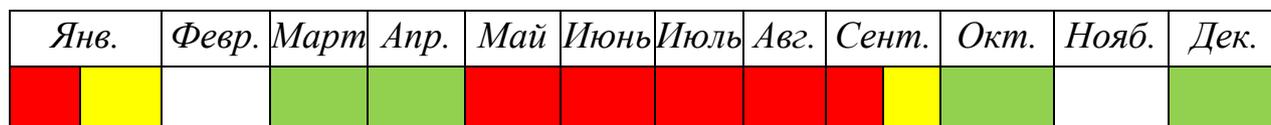


Рис. 17. Сезонность паломнического туризма

В Пермском крае **сельский туризм** находится в стадии зарождения. Конкретные туристические предложения в регионе пока единичны, но появляются яркие, например, агродеревня «Степаново городище» в селе Ленск Кунгурского района и в Чайковском районе «Сельский дом» В.Ю. Глухова.



Рис. 18. Сезонность сельского туризма

В зимнее время туристам предоставляется возможность ухаживать за домашними животными, кататься в санях, санках, заниматься заготовкой дров. В летние месяцы агродеревня востребована для корпоративов, организуемых предприятиями, банками и крупными учреждениями. Сельский туризм подвержен климатической сезонности. Пиковые месяцы по посещаемости: с майских праздников до конца августа и с конца декабря по февраль. Низкий сезон приходится на ноябрь и апрель, так как на дорогах осенняя и весенняя распутица (рис. 18).

В Пермском крае **речные круизы на теплоходах** являются традиционным и любимым видом летнего отдыха, возможности которого сильно сократились по сравнению с советским периодом. Их организуют несколько туроператоров. Со-

гласно представленной предприятием ВолгаWolga информации можно сделать вывод о том, что самый высокий уровень цен на путевки складывается перед началом тура. Самый загруженный месяц по разным направлениям – июль (рис. 19).



Рис. 19. Сезонность речных круизов

Экскурсионный и музейный туризм в Пермском крае находится на подъеме. Востребовано много экскурсионных предложений от разнообразных компаний, где музей является целью путешествия.

Проведя телефонный опрос сотрудников музеев в Осе, Кунгуре, Кучино, Очере, Усолье, Всеволодо-Вильве, Чердыни, можно сделать вывод о том, что музейный туризм практически не подвержен социальной и климатической сезонности. Пиковые месяцы посещаемости музеев соотносятся с периодом школьных каникул. Спрос на образовательные экскурсии в Пермском крае увеличивается с октября до середины ноября, с марта по апрель и в июне. В предновогодние, майские праздники возрастает спрос в связи с корпоративами и от любителей семейного отдыха. На протяжении года музеи посещают экскурсанты независимо от месяца (рис. 20).



Рис. 20. Сезонность экскурсионного и музейного туризма

Автомобильный туризм – это разновидность познавательных поездок. Лучшее время для путешествий на автомобиле – лето, когда можно поставить палатку, экономя на ночевке в гостинице, самостоятельно распределить время поездки и последовательность просмотра достопримечательностей. Сезонность автотуризма в Пермском крае отражена на рис. 21.

спрос на туристско-рекреационные услуги активнее в первом и третьем кварталах года, это горнолыжный и водный туризм. Сельский туризм в парке «Ашатли» подвержен сезонности в меньшей степени, а горнолыжный – весьма значительно.

Если включить все рассмотренные виды туризма в одну таблицу (рис. 22), то более-менее отчетливо выделяются для каждого месяца самые массовые, а значит, и наиболее подходящие для туризма виды. На основе этого можно создать календарный план предпочтительных туристских занятий для территории Пермского края.

Эта информация будет полезна для людей, планирующих свой отдых, путешествия, туристские мероприятия и рекреационные занятия, а именно: для индивидуальных туристов, групп школьников, коллективов предприятий, особенно в случаях, когда возможно годовое планирование деятельности. Поскольку выделяются пиковые сезоны по популярности, то, по-видимому, эти сезоны наиболее удобны и предпочтительны для данных видов туризма.

На протяжении года категории сезонности изменяются от одного вида туризма к другому. Так, например, в январе пик туристской сезонности приходится на бальнеологический, экологический, горнолыжный, конный, рыболовный, охотничий, паломнический, сельский туризм, или агротуризм. В июле пик туристской сезонности приходится на бальнеологический, пеший, экологический, велосипедный, конный, водный (сплавы), этнический, паломнический, речной, сельский туризм, или агротуризм.

На основании распределения сезонной интенсивности видов туризма можно составить календарь туристско-рекреационных занятий (табл. 6). Выделим виды туризма, которые наиболее востребованы в Пермском крае на конкретные месяцы и даты.

Таблица 6

Календарь туристско-рекреационных занятий на год

<i>Месяц</i>	<i>Дата</i>	<i>Вид туризма</i>
Январь	1–15	Бальнеологический, экологический, горнолыжный, конный, рыболовный, охотничий, паломнический, сельский или агротуризм
	16–30	Бальнеологический, пеший, экологический, горнолыжный, конный, сельский, или агротуризм, музейный
Февраль	1–15	Сельский или агротуризм, музейный
	16–28	Экологический, конный, рыболовный, музейный, сельский или агротуризм
Март	1–31	Деловой и выставочный, музейный
Апрель	1–30	Деловой и выставочный, музейный
Май	1–31	Паломнический, автомобильный
Июнь	1–30	Пеший, экологический, велосипедный, конный, этнический,

<i>Месяц</i>	<i>Дата</i>	<i>Вид туризма</i>
		паломнический, сельский или агротуризм, автомобильный
Июль	1–31	Бальнеологический, пеший, экологический, велосипедный, конный, водный (сплавы), этнический, паломнический, речной, сельский, или агротуризм
Август	1–31	Бальнеологический, пеший, экологический, велосипедный, конный, водный (сплавы), рыболовный, этнический, паломнический, автомобильный
Сентябрь	1–15	Рыболовный, охотничий, паломнический, деловой и выставочный
	16–30	Рыболовный, деловой и выставочный, охотничий
Октябрь	1–31	Охотничий, деловой и выставочный, музейный
Ноябрь	1–15	Охотничий, деловой и выставочный, музейный
	16–30	Рыболовный, охотничий, деловой и выставочный, музейный
Декабрь	1–15	Пеший, охотничий, деловой и выставочный
	16–31	Пеший, конный, рыболовный, охотничий, деловой и выставочный, сельский, или агротуризм

Распределив пиковые месяцы по выбранным нами самым предпочтительным видам туризма, мы составили календарный план досуговой (туристско-рекреационной) деятельности для условного коллектива предприятия в Пермском крае:

- Январь (новогодние праздники) – конный.
- Январь (16–30) – горнолыжный туризм.
- Февраль (1–15) – музейный.
- Февраль (масленица) – сельский, или агротуризм.
- Март (масленица – 31) – музейный.
- Апрель (1–30) – выставочный.
- Май (День Победы – 31) – паломнический.
- Июнь (День России – 30) – пеший.
- Июль (Иван-Купала – 31) – водный (сплавы) и велосипедный.
- Август (1–31) – речной и этнический.
- Сентябрь (1–15) – деловой.
- Сентябрь (16–30) – охотничий.
- Октябрь (1–31) – деловой и выставочный .
- Ноябрь (1–15) рыболовный.
- Ноябрь (16–30) – музейный.
- Декабрь (1–15) – пеший.
- Декабрь (16–31) – сельский, или агротуризм.

На рис. 23 в виде диаграммы показаны результаты общей оценки сезонности туризма в Пермском крае

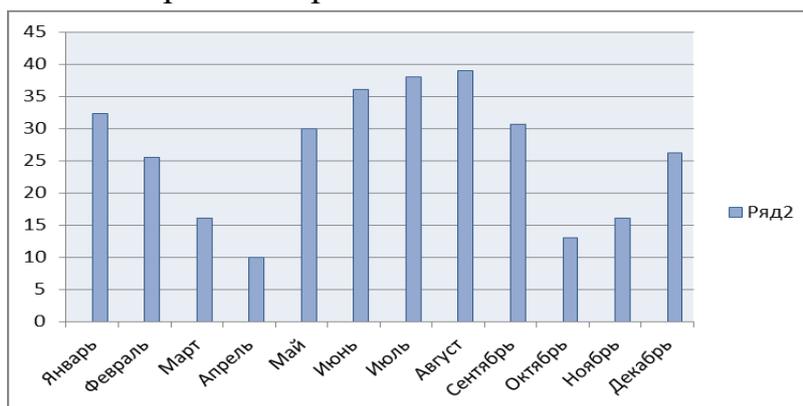


Рис. 23. Обобщенная количественная оценка сезонности туризма в Пермском крае

Рисунок отражает годовой ход активности в туризме в целом и колебания в возможностях этой сферы в Пермском крае. Отчетливо видно, что первый пик приходится на январь, так как половина месяца – новогодние праздники. В этот период пользуются спросом программы горнолыжного, конного, бальнеологического туризма. Второй пик активности – лето, со второй половины июня по август. Это пора сплавов по рекам, автомобильных путешествий, пеших маршрутов, этнических праздников, речных теплоходных круизов. Месяцы спада туристской активности – апрель и октябрь, что связано с климатическими и в меньшей степени с социально-экономическими особенностями края.

Вопросы и задания

1. Каким образом можно выявить сезонность какого-либо вида туризма в регионе?
2. Какие из видов туризма имеют самую сглаженную, а какие – самую резко выраженную сезонность в Пермском крае?

2.5. РАВНИННЫЙ ТУРИЗМ

Несмотря на то что горы, как правило, аттрактивнее равнин, туристско-рекреационная деятельность на равнинах ведется достаточно активно. В связи с этим можно даже употребить понятие «равнинный туризм». Следует внимательно рассмотреть виды и объекты туризма, вопросы системного развития этой сферы на равнинах, вдали от гор и морских побережий. Раздел основывается на материале совместных публикаций автора с Н.А. Емельяновой [87], М.В. Гудковских [66].

Равнины занимают обширные пространства земного шара. Они нередко плотно заселены людьми. На них выросли многочисленные, в том числе

очень большие, города. Крупные страны мира обычно располагаются на территориях, имеющих равнины больших площадей (Канада, США, Бразилия, Китай, Австралия, Аргентина). Некоторые небольшие и средние по размерам страны находятся исключительно на равнинах или преимущественно на равнинах (Нидерланды, Дания, Финляндия). Во многих странах, особенно в умеренных и субтропических широтах Западной Европы и США, равнины освоены, имеют плотную городскую и транспортную сеть.

Особенно значимы, если так можно выразиться, равнины в России и странах ближнего зарубежья. Восточно-Европейская и Западно-Сибирская равнины имеют такие обширные пространства и компактные формы, что их центральные части удалены от любых горных областей на расстояние около тысячи километров. Этот фактор ставит жителей этих мест в положение классических жителей равнин. Горы они могут видеть лишь на картинках и посещать их в редкие периоды отпусков. На Восточно-Европейской, или Русской, равнине полностью вне гор расположены территории 38 субъектов Российской Федерации, а также пять государств ее ближнего зарубежья: Эстония, Латвия, Литва, Беларусь и Молдавия. На Украине к полностью равнинным относится 20 регионов из 25. На Восточно-Европейской равнине расположено более 30 российских регионов, территории которых настолько удалены от горных областей, что этот фактор не позволяет включать ресурсы гор в планы обычной туристско-рекреационной активности. На Западно-Сибирской равнине на значительном удалении от гор располагаются юг Тюменской области, Омская область, большие части Ханты-Мансийского и Ямало-Ненецкого округов.

Туристско-рекреационная деятельность природного направления ориентируется прежде всего на местности двух типов: приморские и горные. Равнинные территории, да еще удаленные от моря, привлекают туристские потоки природной ориентации гораздо в меньшей степени. Города в центральных частях равнин располагаются далеко от тех приморских и горных природных достопримечательностей и ресурсов, которые с этими местностями связаны (пляжи, бухты, ривьеры, «кости», мысы, горные водопады, снега, ледники, альпийские луга, приморские и горные пейзажи).

Равнинное положение многих плотно заселенных регионов ставит задачу создания в них такой организации туризма и рекреации, которая обеспечила бы возможность в равнинных регионах развивать максимально эффективно многие виды туризма в природной среде на протяжении всего года. Это позволило бы наладить систему внутреннего природно-ориентированного туризма, несмотря на то что регион не обладает приморскими или классическими горными пространствами.

Туризм и рекреация, которые являются необходимым условием жизнедеятельности современного человека, должны быть системно организованы и в тех регионах, которые не обладают явными природно-ресурсными преимуществами, но население которых нуждается в полноценном отдыхе. Эта задача непростая в связи с тем, что такие территории давно утратили черты девственной природы, их ландшафты сильно или частично изменены хозяйственной деятельностью, а густая дорожная и селитебная сеть не оставляет значительных ареалов нетронутых ландшафтов. Частное землепользование осложняет проблему развития общедоступной туристско-рекреационной деятельности. Тем не менее очевидна необходимость оптимального использования нетронутых ландшафтов и формирования культурных ландшафтов как ресурса развития туризма на равнинных плотно заселенных территориях.

Если речь идет в основном о природно-ориентированном туризме на равнине, то можно воспользоваться термином **равнинный туризм**. Такое понятие не встречается в туристских классификациях. В спортивном туризме существуют понятия «горный туризм», «водный туризм», «пешеходный туризм», «спелеотуризм», «велотуризм» и нек. др. Будем считать, что равнинный туризм в какой-то степени соответствует «негорному» туризму. Однако его суть заключается не в отсутствии необходимости преодолевать природные препятствия, а в том, чтобы это была новая система организации и координации туристско-рекреационной деятельности, которая функционировала бы при дефиците таких ярких природных ресурсов, которые характерны для горных пространств, и с учетом высокой степени потребности.

В содержание равнинного туризма включаются спортивные (самодельные) пешеходные, водные (сплавы по рекам), лыжные, спелеопутешествия, велопутешествия, промысловые туристские мероприятия (рыболовные, охотничьи, ягодно-грибные и другие промысловые туры), маршруты экологического туризма, широкий спектр экскурсионного дела во внегородской среде в равнинной местности. Список включаемых в «равнинный туризм» разновидностей путешествий и рекреационных занятий названными видами не исчерпывается. Сюда следует включить и бальнеологический туризм вне моря и гор, а также сельский туризм, усадебный туризм. Как равнинный можно в каком-то смысле рассматривать и туризм в городах, если речь идет о формировании комфортной туристско-рекреационной среды равнинного города, его особой эстетики (см., например, статьи Б.Б. Родомана [178, 179] о «вдохновляющих заречьях» – особых пейзажах городов Европейской России).

Таким образом, понятие «равнинный туризм» распространяется на все виды туризма, туристские программы, проекты и туристские события, на всю ту-

ристскую деятельность и отрасль, которые географически приурочены к равнинным участкам суши земного шара, но с одним условием: природному ландшафту с его равнинным характером отводится существенная роль в данных туристских процессах. Здесь не столько важно точное определение понятия, сколько необходимо понимание проблемы организации полноценной туристско-рекреационной деятельности на хорошо освоенных и заселенных равнинных территориях, прежде всего в Центральной России.

Так, С.П. Шпилько [223] объясняет отсутствие во многих классификациях таких видов туризма, которые довольно распространены, и присутствие в классификациях тех видов, которые гораздо малочисленнее по размерам туристского потока. Он пишет о том, что выделяется космический туризм, о существовании которого никто не спорит, но при этом очень крупные виды туризма специально не терминируются. Так, по его словам, признаны детский и молодежный туризм, туризм третьего возраста, но не выделяется туризм среднего возраста (экономически активного), который, возможно, самый многочисленный. Автор считает, что это происходит в связи с существованием основного явления или процесса и его ответвлений. При этом основное не нуждается в специальном термине, а все дочерние получают собственное название при их появлении.

Таким образом, «туризм людей среднего возраста» был первоначальным явлением, которое называлось термином «туризм». Равнинный туризм, вероятно, был первым в туристской истории и до сих пор является наиболее массовым явлением в туристско-рекреационной активности природного направления, если учитывать пригородную рекреацию крупнейших городов, дачную, охотничье-рыболовную и промыслово-заготовительную деятельность, а также многочисленные путешествия к экскурсионно-познавательным объектам вне городов в многонаселенных равнинных регионах большого ряда стран с развитыми туристскими традициями и потребностями.

Туристские объекты равнинного туризма отличаются от таковых в горной местности. Здесь нет снежных пиков, труднодоступных перевалов, высокогорных панорам, протяженных скал, высоких водопадов. Реки могут иметь медленное течение, но они широки, полноводны и судоходны. В природном пейзаже много значит растительность, особенно леса. С экскурсионно-туристской точки зрения на равнинах важнее, чем в горах, единичные выразительные особенности ландшафта (выходы коренных горных пород, береговые обрывы, скалы, пещеры, валуны, быстрые участки рек, озера, водопады, роции и отдельные деревья, возвышенности и обзорные точки, ландшафтно разнообразные места с сочетанием акваторий, пересеченного рельефа, богатой растительности, открытых и закрытых пейзажей).

Важность вершин возвышенностей для туризма высоко оценена в Белоруссии, где исходя из практических запросов любителей самостоятельных спортивных путешествий и организаторов походов издан справочник-путеводитель [165] с описанием 125 высот возвышенностей, имеющих собственные названия, начиная от главных: г. Дзержинская (345,4 м) и г. Лысая (342,2 м) до высшей точки острова Ду (162,5 м) на Освейском озере. Авторы считают, что хотя эти горы и не укрыты ледниками, но многие белорусские высоты и возвышенности обладают собственным спокойным обаянием, по-своему интересны, привлекательны, здесь часто можно встретить туристов.

Белорусские специалисты считают вершины Беларуси естественными точками контрольных пунктов при спортивном ориентировании, они рекомендуют включать их в нитки маршрутов при проведении спортивных пешеходных, лыжных и велосипедных походов. Авторы пишут, что, к сожалению, на территории Республики Беларусь количество объектов, привлекательных для посещения иностранными туристами, довольно ограниченное. В результате многочисленных войн, прокатившихся по территории Республики, многие замки, церкви и костелы оказались полностью разрушены и навсегда утрачены в качестве исторического наследия. Поэтому естественные природные памятники в виде болотных ландшафтов, девственных лесов, рек и озер, заповедных пущ и самобытных белорусских вершин возвышенностей должны особо тщательно сберегаться для потомков и служить привлекательными объектами для экскурсий и походов как граждан Республики Беларусь, так и иностранных туристов [165].

Система организации туризма на равнинах, в отличие от горных или приморских пространств, имеет свои особенности. На побережье морей, в горах сформировались многочисленные популярные туристские дестинации. Морские побережья и горные местности часто являются массовыми современными туристскими направлениями как в международном туризме, так и во внутреннем. На равнинах такими дестинациями являются в основном города с их историко-культурным наследием, отдельные участки судоходных рек и некоторые бальнеологические местности. Остальная часть системы туризма в этих местах менее развита, более дисперсна, рассредоточена и трудно идентифицируема. Тем не менее именно равнины, их внутренние территории, удаленные от гор и морских берегов, являются условием и ресурсом туризма и рекреации для жителей располагающихся здесь городов. Отметим, что равнины гораздо меньше привлекают внимание туроператоров, проектировщиков туристской инфраструктуры, маркетологов. Все это свидетельствует о сложности задачи развития туризма на равнинах, о трудности создания ярких туристских проектов и, главное, о том, что система организации туризма во внутренних частях равнин должна быть разработана специально и на совершенно новых принципах.

На равнинах, по сравнению с горными местностями, реже формируются выраженные туристские зоны. Так, в Пермском крае явно выраженные туристские территории прослеживаются в северо-восточной горной части. В связи с этим проводить туристское районирование равнинных западных и южных пространств Пермского края намного сложнее, чем горных. Отметим, что предуральские территории Пермского края, пространства на стыке Восточно-Европейской равнины и горного Урала, по туристскому развитию не уступают горным областям. Сюда относятся прежде всего муниципальные районы вблизи Кунгура.

Моделью организации туристско-рекреационной деятельности на равнине является поляризованный ландшафт Б.Б. Родомана [180]. В ней выражена логика зонирования хозяйственной деятельности в регионе. При этом туристско-рекреационная активность возможна во всех шести типах зон, но наиболее «привязана» к первой – центру города – и пятой – зоне руральных видов деятельности, в том числе туризма. Здесь должны располагаться и национальные парки. Если первая зона связана с культурным туристским направлением, то пятая – с природным туристским профилем. Физико-географической основой модели принята гомогенная равнинная поверхность. Поскольку идея схемы родилась у автора в Подмосковье, то можно считать модель наиболее подходящей именно для внутренних частей равнин.

Разрабатывая систему организации и технологию развития туризма на равнинах, следует обратиться к богатому опыту самостоятельных путешествий в европейской части страны в период существования Советского Союза. В каждой области и автономной республике в то время были разработаны маршруты выходного дня и категорийные маршруты в пешеходном и водном видах туризма. Некоторые из них были очень популярны и достаточно массовы. Развивались и другие виды туризма в зависимости от возможностей территории: лыжный, спелеологический, велосипедный. Туристские маршруты были классифицированы по категориям сложности, из них выделены эталонные маршруты. За 20 лет многое изменилось. Стали раритетом прежние романтические, научно и практически выверенные путеводители; их сменил вал якобы туристской информации, которая готовится с целью продвижения конкретного тура и услуги. Исчезли традиционные тропы для людей с рюкзаками. Многие реки уже «не видят» байдарок и катамаранов. Привлекательные ландшафты застраиваются нетуристскими объектами и по различным причинам выбывают из туристских процессов.

Природно-ориентированный туризм стал развиваться в основном по узким полосам вдоль автодорог, поскольку подъезд и выезд осуществляется не на электропоездах, а на автомобилях. Да и сам подъезд и выезд превращается почти в

самоцель. Люди больше ценят комфорт и инфраструктуру, которая пока только формируется вдоль автодорог. Прежде необходимая для путешествий транспортная сеть (узкоколейки, лесовозные дороги, общественный транспорт до деревень) перестала существовать или не очень интересует современного российского туриста.

В связи с этим необходимо изучение системы туризма на равнинах, особенностей ресурсного потенциала, структуры видов туризма, определение принципов охраны перспективных территорий и объектов, возможности развития туристско-рекреационной деятельности для жителей крупных городов.

Туристская деятельность и отрасль сильно зависят от географических свойств территории, которые проявляются в уровне развития туризма и его профиле. При этом важны и физико-географические свойства, и экономико-географическая специфика территории. Тюменская область как регион имеет ряд уникальных особенностей в России, каждая из которых определяет специфику современного развития регионального туризма [66]. К таким особенностям региона относятся его большая величина, равнинный рельеф, северное расположение, сложносоставной административно-территориальный статус, рост численности населения, увеличение числа городов, в частности больших, экономическая и культурная активность, положительная доходная динамика.

Выделим один природно-географический фактор, который, на наш взгляд, не учитывается в туристском планировании, хотя играет важную, но, может быть, не совсем видимую роль. Это равнинный рельеф региона. Попробуем рассмотреть в общем виде равнинность территории как фактор туризма применительно к различным странам и регионам. Тема туризма на равнинах выглядит малоинтересной, малоперспективной. Скорее всего, поэтому мало кто ее как таковую выделял, хотя теоретических и методических подходов к этой тематике можно найти немало.

Равнина как географический феномен в меньшей степени интересует географов. Вспомним, что серия книг издательства «Мысль» в 80–90-е годы включала энциклопедические книги о горах, ледниках, вулканах, пустынях, берегах и других земных феноменах, но не о равнинах.

Зачем надо изучать туристские возможности равнин? По сравнению с равнинами, горы для туризма, по общему мнению, выигрышнее; в горах, как правило, больше концентрируется туристских объектов, более высокая аттрактивность, выражающаяся в уникальности, эстетичности, ландшафтном разнообразии. Возможно, это характерно для современного туризма, когда многие горные районы мира освоены инфраструктурно и гостеприимны. История знает времена, когда ныне массово посещаемые горные районы путешественники обходили стороной, поскольку их территории были без дорог, непроходимы и неприветливы.

Оставим за скобками нашего обсуждения участки равнин, которые примыкают к морским берегам, с возможностями пляжной рекреации и приморского туризма. Не будем также рассматривать полосы непосредственно предгорий, так как стык гор и равнин обычно особенно насыщен туристскими ресурсами. Нас будут интересовать особенности развития туризма в таких местах. Практической целью будет поиск аналогий и опыта для применения при развитии туризма в районах Тюменской области. Эти районы представляют собой классическую равнину фактически в варианте низменности, удаленную от теплых морей и красивых гор.

Много ли на земле равнин? Что считать равниной? Много ли больших городов и туристских пунктов на равнинах в их внутренних районах?

Обратимся к определению равнины. В географическом энциклопедическом словаре приводится следующая дефиниция, которую мы дадим в сокращении:

Равнины (англ. *plain*, нем. *ebene*) – относительно ровные поверхности, иногда значительные по площади с небольшими (обычно не более 200 м) колебаниями высот и малыми (менее 5 град.) уклонами; один из важнейших элементов рельефа земного шара. Встречаются на различных высотах и глубинах как в пределах суши, так и на дне океанов и морей. На суше различают равнины, лежащие ниже уровня моря (например, часть Прикаспийской низменности, прилегающая к Каспийскому морю), низменные равнины или низменности до высоты 200 м (Западно-Сибирская равнина), возвышенные равнины на высоте 200–500 м (плато Устюрт), нагорные равнины на высоте более 500 м (внутренние районы Иранского нагорья). Поверхность равнины в платформенных областях чаще всего горизонтальная или почти горизонтальная, характерна открытая, непрерывная линия горизонта. По преобладанию экзогенных процессов различают денудационные и аккумулятивные равнины. В совокупности равнины занимают 15–20 % суши. Самые большие равнины (Амазонская, Восточно-Европейская, Западно-Сибирская) имеют площадь несколько млн кв.км. Большие ровные пространства с малыми уклонами и незначительными высотами весьма благоприятны для всесторонней хозяйственной деятельности и жизни людей, поэтому равнины издавна служили основным местообитанием человека и ныне на них проживает большая часть населения земного шара.

С учетом того, что равнины располагаются чаще в приморских зонах, площадь приморских равнинных полос велика. Если исключить равнинные приморские зоны и полосы предгорий, то доля равнин на суше планеты окажется не такой большой, как казалось, и составит около 10 %. Посмотрим, какие большие города и какие признанные туристские пункты располагаются во внутренних частях низменных и возвышенных равнин.

Поскольку равнины важны для расселения, рассмотрим их географию применительно к странам и городам. Если учитывать только равнины за пределами горных систем, а именно равнины в географически-номенклатурном плане, можно разделить государства с точки зрения рельефа. На примере Европы это выглядит так. Существуют полностью равнинные страны (Дания, Нидерланды, Беларусь, Литва, Латвия, Эстония), преимущественно равнинные (Украина, Венгрия, Польша, Финляндия, Бельгия), страны, где равнины и горы занимают территории примерно в равных долях (Германия, Франция, Великобритания, Ирландия, Португалия), страны, где равнинные части значительны, но не преобладающие (Швеция, Австрия, Сербия, Румыния), страны с незначительной долей равнин (Италия, Албания, Хорватия, Болгария), страны практически без равнин (Испания, Словакия, Греция, Босния и Герцеговина), страны полностью в горах (Норвегия, Швейцария, Черногория, Македония, Люксембург, Исландия, все европейские микросоюзы). Есть страны, где равнина настолько пересечена, что отнести территорию к равнинной трудно (Молдавия).

Оценим географическое положение больших городов и известных центров туризма внутри равнин.

В Великобритании на равнине из больших городов выделяются Бирмингем, Ноттинген, Ковентри, из туристских центров – Оксфорд и Кембридж, Бат и Страдфорд-на-Эйвоне, а также Йорк. Похоже, Оксфорд располагается в самой сердцевине английских равнин. Отметим, что Лондон, как Бристоль и многие портовые города в других странах, равнинный, но они располагаются в нижних частях судоходных рек недалеко от морей, и их мы не можем с полным основанием приводить для сравнения. Это Гамбург (на Эльбе) и Бремен (на Везере), Роттердам (в дельте Рейна и Шельды), Бордо (на Гаронне), Щецин (на Одре).

Города Франции, расположенные в центрах низких равнин, наиболее значимые в туризме – Париж, Орлеан, Шартр. В Германии равнинное положение имеет Берлин. В Польше среди туристских городов Варшава и Торунь располагаются в центре равнины, а из самых больших, но не столь туристских городов – Лодзь и Познань. В Венгрии, казалось бы, города преимущественно располагаются на Среднедунайской низменности, но они в основном тяготеют к предгорьям, и только Дьер и Сегед расположены в равнинном окружении. Внутриравнинное положение имеют Брюссель в Бельгии и Бухарест в Румынии.

В странах Южной Европы есть крупные и туристские города на равнинах, но они располагаются на незначительном удалении от гор (Милан и Севилья). В Италии равнинное положение имеет «Южная Флоренция» – небольшой туристский город Лечче на полуострове Салентина.

Среди туристских городов, расположенных на равнинах, можно назвать в Швеции город Упсала, в Эстонии – Тарту, в Латвии – Цесис, в Литве – Вильнюс,

Каунас, Тракай и Друскиненкай, в Беларуси все города приурочены к равнинам и главное – Минск. На Украине практически все крупные города и туристские центры располагаются на равнине, прежде всего Киев. Таким образом, не много, но есть примеры столиц европейских стран, в том числе крупнейших городов, которые находятся внутри низменных равнин, на значительном удалении от побережий и предгорий, есть немало туристских городов внутри равнин.

Какие можно выделить особенности туристских городов, расположенных внутри равнин в европейских странах? Отметим тяготение многих университетских городов к равнинам (Оксфорд, Кембридж, Лейвен, Лейден, Тарту, Печ, Яссы, Упсала, Лечче). Туристскими стали города с архитектурным наследием (Лечче, Шартр), связанные с именами известных людей (Орлеан, Торунь). Культурно-исторический туризм является основой городов в таких условиях. Так, в университете Экотех Саленто города Лечче готовят магистров по направлению «Туризм» по программе «Культурный туризм». Магистерские программы обучения обычно отражают наиболее актуальные темы для региона.

Оценивая туристские ресурсы внутри равнин, отметим их следующие особенности [38]:

1. Природные туристские ресурсы имеют в большей степени рекреационное, а не туристское значение. Если туристские культурные объекты могут иметь международное и даже уникальное мировое значение (Париж), то природные ресурсы, как правило, важны как рекреационная среда для местного населения. Хотя могут быть и исключения. К исключениям отнесем судоходные равнинные реки с организованным круизным туризмом на речных судах, прогулочные речные экскурсии в больших городах. Таким образом, реки – природные объекты на равнинах не только с местным рекреационным, но и с государственным и международным туристским значением.

2. Среди ресурсов культуры выделяются событийные мероприятия, определяемые современными возможностями больших городов по их организации, культурно-исторические ресурсы, использование возможностей шопинга и развлечений. Также учитываются потенциал высшего образования и возможности университетских студенческих городов. Отметим значение для туризма крупных современных шопинг-центров, аутлетов, которые в основном создаются на равнинах.

3. Несмотря на то что равнины считаются менее аттрактивными пространствами, в отличие от горных областей и приморских зон, здесь развиваются многие виды туризма, есть экскурсионно яркие города.

Добавляют привлекательность равнинным местностям разнообразные внутренние акватории, большие озера, водохранилища, системы небольших озер, реки, пруды.

Интересно то, что и на равнинах можно выделить собственные типы природных туристских объектов, например устья рек. Во многих регионах устья рек (места, где соединяются реки) в туристском плане не используются и не ценятся. Однако есть примеры внимательного отношения к этим географическим объектам, которые превращаются в туристско-значимые. В Каунасе стрелка Няриса и Нямунаса является туристско-рекреационной доминантой города.

На равнине может быть интересна геология. Это различные обнажения с особенной стратиграфией, минералогией, палеонтологией. Крутые берега рек, озер, водохранилищ могут так зрелищно иллюстрировать геоморфологические процессы в сравнении с равнинным спокойным окружением, что это не менее интересно, чем в горах. Так выглядит, например, берег Вятки в Котельниче.

На равнине рельеф может быть очень разнообразен малыми и средними формами, особенно в районах с ледниковой историей (Карелия). В равнинных местностях аттрактивность создается и разнообразием растительности с участием небольших рощ и выделяющихся экземпляров деревьев (Среднерусская возвышенность).

На равнинных пространствах можно выделить сформировавшиеся туристские территории, это туристские пояса «Золотое кольцо» (Московская, Ярославская и Владимирская области), «Поволжский» (субъекты РФ вдоль Волги), туристские районы «Русский Север» (Архангельская и Вологодская области), «Древнерусский» (Новгородская и Псковская области). Среди видов туризма, выделяющихся в европейском центре России, обращает на себя внимание усадебный туризм. Отметим, что дворцово-парковые туристские объекты характерны именно для изучаемых территорий.

Туристские объекты равнинного туризма отличаются от таковых в горной местности. Здесь нет снежных пиков, труднодоступных перевалов, высокогорных панорам, протяженных скал, высоких водопадов. Реки могут иметь медленное, плавное течение, но они широки, полноводны.

В настоящее время в Тюменской области, преимущественно равнинном регионе, активно развиваются многие виды туризма и рекреации, и регион признается одним из российских лидеров в этой динамике.

Вопросы и задания

1. Приведите примеры равнинных стран и равнинных регионов.
2. Чем отличаются природные туристские объекты в горах и на равнинах?
3. Какие виды туризма в большей степени получили распространение на равнинах?

2.6. ГОРНОЛЫЖНЫЙ ТУРИЗМ

В данном разделе использованы материалы статей, написанных совместно с Д.И. Шиловой [104, 105].

Поступательное развитие туристско-рекреационной деятельности в мире способствует появлению многих сервисных предприятий, профессий и даже отраслей, которые вносят заметный вклад в экономику территорий и даже во многих местностях определяют хозяйственную специализацию. Увлечение людей горными лыжами и близкими к ним зимними занятиями сформировали новый вид туристско-рекреационной деятельности и новую мировую хозяйственную отрасль. Горнолыжную отрасль с ее массовостью, обеспеченностью конструкциями, разнообразным оборудованием, производством снаряжения и технологичностью в обслуживании можно в переносном смысле назвать горнолыжной индустрией, если термин «индустрия» вообще можно применить к туризму.

Урал в течение многих столетий являлся классической промышленной территорией, и сейчас остается одним из немногих промышленных регионов в мире. Тем не менее в уральских регионах горнолыжная отрасль, являясь не промышленной, а сервисной сферой, достигла гораздо более заметного уровня, чем на окружающих Урал территориях России. Многочисленность горнолыжных предприятий в регионах Урала, величина предприятий, их известность и работа на туристский прием из удаленных мест заставляет рассматривать эту отрасль как значимый фактор социально-экономического развития. По некоторым косвенным цифрам можно сделать приблизительный расчет потраченных денежных средств рекреантами за один день посещения горнолыжного комплекса в высокий сезон. Для расчета используется простая формула:

$$N \times \$ \times C = V,$$

где N – максимальное количество посетителей в день в среднем горнолыжном комплексе;

$\$$ – средний чек по комплексу;

C – количество действующих горнолыжных комплексов;

V – объем потраченных посетителями денежных средств.

Объем потраченных денежных средств посетителями в день высокого сезона на горнолыжных курортах Большого Урала:

$$1500 \times 800 \times 80 = 96\,000\,000 \text{ рублей.}$$

Такие косвенные цифры могут оценить вклад горнолыжных комплексов в развитие экономики Урала. В связи с этим становится актуальным исследование сети горнолыжных комплексов, разработка методики, определение показателей и технологии сбора данных.

Горнолыжная сфера как отрасль сервиса имеет свои особенности. Это сервис, если так можно сказать, ландшафтный, географический. Географические и особенно ландшафтные факторы оказываются важнейшими, во многом определяющими ценность горнолыжных предприятий. Поэтому географические характеристики необходимо учитывать как одни из ведущих при анализе развития горнолыжной отрасли региона, на них необходимо опираться в выборе методики и показателей.

Отрасль стала предметом исследований многих российских и зарубежных специалистов. В русскоязычных публикациях предлагаются проекты развития горнолыжных комплексов [27, 166, 200], проводится их сравнение по инфраструктуре [67, 187]. Выделяются работы экономистов, архитекторов, специалистов по спорту. Ряд географов имеют плодотворные публикации по этой теме [37, 44, 113, 136, 150, 167, 197]. В англоязычной литературе изучение горнолыжных курортов популярно. Среди аспектов исследований преобладают: метеоклиматические, прежде всего, связанные с обеспеченностью снегом [3, 12], маркетинговые, направленные изучение рынка, на сегментирование посетителей [6], из сферы менеджмента [5], экономические, например факторы доходности предприятий [8, 9]. Экономико-географические исследования в этом отношении довольно редки [16].

Для анализа горнолыжной отрасли важно наиболее полно показать ее структуру. На наш взгляд, ее основными структурными элементами являются три составляющие, позволяющие создавать соответствующий сервис:

1. Покрытые снегом склоны, оборудованные подъемниками, имеющие подготовленными трассы для спуска в местностях с высокими экологическими и эстетическими характеристиками;

2. Горнолыжные комплексы, обеспечивающие туристско-рекреационные потребности в специальном оборудовании, размещении, питании, информировании, тренинге, медобслуживании, развлечении и т.д.

3. Личное горнолыжное снаряжение в виде лыж, сноуборда, спортивного и рекреационного инвентаря, специальной обуви, одежды и прочее, предполагающее развитие специальной торговой сети и арендных предприятий.

Анализ горнолыжной отрасли, ее географии, возможен в настоящее время с достаточно высокой точностью по многим причинам. Горнолыжных предприятий много, они пространственно дисперсные, что позволяет найти закономерности их географического тяготения. Эти объекты относятся к предприятиям сервиса, где любые статистические данные не являются особой тайной, открыты для потребителя. Их эффективность работы даже предполагает открытость многих сравнимых данных для потребителя. Предприятия имеют основные характеристики, многие из которых отражены в их «паспортах», а другие хорошо видны

визуально, поэтому при сборе необходимых данных трудно значительно ошибиться в числовых значениях.

Вопрос выбора параметров и данных связан с выделением наиболее важных факторов в работе горнолыжного комплекса. Если речь идет о регионах Урала, то снежно-климатические параметры, очень дифференцирующие многие другие территории, можно условно вынести за скобки в данном исследовании. Среди факторов, определяющих особенности и развитость горнолыжного предприятия на Урале и в соседних регионах, выделяются следующие: индивидуальные, административно-территориальные, транспортно-географические, геоморфологические, спортивно-инфраструктурные, туристско-инфраструктурные и кадровые.

Статистические и иные характеристики горнолыжной отрасли наиболее целесообразно рассматривать по горнолыжным комплексам (далее – ГК).

В характеристике индивидуальности горнолыжного комплекса значимыми являются его название и год организации. Названия предприятий следует сопоставить. Можно выявить, какие из предприятий названы согласно географическому названию места, какие подчеркивают своим названием природное достоинство местности, какие предприятия названы по другим принципам. Туристский сервис – это творческий процесс, но и при этом объективные, в том числе географические, факторы играют ключевую роль в организации предприятия и даже в его продвижении. Эти данные вроде бы несущественные, однако их можно использовать. Доля предприятий с «географическими» названиями, например, будет косвенно свидетельствовать о роли географических компонентов в объеме имиджевой работы.

Год организации предприятия свидетельствует о длительности его работы и опыте коллектива. Это важно не только потому, что с годами меняется экономическая среда деятельности, но и потому, что горнолыжное предприятие ежегодно работает в разных снежно-климатических условиях, подстраиваясь под погоду. Многолетний опыт работы предприятия в данной отрасли – это его существенный плюс, это дополнительная гарантия его стабильности.

Принадлежность горнолыжного предприятия к тому или иному субъекту РФ и его муниципалитету обязательно должна быть отражена в реестре данных, поскольку система организации туризма и туристской инфраструктуры в России имеет региональный характер. Это уместно даже не потому, что туризм координируется регионально, а потому, что системы транспорта и многие социально-экономические сферы в стране организованы иерархически по административно-территориальному принципу.

Данные о принадлежности к территории определенного муниципалитета (или соседних муниципалитетов) необходимы для понимания социально-экономико-географических условий работы предприятия. Статистика в разрезе муниципалитетов позволяет их сравнивать по разным параметрам. Важно понимать, предприятие действует в сельском районе или в урбанизированном ареале, в экономически активном месте или в районе миграционного оттока и т.д.

Важнейшими данными, отражающими экономико-географические условия деятельности ГК, являются транспортные (дистанционные) характеристики. Речь идет о характеристиках: «Расстояние от ГК до центрального (крупнейшего) города региона» и «Расстояние от ГК до значительных (нецентральных) городов региона».

Потенциальный спрос на горнолыжные услуги определяется близостью крупного города. Административные центры субъектов РФ, являющиеся, как правило, крупнейшими городами регионов, – важные генераторы потоков на горнолыжные комплексы. Спрос на горнолыжные услуги высок вблизи города и быстро убывает с увеличением расстояния. Специалисты сравнивают график данной зависимости с экспонентой. В связи с этим показатель расстояния по автомобильной дороге от центра главного города до ГК должен быть в реестре характеристик.

Горнолыжный комплекс может быть расположен довольно далеко от главного города региона, но ориентироваться на второй, третий или четвертый по численности населения. На Урале это Нижний Тагил, Магнитогорск, Златоуст, Стерлитамак и другие города. Для учета такого расположения следует ввести и такую характеристику, как «расстояние от нецентрального значительного по численности населения города». В расчет следует принять города более 100 тыс. человек, а в некоторых случаях и средние по размеру города. Это зависит от развития горнолыжной культуры в городе и способности обеспечить определенный высокий уровень спроса.

Выделяя ГК вблизи центрального и других значительных городов региона, мы дифференцируем пригородные комплексы и предприятия в сельской местности, в лесных и горных, удаленных от городов территориях. Предприятия, находящиеся в различных экономико-географических условиях, должны по-разному структурироваться, по-разному строить свою деятельность.

Поскольку горнолыжный комплекс – предприятие, требующее определенных геоморфологических и климатических условий, для него очень важны данные о рельефе местности и снежной обстановке. Очень существенны характеристики основной инфраструктуры, важны показатели «Протяженность трасс» и «Пропускная способность подъемников».

Характеристикой объекта туристской инфраструктуры чаще всего является показатель, характеризующий гостиничные возможности, поскольку обеспечение размещения свидетельствует о существовании туристского потока. Размер горнолыжного комплекса во многом характеризуется данными о персонале.

Перечисленные характеристики горнолыжных предприятий позволяют всесторонне оценить их деятельность и перспективы, понять географические закономерности и тенденции, оценить факторы их развития.

Рассмотрим сеть горнолыжных комплексов Урала по некоторым представленным характеристикам. Поскольку географическое понятие «Урал» имеет в разных отношениях различные границы, включим в анализ субъекты РФ в составе Уральского экономического района, Уральского федерального округа и Республику Коми, имеющую значительную горную часть. В таком расширенном понимании территории исследований, как территории Большого Урала, наши оценки распространятся на 11 субъектов РФ.

На Урале и в сопряженных регионах располагается около 100 горнолыжных предприятий. Их число каждый год несколько меняется из-за открытия новых или прекращения деятельности существующих комплексов по различным причинам.

Анализ названий предприятий (рис. 24) позволяет сделать некоторые интересные выводы. Самый популярный вариант наименования ГК связан с названием населенного пункта – места расположения предприятия или ближайшего к нему. Потенциальные посетители, используя современные системы навигации, быстрее ориентируются в расположении ГК, если его название соответствует названию ближайшего поселения. Есть современная тенденция переименования предприятия в соответствии с этим подходом. Горнолыжный курорт «Губаха» получил название от промышленного города Губаха, но еще 20 лет назад комплекс назывался «Уголек», отражая исчезнувшую сейчас горнодобывающую специализацию района.

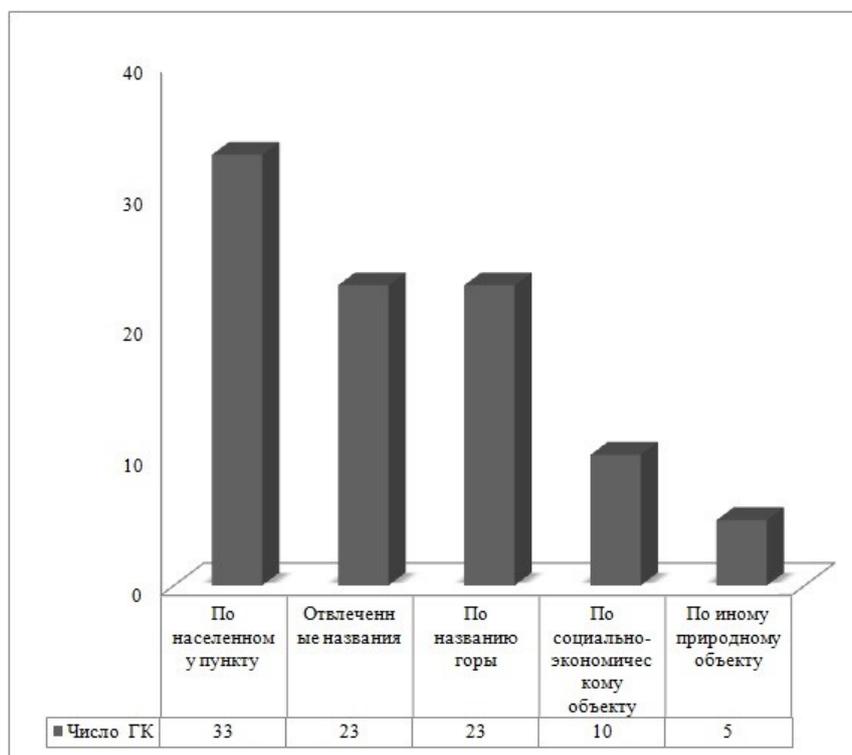


Рис. 24. Принципы наименований горнолыжных комплексов Урала

Связать название горнолыжного курорта и горы логично, так как в большинстве случаев горнолыжный комплекс располагается на склонах горы или горного массива, которые имеют конкретные названия. Один из первых горнолыжных комплексов России «Уктус» расположен на Уктусских горах в черте города Екатеринбурга.

Популярными являются и отвлеченные названия, которые не связаны с топографическими объектами и направлены на создание определенного настроения, например «Метелица». Такие комплексы иногда имеют спортивную историю и хорошо известны местным жителям.

Менее популярная тематика названий ГК связана не с вершинами и населенными пунктами, а с другими локациями – природными или социально-экономическими объектами: со скалами «Арский камень» (Башкирия), реками «Чермода» (Пермский край), озерами «Кандры-Куль» (Башкирия), санаториями «Уральские зори» (Челябинская область), домами отдыха «Сталагмит» (Пермский край), объектами культуры «Парк Победы» (г. Уфа). Как правило, горнолыжные склоны с подобными названиями открываются как дополнительные услуги в системе уже имеющейся туристской инфраструктуры.

Принципы наименований предприятий в определенном смысле свидетельствует о значительной роли географических факторов в деятельности отрасли, поскольку 65 % предприятий предпочитают названия, связанные с географическим объектом.

Время появления горнолыжных комплексов на Урале (рис. 25) – показатель опыта работы предприятия, уровня горнолыжных традиций в данном месте. Анализируя год основания предприятий, следует обратиться к истории горнолыжного спорта в России. На территории России и бывшего СССР основные места катания на горных лыжах создавались как центры подготовки спортсменов и как места для проведения соревнований. Первый всесоюзный горнолыжный праздник состоялся на Уктусских горах в 1934 году, в том году Свердловск официально принял участников чемпионата СССР по таким дисциплинам, как прыжки с трамплина и горнолыжный слалом. На территории комплекса начинают действовать спортивные школы для подготовки спортсменов, поэтому инфраструктура и техническое оснащение ГК не было рассчитано на задачи рекреации для местных жителей.

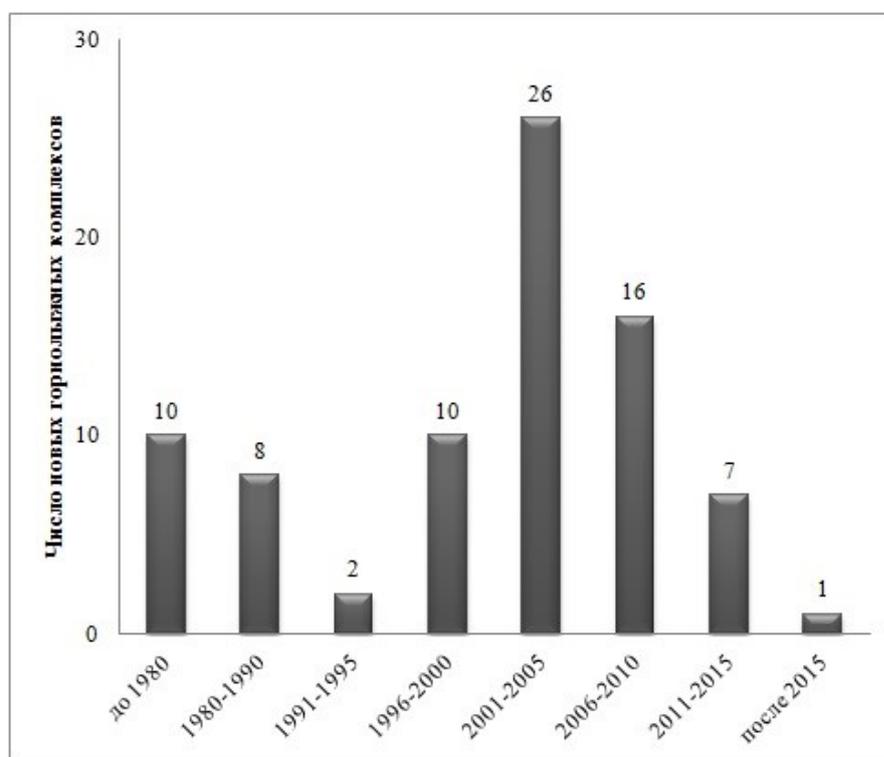


Рис. 25. Годы основания горнолыжных комплексов Урала

С 1990-х годов ситуация кардинально меняется, горнолыжная сфера начинает приносить доход. В первое десятилетие XXI века открылось 42 новых горнолыжных предприятия, это почти половина всех существующих, появившихся за 80 лет. Среди многочисленных работающих ГК не все успешно реализовали свою деятельность, есть и отрицательная сторона статистики – 15 горнолыжных комплексов с 2005 года прекратили свою деятельность. Нужно учесть тот факт, что сезон катания на горных лыжах длится на Урале в среднем четыре месяца, в летний период поток отдыхающих резко снижается.

На Урале большинство горнолыжных предприятий сосредоточено на территории четырех субъектов РФ: Пермский край – лидер по количеству ГК (27),

затем следуют Республика Башкортостан (16), Челябинская (15) и Свердловская (14) области. Эти субъекты РФ, в отличие от других на Урале, имеют самое многочисленное население и необходимые природные условия. Исходя из двух показателей (рис. 26): численность населения субъектов РФ и число горнолыжных комплексов, можно определить коэффициент корреляции, для расчета которого использован метод Пирсона. Коэффициент корреляции составил 0,69, что указывает на связь средней тесноты между двумя показателями. Можно сделать вывод, что число горнолыжных предприятий в регионах Урала зависит от численности населения регионов лишь отчасти.

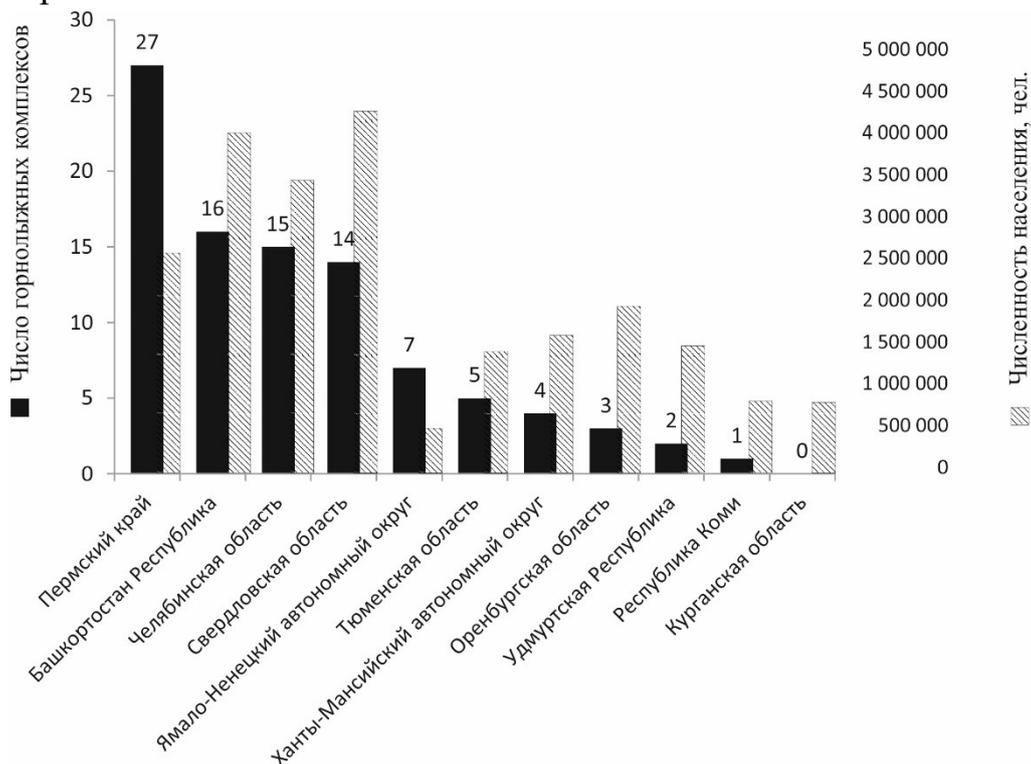


Рис. 26. Численность населения и число ГК в регионах Урала

Четыре уральских региона из одиннадцати сосредотачивают 77 % из общего числа всех горнолыжных предприятий. География горнолыжной отрасли изучаемой территории свидетельствует о концентрации этой деятельности на Среднем и Южном Урале (рис. 27).

По-видимому, целый ряд факторов способствует развитию отрасли в вышеуказанных четырех регионах: большая численность населения; наличие больших и средних городов; экономическая активность регионов и высокие значения средней зарплаты; горные местности, равнины с возвышенностями и плотной гидрографической сетью, создающей вертикальную расчлененность территории; большая высота снежного покрова зимой и значительная длительность снежного сезона; значительная лесистость, снижающая скорость ветра на склонах.

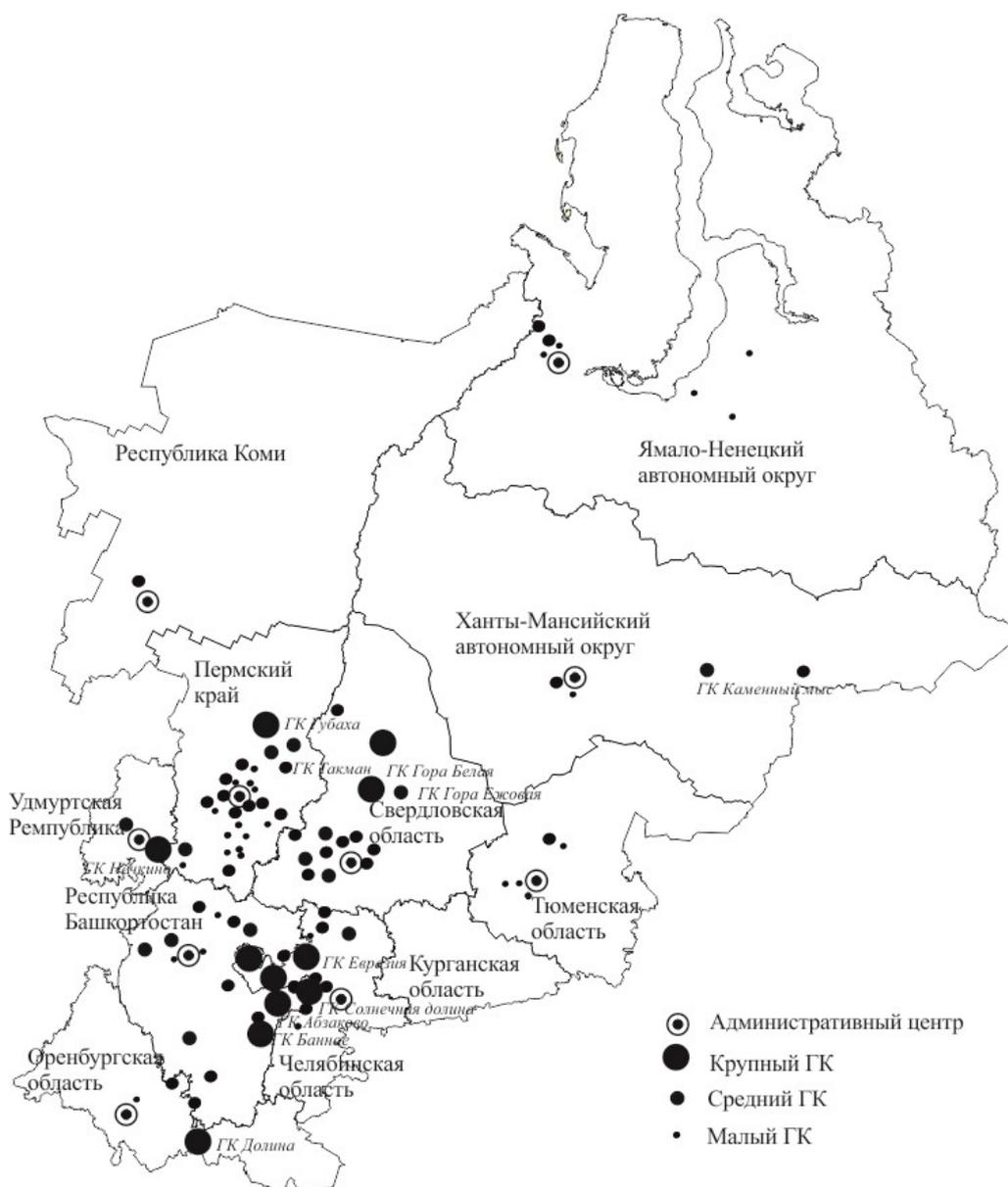


Рис 27. Сеть горнолыжных комплексов (ГК) в регионах Урала

Отметим на примере Тюменской области то, что равнинность территории не является ограничивающим фактором для развития сети ГК. В Тюменской области, если рассматривать ее в составе трех субъектов РФ, число ГК также значительно – 16.

Можно ли каким-то одним фактором: например, численностью населения, горным рельефом, средним уровнем заработной платы, положением в широтном поясе и т.д. – объяснить различие регионов Урала в численности горнолыжных предприятий? По-видимому, нельзя. Это еще раз показывает комплексную географическую сущность горнолыжного предприятия, зависимость его структуры и деятельности от множества факторов.

Принадлежность ГК к определенным муниципалитетам уместно проследить по Пермскому краю, где самое большое число предприятий. Почти половина всех предприятий региона (12 из 27) расположены вблизи Перми и в соседних с городом муниципалитетах (Краснокамский и Добрянский районы). Все эти предприятия располагаются на расстоянии до 50 км от столицы региона. Добраться до них из Перми можно в течение часа.

Город Пермь занимает большую площадь, протягивается вдоль берегов Камы почти на 70 км, поэтому жители города обычно выбирают для посещения один из ближайших горнолыжных комплексов. Это основная причина выбора, но играют роль и второстепенные причины, связанные с разнообразием склонов, качеством обслуживания и дополнительным сервисом.

Следующая компактная зона горнолыжных комплексов расположена к северо-востоку от г. Перми – в Чусовском районе, Губахинском и Лысьвенском городских округах, с расстоянием от Перми до предприятий более 150 км. Горнолыжных комплексов всего четыре, но это самые крупные объекты в Пермском крае, благодаря достоинствам рельефа Среднего Урала.

Остальные одиннадцать ГК расположены в южной части края, в Кунгурском, Бардымском, Осинском и Чайковском районах. Они находятся на расстоянии более 100 км от главного города региона. Это небольшие предприятия в черте нецентральных городов и в сельской местности.

Рассматривая расположение ГК по территории Большого Урала в целом, можно достаточно четко классифицировать комплексы по расстоянию от главных городов субъектов РФ (рис. 28). За шкалу удаленности ГК следует принять такие «шаги», которые отражают ритмы их работы. Шкала расстояний при этом выглядит так:

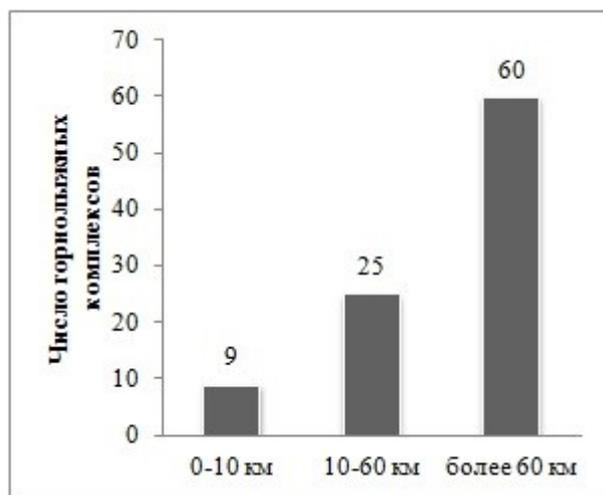


Рис. 28. Распределение ГК по расстоянию от столицы регионов Урала

- менее 10 км – ГК расположены в черте главного города субъекта РФ;
- 10–60 км – ГК расположены вблизи главного города субъекта РФ;

- более 60 км – ГК расположены вдали от главного города субъекта РФ.

Около 30 % ГК (34 из 94) расположены достаточно близко к административному центру, добраться до них можно в течение одного часа. Этим предприятиям не требуется создавать большое количество мест проживания, так как длительность посещения ГК рекреантами обычно несколько часов. Как правило, близлежащие горнолыжные комплексы зимой работают без выходных, не делая перерывов и в будни, так как в будние дни идет поток посетителей, среди которых студенты, пенсионеры и любители кататься без очередей, тем более что цена в рабочие дни может понижаться в два раза. В выходные дни количество желающих кататься на горных лыжах в несколько раз превышает прибывающих в будние дни.

Другая категория горнолыжных предприятий находится за пределами шестидесяти километров от столицы региона, их большинство. Основными посетителями таких ГК являются жители близ расположенных нецентральных городов, их инфраструктура ориентирована на потребность местных жителей. Тем не менее на этом удалении располагаются и крупные горнолыжные предприятия, например, в Республике Башкортостан «Абзаково» и «Банное», которые благодаря многообразию склонов, становятся центрами активного отдыха для жителей всей республики, а также для лыжников с соседних регионов. Деятельность и инфраструктура таких ГК сильно отличается от предыдущих. Здесь формируются большие средства размещения и пункты питания, также широкий спектр рекреационных.

Транспортные (дистанционные) характеристики ГК, учитывая положение по отношению к системе расселения, позволяют дифференцировать все предприятия на такие категории, как:

- ГК в черте административного центра субъекта РФ;
- ГК вблизи административного центра субъекта РФ;
- ГК вблизи нецентрального значительного по численности населения города;
- ГК в сельской местности вдали от административного центра и нецентрального крупного города, вблизи малочисленного поселения.

Положение горнолыжных комплексов в регионах Урала по отношению к разным по иерархии городам, к сельской местности свидетельствует о вовлеченности значительного и разнообразного пространства в этот вид деятельности, о наличии необходимых ресурсов и спроса в разных частях регионов. На этом основании можно говорить о том, что для жителей Урала характерны сильные традиции активной зимней рекреации, лыжного отдыха, все большего развития

увлечения горными лыжами и сноубордом. Необходимо отметить, что горнолыжная отрасль Урала работает не только на рекреацию и внутренний туризм, но и на въездной туризм из других регионов России.

В пределах главных городов регионов Урала располагается 9 горнолыжных предприятий, которые зимой могут обеспечивать повседневное кратковременное (2–3 часа) катание жителей региональных мегаполисов.

Расстояние 10–60 км от региональных центров позволяет организовывать катание практически ежедневно на половину дня или в вечерние часы в любые дни недели. Это расстояние дает возможность комплектовать штаты работников предприятия, особенно на сезон, из жителей центральных городов, которые возвращаются на ночлег домой. Таких комплексов 25.

Наибольшее число предприятий относится к таким, которые располагаются на значительном удалении от региональных столиц, но территориально «привязаны» ко вторым, третьим, т.е. значительным по размерам, городам и работают во многом на их потребительские рынки. Таких предприятий 46. Объяснение этому в обширности регионов Урала, развитых системах городского расселения, большой величине нецентральных городов, приближенности промышленных городов непосредственно к Уральским горам.

Горнолыжные комплексы, расположенные в сельской местности, а их 14, – это комфортные места отдыха для местных жителей небольших поселений с численностью до 20 тыс. человек: Оса, Барда и др. В их инфраструктуре реже встречаются места проживания и питания. Трассы небольшие и малочисленные с общей протяженностью до 3500 метров. Наличие ГК во внегородской местности на Урале является показателем высокой географической дисперсии отрасли и распространенности данной рекреационной традиции.

Экономико-географический анализ современной сети горнолыжных предприятий на Урале и в сопряженных регионах позволяет сделать следующие выводы:

1. Статистические и иные характеристики горнолыжной отрасли Урала целесообразно собирать и оценивать по горнолыжным комплексам, среди которых важны индивидуальные (принципы наименования, год открытия, длительность работы), административно-территориальные (принадлежность к субъекту РФ, к муниципалитету), транспортно-географические (близость к центральным и значительным по размерам городам регионов, положение в сельской местности), геоморфологические (высоты верхних точек и перепады), спортивно-инфраструктурные (протяженность трасс и пропускная способность подъемников), туристско-инфраструктурные (емкость средств размещения) и кадровые (численность, уровень профессионализма и творчества персонала).

2. На Большом Урале, если его рассматривать в составе 11 субъектов РФ, действует около 100 горнолыжных комплексов. Они формировались с 1934 года. Широкое развитие отрасли началось с 90-х годов. Первое десятилетие XXI века было особенно активным в этом отношении – открылось 42 горнолыжных предприятия. Называть горнолыжное предприятие принято в основном по названию ближайшего населенного пункта, горы, где расположен комплекс, иной природной достопримечательности.

3. На Урале большинство горнолыжных предприятий сосредоточено на территории четырех субъектов РФ: Пермский край – лидер по количеству ГК (27), затем следуют Республика Башкортостан (16), Челябинская (15) и Свердловская (14) области. Среди одиннадцати регионов только в Курганской области нет такого предприятия.

4. Почти половина из всех горнолыжных предприятий Пермского края расположены вблизи Перми и в соседних с городом муниципалитетах (Краснокамском и Добрянском районах). Самые крупные края располагаются к северо-востоку от Перми, на Среднем Урале – в Чусовском районе, Губахинском и Лысьвенском городских округах на расстоянии от главного города региона более 150 км. Одиннадцать предприятий расположены в южной части края, в Кунгурском, Бардымском, Осинском и Чайковском районах, на расстоянии более 100 км от главного города региона. Это небольшие предприятия в черте нецентральных городов и в сельской местности.

5. В пределах главных городов субъектов РФ в пределах Большого Урала действует 9 горнолыжных предприятий, обеспечивающих повседневные услуги, в зоне (10–60 км) от столиц расположено 25 комплексов. Наибольшее число предприятий относится к таким, которые располагаются на значительном удалении от региональных центров, но территориально «привязаны» ко вторым или значительным по размерам, городам. Таких предприятий 46. В сельской местности Урала работает 14 предприятий.

6. Горнолыжная отрасль на Урале, являясь не промышленной, а сервисной сферой, достигла гораздо более заметного уровня, чем на окружающих территориях России. Многочисленность горнолыжных предприятий в регионах Урала, их рассредоточение, наличие вблизи не только главных городов, но и в удаленных, в том числе сельских территориях, заставляет рассматривать эту отрасль как значимый фактор социально-экономического развития, как, возможно, в будущем отрасль сервисной специализации макрорегиона.

Горнолыжные предприятия – это объекты туристско-рекреационной отрасли, где физико-географические условия определяют спектр оказываемых услуг. Эти объекты являются предприятиями ландшафтного сервиса. Среди мно-

гих важных для деятельности горнолыжных комплексов природных характеристик места выделяются геоморфологические и климатические свойства. На Урале и в Приуралье действует около 100 горнолыжных комплексов. Это позволяет считать горнолыжную отрасль существенной для рекреации и экономики многих уральских территорий. В Пермском крае горнолыжные предприятия концентрируются в полосах южной тайги и хвойно-широколиственных лесов. От геоморфологических параметров зависят многие характеристики основной и туристской инфраструктуры горнолыжных комплексов.

Изучая сервис в туристско-рекреационной сфере, можно выделить такие ее предприятия, услуги которых осуществляются в определенных ландшафтных условиях. При этом ключевую, в том числе лимитирующую, роль в работе предприятия играют физико-географические условия, в которых оно находится. К таким предприятиям сферы обслуживания относятся объекты горнолыжной отрасли, где определяющими ресурсами являются рельеф и климат, важное значение имеют гидрография и растительность, экологические характеристики и эстетика ландшафта. В связи с этим можно говорить о ландшафтном сервисе горнолыжных предприятий как о феномене, поскольку характеристики ландшафта определяют возможности предоставления их основных услуг. В туризме и рекреации именно горнолыжная сфера отличается высокоразвитой и концентрированной сервисной составляющей с одной стороны и сильной физико-географической зависимостью качества и количества услуг – с другой.

Несмотря на то что горнолыжные предприятия в большинстве своем не предоставляют санаторное лечение, средства массовой информации и туроперейтинг нередко относят их к курортам, благодаря уникальности ландшафтных условий и особой значимости определенных природных факторов для конкретных рекреационных занятий и оздоровления.

Выделяя компоненты ландшафта с точки зрения важности для деятельности таких предприятий, прежде всего следует рассматривать рельеф, поскольку для катания требуются горные склоны определенной крутизны и протяженности с возможностью устройства разнообразных трасс с необходимыми горизонтальными пространствами для выкатов и создания туристской инфраструктуры.

Такими же важнейшими характеристиками являются климатические параметры, отражающие продолжительность холодного периода и снежные условия. Немаловажную роль играют ветровой режим, число солнечных дней, сильные снегопады.

Гидрологические условия важны для водообеспечения горнолыжного комплекса, особенно в связи с необходимостью искусственного оснежения трасс, при котором требуется большой объем воды.

Растительность не только повышает ландшафтное разнообразие территории и делает ее живописнее. Трассы, организованные в лесной зоне, отличаются от безлесий сниженными скоростями ветра и более комфортны по ощущаемым температурам. Это важно для уральских территорий.

Горнолыжная рекреация тяготеет к местам с хорошими экологическими условиями. Чаще всего это внегородские местности, преимущественно с девственными или сельско-лесными ландшафтами, удаленные от промышленных предприятий и загрязненных зон.

Ландшафт, окружающий горнолыжный комплекс, может быть не обязательно природно-девственный, он может быть и культурным, отражающим типичные черты освоенного пространства региона. В случае с уральскими территориями в качестве местоположения горнолыжного комплекса может быть и горнозаводской (индустриально-лесной), что, возможно, не портит общей ценности, а даже дает понимание идентичности места. Комплекс «Губаха» располагается на окраине небольшого города Губаха в таежном ущелье реки Косьва, на левом борту долины, склоне горы Крестовой. Противоположный берег реки наполовину представляет собой индустриальный ландшафт, здесь уже много десятилетий работает коксохимический завод. Это соседство может не столь экологично, но по внешнему виду пермского ландшафта очень типично для данного района, не только не имеет нареканий, но даже вызывает определенную гордость отдыхающих.

Живописность территории сильно повышает ценность горнолыжного комплекса. Важны панорамные виды, открывающиеся с верхних точек трасс. К важным эстетическим компонентам относятся выразительные формы рельефа, силуэт линии горизонта, наличие и число обзорных точек, разнообразие лесной растительности, интересная архитектура и ландшафтная органичность объектов туристской инфраструктуры. Необходимо удобное для основных рекреационных занятий и при этом ландшафтно-эстетическое расположение всех объектов горнолыжного комплекса. Речь идет о рекреационной и туристской инфраструктуре. К рекреационной инфраструктуре можно отнести оборудование для рекреационных занятий: канатные дороги, подъемники, трассы. Туристская инфраструктура – это средства размещения, питания, туристской информации.

Природные характеристики территории в контексте горнолыжного использования рассматриваются практически всеми исследователями. Создание и развитие зимних курортов в России освещается в публикациях по Б.М. Бероева, В.А. Кудухова, В.В. Миненковой, Т.А. Волковой и О.В. Ивлиевой – по районам Кавказа, В.Ю. Анисимова и Н.Г. Прудниковой – по Горной Шории, Н.И. Сухоевой – по Удмуртии, Т.Н. Третьяковой – по Южному Уралу.

Рассмотрим горнолыжные предприятия Урала ландшафтном и сервисном аспектах. Для этого выберем некоторые конкретные параметры. Обоснуем их.

В связи с развитием процесса открытия новых горнолыжных комплексов на Урале важным индикатором их деятельности становится длительность работы, поэтому год открытия предприятия следует учитывать в их характеристике. Длительность работы косвенно отражает опыт коллектива, уровень профессионализма, известность бренда, сформированность рынка. Это свидетельствует о стабильности предприятия, поскольку с годами изменяется экономическая среда деятельности, ежегодно комплекс работает в разных снежно-климатических условиях, подстраиваясь под погоду. Многолетний опыт работы предприятия – это свидетельство его устойчивости и правильной постановки сервиса. Интересно рассмотреть тенденции роста сети горнолыжных комплексов во времени, определить периодизацию.

Если горнолыжных предприятий в регионе достаточно много, то можно найти некоторые закономерности их географии на картах физико-географического районирования. Если это ландшафтный сервис, то связь с природными (ландшафтными) районами сети комплексов должна просматриваться.

Горнолыжный комплекс – предприятие геоморфологически зависимое, для его характеристики очень важны данные о рельефе местности. Отражают это показатели: «абсолютная высота верхней точки горнолыжных трасс» и «наибольшее превышение (перепад)», которое характеризует относительная разница абсолютной высоты крайней верхней и крайней нижней точек горнолыжных трасс. Наибольшая абсолютная высота важна для понимания текущих и перспективных возможностей комплекса. От абсолютной высоты зависят снегонакопление, снежный период и много других важных сторон деятельности предприятия. Наивысшую абсолютную отметку территории нетрудно определить картографически или проверить ее, если она сообщается в информации о предприятии. Характеристика перепада высот свидетельствует о широте трассовых возможностей, о природном потенциале комплекса.

Среди характеристик основной инфраструктуры важны показатели «Протяженность трасс» и «Пропускная способность подъемников». Первый показатель обычно указывается в основной рекламной информации о предприятии, второй – можно рассчитать, имея сведения о типе подъемника. Обе характеристики хорошо проверяются визуально при посещении предприятия, и даже по фотографиям и видео. Эти данные отражают, если так можно выразиться, мощность, точнее – размер предприятия, объемы обслуживания по основному профилю деятельности, поэтому они являются основными технологическими.

Характеристикой объекта туристской инфраструктуры чаще всего является показатель, характеризующий возможности, размещения, поскольку обеспечение размещения свидетельствует о существовании туристского потока. Отсутствие отельной базы на горнолыжном предприятии говорит о рекреационном профиле комплекса, о его работе на ближний периметр. Показатель числа мест в средствах размещения характеризует уровень развития горнолыжного комплекса как туристского предприятия, свидетельствует о его общей устойчивости и широте профиля деятельности. Следует отметить, что средства размещения на горнолыжных комплексах Урала часто входят в состав предприятия.

Среди основных показателей, характеризующих размеры горнолыжного предприятия, необходимо выделить данные о персонале: «Число работников». По-видимому, следует различать величину постоянного штата и численность персонала в высокий сезон.

Проанализируем горнолыжные предприятия Урала по перечисленным характеристикам. Для того чтобы лучше понять географические закономерности горнолыжной отрасли, следует рассмотреть макрорегион, включая смежные территории, а именно Урал и его ближнее окружение. Будем условно в статье называть территорию Большим Уралом. При таком понимании в исследуемое пространство включается 11 субъектов РФ, которые входят в Уральский экономический район и (или) в Уральский федеральный округ, и Республика Коми, где по ее восточной границе протягиваются хребты Северного, Приполярного и Полярного Урала.

Урал исторически и сейчас – индустриальная территория, при этом довольно активно развивающая горнолыжную рекреацию и соответствующий сервис. Численность горнолыжных предприятий, их территориальное распространение, наличие достаточно крупных известных зимних курортов, притягивающих потоки рекреантов издалека, дает право считать Урал регионом горнолыжной специализации в туристской системе страны.

На Урале и в сопряженных регионах действует около 100 горнолыжных предприятий, число которых несколько меняется ежегодно в связи с открытием новых и прекращением деятельности некоторых предприятий по разным причинам.

В течение первого десятилетия XXI века открылось 42 горнолыжных комплекса, это почти половина всех появившихся за 80 лет. В первые пять лет 2000-х годов появилось 26 предприятий. Далее тенденция прироста численности горнолыжных объектов пошла на снижение. Можно выделить три этапа формирования сети горнолыжных предприятий Урала с 1980-х годов по настоящее время: 1) до 2000 года – этап спокойного роста; 2) 2000–2010 годы – этап бурного роста; 3) после 2010 года – этап завершения роста численности предприятий.

Для оценки физико-географических условий деятельности предприятий следует понять их размещение относительно природных районов. Рассмотрим в этой связи физико-географическое районирование Пермского края, которое разрабатывалось в разное время географами Б.А. Чазовым, А.А. Макуниной, А.Г. Чикишевым, Н.Н. Назаровым. Поскольку сетки районирования различаются, перенесем границы территориальных подразделений купных иерархических уровней с карт указанных авторов на одну схему (рис. 29).

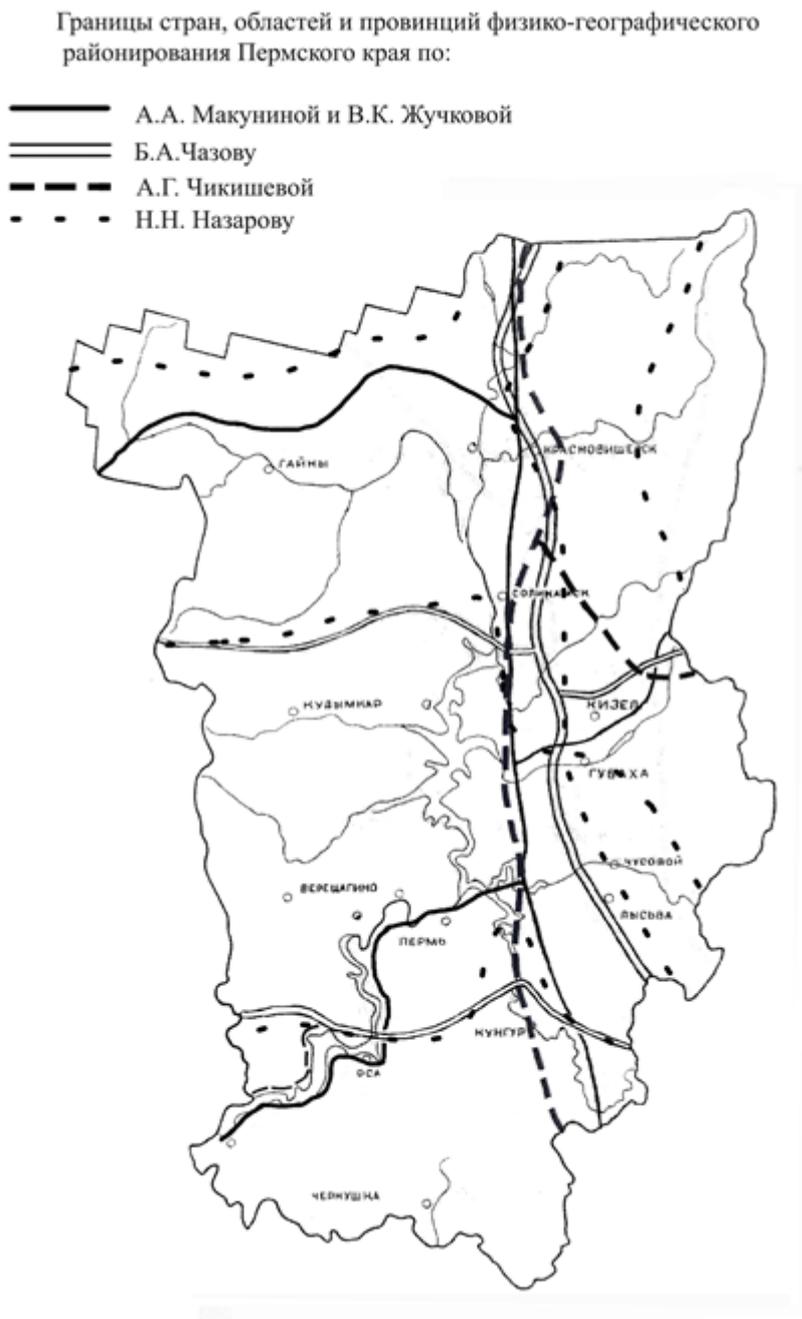


Рис. 29. Совмещение схем природного районирования Пермского края, выполненных Б.А. Чазовым, А.Г. Чикишевым, А.А. Макуниной, В.К. Жучковой, Н.Н. Назаровым

Как видно из рис. 29, границы природных районов на картах авторов в основном не совпадают, имеются различия в иерархической классификации районов, но, понимая принципы районирования этих карт, можно сформировать единую схему, некую обобщенную карту физико-географического районирования Пермского края. На всех четырех схемах нас будут интересовать границы главных подразделений: западная граница Уральских гор, граница русской равнины и Предуралья, граница Северного и Среднего Урала, границы природных подзон на равнине и в Предуралье. В результате совмещения схем и в ряде случаев компромиссного проведения границ природных районов мы получим схему деления края на несколько природных районов.

Все это мы делаем с целью определения значимости природных районов для развития горнолыжной отрасли. Рассматривая положение ГК на карте, отметим, что районы в пределах одной подзоны на равнине и в Предуралье по «плотности» горнолыжных предприятий, по многим рассматриваемым характеристикам комплексов похожи. Поэтому для анализа горнолыжной отрасли можно упростить карту природного районирования.

Расположение горнолыжных предприятий на карте природных районов дает некоторые основания для размышлений (рис. 30). Район Северного Урала оказывается совершенно не освоенным отраслью, в то время как Средний Урал в пределах края выделяется тремя известными горнолыжными комплексами. Отсутствие горнолыжных предприятий на горном севере выглядит странно, поскольку на североуральских широтах располагается Березниковско-Соликамская городская агломерация промышленного профиля, т.е. имеется потребность в такой рекреации. Северо-Запад края, район равнинной средней тайги, как и Северный Урал, не имеет рассматриваемых предприятий. В то время как два более южных района на Русской равнине – южно-таежный и хвойно-широколиственный – сосредоточивают основное число комплексов.



Горнолыжные предприятия

Рис. 30. Горнолыжные предприятия на упрощенной карте природных районов Пермского края, составленной авторами на основе схем районирования Б.А. Чазова, А.А. Макуниной, В.К. Жучковой, А.Г. Чикишева, Н.Н. Назарова
 Районы: 1 – равнинный среднетаежный, 2 – равнинный южно-таежный, 3 – равнинный хвойно-широколиственный, 4 – горный среднетаежный, 5 – горный южнотаежный.

Обозначив на этой карте горнолыжные предприятия, мы можем судить о физико-географических условиях, которые дают этой отрасли преимущества. Мы отмечаем концентрацию горнолыжных предприятий в равнинных районах южной тайги и смешанных лесов и в горном южно-таежном районе. Практически отсутствуют горнолыжные предприятия в средней равнинной и горной тайге, возможно, из-за более северных климатических условий, несмотря на то что в этих районах находятся значительные по размерам города.

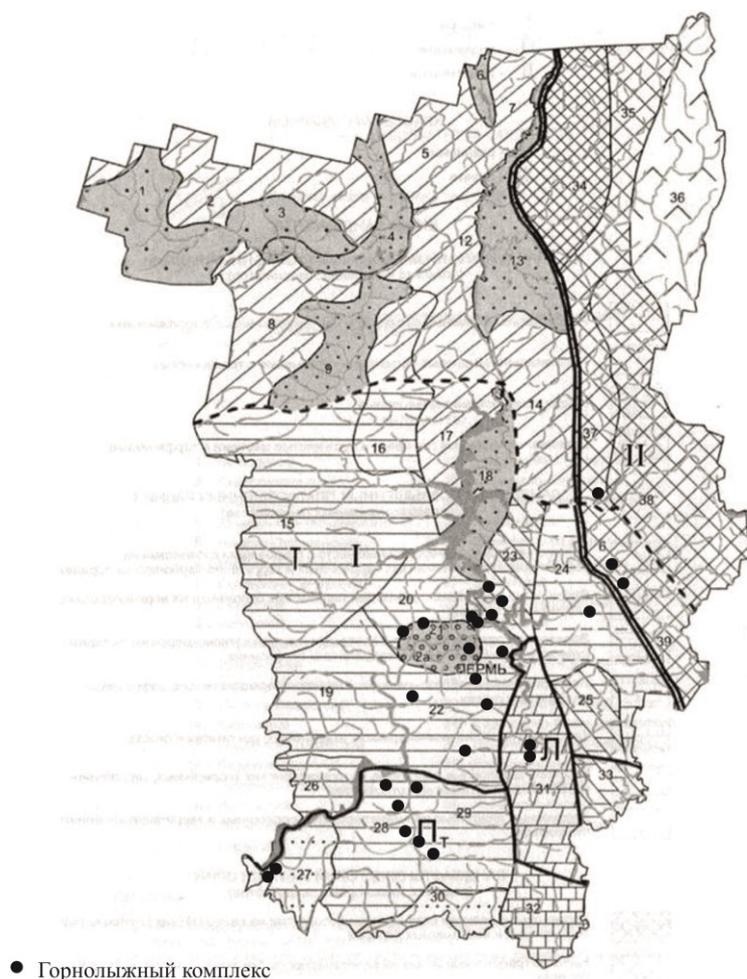
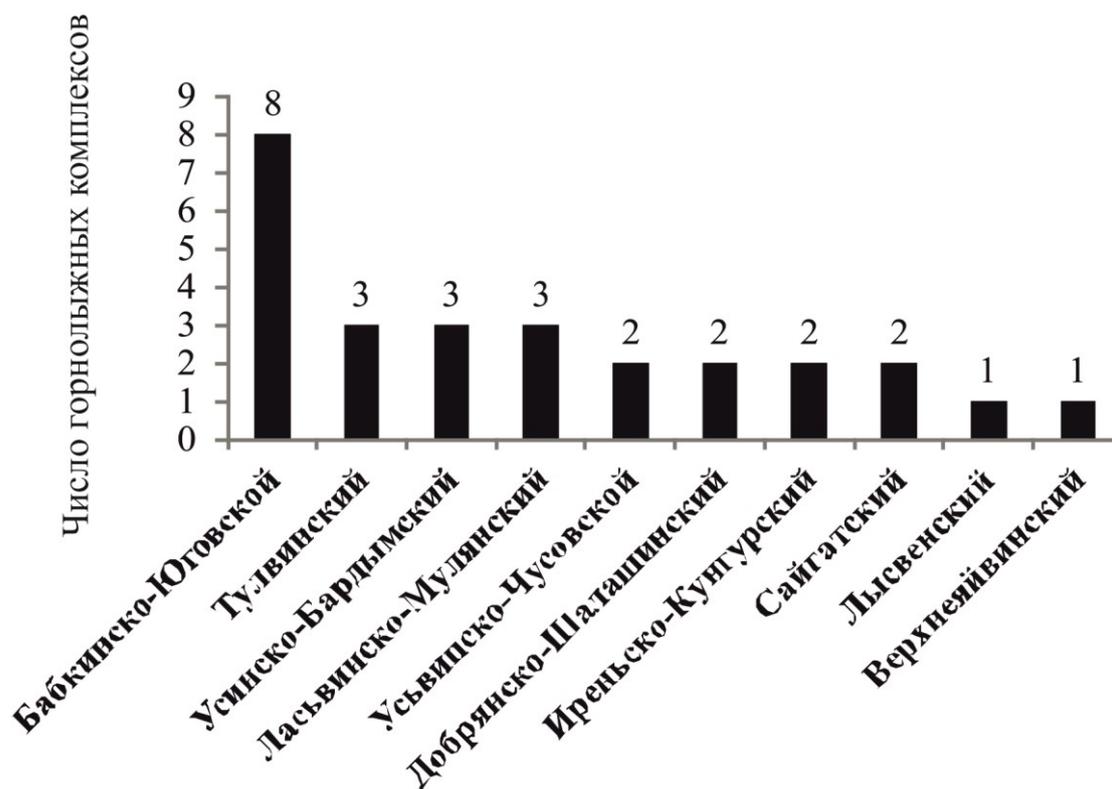


Рис. 31. Горнолыжные комплексы на карте ландшафтов Пермского края Н.Н. Назарова

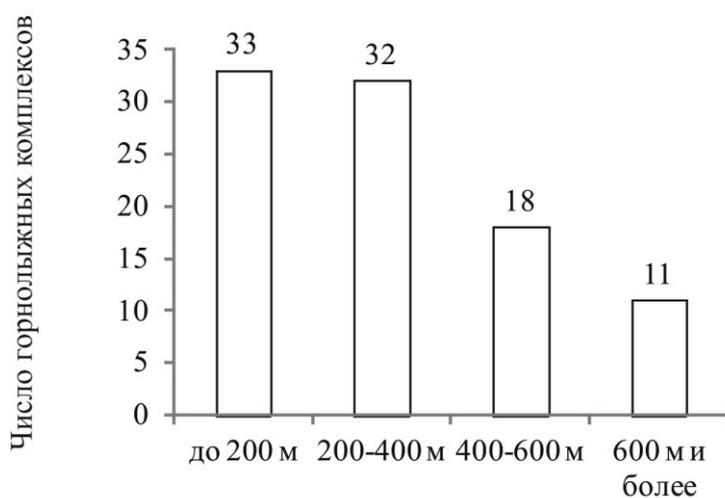
Интересно рассмотреть положение горнолыжных комплексов относительно ландшафтных районов на карте Н.Н. Назарова [160] (рис. 31). Границы ландшафтов Пермского края Н.Н. Назаров разделил по принципу их зонально-зональной однородности, типа рельефа, климата, истории развития и морфологического строения, в результате выделено 39 ландшафтов (см. рис. 31). В горах предприятия размещаются в Усьвенско-Чусовском и Верхнейвинском ландшафтах, на южно-таежной равнине в пределах Ласьвинско-Мулянского, Бабкинско-Юговского и Добрянско-Шалашинского ландшафтов, на подтаежной равнине в пределах Тулвинского, Усинско-Бардымского и Сайгатского ландшафтов, в пределах предуралья подтаежного остепненного юго-востока – в Иренско-Кунгурском ландшафте (рис. 32).



Ландшафтные районы Пермского края (по Н.Н. Назарову)

Рис. 32. Численность горнолыжных предприятий в пределах ландшафтных районов Пермского края

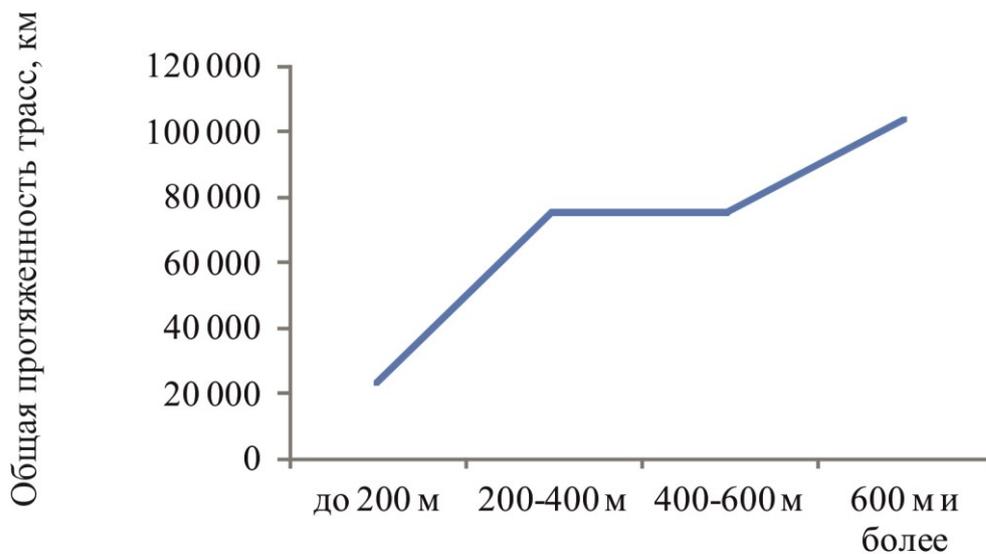
Посещаемость ГК во многом зависит от протяженности и разнообразия горнолыжных трасс: чем выше абсолютная высота верхней точки трасс, тем больше возможностей оборудовать разные по сложности и протяженности трассы для катания. Группировка горнолыжных комплексов Большого Урала по высотам верхних точек трасс показана на рисунке 33. С увеличением высоты резко возрастает протяженность трасс для катания. На высотах свыше 600 м расположено всего 11 ГК, но протяженность их горнолыжных трасс в разы превышает остальные, расположенные ниже, ГК. Несмотря на явную зависимость протяженности трасс от абсолютной высоты их верхних точек, большинство ГК (65) расположены на возвышенностях в пределах равнин – до 400 м над уровнем моря со средней протяженностью трасс одного предприятия около 2 км (рис. 33). На таких горнолыжных комплексах легко обучаются начинающие и дети, поэтому чаще оборудуются пологие, широкие спуски и парки для прыжков, но сложнее найти склоны и организовать трассы для продвинутых лыжников.



Абсолютная высота верхних точек трасс ГК, м

Рис. 33. Различие ГК в регионах Большого Урала по абсолютным высотам верхних точек горнолыжных трасс

Если принять равный «шаг» в дифференциации ГК по абсолютной высоте верхней точки трасс, то обнаружится простая закономерность: с увеличением абсолютной высоты равномерно сокращается число предприятий (рис. 34). Это свидетельствует о том, что в регионах Урала осваиваются не только классические горные местности, но в большей степени любые холмистые с небольшими перепадами, и о том, что в дилемме «спрос» или «ресурс» значение спроса в горнолыжной отрасли несколько выше, несмотря на ее явную ресурсозависимость.



Абсолютная высота верхней точки трасс ГК, м

Рис. 34. Зависимость общей длины горнолыжных трасс предприятия от абсолютной высоты верхней точки трасс ГК в регионах Урала

Важным компонентом ГК является система подъемников. От их оптимального количества и пропускной способности зависит комфорт отдыхающих и доходность предприятия. Пропускная способность каждого подъемника индивидуальна. В данной технической характеристике очень важна длина и скорость канатной дороги, а также число мест, предусмотренных при посадке. Самые распространенные на Урале – одно- и двухместные бугельные подъемники и беби-лифт. На 10 горнолыжных предприятиях Урала и смежных регионов эксплуатируются кресельные 2–4-местные подъемники, а в городе Ханты-Мансийске на комплексе «Хвойный урман» действует пассажирская канатная дорога с 8-местными кабинками. Благодаря данной характеристике можно дифференцировать предприятия (рис. 35).

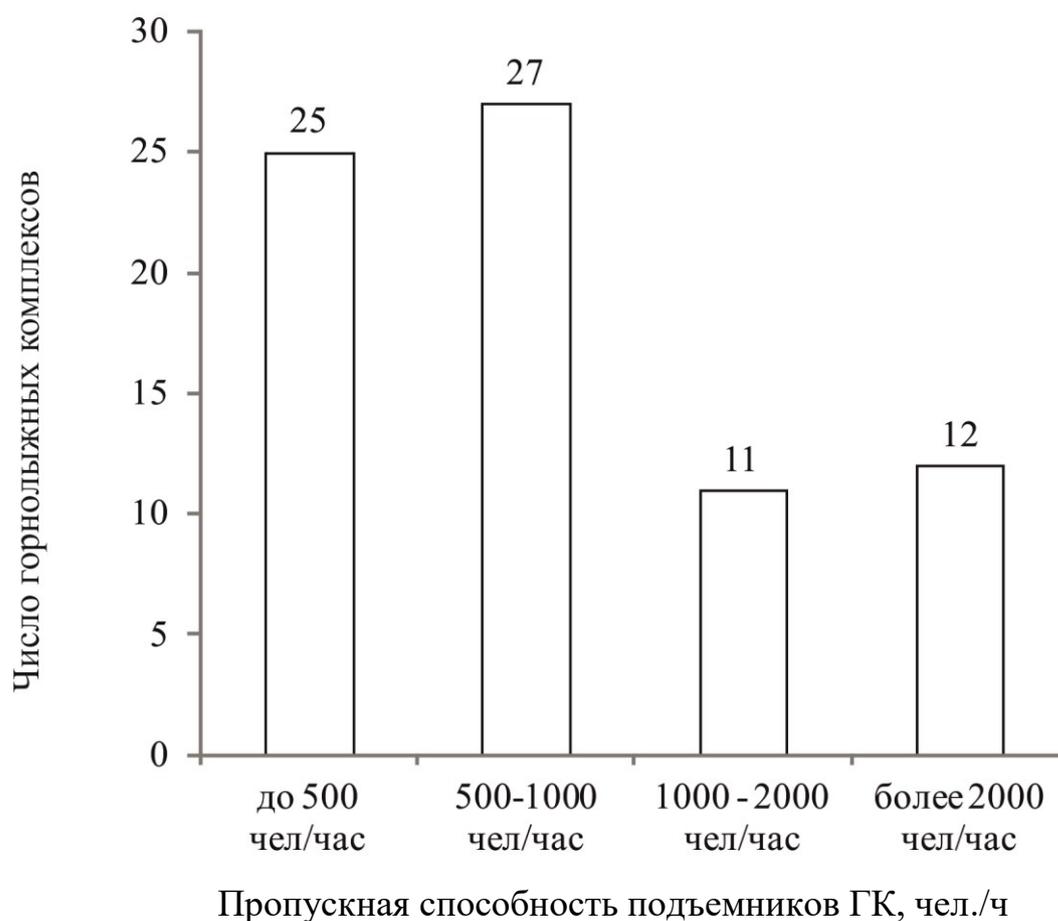
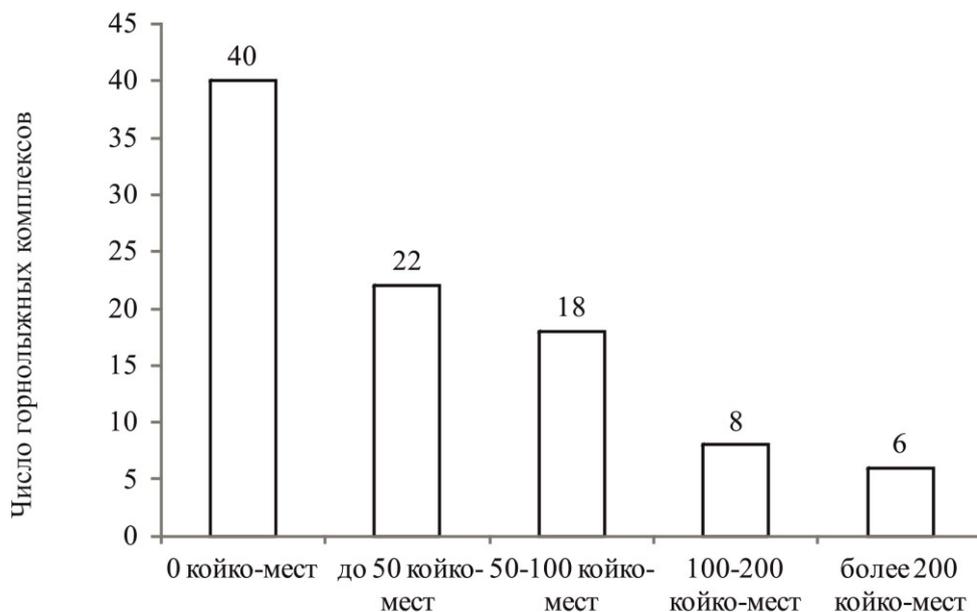


Рис. 35. Группировка ГК Большого Урала по пропускной способности подъемников

Большинство предприятий имеют небольшую пропускную способность подъемников.

Количество мест размещения на горнолыжном комплексе также поможет определить масштаб и уровень предприятия (рис. 36). Больше половины предприятий предлагают различные услуги размещения: гостевые домики, гостиницы и хостелы. Почти половина ГП (40 из 94) не имеет отдельной базы на своей

территории, к ним относятся небольшие предприятия или комплексы, расположенные в черте крупного города. Например, ГК «Ак-Йорт» в черте города Уфы предлагает услуги проката, подъемника, инструкторов и питания. Сам комплекс небольшой: абсолютная высота верхней точки всего 170 м, протяженность трасс 800 м, действует один одноместный бугельный подъемник и беби-лифт на учебном склоне с общей пропускной способностью до 500 человек в час. Следует предположить, что комплекс ориентирован на жителей Уфы, хорошо подходит для обучения детей и начинающих лыжников.



Численность мест размещения на ГК, койко-мест

Рис. 36. Группировка ГК Большого Урала по численности мест размещения

Предложенные показатели можно использовать для различных задач, в частности для рейтингования предприятий по уровню развития или по размеру. Под размером горнолыжного комплекса можно понимать многое: состав инфраструктуры, разнообразие рекреационных предложений, сложившийся рынок и др. Рассмотренные показатели прямо влияют на основные компоненты деятельности горнолыжных предприятий.

В туризме и рекреации свойства ландшафта во многом определяют возможности предоставления услуг. Некоторые виды туристско-рекреационной деятельности являются особенно ландшафтно-зависимыми. К ним относятся горнолыжные предприятия, которые фактически предоставляют ландшафтный сервис. На Урале и в сопряженных регионах в настоящее время действует около 100 горнолыжных комплексов, что позволяет считать Уральский макрорегион специализирующимся на горнолыжном сервисе.

При рассмотрении важности компонентов ландшафта для деятельности горнолыжных предприятий выделяются геоморфологические свойства территории и особенности снегонакопления, однако очень важными являются и другие параметры климата, гидрологической обстановки, особенности растительности, иные физико-географические характеристики.

Наиболее важными характеристиками рельефа для горнолыжной рекреации являются перепад – превышение абсолютной высоты верхней точки над нижней точкой горнолыжных спусков – и абсолютная высота самой верхней точки горнолыжных трасс. Среди характеристик основной инфраструктуры следует выделить показатели общей протяженности горнолыжных трасс и пропускной способности подъемников. Наиболее информативным показателем туристской инфраструктуры является количество койко-мест в средствах размещения горнолыжного комплекса. Размеры предприятия хорошо характеризует показатель численности его персонала в высокий сезон.

В развитии горнолыжной рекреационной отрасли Урала можно выделить три периода: до 2000 года – спокойный рост числа предприятий, до 2010 – период бурного роста, с 2011 – замедление роста численности предприятий.

Поскольку физико-географические условия принципиально важны для деятельности предприятий данной отрасли, следует понять их размещение относительно природных районов. Предприятия концентрируются в трех физико-географических пространствах: в горах Среднего Урала (в горной южной тайге), в пределах равнины и предгорной части края, включающей южную тайгу и подтаежную (хвойно-широколиственную) подзону. География горнолыжной отрасли края позволяет унифицировать природное районирование края, объединяя равнинные и предгорные районы в пределах подзон в связи со сходными горнолыжными условиями и параметрами.

Интересно рассмотреть географию горнолыжных предприятий на ландшафтной карте Пермского края и понять, какие ландшафты являются наиболее предпочтительными для этого вида рекреации. Наибольшее число предприятий располагается в пределах Бабкинско-Юговского, а также Тулвинского, Усинско-Бардымского и Гайвинско-Мулянского ландшафтных районов по районированию Н.Н. Назарова. Они располагаются на рельефно разнообразной равнине, в полосе, примыкающей к границе южной тайги и хвойно-широколиственных лесов.

С увеличением абсолютной высоты резко возрастает длина склонов для катания. Несмотря на зависимость протяженности горнолыжных трасс от абсолютной высоты их верхних точек, большинство ГК расположены на возвышенностях в пределах равнин – до 400 м над уровнем моря со средней протяженностью трасс одного предприятия около 2 км. Пропускная способность подъемников на

ГК Урала в основном до 1000 человек в час. Более половины горнолыжных предприятий Урала имеют свою гостиничную базу небольших размеров, в основном до 100 койко-мест.

Развивающаяся в уральских регионах горнолыжная отрасль должна рассматриваться как сервис, в котором ландшафтные характеристики непосредственно определяют ценность услуг. От физико-географических свойств территории зависят многие параметры деятельности горнолыжных предприятий.

Вопросы и задания

1. Почему к горнолыжным базам применимо слово «комплекс»?
2. Почему изучение географии горнолыжной отрасли целесообразно через сеть горнолыжных комплексов?
3. Благодаря каким факторам Урал становится регионом развития сети горнолыжных комплексов?
4. Почему Пермский край – лидер по числу горнолыжных комплексов на Урале?

ГЛАВА 3. ТУРИСТСКИЕ ТЕРРИТОРИИ И РАЙОНИРОВАНИЕ

3.1. СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ТАКСОНОМИИ

Территориальная таксономия входит в основы географической науки. В практической туристской деятельности географическая таксономия применяется очень широко, но содержание некоторых соответствующих понятий размыто.

Географы – специалисты по туристским вопросам – объясняют значение отдельных туристско-географических таксонов, таких как центр, зона, район [24, 28, 44, 47, 57, 69, 71, 77, 79, 153]. Содержание ряда подобных терминов раскрывается в пятиязычном словаре В.М. Котлякова и А.И. Комаровой [128].

Представить территориальную организацию современного туризма во всем ее многообразии невозможно без относительно ясной системы географических таксонов. Систематизация туристско-географической таксономии особенно необходима в процессе туристского проектирования, планирования туристских потоков, инфраструктурного развития, формирования соответствующих сервисов.

Туризм развивается географически разборчиво, хотя теоретически для него характерна повсеместность. В реальности массовые туристские процессы где-то локализуются, где-то охватывают площадные компактные ареалы, где-то вытягиваются пространственными «коридорами», имеют разнообразные формы территориальной организации. Классифицировать туристские территории необходимо для понимания процессов развития отрасли в регионах, странах и в мире в целом, для практической работы по формированию туристских программ, совершенствованию маршрутной сети, созданию объектов инфраструктуры.

Среди общих географических терминов, которые употребляются для обозначения территорий, где активно протекают туристские процессы, применяется в разной степени в настоящее время несколько: туристское место (местечко), туристская деревня, туристский город, туристский центр, туристская зона, туристский район (регион) и нек. др. Каждое из этих понятий употребляется чаще всего без связи с другими родственными понятиями, в их содержание вкладывается лишь общегеографический смысл. Именно отсутствие или слабость специального туристского наполнения содержания понятий создает бессистемность их использования. На наш взгляд, требуется более строгий подход к классификации туристско-географических таксонов, подход с учетом туристской технологии.

Нашей целью является представление нового подхода к систематизации туристских территорий и его применению для задач туристского проектирования.

Объясним соответствующие известные и некоторые новые понятия, выстроив их в некую систему. В основу классификации территорий, кроме собственно географического содержания, положим ключевые представления о туристских процессах. Учтем продолжительность пребывания посетителя в данном месте, процессы формирования дестинации, возможные конфигурации маршрутов и их востребованность и пр. Такой подход позволит создать классификацию, пригодную для прикладных задач разнообразного туристского проектирования. Начнем описание с элементарной категории.

Туристское местечко – это конкретный объект туристского интереса (водопад Жигалан на Северном Урале), объект экскурсионного показа и посещения (Кунгурская ледяная пещера), объект туристской инфраструктуры (горнолыжный комплекс Такман на Среднем Урале). Туристское местечко – это небольшая территория, привлекающая туристов или экскурсантов, известная среди них, которую можно увидеть всю с одного места или в условиях закрытого или сильно пересеченного ландшафта можно обойти пешком в течение одного дня или даже одного-двух часов. Пребывание на этой территории, как правило, непродолжительное – в течение часов или одного дня. Таким образом, туристское местечко – это такая туристская территория, которая требует для знакомства с ней времени, измеряемого несколькими часами, если речь идет о маршрутном путешествии. При стационарной рекреации (сельский или событийный туризм и т.д.) здесь возможно и более длительное пребывание. К туристским местечкам можно отнести туристские деревни и туристские села. Туристское местечко как своеобразный синоним или территориальная проекция туристского объекта занимает небольшую территорию, скорее всего до 1 кв. км, и имеет узкий туристский профиль. Чаще речь идет об одном или двух видах туризма, если трактовать термин «вид туризма» расширенно (активный, деловой и т.д.). Так, специализацией урочища «Каменный город» является природно-экскурсионный, экологический туризм, а комплекса «Такман» – зимняя рекреация.

Поскольку туристские местечки представляют собой географические объекты, часто посещаемые с туристскими и экскурсионными целями и известные многим людям как нечто интересное, их можно найти почти в каждом муниципальном районе.

Туристское место – это территория с туристской специализацией, включающая несколько объектов туристского интереса, где пребывание логично в течение одного целого и даже двух дней. Туристским местом можно считать малый исторический город, активно посещаемый приезжими (Чердынь). К туристским местам можно отнести и средний по размерам привлекательный город (Кунгур), и даже большой город (Соликамск), если их посещение обычно не предусматривает длительного пребывания. Этот принцип действует для туров в форме путешествий. Таким образом, курортный городок попадет в категорию туристского

места, несмотря на то что отдыхающие проводят там многие дни. Сам по себе курортный городок для путешествующего человека интересен на один-два дня. Если же количество объектов туристского интереса в городе и его ближайшем окружении настолько велико и известно, что требует более длительного пребывания, то такие территории должны характеризоваться более масштабной категорией, считаться туристскими центрами. Туристское место может служить дестинацией, особенно для путешествий выходного дня. Таким образом, туристским местом может быть небольшой исторический или курортный городок, а может и иной географический объект. Одним из основных критериев при отнесении к этой категории следует считать длительность среднего пребывания посетителя. Туристское место на порядок или два порядка масштабнее туристского местечка. Здесь развито не менее трех видов туризма. Туристское место является территорией концентрации туристских объектов. Примеры туристских мест можно найти в каждом субъекте РФ.

Туристский центр – это крупный город с большим туристским движением или город с туристско-рекреационной специализацией мирового масштаба, с особенно привлекательными природными ресурсами или плотным культурно-событийным рядом. Туристскими центрами можно считать Рим, Париж, Прагу, Москву, Великий Новгород, Венецию, Сочи. Пермь можно отнести к туристским центрам только в период больших событийных мероприятий, каким был фестиваль «Белые ночи». Таким образом, этот уровень может быть достигнут временно теми городами, которые относятся к промышленным мегаполисам и лишь в короткие периоды посещаются не только с деловыми целями, но и благодаря интересу к уникальным культурным событиям.

Туристский центр – это такое место, на которое вполне можно потратить несколько дней путешествия. Он может служить дальней дестинацией для недельного путешествия. Туристский центр имеет размеры, на порядок превышающие размеры туристского места, а его туристская специализация гораздо шире – не менее 5 видов туризма.

Туристский центр наполнен туристскими объектами и даже туристскими местами, которые сопутствуют им и входят в их состав. Так, Рига с множеством экскурсионных объектов как туристский центр включает и Юрмалу как туристское место.



Большой Канал, Венеция



Дома Черноголовых, Рига

Поскольку туристский центр – это крупный город с хорошо выраженной туристской функцией, а также значительный город с мировой экскурсионной известностью или рекреационной ценностью, то его можно найти далеко не в каждом субъекте РФ. В пределах федерального округа хотя бы один туристский центр есть. В Северо-Западном округе – это Санкт-Петербург, в Приволжском – Казань, в Уральском – Екатеринбург, в Сибирском – Иркутск и т.д.

Для понимания различия между категориями туристских территорий приведем некоторые примеры. В Эстонии в категории туристского местечка следует отнести водопад Ягала, к туристскому месту – город Пярну, к туристскому центру – Таллин. В Латвии к туристскому местечку можно отнести замок Турайда на Гауйе, к туристскому месту – город Цесис, к туристскому центру – город Ригу.

Категории туристского местечка, туристского места и туристского центра разномасштабные, но, тем не менее, характеризуются одним формальным свойством – они картографически компактные, часто обозначаются на картах точечными знаками. Следующие категории еще более масштабные и при этом картографически не точечные, а площадные. Они чаще всего не компактны, могут быть вытянуты, иметь сложную форму.

Туристская зона – территория, включающая многие туристские местечки, места или центры с относительно общей туристско-рекреационной специализацией, имеющая значительную площадь, позиционирующая себя как единое географически целое, отличающаяся интенсивным туристским движением. Туристская зона ярко проявляет свой туристский профиль на фоне крупного региона или даже всей страны. Внутри зоны почти нет значительных вкраплений ареалов с нетуристской специализацией. Это именно туристско-рекреационный ареал высокого (межрегионального, международного) значения. Как и рассмотренные ранее туристские территории, туристские зоны, по-видимому, могут иметь разное значение и туристскую посещаемость. Яркими примерами туристских зон можно полагать испанские косты: Коста-Браво, Коста-дель-Соль и др. На южном берегу Крыма выделяется Ялтинско-Алуштинская зона и Судакско-Коктебельская зона. На Урале среди других туристских зон можно выделить зону р. Чусовой с ее сплавными притоками Усьвой и Койвой [67]. Туристские зоны являются, как правило, местами длительного туристского пребывания, районами, где проходит основная часть туристского маршрута.



Форосский парк, Крым



Река Койва, Пермский край

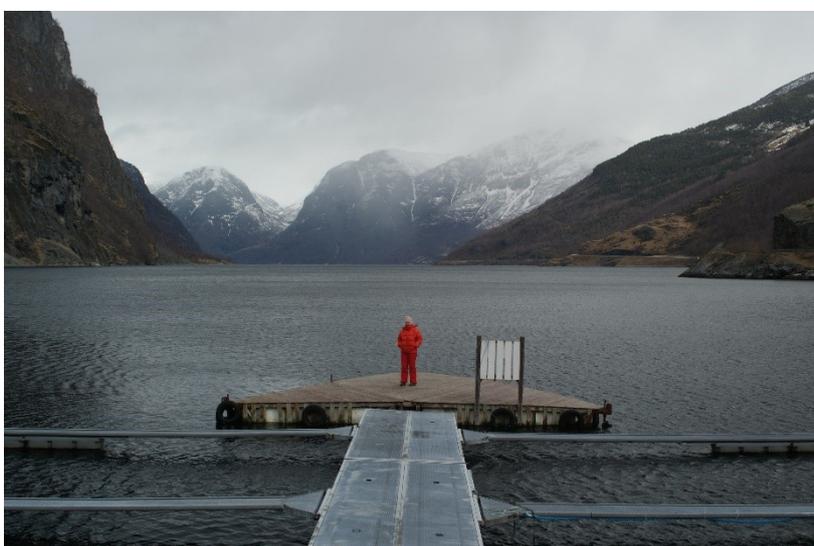
Туристский пояс – это крупная, вытянутая территория, где туристская специализация явно проявляется и присутствует совместно с другим хозяйственным профилем, состоящая из совокупности туристских зон и других туристских территорий, составленных в единую географическую линию, имеющая большие размеры, хорошо заметные на карте мира. Туристский пояс имеет часто глобальное значение, охватывает территории многих регионов или стран. К туристским поясам можно отнести Альпы, Большой Кавказ, долину Дуная, побережье Испании от Барселоны до Кадиса, хребет Сьерра-Невада в Калифорнии. В отличие от зоны, туристский пояс представляет собой чередование туристских и нетуристских территорий, но благодаря похожим природными условиям, единой туристской видовой специализации и маршрутной связанности выделяется как единая туристская территория.

Как и где формируются туристские пояса? Туристские пояса представляют собой выстраивание туристских зон в одну ленту. Эта лента соответствует какому-либо географическому линейному или поясному объекту либо популярному туристскому маршруту. Пояса формируются при единой географической определенности, инфраструктурной системности и сохранении многих общих условий. Туристские пояса можно выделить вдоль морских побережий (побережье Черного и Азовского морей), на группах морских островов (острова Эгейского моря), вдоль судоходных рек (по Волге), в горах (Карпаты). По-видимому, можно выделить пояса и вдоль известного туристского маршрута (Золотое кольцо).

Туристские пояса могут располагаться в пределах одного государства. Так, можно выделить пояс побережий Италии, пояс Канарских островов, пояс Балеарских островов, пояс Норвежских фиордов. Чаще пояса формируются из территорий разных стран (пояса Пиренеев и Альп).



Домбай, Западный Кавказ



Согнефиорд, Норвегия

Туристские пояса гор охватывают те горные системы, части которых активно посещаются туристами. Туристские зоны горного пояса, как правило, пространственно дисперсны и связаны друг с другом опосредованно, но единство горной страны, ее известность в туристском мире и привлекательность «нехоженых» частей позволяют рассматривать пояс как единую туристскую территорию.

Туристским поясом, сложившимся в горах, можно считать хребет Сьерра-Невада в Калифорнии. Пояс следующих один за другим национальных парков и других разнообразных типов охраняемых природных территорий – яркое свидетельство туристского использования. Туристским поясом можно считать и Скандинавские горы в Южной и Центральной Норвегии, от Ставангера до Тронхейма. Этот пояс сложился на основе и фиордов, и гор.

Если попытаться определить, какие физико-географические или социально-географические критерии лежат в основе тех или иных туристских территорий, то это можно сделать лишь условно, поскольку для туризма интересна

любая география. Так, туристское местечко и туристское место могут иметь как природно-географическое, так и экономико-географическое содержание. Туристский центр – это прежде всего социально-географический объект. В выделении туристской зоны действуют и те, и другие факторы. Туристский пояс в подавляющем большинстве случаев имеет физико-географическую определенность.

Пояс – это наибольшая по размерам туристская территория мира. При этом могут быть, по-видимому, небольшие пояса и большие, составленные из нескольких. Так, побережье Средиземного, Черного и Азовского морей можно в некотором смысле рассматривать как единый большой пояс, состоящий из небольших туристских поясов, побережий отдельных морей.

Понятие туристского пояса как обширной территории государства или группы стран важно с точки зрения планирования территориальной организации туризма страны, так как позволяет выделять главные перспективные туристские пространства и разрабатывать туристскую политику не только локально, но и в масштабах страны. Так как туристский пояс – это крупная территория, ее туристские ресурсы и возможности логичнее продвигать на международный уровень. Они лучше, чем на других территориях, заметны в туристской среде как единые географические объекты и туристские дестинации.

Уральский туристский пояс сложился вдоль Уральских гор в России. В Казахстане он не выражен, несмотря на то что горные хребты тянутся и по территории этой страны. Пояс представляет собой серию последовательно сформировавшихся туристских зон, между которыми находятся нетуристские участки [66]. К туристским зонам Уральского пояса можно отнести на Полярном Урале зону озера Хадата-Юган-Лор, на Приполярном Урале – зону горы Манарага и р. Косью, на Северном Урале – зону горы Конжаковский Камень, на Среднем Урале – зону р. Серьги и Бажовских мест, на Южном Урале – зону хребта Таганай, а также многие другие территории. Уральский туристский пояс имеет разнообразную туристскую специализацию, но горный характер местности задает активный вектор (спортивный, самодеятельный, экологический). Развитая система расселения, крупные промышленные города, разнообразие национальностей являются факторами развития видов туризма культурной направленности (познавательного, этнического, делового, событийного).

Туристский пояс гор Южной Сибири сформировался на пространствах от Алтая до Забайкалья. В пределах пояса сложилось много туристских зон. Так, на Алтае можно выделить зону Телецкого озера, на Западном Саяне – зону хребта Ергаки, на Восточном Саяне – зону Тункинских Гольцов, на Хамар-Дабане – зону р. Слюдянки, на Байкале – зону Листвянки и бухты Песчаной, в Северном Забайкалье – зону хребта Кодар. Горы Южной Сибири, по-видимому, следует

рассматривать как сложный туристский пояс, состоящий из меньших по размеру поясов. Можно рассматривать в качестве такого пояса Восточный Саян.

Туристские пояса отражают туристскую географию в глобальном ракурсе. Выделение поясов позволяет понять территориальную организацию туризма крупной страны в целом, определить перспективные участки межрегионального туристского сотрудничества.



Телецкое озеро, Алтай



Монте-Карло, Монако

Области, располагающиеся на стыках поясов, можно именовать туристскими узлами. Это самостоятельная категория туристских территорий. **Туристский узел** является местом стыка, наложения, сближения туристских поясов. Это наиболее потенциалоемкие туристские территории мира. Туристские узлы – одни из доминант всей системы мирового туризма. Они являются ключевыми элементами географии туризма, напряженными точками мирового туристского движения, наиболее яркими дестинациями посреди большой территории, отмеченными выдающимися туристскими событиями, интереснейшими туристскими проектами.

Где рождаются туристские узлы?

1. Туристскими узлами можно считать места стыка приморских и горных туристских поясов в том случае, когда горная система касается побережья. К таким узлам относятся:

- район Сочи, где горы Большого Кавказа выходят к берегу Черного моря;
- район Французской и Итальянской Ривьер, где горы Альпы касаются Средиземного моря;
- район Барселоны и Коста-Брава, где туристский пояс Пиренеев смыкается с туристским поясом испанских и французских побережий.

2. Туристские узлы можно выделить внутри материка в местах стыка разных по туристским ресурсам и специализации поясов:

- район Иркутска и южной оконечности Байкала, где туристский пояс озера Байкал смыкается с поясами Хамар-Дабана и Восточного Саяна.

3. Туристские узлы формируются на стыке пояса побережья и пояса островов:

- район Майами, где близко расположены туристский пояс приатлантических побережий и пояса Антильских и Багамских островов.

4. Узлом можно считать то место, где близко располагаются привлекательные горы и судоходная река:

- Вена и Зальцбург, где Дунай близок к горному поясу Альп.

5. Узлы могут формироваться на туристски освоенной сложной по характеру береговой линии территории с многими островами и полуостровами:

- Афины, где стыкуются туристские пояса Эгейского побережья Балкан, Коринфско-Ионического побережья Балкан, Пелопоннеса и островов Эгейского моря.

6. По-видимому, узлами можно называть места схождения приморских туристских поясов с внутриконтинентальными, озерными, возвышенными поясами и с таковыми, формируемыми прежде всего культурно-историческим профилем:

- Санкт-Петербург находится на сложном стыке приморского пояса восточного побережья Балтийского моря, пояса Карельского перешейка и Южной Финляндии, пояса Карелии, а также примыкающей с юга туристски высокозначимой территории Псковско-Новгородских и Валдайских земель.

Таким образом, туристский пояс представляется как территория, имеющая линейное простираение, выраженная физико-географически. Пример с Псковом, Новгородом и Валдаем свидетельствует о том, что можно выделять и иной тип туристской территории, имеющей большие размеры, но не обладающей линейностью и физико-географическим единством. Может быть, ее следует называть туристским пространством или туристским регионом.

Туристский регион – это область компактной формы с элементами туристской специализации, способная быть самостоятельной туристской дестинацией. Его размеры до нескольких сотен тысяч квадратных километров. Туристский регион может проявляться вблизи крупного города, генератора больших туристских потоков. Вокруг Москвы как туристского узла располагаются следующие крупные туристские территории:

- туристский пояс Золотого кольца;
- туристский регион Валдая и Верхневолжья;
- среднерусский туристский регион.

Таким образом, мы переходим к еще одному представлению о туристском узле. По-видимому, туристским узлом можно считать территорию крупнейшего города с сильной туристской функцией, вокруг которого выделяются явные туристские регионы и сложились туристские пояса культурно-исторического значения на основании известнейшего туристского маршрута.

В табл. 7 систематизированы некоторые характеристики туристско-географических таксонов по формальным и содержательным критериям.

Таблица 7

Характеристики туристско-географических таксонов

Таксон	Картируемая форма	Размеры, кв.км	Минимальное число комплексных видов туризма	Продолжительность пребывания
Туристское местечко	Точечная	Менее 1	1– 2	До 24 часов
Туристское место	Точечная	1–100	3– 4	1– 2 дня
Туристский центр	Точечная	100–1000	5 и более	До недели
Туристская зона	Линейно-площадная	1000– 10 000	5 и более	Более недели
Туристский пояс	Линейно-площадная	Более 10 000	5 и более	Более недели
Туристский узел	Компактно-площадная	Более 10 000	5 и более	Более недели
Туристский регион	Компактно-площадная	Более 100 000	5 и более	Более недели

Дифференциация типов туристских территорий дает большие возможности, с одной стороны, для понимания складывающейся территориальной организации туризма в различных странах мира, с другой – для туристского проектирования.

Крупный город как центральное место располагается обычно в ключевой позиции с точки зрения территориальной организации туризма. Сам крупный город, будучи туристским местом, находится обычно в туристской зоне, в туристском поясе или даже узле. Положение в туристском узле является самым ключевым и выгодным в контексте туристского трафика. Поэтому формирование узла – это та задача, которая может быть поставлена крупным городом. Рассмотрим этот тезис на примере Перми.

Пермь не имеет стабильного круглогодичного туристского посещения и может считаться туристским местом лишь в некоторые периоды благодаря большим туристским событийным мероприятиям. Положение в Уральском туристском поясе дает ряд преимуществ в связи с наличием природных туристских ресурсов, близостью к динамичным городам Большого Урала, наследием горнозаводской цивилизации. Положение в пределах туристского пояса само по себе еще не ключевое. Оно станет ключевым, если сформируется туристский узел. В Перми есть зачатки туристского узла. По-видимому, это стык Волги и Урала, т.е. соединение полноводной и судоходной Камы с Уральскими горами в их богатой недрами части. Кама и Волга многие годы были популярными туристскими путями, а сейчас являются значительно менее активными маршрутами. Речное направление на юго-запад от Перми с промышленными и историческими городами можно будет считать туристским поясом, если целенаправленно развивать это направление как дестинацию. Кроме того, можно обратить внимание на северо-западное направление от Перми как туристско-привлекательное, но пока совершенно неактивное. Это Коми-Пермяцкий автономный округ, север Удмуртии, Кировская область и Республика Коми. Происходящее улучшение транспортной доступности в этом направлении позволяет предположить возрастание туристского потока и возможное формирование туристского региона к северо-западу от Перми. Коми-Пермяцкий округ уже сейчас выделяется в регионе туристской репутацией интересного гастрономического профиля. Таким образом, чтобы Пермь оказалась в туристском узле и заняла выигрышную позицию в территориальной организации туризма, следует работать в таких направлениях:

1. Прилагать усилия к тому, чтобы Урал проявлял себя как единый туристский пояс, т.е. появились общеуральские популярные туристские маршруты, возросло межрегиональное туристское взаимодействие, осевая часть Уральских гор еще выше позиционировала природное наследие через систему заповедников, национальных и природных парков, появилась Большая уральская тропа и т.д.

2. Работать по формированию Волго-Камского или Камского туристского пояса, т.е. увеличить круизно-речной туристский поток, прилагать усилия к тому, чтобы сделать туристскими города по Каме и Волге, способствовать развитию речного транспорта, развивать любые транспортные пути в юго-западном

направлении, создавать систему туристских маршрутов в направлении Нижнекамья, Удмуртии, Татарстана, городов Поволжья. Все это касается и развития транспортных и туристских связей с местностями вверх по Каме от Перми.

3. Способствовать формированию туристско-привлекательной территории к северо-востоку от Перми, выявляя объекты туристского интереса, развивать инфраструктуру, создавать новые турпродукты, обращать особое внимание на этнический, событийный, экологический, природно-ориентированный туризм.

Рассмотрим возможности формирования туристского узла на примере Самары. Город является туристским центром, но можно ли на его основе сформировать туристский узел, поскольку самая предпочтительная позиция города с точки зрения туристских потоков – это положение в туристском узле? Определим, в каких туристских поясах располагается Самара. Единственный туристский пояс, в который вписывается Самара, – это пояс Волги с речным круизным движением и автомобильно-железнодорожными связями между волжскими городами. Этот пояс четко проявлялся как туристский до конца XX века. Его значение стало снижаться в связи с сокращением речных перевозок, но пространство вдоль Волги еще может быть охарактеризовано как туристский пояс.

Положение в пределах пояса еще не означает положение в узле. Для этого надо, чтобы город располагался на пересечении поясов или в окружении сформировавшихся туристских регионов. Есть ли выраженные туристские регионы вокруг Самары? Явным туристским регионом в окружении Самары является только Башкирия и почти весь Южный Урал. Все больше развивается и претендует на роль туристского региона Татарстан. Других сложившихся туристских регионов в относительно близком расстоянии от Самары нет. Может оформиться туристский регион в Саратовской области, а также в Приволжско-Среднерусских местностях.

Таким образом, для формирования собственного туристского узла Самаре необходимо способствовать целенаправленному развитию Поволжского туристского пояса и нескольких самобытных туристских регионов в ее мезоокружении. Интересно, что в этом случае синхронное туристское развитие регионов-соседей не будет препятствовать развитию Самары из-за конкуренции, а наоборот, будет способствовать выходу города на центральные позиции в территориальной организации туризма. Мы приходим еще к одному выводу о том, что соседние регионы должны не конкурировать в туризме, а дополнять друг друга. Это особенно очевидно при формировании туристского узла на основе крупного города, когда ощущается необходимость его центрального положения в окружении самобытных и полноценно развитых туристских регионов.

3.2. Туристско-географическая таксономия дает лучшие ориентиры при стратегическом планировании туристского развития малых и средних городов.

Рассмотрим это на примере Пермского края. Оценка городов как туристских точек развития дается ниже, в разделе «Ландшафтные рубежи контрастности как линии сосредоточения городов и туристских ресурсов», здесь же лишь приведем на ее основе некоторые соображения.

Если сомнений нет в том, что Кунгур и Соликамск относятся к категории туристского места, то следующие по возможностям города Чердынь и Чайковский к туристским местам можно отнести с определенными оговорками.



Чердынь, Пермский край

Это свидетельствует о том, что при целенаправленной работе названные города могут вполне закрепиться в региональной организации туризма края на уровне туристских мест. Следующие по возможностям города (Красновишерск, Березники, Чусовой и Очер) попасть в категорию туристского места могут, приложив большие усилия. При этом Кунгур и Соликамск могут поставить себе стратегическую цель выйти на уровень туристских центров и работать в этом направлении.

Изучение видов туристских территорий, их классификации, своеобразной иерархии, географии и процессов обновления дает новые возможности в развитии теории туризма, ведении туристского бизнеса и в территориальном планировании.

Вопросы и задания

1. Чем отличаются таксоны «туристский центр» и «туристский узел»?
2. Определите, какому туристско-географическому таксону соответствует Ваш населенный пункт?
3. Определите ближайшую к Вашему населенному пункту существующую туристскую зону.

3.3. ДЕСТИНАЦИИ

В практике туризма укоренилось относительно новое понятие «дестинация». Оно используется в научной и учебной литературе по теории и географии туризма. В основном термин применяется при обсуждении вопросов международного туризма. Часто это слово встречается в литературе иностранной и гораздо реже – в отечественной. В России в разговорной речи его уверенно используют научные работники, преподаватели вузов туристской специализации, а иногда и студенты соответствующего профиля. Классические географы, прямо не интересующиеся технологией туризма, с этим понятием мало знакомы и редко его употребляют. В работе российских туристских агентств, даже занимающихся выездным туризмом, понятие «дестинация» не в ходу, за редким исключением.

Дестинация (*Destination*) с английского языка переводится как пункт назначения, т.е. пункт, куда направляется путешественник. Это первоначальное значение слова, которое в связи с современными тенденциями получает более глубокий смысл. Рассмотрим содержание понятия «дестинация», его различные аспекты.

Дестинация – территория

Понятие «дестинация» имеет территориальный смысл, термин географичен. Это территория, территориальные объекты: место, пункт, ареал. Под дестинацией чаще всего понимается социально-экономико-географический объект регионального масштаба (Карелия, Каталония, Сицилия), хотя термин применяется и к масштабу города (Москва, Санкт-Петербург, Прага), и к масштабу страны (Андорра, Швейцария, Греция), реже – к смежной группе стран (страны Юго-Восточной Азии).



Канн, Лазурный берег



Кемер, Турция



Горы Рила, Болгария



Полуостров Кассандра, Греция

Дестинацией называют и физико-географический по содержанию объект, район (Байкал, Гималаи, Патагония, Карибское море), и даже комплексный по смыслу географический район (Полинезия).

Чаще всего рассматриваемым понятием обозначают не отдельный пункт, как следовало бы при строгом переводе на русский язык, а локальную территорию (город и окрестности – Санкт-Петербург и его пригороды, участок морского побережья – Лазурный Берег, горную местность – Высокие Татры). В туризме дестинацией считается район основной части путешествия, т.е. район, где путешественник проводит наибольшее количество времени, район, наиболее удаленный от мест, которые он посетит за время всего путешествия. Таким образом, понятие «дестинация» наиболее согласуется с теми видами туризма, у которых основной район путешествия «локализуется», т.е. с относительно стационарными видами. К таким «стационарным» относятся бальнеологический, пляжный, горнолыжный, сельский. Менее подходят для использования этого понятия самые маршрутные виды туризма, такие как круизный речной или морской, автотуризм, автобусный туризм, велотуризм.

Дестинация – кластер

Дестинация – это не просто территория, это территория, посещаемая туристами. При этом территория не только выделяется туристскими ресурсами, но и обустроена туристской инфраструктурой. По мнению И.В. Зорина, туристский кластер является дестинацией. С этим можно согласиться, поскольку интересная туристам территория, где сформировалась совокупность предприятий этой сферы, способная принимать устойчивые туристские потоки, представляет собой и туристский кластер, и дестинацию. Кластер – это группа близко расположенных взаимодействующих предприятий. Туристский кластер нацелен на работу с туристами, с туристским потоком. Поскольку кластер пространственно локализован, то это понятие очень близко к понятию «дестинация». Значения этих понятий будут различаться в случаях, когда дестинацией называют не локальную, а более обширную территорию (уровня региона, страны, группы стран).

Дестинация – статусные объекты

Дестинацией называют территорию, которая известна достопримечательностями. Специалисты отмечают, что фактор престижности объекта и моды на определенные географические места играет большую роль в современном туризме. От этого очень зависит величина потока, особенно в международном туризме. Таким образом, дестинация будет наиболее оформлена при достаточно высоком туристском статусе располагающихся в ней объектов.

Дестинация – продукт технологии

Современные туристские технологии направлены на формирование дестинаций, т.е. локальных территорий массового посещения с развитыми разнообразными туристскими сервисами. Туроперейтинг технологизирует туризм, формируя маршруты и потоки по определенным направлениям в определенные места, где для приема готовы кадры, инфраструктура, программы и прочие условия.

Дестинация – рекламный объект

Дестинация – известная территория, географический термин, распространенный в туристской среде, является объектом продвижения. Дестинацией трудно назвать территорию, редко посещаемую и малоизвестную в туристской среде.

Дестинация – часть маршрута

Дословный перевод дестинации как пункта назначения дает понимание дестинации как основной части маршрута, как главного элемента путешествия. Например, семья в отпуск отправилась из Перми на автомобиле в Крым. Крым воспринимается как основная географическая цель путешествия и является дестинацией, несмотря на то что по пути туда и обратно будут осматриваться интересные города. Группа активных туристов из Красноярска запланировала горно-пешеходный маршрут по Северному Тянь-Шаню из Алма-Аты на Иссык-Куль. Несмотря на то что от Красноярска до активной части маршрута длинные подъезд и выезд, дестинацией считается основной участок маршрута через хребты Тянь-Шаня, включая озеро Иссык-Куль, города Алма-Ата и Бишкек. Заметим, что в этих примерах речь идет о туристски освоенных и популярных районах со сложившимися маршрутами, потоками, соответствующей инфраструктурой. Если туристы отправляются в неизвестный район, с отсутствием информации, где не наблюдается туристских посещений, нет туристских сервисов, то дестинацией называть такой пункт назначения неоправданно.

Дестинация – место пребывания

Термин «пребывание» имеет здесь туристское содержание как место, где человек не перемещался по маршруту, а задержался в данном пункте или местности, жил в гостинице или палатке и т.д. Отправляясь на курорт Кавказских Минеральных Вод, отдыхающий пребывает в одном месте. В данном случае дестинацией окажется этот пункт вместе с дополняющим его районом. Отдыхающие редко отказываются от экскурсий и поездок по окрестностям курорта.

Родственными понятию «дестинация» можно считать понятия «город», «район», «страна», «туристская зона». К смежным применительно к дестинации понятиям можно отнести таковые маршрутного содержания: «путешествие», «маршрут», «экскурсия», «размещение», «достопримечательности». В качестве вмещающего дестинацию понятия чаще всего используется «направление». «Направление» как туристский термин применяется на практике широко и чаще всего обозначает для туристской компании зарубежную страну, куда направлен туристский поток. Список направлений – это список стран, с которыми постоянно «работает» туристское агентство.

Таким образом, **дестинация** – это туристская территория, кластер, левая часть маршрута, основное место пребывания, район концентрации статусных феноменов, объект рекламы и легендирования.

Этот термин по содержанию не имеет аналогов в русском языке и является новым для отечественной географии. Понятие «дестинация» отражает современные процессы, происходящие в мировой туристской системе.

Вопросы и задания

1. Когда появилось в туристском обиходе понятие «дестинация» и как это связано с развитием туристской индустрии?
2. В чем заключается географичность понятия «дестинация»?

3.3. ПРОФИЛЬНЫЕ ДЕСТИНАЦИИ

Сфера сервиса географически структурируется не просто, имеет неявную, сложную территориальную организацию. Это положение в определенной степени относится и туристскому сервису. Сложности в географическом анализе туристского сервиса возникают из-за повсеместности деятельности, высокого внутреннего разнообразия, многоуровневости отрасли.

Прежде чем перейти к поиску географических закономерностей туристского сервиса, определимся с тем, какая деятельность считается туристским сервисом, какова его структура. Поскольку туризм представляет собой насыщенную элементами открытую систему, можно распределить, классифицировать предприятия сервиса по принципу величины доли туристских функций в их деятельности. При этом одни сервисные предприятия войдут в туризм полностью, вторые – большей частью, третьи – наполовину и т. д. Это важно для представления многоуровневости туристской системы, оценки вовлеченности различных сервисов в туристское обслуживание. Распределение сервисных предприятий в данном случае произойдет по принципу разделения центра и периферии. Ближе к центру расположатся предприятия абсолютно туристские, на периферии – тесно связанные с туризмом, но в сферу туризма обычно не включаемые.

По этому принципу выделяются следующие группы предприятий:

1. Полностью работающие в системе туризма предприятия (туристские агентства, туроператорские компании, туристские информационные центры, национальные парки, горнолыжные комплексы в горной местности вне городов, биатлонные стадионы и др.).
2. Преимущественно работающие в системе туризма предприятия (гостиницы и другие коллективные средства размещения, санатории, дома отдыха, аутлеты, магазины туристских товаров и снаряжения и др.).

3. Предприятия, равнозначно работающие для туристских и местных потребностей (объекты культурного наследия, музеи, рестораны и кафе, аквапарки, зоопарки, ботанические сады, горнолыжные комплексы вблизи больших городов и др.).

4. Предприятия, работающие преимущественно на местном рынке и в меньшей степени для туристских задач (стадионы и спортивные комплексы, выставки, ярмарки, городские торгово-развлекательные комплексы и др.).

5. Предприятия, преимущественно работающие для местных задач и в незначительной степени для туризма (магазины продуктов и промышленных товаров, продуктовые рынки, банки, страховые компании и др.).

Группировка показывает пестроту предприятий туристского сервиса, степень их ориентировки не только на туристский рынок, но и на местное население. Благодаря этой классификации можно понять, какие предприятия следует отнести к собственно туристским, на которые можно ориентироваться в организации туристской статистики и изучении динамики. Так, гостиницы, как наиболее крупные объекты туристского сервиса, справедливо выбираются в качестве основного компонента туристской системы при ее анализе и контроле выполнения государственных программ. Критерий прироста номерного фонда является одним из самых показательных и точных при анализе развития туристской инфраструктуры.

Сложность структуры туристского сервиса проявляется при анализе Общероссийского классификатора экономической деятельности, в котором предприятия, относящиеся к сфере туризма, включены в разные разделы и классы. Наиболее крупное подразделение туристских предприятий в Классификаторе объединено в раздел I «Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания», турорганизаторы выделены в класс ОКВД 79 «Деятельность туристских агентств и прочих организаций, представляющих услуги в сфере туризма» в разделе N «Деятельность администраций и сопутствующие дополнительные услуги», транспортные услуги в туризме включаются в раздел H «Транспортировка и хранение», туристский сервис имеет место и в разделе R «Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений». Сфера туристского сервиса распространяется и на некоторые другие виды хозяйственной деятельности, включенные в иные разделы.

Таким образом, система туристского сервиса на какой-либо территории (в стране, регионе или городе) очень разнородна, нечетко выделяется, слабо структурируется административно и экономически, поэтому очень актуально ее идентифицировать самыми разными методами, прежде всего географическими. Географические критерии играют важную роль в этом вопросе, поскольку туризм – деятельность географическая, где не только хорошо картографируется данная

сфера, как и многие другие отрасли хозяйства, но и сами туристские процессы планируются и осуществляются благодаря географии во всех смыслах.

Туристская и рекреационная деятельность формирует на территории сеть объектов разнообразного сервиса. Что представляет собой пространственная организация туристского сервиса?

Определим, какое место занимает туристский сервис в туризме. Какие элементы системы туризма мы будем относить к области туристского сервиса? Выделим главные блоки, главные составляющие системы туризма, понятия первого эшелона. На рисунке 37 показан основной состав понятий системы туризма и системы туристского сервиса.



Рис. 37. Состав основных понятий системы «туризм» и системы «туристский сервис»

Туристский сервис включает занятых работников или персонал, который осуществляет обслуживание, объекты туристского интереса, которые известны, посещаются и поэтому обрастают сервисными элементами. Сердцевиной туристского сервиса являются объекты туристского жизнеобеспечения, а именно гостиничная сфера и предприятия общественного питания, которые часто объединяются понятием «туристская индустрия». Туристская инфраструктура является составной частью туристского сервиса, объединяет транспортные коммуникации и пассажирские перевозки, и многие другие предприятия туристских услуг. На рисунке 37 мы выделили пять главных компонентов туристского сервиса.

Исходя из такой структуры к географии туристского сервиса можно отнести следующие четыре вопроса:

1. География занятости в сфере туризма, география подготовки кадров для туристской отрасли.
2. География объектов туристского посещения.
3. География гостеприимства: сферы размещения и общественного питания.

4. География туристского транспорта и пассажирских перевозок.

Процесс обслуживания имеет географические аспекты, например, может быть обслуживание на маршрутах или в стационарных местах, но так или иначе эти темы попадают в приведенные четыре вопроса.

При таком подходе мы рассматриваем туристский сервис в целом и подаем географию туристского сервиса как географию видов экономической деятельности. Это один из возможных подходов к изучению географии туристского сервиса. Назовем этот подход классическим, или компонентным, поскольку выделяются самые главные (считанные) компоненты всей сферы туризма как мега-системы. Характеристика предполагается по этим макроотраслям, что сделать очень сложно, поскольку она может быть только общей, далекой от практического применения. Такой взгляд требует детализации. Тем не менее этот подход является хрестоматийным, применяется в системе статистического учета, в нормативно-правовой сфере, используется для изучения географии туризма и, в его составе, туристского сервиса.

Может быть предпринят второй подход, который является, на наш взгляд, более прикладным, бизнес-ориентированным. Это подход к географии туристского сервиса посредством обращения к классификации видов туризма, по сути, к отраслевой структуре туризма. Мы предполагаем, что отраслевая (видовая) структура туризма хорошо отражает структуру туристского сервиса. Поэтому, прежде чем перейти к вопросу о географии туристского сервиса, дифференцируем систему туризма. Для этого рассмотрим туризм через виды туризма.

Вид туризма – одно из ключевых понятий системы туризма. Определение понятия «вид туризма» дать трудно. Поскольку туризм – это путешествия, то чаще всего встречаются попытки объяснить вид туризма через конкретные маршруты, программы путешествий, туристские предложения. Это не очень эффективный способ. Одно и то же путешествие, как правило, можно отнести сразу к нескольким видам туризма, хотя чаще всего главная цель преобладает.

Подумаем, зачем необходимо разделить туризм на виды. Разделение на виды туризма необходимо для организации и проведения путешествия. Разделение на виды важно для управления и координации системы туризма в стране, регионе, муниципалитете, для планирования и прогнозирования ее развития и для формирования туристского сервиса. Каждый вид туризма требует свою систему сервиса. Это главная причина, поскольку сервисный бизнес требует несравненно большей внутренней структуризации, нежели программы конкретного путешествия.

Отсюда вывод: содержание того или иного вида туризма проявляется наиболее понятно через сервис, который формируется для данного вида туризма. Рассмотрим это на примере ряда видов туризма.

Горный туризм и пешеходный туризм в горах способствует созданию горных гостиниц и приютов, продаже горного снаряжения и экипировки, работе горных гидов, деятельности горных туристских клубов, организации национальных парков в горах.

Круизный речной туризм требует туристские речные теплоходы, порты и береговую инфраструктуру, анимационное обслуживание в рейсах.

Музейный экскурсионный туризм развивает музеи и экспозиции, перевозки на экскурсионных автобусах, подготовку экскурсоводов.

Видов туризма множество, но можно выделить основные виды и представить систему туризма по ним. Поскольку определенность вида туризма проявляется в характере сервиса, то географию туристского сервиса в том или ином районе можно рассматривать по основным, наиболее популярным, видам туризма. При этом, при рассмотрении вида туризма нас меньше будут интересовать туристский поток, туристские ресурсы и маршруты, а в большей степени – туристские объекты, туристская индустрия и инфраструктура.

Итак, анализ туристского сервиса может быть построен на основе видов туризма, поскольку каждый вид туризма подразумевает создание определенной системы сервиса. География всей системы туристского сервиса должна хорошо проявляться в географии обслуживания по многочисленным и разнообразным видам туризма.

Возникает вопрос о структуре географической характеристики вида туризма. Для этого обратимся к основным компонентам туризма, к выделенным четырем вопросам, которые следует рассматривать в том или ином порядке.

Изучая географию какого-либо вида туризма, целесообразно использовать понятие «дестинация», поскольку оно отражает туристский сервис в территориальном аспекте. Путем анализа дестинаций разных видов и рангов можно изучить географию туристского сервиса. Понятие «дестинация» относится к пространственным системам туристского сервиса.

Понятие «дестинация» получает распространение в научной и учебной литературе и начинает использоваться как маркер географии сервиса, как новый географический объект, тесно связанный с сервисной отраслью [22, 72, 101, 183, 199]. Дестинация – термин географический, туристский сервисный.

Таким образом, мы поняли, что изучить географию туристского сервиса можно путем анализа дестинаций и методом деления системы туризма на виды туризма. Для этого следует выделять и изучать профильные дестинации – развивающиеся в сервисном отношении туристские объекты и территории, специализирующиеся на определенных видах туризма или блоках видов туризма. Понятие «блок видов туризма» введено Г.П. Долженко [70]. На наш взгляд, наиболее эффективно изучать и представлять географию туристского сервиса не

по видам экономической деятельности, а в отраслевом плане, имея в виду виды туризма как туристские отрасли.

Можно сформулировать вывод о том, что территориальное выражение туризма и туристского сервиса мы находим в дестинациях. Попробуем кратко рассмотреть одну отрасль туристского сервиса, а именно горнолыжную рекреацию и ее географию через профильные дестинации.

Проанализируем некоторые географические аспекты туристского сервиса, формирующегося на горнолыжном направлении. Не будем задаваться целью дать полную характеристику отрасли, а лишь покажем некоторые подходы. Посмотрим, есть ли здесь закономерная географическая дифференциация, в чем она проявляется особенно четко. Начнем с регионального уровня и завершим мировым.

Сервис в горнолыжном туризме в Пермском крае представлен продажей горнолыжного снаряжения и работой горнолыжных баз. Поскольку основной спрос на горнолыжную рекреацию предоставляет город Пермь, то продажа снаряжения в основном находится в Перми, а также в значительных городах, особенно где работают горнолыжные базы (Березники, Чайковский, Губаха). Горнолыжные базы в Пермском крае располагаются в основном по высоким берегам рек вблизи городов и крупных поселков («Полазна» – р. Кама, пос. Полазна, «Губаха» – р. Косьва, г. Губаха, «Такман» – р. Вильва, г. Чусовой, «Огонек» – р. Чусовая, г. Чусовой, «Жебреи» – р. Сылва, г. Пермь). Базы можно подразделить на близкие к Перми («Иван-гора») и далекие от Перми вблизи малых и средних городов («Губаха», «Снежинка»), в сельской местности («Ашатли»). Можно разделить базы по роли в туризме: работающие как рекреационные предприятия («Иван-гора»), работающие как рекреационные и туристские предприятия («Губаха»). Базы ориентируются на рынок Пермского края, и только единичные – «Губаха», «Такман» – в некоторой доле на потребности жителей смежных регионов. Выделяется два куста действующих баз в крае: первый – вблизи Перми, второй – на Среднем Урале в горнозаводской зоне.

В Пермском крае направленность горнолыжных предложений на местный региональный рынок и локализация значительного числа горнолыжных баз вблизи Перми позволяет относить эту деятельность к рекреации, а не к туризму. В связи с этим большие дестинации этого профиля в регионе не сформировались. Можно считать перспективной и формирующейся горнолыжную дестинацию в Горнозаводском Прикамье в поясе городов Чусовой – Губаха. Постепенное развитие средств размещения на некоторых горнолыжных базах Пермского края свидетельствует о растущей работе предприятий по обслуживанию туристского потока, а именно иногородних посетителей, гостей из других регионов.

Географию горнолыжного сервиса России можно понять путем анализа наиболее известных и крупных горнолыжных курортов. Перечислим их, группируя по субъектам РФ и макрорегионам:

Север и Северо-Запад. Мурманская обл (Бол. Вудиявр, Кировск, Коласпортланд, Кукисвумчерр, Сполохи, Салма); Ленинградская обл (Золотая долина, Игоря, Охта Парк, Туутари Парк).

Кавказ и Крым. Дагестан (Чиндерчеро); Ингушетия (Армии); Карачаево-Черкесия (Архыз, Домбай); Кабардино-Балкария (Приэльбрусье); Северная Осетия – Алания (Цей); Чеченская Республика (Ведучи); Краснодарский край (Альпика-Сервис, Газпром, Горки Город, Красная Поляна, Роза Хутор).

Проекты: Адыгея (Лаго-Наки); Северная Осетия – Алания (Мамисон); Дагестан (Матлас); Ингушетия (Цори); Кабардино-Балкария (Эльбрус-Безенги); Республика Крым (Ай-Петри).

Урал, Поволжье и Центр. Башкортостан (Абзаково, Ак-Йорт, Арский Камень, Ассы-тау, Банное, Зирган-Тау, Канды-Куль, Красный Ключ, Куштау (шиханы), Мраткино (Белорецк), Олимпик Парк, Омшаник (Тазларово), Павловский парк, Родео, Уязы-Тау; Пермский край (Ашатли, Губаха, Жебреи, Иван-Гора, Такман); Самарская обл. (Красная глина); Саратовская обл. (Хвалынский); Москва (Волен); Московская обл. (Сорочаны, Снежком); Калужская обл. (Квань); Белгородская обл (Альпика); Оренбургская обл. (Долина Кувандык, Ташла); Свердловская обл. (гора Белая, гора Волчиха, гора Долгая, гора Ежовая, гора Пильная, гора Теплая, Качканар, Уктус); Татарстан (Татнефть (Ян), Федотово); Удмуртия (Нечкино, Чекерил); Челябинская обл. (Аджигардак, Гора Вишневая, Гора Егоза, Евразия (Куса), Завьялиха, Златоуст (Спорт-Экстрим), Каменный цветок, Миньяр, Райдер (Миасс), Солнечная долина).

Сибирь: Алтайский край (Белокуриха); Республика Горный Алтай (Манжерок, Артыбаш); Кемеровская обл. (Шерегеш, Гора Туманная); Хакасия (Гладенькая, Приисковый); Красноярский край (Ергаки, Бобровый Лог); Иркутская обл. (гора Соболиная); Бурятия (Мамай, Даван); Ханты-Мансийский округ (Каменный мыс); Ямало-Ненецкий округ (Собь).

Дальний Восток: Якутия (Кант (Усть-Нера); Хабаровский край (Холдоми); Приморский край (Комета, Арсеньев); Сахалинская обл. (Горный воздух); Камчатский край (Красная сопка, Эдельвейс, гора Морозная).

Как показывает список, горнолыжные курорты действуют в 37 субъектах РФ. Из 94 перечисленных курортов 18 располагается вблизи самого крупного города в субъекте РФ, 10 – вблизи второго по численности населения города региона. Наибольшее число курортов располагается на значительном удалении от региональных центров и больших городов.

Среди макрорегионов концентрацией горнолыжных курортов выделяются Кавказ и Урал. Уральские регионы обнаруживают сочетание необходимых природных особенностей (рельефа, снежного покрова) с большим внутрорегиональным спросом. Особенно выделяются Башкирия, Челябинская и Свердловская области, где города с большим населением располагаются в горной местности.

В целом регионы России имеют по одному или двум известным горнолыжным курортам, поскольку этим удовлетворяется существующий спрос. Отдельные локальные группы курортов действуют на Кольском полуострове и в окрестностях Петропавловска-Камчатского.

Большая и массовая зона катания создана в Красной Поляне Краснодарского края, благодаря хорошей транспортной связи попадающая в локальное рекреационное пространство города Сочи. Это уникальное по мировым меркам пространственное сочетание большого города с населением более 400 тыс. человек с крупной горнолыжной дестинацией.

Среди лучших горнолыжных курортов России выделяются Шерегеш, Охта-парк, Сорочаны, Домбай, Волен, Снежком, Бобровый Лог, Абзаково, Роза Хутор и Большой Вудиявр. Они располагаются в разных регионах страны от Кольского полуострова на севере до Западного Кавказа на юге, от Ленинградской области на западе до Горной Шории на востоке.

Основные горнолыжные дестинации мира хорошо представлены на специализированных сайтах. Около 50 стран мира обладают известными горнолыжными дестинациями. В Евразии крупными курортами выделяются следующие страны: Австрия (73 курорта), Швейцария (56), Италия (41), Франция (29), Финляндия (20), Республика Корея (13), Словения (7), Румыния (6), Ливан (6), Испания (5), Швеция (5), Словакия (5), Андорра (4), Болгария (4), Германия (4), Турция (4), Хорватия (4), Чехия (4), Норвегия (3), Грузия (2), Польша (2), Узбекистан (2), Украина (2), Черногория (2).

Среди горных регионов по сосредоточению горнолыжных курортов выделяются Альпы (Австрия, Швейцария, Италия, Франция, а также Словения, Германия, Лихтенштейн), Фенноскандия (Финляндия, Швеция, Норвегия), Карпаты (Румыния, Словакия, Польша, Украина), Пиренеи (Андорра, Испания).

В рейтинги горнолыжных курортов мира часто попадают следующие дестинации:

1. Лех (Австрия), 276 км трасс района Арльберг.
2. Санкт-Антон (Австрия), 276 км трасс района Арльберг.
3. Валь-д'Изер (Франция), 300 км.
4. Санкт-Мориц (Швейцария), 350 км.
5. Аспен (США), 200 км.
6. Уистлер-Блеккомб (Канада).

7. Цермат (Швейцария), 200 км.
8. Шамони (Франция), 170 км.
9. Мерибель (Франция), 150 км.

Как видно из приведенного рейтинга, крупнейшие и образцовые горнолыжные курорты концентрируются в странах Альп. Физико-географически в горнолыжном сервисе полностью доминируют Альпийский регион. География горнолыжного сервиса мира более концентрирована по сравнению с Россией. Российские регионы развивают этот сервис географически более равномерно. Это может служить поводом для оптимизма в отношении развития зимней рекреации и формирования горнолыжной специализации российского туризма.

В результате обсуждения вопроса мы приходим к следующим выводам:

1. Дестинация – это пространство туристского сервиса.
2. Профильная дестинация – пространство отраслевого туристского сервиса.
3. География и структура туристского сервиса наиболее явно проявляются через картину профильных дестинаций. Профильные дестинации как доминантные объекты отражают ситуацию в отрасли соответствующего туристского сервиса в функциональном и пространственном отношениях.

4. Профиль (специализацию) дестинаций следует рассматривать в возможно наиболее узком варианте, например, не как спортивно-рекреационную, а как горнолыжную, рафтинговую, трекинговую, альпинистскую, спелеодестинацию. Это даст более точный взгляд на географию туристского сервиса, поможет понять специфику деятельности, определить лучшие практики, найти интересные технологические решения.

5. Выделяя профильные дестинации, мы имеем возможность определить и их наложение, т.е. формирование двух-, трех-, ... многопрофильных дестинаций.

6. Для исследования географии туристского сервиса, для туристского проектирования необходимо разрабатывать теорию и методику изучения профильных дестинаций.

Вопросы и задания

1. Почему виды туризма наиболее четко проявляются через соответствующий сервис?
2. Приведите примеры однопрофильных и многопрофильных дестинаций.
3. Приведите примеры горнолыжных дестинаций в странах зарубежной Европы, Северной Америки и в России.

3.4. ЛАНДШАФТНЫЕ РУБЕЖИ КОНТРАСТНОСТИ КАК ЛИНИИ СОСРЕДОТОЧЕНИЯ ГОРОДОВ И ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ

Города, в отличие от сельских поселений, обладают большой широтой функций, которая основывается во многом на разнообразии природных ресурсов. Исторически города быстрее росли в тех местах, которые существенно выделялись естественными ресурсами. Широкими наборами ресурсов отличаются прежде всего природные (ландшафтные) рубежи контрастности. Этот термин ввел Ф.Н. Мильков [147] при обозначении границ ландшафтов (1981). Тяготение городов к прибрежной зоне океанов и морей, к предгорьям, к геохимическим узлам, к долинам рек, резким границам растительности отмечались при изучении разных территорий [84, 115]. Ниже мы рассмотрим одно из социально-экономических проявлений ландшафтных рубежей контрастности, имеющее отношение к туристской сфере. Положение сформулируем следующим образом.

Ландшафтные рубежи контрастности – линии сосредоточения городов – являются линиями концентрации туристских ресурсов. Рассмотрим этот тезис, возьмем для примера рубежи контрастности геоморфологического вида, границы равнин и гор.

В северной Италии граница Поданской равнины и Альп проходит по четырем административным регионам. В поясе предгорий расположены города с богатейшим культурно-историческим наследием, являющиеся центрами туристского притяжения: Турин, Бергамо, Брешиа, Верона, Виченца, Удине и мн др. Милан тяготеет к этому поясу.

В этой полосе располагаются южные части итальянских альпийских озер: Гарда, Изео, Комо, Лугано, Лаго-Маджоре, являющихся яркими рекреационными зонами. Кроме того, здесь сформировались и другие популярные туристские объекты, такие как винные пространства Бассано-дель-Граппа и Азоло. В полосе альпийских предгорий Италии сосредоточены не только ресурсы городского туризма, но и ресурсы ландшафтной рекреации и многих других видов.

Эту закономерность можно использовать в маршрутном планировании [92, 108]. В связи с концентрацией туристских объектов в зоне рубежа контрастности, по-видимому, логично планировать туристские маршруты вдоль этой линии, следуя логике нанизывания. Таким образом физико-географическая линия оказывается линией социально-географической и туристской проектной технологической.

Обратимся к территории Пермского края, где проходит граница Русской равнины и Уральских гор. Географы в разное время были не единодушны в нанесении на карту линии рубежа. Причина разногласий в том, что к западу от гор выделяется пояс Предуральяского прогиба. Граница Урала, по Б.А. Чазову [216]

и Н.Н. Назарову [160], проходит между прогибом и горным поясом, а А.Г. Чикишев [217] и А.А. Макунина [147] прогиб включают в пояс Урала и границу равнины проводят западнее. Таким образом, исследователи проводят две субпараллельные линии границы. Фактически переход от Русской равнины к Уралу имеет два ландшафтных рубежа контрастности геолого-геоморфологического вида: между горами и прогибом, между прогибом и равниной.

Граница горного пояса и прогиба почти соответствует линии городов: Красновишерск – Александровск – Кизел – Губаха – Гремячинск – Чусовой – Лысьва, причем отклонение этих двух линий очень незначительно, а в Красновишерске и Чусовом они совмещаются. Какие туристские места и ресурсы находятся вблизи этой линии? Отметим, что города в своей истории, да и сейчас, промышленные с разной степенью нынешней производственной активности. Назовем этот ландшафтный рубеж восточным.

К туристским достоинствам городов относится их положение «на входе» в районы путешествий, ориентированных на природу (Красновишерск, Александровск, Чусовой, Лысьва). Здесь крупнейшие горнолыжные комплексы края (Губаха, Чусовой), театр (Лысьва), музеи, спортивные соревнования, фестивали. Природные туристские ресурсы по этой линии разнообразны. Назовем особенно посещаемые. Это гора Полуд, камень Ветлан, река Вишера, голубые озера Александровского района, гора Крестовая, Широковское водохранилище, Лодейный лог, скалы Каменного города, пещеры Геологов, река Усьва, скалы Усьвинские столбы, скалы Глухие, река Чусовая, камень Великан и Печка на реке Чусовая. Именно в этих местах созданы первые три участка природного парка Пермский [158]. Среди историко-культурных и этно-туристских объектов в полосе рубежа особое значение имеет поселок Ныроб, деревни народности коми-язьвинцев в верховьях реки Язьва, пос. Всеволодо-Вильва, пос. Усьва, пос. Мыс и пос. Кын. Следует отметить городище Искор и старинный Бабиновский тракт.

Насыщенность туристских ресурсов в полосе восточного рубежа способствует формированию сети маршрутов вдоль него, на тех участках, где следуют дороги. По ландшафтным рубежам создаются транспортные связи, соединяющие города, которые выстраиваются в линию. Вдоль этого рубежа автомобильные и железнодорожные связи сформированы от пос. Всеволодо-Вильва до пос. Кын.

Ландшафтный рубеж между Русской равниной и Предуральем проводится исследователями по линии вблизи городов Чердынь, Соликамск, Березники, Кунгур, Красноуфимск. Выделим на территории края туристские места и отдельные ресурсы в полосе рубежа, который назовем западным. Это исторические города Чердынь, Соликамск, Усолье и Кунгур, древние села Покча и Вильгорт, поселок Суксун, рекреационно-бальнеологические центры Ключи и Красный Яр,

музеи и объекты культуры города Березники. Это природные туристские ресурсы: пещеры Октябрьские, Зуютская, Мечкинская, скалистая долина Сылвы в районе учебного хозяйства «Предуралье», водопад Плакун. Вдоль ландшафтного рубежа следуют автомобильные дороги, отклоняясь от него в районе Перми. Туристские маршруты от Перми на север и от Кунгура на север и юг повторяют западный рубеж.

Два основных контрастных геоморфологических рубежа Пермского края, отделяющих Русскую равнину от Уральского горного пояса, соответствуют развитым линиям городов и являются поясами сосредоточения разнообразных природных, культурно-исторических и социально-экономических туристских ресурсов.

Города позиционно тяготеют к местам с повышенным природным разнообразием, поэтому ландшафтные рубежи контрастности часто отражаются в сетях городов. Пояс рубежа не только концентрирует города, но и сосредоточивает природные, культурно-исторические и социально-экономические ресурсы туризма. Эта закономерность может использоваться в маршрутном планировании и развитии туристской инфраструктуры.

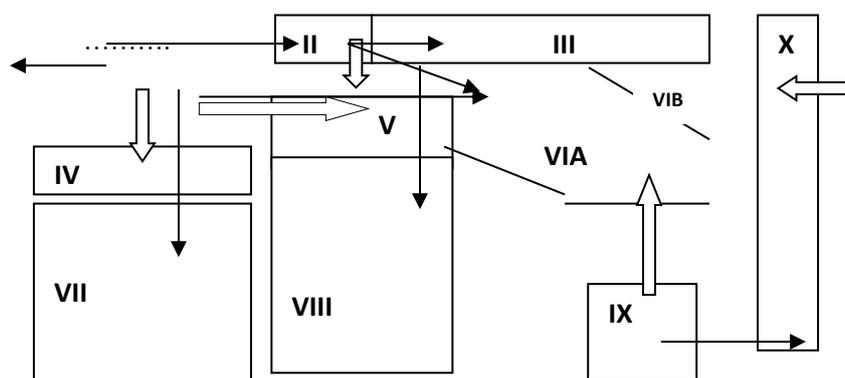
Вопросы и задания

1. Приведите пример ландшафтного рубежа контрастности и городов, примыкающих к нему, в своем регионе.
2. Приведите пример ландшафтного рубежа контрастности и популярных природных туристско-рекреационных объектов в своем регионе.

3.5. КЛАССИЧЕСКОЕ ТУРИСТСКОЕ РАЙОНИРОВАНИЕ МИРА

Туристское районирование мира можно представить в различных схемах, которые пока не приведены к одному знаменателю. На наш взгляд, незаслуженно забыта и мало упоминается схема районирования Я. Гезгала [55], который почти три десятка лет назад предложил простой абрис, отражающий многие современные процессы в международном туризме.

Книга польского экономиста Яна Гезгалы о туризме, вышедшая в период его бурного роста, содержала аскетично простую схему туристского районирования мира (рис. 38). Прошло около 40 лет. За это время туризм сильно изменился, превратился в одну из основных отраслей экономики многих стран, преобразился структурно. Казалось бы, трудно было предвидеть на столько лет вперед векторы развития мирового туризма. Поэтому так интересно проанализировать, как же «работает» сейчас эта схема, насколько она оказалась совершенной, появились ли новые тенденции в мировом туризме, не замеченные в то время.



- | | |
|-----------------------------|----------------------|
| I Северная Америка | VI А Зарубежная Азия |
| II Западная Европа | VI Б Китай |
| III Восточная Европа и СССР | VII Южная Америка |
| IV Центральная Америка | VIII Африка |
| V Средиземноморье | IX Австралия |
| | X Тихий Океан |

Рис. 38. Районы мира по Я. Гезгалу (1974)

Отметим, что в географии создано относительно мало простых пространственных моделей, поэтому схема Я. Гезгалы привлекает внимание своей простотой и геометричностью. Польский ученый составил рисунок туристских районов мира. Туристское районирование до сих пор является сложной задачей. Здесь нет однозначных рецептов. Для районирования применяются разные признаки, которые наиболее подходят для конкретной практической задачи. Это превращает районирование в прикладную проблему. При этом составление схемы комплексного туристского районирования мало кому удастся, что повышает значение схемы районирования Гезгалы, которая по содержанию комплексная, глобальная, а не локальная. Она создана прежде всего для теоретических, а не прикладных задач.

Простота рисунка позволяет отнести его к картоидам, где не важны метрические качества территорий, размеры, масштаб, но сохраняется топологическое постоянство. Генерализация применяется для того, чтобы лучше отобразить пространственные закономерности.

На каких принципах строится туристское районирование Гезгалы? Принципы явно не прописываются, но по характеристике районов мы можем судить о принципах районирования.

Автор делит мир на районы по комплексным географическим критериям, одновременно по экономико-географическим и физико-географическим. Он рассматривает природные условия развития туризма, природные туристские ресурсы, доминантные природные достопримечательности, учитывает культурно-историческое наследие, уровень социально-экономического развития входящих

в район стран, принимает во внимание туристско-географическое положение района.

На основании такого комплексного географического анализа автор приходит к выводам макроэкономического характера о международных туристских потоках, о районах – экспортерах туристских услуг и районах – импортерах туристских услуг. Его районирование отражает принадлежность территорий к частям света, к социально-экономическим формациям второй половины XX века и при этом согласуется с климатическими поясами и полушариями Земли. Отсутствие строгих границ районов и перечня стран, входящих в районы, фактически ориентирует читателя на своеобразные ядра районов, для которых наиболее характерны указанные свойства.

Районы выстраиваются в широтные пояса, которые выделяются специализацией в мировом туризме, связаны с климатическими поясами и отражают макрозоны доступности. В схеме заложена возможность экстраполяции. Девять районов составляют три пояса. Десятый район располагается в Тихом океане и в схеме на то время целостен. В перспективе предусматривается его деление по поясам в соответствии со схемой. Север Тихого океана (Япония, Корея) предполагается в будущем импортером туристских услуг, Центральная часть океана (по-видимому, Гавайские острова, Филиппины, Индонезия, Микронезия) – в перспективе экспортер туристских услуг, Юг океана (Южная Полинезия) – район, слабо участвующий в международных туристских потоках.

Автор выделяет район Средиземноморья как основной экспортер туристских услуг в мире, включая в него разнообразные по социально-экономическому развитию примыкающие в Средиземному морю страны Европы, Азии и Африки. На схеме Франция оказывается единственной из стран, участвующей в формировании сразу двух районов (Средиземноморья и внесредиземноморской Западной Европы). Может быть, это положение Франции является дополнительным важным фактором разнообразия туристских ресурсов страны, способствующим ее положению на первом месте по числу туристских прибытий в Европе. Так же нестандартно выделяется туристский район Центральной Америки, Мексики и Карибских островов, хотя комплексно-географически деление Америки на Северную, Центральную и Южную оправдано. Тем самым отмечается важность для туризма не только материков, но и морей.

Схема интересна тем, что раскрывает общие закономерности территориальной организации туризма мира, при этом она прогнозирует развитие туризма, показывает будущее профилирование стран в отношении туризма. Простота идеи и графического исполнения хорошо «представляет» закономерности, но должна явиться причиной неточностей и частных погрешностей, которыми гене-

рализованная схема обычно пренебрегает. Нам особенно интересно, как развивался туризм в последующие четыре десятилетия, в соответствии ли с данной моделью? Явилась ли модель туристского районирования мира Гезгала географической матрицей развития международного туризма?

Принципиально схема Я. Гезгала «работает», и пространственное положение экспортеров и импортеров туристских услуг в целом сохраняется, но обнаружились и несовпадения, которые, возможно, отражают тенденции, появившиеся в последние десятилетия. Как и показано в модели, импортеры туристских услуг располагаются в северном поясе мира (Германия, Скандинавия, Бенилюкс). Ожидаемо к ним присоединилась Япония. Как и ранее, главные экспортеры туристских услуг сосредоточены южнее, в субтропическом и тропическом поясах Северного полушария (Карибские и Средиземноморские страны, Южная и Юго-Восточная Азия). Как и показано в модели, многие места Южного полушария посещаются эпизодически.

Однако есть и отклонения от схемы. Эти отклонения не свидетельствуют об отсутствии закономерностей, обнаруженных Я. Гезгала и положенных в основу модели. Они свидетельствуют об особых ситуациях в отдельных странах, особой деятельности правительств, о туристских амбициях, о туристском творчестве, поскольку туризм – это не только условия, ресурсы, инфраструктура, это еще талант, идеи и энергия организаторов этой деятельности. Так, США являются сейчас не только импортером, но и еще в большей степени экспортером туристских услуг. Это в целом коррелирует с моделью, так как большая часть США относится к субтропическому климатическому поясу с частью тропиков.

Юго-Восточной и Южной Азии в модели отведена роль небольших экспортеров туристских услуг. Я. Гезгала считает, что, несмотря на природные и культурно-исторические достоинства, этот регион из-за удаленности не будет конкурировать со Средиземноморьем и будет иметь относительно небольшое число туристских прибытий. Тем не менее 90-е годы XX века и последующие 2000-е стали годами быстрого развития туризма в Юго-Восточной Азии (Сингапур, Таиланд, Индонезия, Малайзия, Вьетнам). Регион ежегодно теснил на мировом туристском рынке традиционных экспортеров и сейчас является одним из массовых туристских направлений. Я. Гезгала абсолютно точно определил специфику региона как экзотического. Именно этот эпитет закрепился за регионом Юго-Восточной Азии в последние десятилетия. При этом о развитии туризма в Южной Азии так сказать нельзя. Обладая не меньшими ресурсами, регион не отличается такими же потоками и динамикой, как страны Юго-Восточной Азии.

Отметим и постепенное увеличение потока в страны Южной Америки. Эти территории все более явно проявляют себя как заметный экспортер туристских услуг. Южная часть Тихого океана также стала значительным туристским

направлением, несмотря на удаленность от северного туристского пояса. Это известный район морских круизов.

Таким образом, мы находим некоторые отклонения от схемы Я. Гезгала, которые произошли в последующее время. Тем не менее в принципиальном виде модель Я. Гезгала отражает процессы развития туризма и его глобальной территориальной организации. Это показали 40 лет развития туристских процессов. Схема польского ученого оказалась не просто наброском деления карты мира на туристские районы. Она в действительности оказалась удачной географической моделью, объясняющей механизмы мирового туристского движения, прогнозирующей развитие этой мировой отрасли. Ее сила – в сочетании многих разнообразных факторов туристской динамики. В модели учтены географические, климатические, социально-экономические и туристско-технологические условия и факторы международного туризма. Схема не только не потеряла актуальности, но и остается одной из наиболее интересных моделей международного туризма в мире и, несомненно, должна быть признана классикой туристского районирования.

Интересна сама форма представления туристских районов мира как своеобразной таблицы, что очень необычно в практике как физико-географического, так и социально-экономического районирования. Это стало возможно благодаря тому, что Я. Гезгала предложил для международного туризма сплошное районирование мира, где одновременно интересны и важны и материки, и океаны. При этом центры двух туристских регионов – экспортеров туристских услуг – приходятся именно на морские пространства.

Я. Гезгала как бы накладывает таблицу на географическую карту мира, получая модель развития международного туризма. В связи с простотой формы эта модель легко понимается и запоминается. Она открывает и демонстрирует пространственные закономерности туризма, которые в своей основе продолжают действовать на протяжении десятилетий. Эти закономерности талантливо подмечены Я. Гезгалой еще в 60-е годы XX века, когда было очень сложно предвидеть все бурные процессы в туризме в последующие годы. Сейчас мы можем сказать, что Я. Гезгала открыл важные закономерности территориальной организации туризма в мире и разработал эффективную модель туристского районирования.

Вопросы и задания

1. Какие районы мира являются главными импортерами туристских услуг?
2. Какие районы мира являются главными экспортерами туристских услуг?

3.6. ТУРИСТСКОЕ РАЙОНИРОВАНИЕ ГОРНЫХ ТЕРРИТОРИЙ

Горы традиционно являются привлекательными в туристском отношении ландшафтами. Горные местности отличаются определенной туристской специализацией, сезонностью туристских потоков, особенностями территориальной организации туризма. Одним из интересных географических вопросов является процесс формирования туристских районов в горах и определение принципов туристского районирования горных территорий. Раздел основывается на совместных исследованиях автора с А.Ю. Королевым [94].

Прежде всего, следует раскрыть понятие «туристский район» безотносительно деления на горный и равнинный; выяснить, как соотносится понятие «туристское районирование» с понятиями «физико-географическое районирование» и «социально-экономическое районирование».

Туристское районирование – это многофакторная и многоуровневая географическая задача ввиду того, что туризм по своему характеру многогранен и в туристском процессе соединяются различные по своей природе компоненты. Туристское районирование – задача не жесткая, а многовариантная, она зависит от широкого набора конкретных целей.

Приведем примеры туристского районирования территории.

Пример 1. Допустим, кто-то очень интересуется Италией и мечтает увидеть, по возможности, всю страну. Понимая, что страна эта не для одного путешествия, он мысленно делит ее на части, каждую из которых можно будет охватить за одну поездку. Он планирует, что будет посещать один такой район за другим, подбирая для этого наиболее подходящие сезоны и соизмеряя продолжительность путешествия со своими отпускными или праздничными периодами. При этом центральными пунктами каждого путешествия (и узловыми местами каждого выделяемого района) будут аэропорты в разных частях страны, связанные прямыми рейсами, например с Москвой. Так, одно из путешествий этот человек планирует летом с перелетом в Римини, откуда будут поездки в Равенну, Сан-Марино, Болонью. Другую поездку он планирует зимой с вылетом в Верону, откуда будут экскурсия в Венецию и поездка на горнолыжные курорты Доломитовых Альп. И так далее. При этом получится сетка своеобразных туристско-географических районов, полностью «покрывающая» территорию Италии.

Пример 2. Администрация муниципального района пытается провести инвентаризацию с целью выявить туристские ресурсы района. После сбора данных о ресурсах, их анализа, выяснения направлений и величин туристских потоков приходит понимание того, что местности в районе сильно различаются с точки зрения выявленных туристских возможностей. На территории данного муници-

пального района выделяются три-четыре ареала с высоким потенциалом, которые следует рассматривать как перспективные для туризма и рекреации; важно закрепить это положение в соответствующих схемах территориального планирования. При этом данные ареалы могут быть изолированы друг от друга и составлять менее половины площади всего муниципального района. Однако возможно выявление туристских районов, т.е. таких ареалов, где туристская функция определяет или может определять профиль территории.

В системе спортивного (пешеходного, лыжного, водного, горного, велосипедного и некоторых других видов) туризма в СССР, а затем в России и СНГ туристский район практически всегда считался идентичным физико-географическому (Крым, Большой Кавказ, Урал, Тянь-Шань, Алтай, Восточный Саян, Северное Забайкалье). В дробном делении территории в спортивном туризме также действует в основном физико-географический фактор. Например, Северное Забайкалье с туристской точки зрения подразделяется на отдельные районы – горные массивы (хребет Кодар, Верхнеангарский хребет, Потомское нагорье, Баргузинский хребет и т.д.). Тянь-Шань в пределах стран СНГ туристы делят на Северный, Западный, Южный, Внутренний и Центральный Тянь-Шань [64].

Туристское деление Урала для активных путешествий тоже основывается на физико-географическом делении горной страны (Полярный Урал, Приполярный Урал, Северный Урал, Средний Урал и Южный Урал). Спортивный туризм приносит в эту дифференциацию свою специфику, т.е. некоторую дробность. Так, туристы делят Полярный Урал на собственно Полярный с горой Пайер и Заполярный Урал. Границей между районами является железная дорога Сейда – Лабытнанги. Это деление оказывается существенным и в физико-географическом плане. Полярный Урал – монолитный, единый, вытянутый и ориентированный хребет, переходящий на равнинах в северную тайгу. Заполярный Урал – геоморфологически разветвленный массив с развитым оледенением и многочисленными горными озерами в безлесном окружении. Это два разных района в ландшафтно-визуальном плане и относительно пунктов входа на маршруты и выхода с них, а также относительно систем сложившихся маршрутов.

Понятие «туристский район» тесно связано с понятиями «природный (физико-географический) район» и «административный (социально-экономический) район». Природный район проявляется в туризме чаще как дестинация, а социально-экономический район – как территория, где складывается система туристских маршрутов.

Природно-географический район обладает определенными видами спортивных туристских препятствий, требует характерной тактики составления маршрута, технических приемов и средств в ходе путешествия. Природный

район понимается туристом как единый ландшафт, целостный природный комплекс, обладающий однородностью, определенным выражением каждого из компонентов. Природный район зрительно воспринимается туристом через характерный пейзаж. В осознании района как единого целого большое значение имеет известность еще со школы географического названия природного района как среди туристов, так и для остального населения.

Спортивными туристскими маршрутами часто охватывается не весь природный район, а одна или несколько частей. Именно завершенность системы активных маршрутов является тем критерием, который выделяет туристские районы в природно-географическом (туристско-географическом) районе. Так, Восточный Саян как природно-географический район неравномерно посещается спортивными туристами. Выделяется несколько отдельных территорий, где в основном проходят пешеходные, лыжные и водные маршруты. Это район Тункинских и Китойских Гольцов, район пика Топографов и район пика Грандиозный (Тофалария, верховья р. Гутары). Каждый из этих мелких районов обладает завершенной системой маршрутов. При этом составными водно-пешеходными маршрутами связаны горные массивы и реки, по которым проходят сплавы после прохождения горной части (Тункинские Гольцы и р. Иркут, Китойские Гольцы и р. Китой, район пика Топографов и долины потухших вулканов и р. Ока, район пиков Грандиозный и Триангуляторов и р. Гутара). Именно маршруты объединяют разные местности (горные массивы и реки с их долинами) в один район и одну систему.

Несмотря на то что физико-географическое районирование является, несомненно, базовым для понимания всех или большинства туристских процессов, для практических целей комплексного туристского районирования следует опираться на сетку социально-экономического деления территории. Рассмотрим это положение.

Район (место) проживания туриста отделен от дестинации (района основного путешествия, отдыха) транспортной перевозкой (этапами подъезда к маршруту и выезда из него). Привязка аэропортов, железнодорожных вокзалов, хороших автодорог к социально-экономическим ядрам территорий выдвигает их на роль центров туристских районов. Так, Пермь – центр Пермского края, реальное социально-экономическое ядро региона, выполняет основную распределительную функцию в региональных туристских процессах. Срединное положение в регионе и транспортная роль обеспечивают городу функцию начала и окончания практически всех туристских маршрутов в регионе.

В Пермском крае, как и в большинстве субъектов Российской Федерации, система туристских маршрутов имеет относительно завершенный характер, что

также является фактором выделения социально-экономического региона в отдельный туристский район. В России главный город региона, как правило, – основной распределитель туристских потоков. Субъекты Российской Федерации являются подсистемами территориальной организации туризма, поэтому границы туристских районов согласуются с границами субъекта или группы субъектов федерации.

Туризм многолик, и в комплексном районировании для целей туризма не может быть единого подхода и строго определенных принципов. Принципы должны учитывать многообразные факторы: позиционные, природные, социально-экономические и административные, транспортные, культурно-исторические и геополитические, плотности туристских процессов и завершенности туристских маршрутов и т.д. Отметим и то, что применение принципов для конкретного районирования, определение баланса физико-географических и социально-экономических признаков выделения таксонов будет зависеть и от целевых групп пользователей.

При туристско-географическом районировании России необходимо применять физико-географические и социально-географические подходы. Территория должна выделяться природными особенностями, которые могут выражаться в уникальности и специфике природного комплекса (Карелия), в характере ландшафтных рубежей контрастности (Средний Урал), в природной обособленности и естественности границ (Кольский п-ов), в бассейновости (Среднее Поволжье), в естественности и общеизвестности географического названия (Камчатка) и т.д. В социально-экономическом аспекте территория должна иметь культурно-историческое «звучание» (Русский Север). Она должна включать целостные субъекты Федерации, поскольку административно-узловой характер транспортной сети страны способствует формированию туристских маршрутов преимущественно через центры субъектов федерации.

Объединяющим началом разных субъектов федерации могут служить уникальный природный объект (озеро Байкал при объединении в туристско-географический район территорий Прибайкалья и Забайкалья), или бассейн реки (Нижнее Поволжье, Енисейский край), или образ территории (Литературный край), или известный маршрут (Золотое кольцо).

Отметим ряд позиций специалистов по географии туризма в вопросах туристского районирования, с которыми следует согласиться. А.Ю. Александрова [24] считает, что туристский район – это та территория, где туристские процессы настолько развиты, что туризм переходит в разряд специализации. При таком подходе не все территории являются туристскими районами. Ю.А. Худеньких [214] применял подход «плавающих признаков» в туристском районировании,

выделял туристские районы на границах соседних субъектов РФ. С.Э. Мышлянцева [159] опирается на принцип завершенности туристских маршрутов для туристского районирования. На примере четырех регионов Урала ею отмечена высокая концентрация активных туристских маршрутов в горных частях изучаемых субъектов РФ. Причем она показала, что именно в горных частях регионов Урала сформировались районы активного туризма. А.Е. Васильева [46] совместила принципы физико-географического и социально-экономического районирования при проведении туристского районирования Башкортостана, проиллюстрировав, что комплексные туристские районы сформировались в основном в горной части территории республики.

В туристском районировании гор, как и в туристском районировании вообще, район выделяется сразу с двух позиций, поскольку: 1) проявляется в сознании путешественника как особая территория, которую следует называть определенным географическим термином; 2) формируется как туристская территориальная система с особенными туристскими ресурсами и объектами, туристской инфраструктурой и сетью завершенных маршрутов.

Рассмотрим некоторые используемые принципы районирования горных территорий, которые целесообразно применять в туризме [94].

1. *Выделение центрального района.* В туризме наиболее высокая по абсолютной высоте территория воспринимается как центральный район. Для центральных районов горного массива в спортивном туризме часто важен фактор высшей вершины (Центральный Памир с пиком Сомони (Коммунизма) и пиком Е. Корженевской, Центральный Тянь-Шань с пиком Победы и пиком Хан-Тенгри, Центральный Алтай с горой Белуха, Центральный Кавказ с Эльбрусом, Центральный Кодар с пиком БАМ); в Центральном Саяне пики Грандиозный, Заоблачный и Триангуляторов являются не самыми высокими, но одними из самых высоких в Саянах. На Саянах главным фактором «центральности» служит положение территории в месте стыка гор Западные Саяны и Восточные Саяны.

2. *Выделение и обозначение районов согласно сторонам горизонта относительно центрального.* Горы (горный хребет, горная страна) воспринимаются в туризме как единая система с центральным районом (ареалом высших вершин) и районами, которые центральный район окружают, с наименованиями согласно сторонам горизонта (Западный Кавказ, Восточный Кавказ – туристские районы на Большом Кавказском хребте; Восточный Памир, Северо-Западный Памир – районы, расположенные соответственно на востоке и северо-западе от Центрального Памира).

3. *Определение срединных районов с негосподствующими высотами как «средний» или «внутренний»* (Средний Урал, Внутренний Тянь-Шань). Такие

районы, как правило, геоморфологически не доминантные и туристски (альпинистски) не самые популярные.

4. *Физико-географический принцип, или принцип ландшафтной определенности.* Территория выделяется как особенный (однородный или контрастный) по отношению к окружению природный район (Восточный Памир на Памире).

5. *Этническая особенность.* Нередко этническая география проявляется в туристском районообразовании. Центральный Саян – район проживания тофаларов с уникальным укладом, что является значимым фактором в туризме. (Часто туристы Центральный Саян называют Тофаларией.)

6. *Экономико-географический принцип* учета особенностей населенных пунктов начала и окончания горных маршрутов и путей подъездов к горному району и выездов из него. Для каждого туристского района характерны определенные населенные пункты, из которых начинаются и в которых заканчиваются туристские маршруты. В глубине района, как правило, населенных пунктов нет. Населенные пункты как бы оконтуривают район (Приполярный Урал).

7. *Величина туристского потока.* Отражающая туристскую популярность территории величина потока свидетельствует о формировании туристского района. Так, на больших пространствах Памиро-Алая (Туркестанский, Зеравшанский, Гиссарский и Алайский хребты) традиционно выделяют лишь 3–4 небольших популярных полигона. Некоторые из них имеют собственные названия (Фанские горы, Матчинские горы), которые известны почти каждому горному туристу, но упоминаний о них нет в научной географической литературе. Это еще раз свидетельствует о том, что туристский район представляется как изолированный ареал, о том, что он существует как административно не оформленная и не выделяющаяся методами классического физико-географического районирования территория. Разноуровневое содержание туристского района достаточно полно описывается понятием «территориальная рекреационная система». При выделении туристского района весьма значимыми являются признаки, основанные на самой технологии туризма и рекреации.

8. *Завершенность маршрутов в пределах района.* Район воспринимается территорией для одного путешествия. Одним маршрутом можно охватить основные туристские объекты района и получить достаточно полное представление о районе. Исходя из этого, а также с учетом имеющихся пунктов подъезда и выезда на территории формируется система завершенных туристских маршрутов.

9. *Туристская специализация.* Горный туристский район специализируется на определенных видах туризма, на определенных категориях сложности маршрутов, на определенных стилях, тактиках и технике путешествий (Восточный Саян – пешеходный или лыжный туристский район, Центральный Тянь-Шань – район горного туризма).

10. *Основные туристские объекты.* Туристский район имеет ряд основных общепризнанных объектов, для знакомства с которыми преимущественно и организуются путешествия. Это главные горные вершины, уникальные ледники, водопады, озера, каньоны, речные пороги, т.е. редкие по красоте природные объекты, особо охраняемые природные территории, объекты культурно-исторического наследия, социально-экономические объекты (например, плотины гидроэлектростанций).

11. *Наличие узлов туристских маршрутов.* В районе обычно выделяется несколько мест, где пересекаются туристские маршруты. Как правило, эти узловые точки обрастают сначала общественной, а затем и коммерческой туристской инфраструктурой.

Попытаемся сформировать пространственное представление о туристском районе [94]. По нашему мнению, если решается задача деления территории на части без остатка по туристским признакам (задача сплошного районирования), то выделяются туристско-географические районы. Так, Уральские горы как географический район или географический пояс можно разделить на туристско-географические районы (Приполярный, Северный Урал и т.д.). Если же решается задача выделения особенных территорий, которые отличаются туристской функцией в социально-экономическом пространстве, выражающейся в специализации на туристских услугах, в посещаемости территории с туристскими целями, то выделяются туристские районы – отдельные, пространственно изолированные ареалы, которые будут окружены территориями с иными социально-экономическими функциями.

Туристский район охватывает, как правило, часть горного массива. Например, на территории Восточного Саяна как горного природного района выделяются четыре основных ареала со сложившейся сетью туристских маршрутов, которые можно рассматривать как туристские районы: 1) район Тункинских и Китойских гольцов, 2) район пика Топографов и долины потухших вулканов, 3) район верховьев р. Гутары (Тофалария), 4) район скал Столбы (рис. 39). При этом остается большая территория Восточного Саяна, не освоенная туристами и практически не посещаемая ими. Это своеобразная зона, где могут в будущем появиться новые туристские районы в связи с открытием особенных туристских ресурсов или с проведением дорог.



Рис. 39. Туристские районы на Восточном Саяне

Итак, географический район в целом можно разделить на туристско-географические районы, в которых выделить самостоятельные особо развитые в туристском отношении территории, которые называются туристскими районами. По-видимому, это путь к пониманию иерархии такого районирования. При этом имеют право на существование разные подходы. Может быть сделан акцент на согласованности с иерархической системой, применяемой в физико-географическом и даже геоморфологическом районировании [134]. Интерес представляет метод соединения на основе трансграничного взаимодействия по принципу объединения эколого-геоморфологических районов в комплексы районов.

Рассмотрим вопрос районирования на примере Памира – одного из самых высоких горных районов мира и притягательных для горных туристов и альпинистов [94].

В туризме и альпинизме деление Памира на районы во многом условно и нечетко, но в целом несильно противоречит природно-географическому. Традиционно используемое в туристской практике районирование отражает историю туристского освоения Памира, учитывает характер хребтов, мощность оледенения, специфику растительности и позволяет достаточно легко ориентироваться в информации о перевалах. При этом Памир в туристской практике чаще всего разделяют на пять туристско-географических районов (рис. 40): *Северо-Западный Памир*, с хребтами Петра Первого, Дарвазским, Ванчским и Язгулемским; *Северо-Восточный Памир*, с Заалайским хребтом, хребтом Зулумарт до перевала Зулумарт и с хребтом Саукдара; *Центральный Памир*, с хребтами Академии наук, Танымасом, восточной частью Язгулемского хребта; *Восточный Памир*, с хребтами Музкол, Пшартским, Сарыкольским и Северо-Аличурским; *Юго-Западный Памир*, с хребтами Рушанским, Шугнанским, Ишкашимским, Шахдаринским, Южно-Аличурским и Ваханским.



Рис. 40. Туристско-географические районы Памира

Геоморфологически Памир делят на Западный и Восточный Памир с границей между ними от хребта Зулумарт к озеру Яшилкуль и слиянию рек Памира и Вахандарьи [30]. С этим делением согласуется схема Э.М. Мурзаева [195], хотя при этом Западный Памир отнесен к физико-географической стране «Среднеазиатские горы и нагорья», подзоне «южная», провинции «Высокие горы Гиссаро-Дарваза с хорошо выраженной высотной поясностью, с участками широколиственных лесов на наветренных экспозициях». Восточный Памир включен в страну «Центрально-Азиатские горы и нагорья», подзону «средняя», провинцию «Памирское пустынное нагорье». Н.А. Гвоздецкий и Н.И. Михайлов [207] делят Памир на Заалайский хребет, Западный (Бадахшан) и Восточный Памир. Туристское районирование Памира основывается на географическом, но детализирует его и привносит свою специфику.

Отнесение горных хребтов к тому или иному памирскому туристско-географическому району связано с географическим положением, с путями подъездов и подходов, с особенностями рельефа, климата и оледенения. В каждом районе существует группа объектов, представляющих интерес, посетить которые можно, подходя к ним по определенному маршруту. В каждом районе Памира маршруты путешествий начинаются примерно в одном месте, т.е. наиболее удобные и логичные подходы и подъезды к конкретному району начинаются из одного населенного пункта или с одной дороги. Маршруты путешествий логично

завершаются на территории одного района. При этом наиболее часто путешествия проходят по одному какому-либо конкретному хребту и редко затрагивают несколько хребтов. Соответственно, каждый крупный вышеперечисленный хребет рассматривается в качестве отдельного туристско-географического района самого дробного уровня. Пути выходов с маршрута обычно те же самые, что и пути подходов. Как правило, они начинаются по долинам крупных рек, которые разделяют разные хребты, являющиеся отдельными туристскими районами. Из долин этих рек маршруты расходятся в разные стороны, на разные хребты соответственно.

Линейные маршруты на Памире – редкость. Маршруты, объединяющие два или более района Памира, как правило, выходят за рамки обычных категорийных путешествий по продолжительности и по сложности. Каждый туристско-географический район Памира отличается в основном и по своему этническому составу. Так, на Северо-Восточном Памире живут преимущественно киргизы, на юге Центрального Памира, на Юго-Западном Памире и в долине р. Бартанг живут памирцы, а на Северо-Западном Памире – таджики.

Как правило, отдельные горные хребты целиком относятся к одному району Памира, что облегчает разделение Памира на районы. Есть два исключения: хребет Академии наук целиком относить к Центральному Памиру, с нашей точки зрения, неверно, поскольку его западные отроги – большие и протяженные хребты Петра Первого, Дарвазский, Ванчский и Язгулемский – как раз и составляют Северо-Западный Памир. Соответственно, территорию западнее осевой линии хребта Академии наук, по которой и происходит соединение этих хребтов с хребтом Академии наук, логичнее относить к Северо-Западному Памиру, а территорию, расположенную восточнее ее, – к Центральному. К тому же на противоположных склонах и отрогах этого хребта заметно различаются климатические условия и рельеф местности. Недаром иногда весь хребет Академии наук целиком относят к Северо-Западному Памиру.

Второе исключение – Язгулемский хребет. Его восточная часть относится к Центральному Памиру, а западная – к Северо-Западному. Такое разделение объясняется тем, что главная особенность Центрального Памира – это ледник Федченко, крупнейший на территории СНГ. Вокруг него расположены все хребты Центрального Памира, а восточная часть Язгулемского хребта замыкает его с юга. Маршруты путешествий по Центральному Памиру логично включают с восточную часть Язгулемского хребта, маршруты же по южной части хребта Академии наук без нее были бы неполноценными. Здесь разделение хребта на два района, в отличие от хребта Академии наук, проходит поперек его осевой линии.

В других случаях отнесение одного хребта к двум районам Памира неоправданно, например, западную часть Заалайского хребта, западнее перевала Терс-Агар, относить к Северо-Западному Памиру нецелесообразно, потому что основная часть Заалайского хребта находится на Северо-Восточном Памире, да и климат и рельеф западной части Заалайского хребта отличаются от таковых на Северо-Западном Памире. Долина р. Муксу является мощной естественной границей между Северо-Западным и Северо-Восточным Памиром, хотя западная часть Заалайского хребта находится на одной долготе с хребтами Северо-Западного Памира. К тому же маршруты путешествий по западной части Заалайского хребта никак не могут быть соединены с маршрутами по хребтам Северо-Западного Памира ввиду невозможности переправы через р. Муксу.

То же самое можно сказать и в отношении хребтов, расположенных южнее долины р. Сауксай и верховьев р. Муксу с ее основным притоком Сельдарой, вытекающей из ледника Федченко. Эти горные массивы по своим климатическим и рельефным особенностям справедливо относят к Центральному Памиру.

Отметим, что туристско-географические районы Памира в пространственном отношении представляют собой симбиоз административно-территориального деления и природно-географического районирования. Туристско-географический район Юго-Западного Памира включает Ишкашимский, Шугнанский и часть Рушанского административного района Таджикистана. В природном отношении территория занимает большую часть Бадахшанской провинции Переднеазиатской физико-географической области [30].

Восточный Памир, как и Юго-Западный, в наибольшей степени вписывается и в административно-территориальные, и в природные границы. Район охватывает большую часть Мургабского района Таджикистана, а в природном отношении включает почти всю территорию Восточно-Памирской провинции Центрально-Азиатской физико-географической области. Но Юго-Западный и, особенно, Восточный Памир являются самыми редко посещаемыми туристско-географическими районами Памира.

Наиболее популярные в туризме и альпинизме территории находятся на Северо-Западном, Центральном и Северо-Восточном Памире. Здесь каждый туристско-географический район сложился на границах природных и административно-территориальных районов. Отметим, однако, что «главный вход» в туристско-географический район (узловой населенный пункт) везде свой.

На Северо-Западном Памире таким входом является пос. Ляхш Джиргитальского района Таджикистана, на Центральном Памире – районный центр Ванч Таджикистана, на Северо-Восточном Памире – пос. Сары-Таш Ошской области Киргизии.

На рисунке 41 [94] отражен состав туристско-географических районов Памира. В каждом из них сформировались ареалы, где туристская деятельность стала специализацией территории. Их и следует считать туристскими районами.

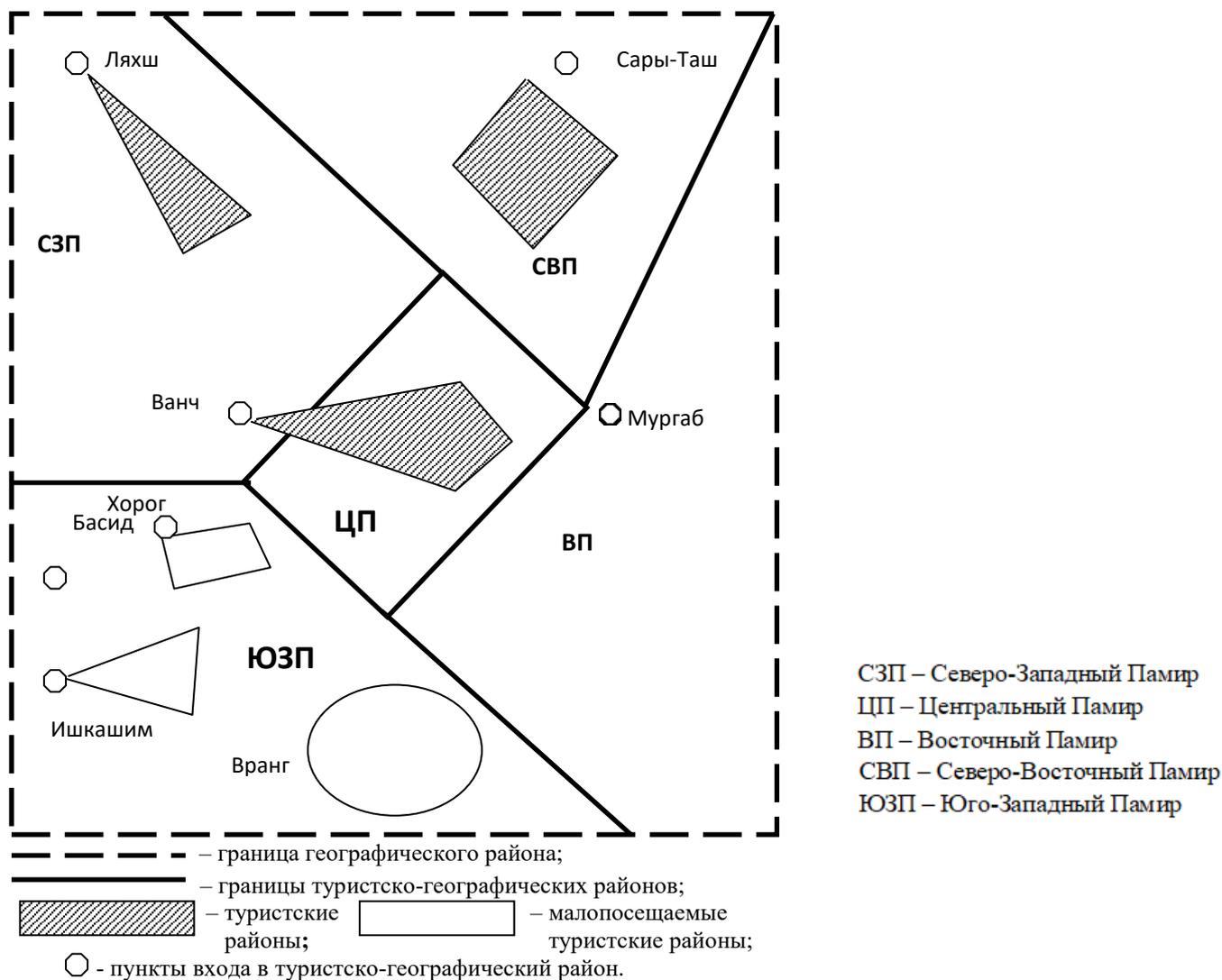


Рис. 41. Состав туристско-географических районов Памира

На Северо-Западном Памире – это район ледника Фортамбек, с полянами Сулоева и Москвина, с путями восхождений на высшие вершины Памира, а также наиболее проходимые перевалы и тропы до Ляхша. На Северо-Восточном Памире – это альпинистские лагеря под пиком Ленина, пути маршрутов на вершину, пос. Сары-Таш. На Центральном Памире туристский район выделяется в верховьях Ванча, с перевалами Кашалаяк и Абдукагор и средней частью ледника Федченко.

На Юго-Западном Памире туристские районы можно рассматривать только как формирующиеся, перспективные и пока малопосещаемые. Это отдельные наиболее высокие и разветвленные части Шахдаринского, Ишкашимского и Рушанского хребтов. На Восточном Памире сформировавшихся горных

туристских районов нет. Своеобразный малопосещаемый туристский район можно выделить только вдоль Памирского тракта как иногда реализуемую возможность вело- и автотуризма.

Несмотря на то что туристская тематика является одной из наиболее популярных в различных исследованиях, фундаментальная географическая задача районирования для целей туризма решается с большими трудностями. Применение в этом случае только классических принципов районирования физической географии и социально-экономической географии даже в их сочетании не дает ожидаемого эффекта. Необходим учет самой технологии туризма и накопленного опыта туристской практики.

Предлагаемые принципы туристского районирования горных территорий отражают результаты многогранной туристской деятельности и базируются на позиционных, физико-географических, социально-географических, туристско-технологических и других критериях. Среди них: принцип выделения центрального района как района высших вершин, обозначение районов согласно сторонам горизонта относительно центрального, физико-географический принцип, или принцип ландшафтной определенности, экономико-географический принцип учета особенностей населенных пунктов с точки зрения начала и окончания горных маршрутов и путей подъезда к горному району и выезда из него, принцип завершенности туристских маршрутов в пределах района, принцип туристской специализации, принцип выделения основных туристских объектов района, принцип наличия узлов туристских маршрутов и др.

На примере Памира показано, что почти в каждом из туристско-географических районов сформировались ареалы, где туристская деятельность стала базовой специализацией территории. Именно их и можно назвать туристскими районами.

Вопросы и задания

1. Какими принципами руководствуются при туристском районировании горных территорий?
2. Как учитывается при районировании расположение населенных пунктов, где начинаются и заканчиваются туристские маршруты?
3. Попробуйте составить туристское районирование какой-либо горной системы.

3.7. ТУРИСТСКОЕ РАЙОНИРОВАНИЕ ИТАЛИИ

Физико-географическое районирование и административно-территориальное деление страны широко используется в туризме для территориального разделения, однако специальное туристское районирование может быть полезным, особенно для практических задач. Туристские районы Италии выделяются в настоящем разделе с целью организации самостоятельных путешествий из России. Раздел основывается на совместной публикации автора с И.С. Зыряновой [90].

Районирование – специальный метод в географии. Он позволяет охарактеризовать территориальный объект исследования, найти и объяснить закономерности, является приемом обучения, направлен на практическое применение научных результатов. Это сложная задача, которая требует полной территориальной информации, четких принципов, понимания современных практических задач и научных подходов к их решению.

Районирование для целей туризма особенно сложно, в этой развивающейся сфере не сформировано каких-либо более или менее единых принципов районирования. В этой области географии данная задача сложнее той, которая имеет место в физической географии и социально-экономической, где существуют давние традиции, разработан и широко применяется достаточный ряд общепринятых принципов районирования. По-видимому, несмотря на бурное развитие, туризм еще не набрал «критическую массу» для осознания целесообразности районирования, и составление туристских карт, как правило, обходится без него. Поставим задачу составить туристское районирование Италии – одной из самых туристских стран мира.

Для результативности попробуем упростить задачу туристского районирования и осуществить его в очень практичном отношении. Не будем пытаться охватить всю сферу туризма целиком и составить интегральную схему, а сосредоточимся на самостоятельных путешествиях. Самостоятельные путешествия, благодаря большому маршрутному покрытию территории, позволяют более полно увидеть складывающиеся туристские районы. **Выделим туристские районы Италии с конкретной целью организации самостоятельных путешествий из России.**

Наметим следующие принципы, в соответствии с которыми будем определять туристские районы Италии [90]:

Принцип 1. Наличие центра. Роль центра района выполняет крупный международный аэропорт с большим туристским прибытием и отбытием. Это аэропорт, стабильно связанный рейсами с Россией и другими странами, в том числе рейсами с относительно недорогими билетами.

Принцип 2. Многопрофильность туризма. Район имеет значительную площадь и население, выделяется разнообразными туристскими ресурсами мировой известности, развитыми и многообразными рекреационными занятиями. Район сбалансирован в ресурсном отношении по сочетанию разных групп туристских ресурсов, имеет широкую туристскую специализацию. Территория района включает как приморские местности, пляжные пояса, так и внутренние, удаленные от моря, разнообразные в отношении рельефа, отличающиеся «континентальностью уклада» места. Таким образом, район представляется самодостаточным как дестинация с точки зрения насыщенности туристскими ресурсами и широты их спектра.

Принцип 3. Завершенность маршрутов. В районе складывается развитая сеть туристских маршрутов, каждый из которых логично может быть завершен в пределах района. Площадь района, расстояния, транспортная сеть позволяют за две недели ознакомиться с основными достопримечательностями мировой известности и воспользоваться профильными для района рекреационными занятиями. Срок в две недели – максимальный период для путешествия и отдыха, который могут себе позволить большинство из прибывающих в Италию гостей. Если период путешествия еще меньше, например одна неделя или три дня, то путь, чаще всего, еще более замкнут в пределах района.

Опираясь на указанные принципы районирования, можно выделить на территории Италии несколько туристских районов, показанных на рис. 42.



Рис. 42. Туристское районирование Италии

1. Миланский район. Включает области Ломбардия, Пьемонт, Валле-д’Аоста и Лигурия. Центральным местом является аэропорт Милана. Особо значимые природные туристские ресурсы создают горы Альпы Валле-д’Аосты, Ломбардии и Пьемонта, пляжи Лигурии, крупные горные озера Лаго-Маджоре,

Комо, Гарда и др. Историко-культурными, социально-экономическими и деловыми ресурсами туризма характеризуются Милан, Турин, Генуя, Бергамо. Несмотря на разнообразие видов туризма, можно выделить главенствующие: активный туризм в горах, рекреация на озерах итальянских Альп, культурно-деловой туризм и приморский отдых.

2. Венецианский район. Включает области Венетто, Трентино-Альто-Адидже, Фриули-Венеция Джулия и Эмилия-Романья. Центральными пунктами являются аэропорты Венеции, Вероны и Римини. Главные природные туристские ресурсы связаны с альпийскими территориями Трентино-Альто Адидже, Венетто и Фриули-Венеция Джулия, с приморскими территориями Эмили-Романьи, Венетто и Фриули-Венеции Джулии. Историко-культурные туристские ресурсы мировой известности особенно сосредоточены в Венеции, Вероне, Пьяченце, Падуе, Мантуе, Болонье, Парме, Ферраре, Равенне, государстве Сан-Марино. Среди основных видов туризма выделяются историко-культурный и событийный, горнолыжный, пляжный, бальнеологический.



Доломитовые Альпы



Озеро Гарда



Асизи



Альберобелло

3. Римский район. Включает области Лацио, Тоскану, Умбрию, Марке и Абруцци. Центральным местом маршрутной сети является аэропорт Рима. Главные природные ресурсы туризма связаны с ландшафтами Средней Италии, особенно Тосканы и Умбрии, культурно-исторические – с городами мирового наследия, среди которых Рим, Флоренция, Пиза, Сиена, Лука, Перуджа, Асизи, Споллетто, Урбино. Важным местом притяжения является государство Ватикан. Наиболее востребованными видами туризма являются историко-культурный, экскурсионный, паломнический, сельский и ландшафтный, бальнеологический.

4. Неаполитанский район. Охватывает области Кампания, Молизе, Апулия и Базиликата. Центральный пункт – аэропорт Неаполя. Основные природные туристские ресурсы связаны с береговой линией Тирренского, Ионического и Адриатического морей, с климатом центральной полосы средиземноморских субтропиков и вулканом Везувий. Культурные туристские ресурсы представлены аутентичной средой в сельской местности, выдающимся культурным наследием и природными особенностями, а также городами, среди которых большие по размерам Неаполь и Бари, средние Бриндизи и Лечче, малые, но не менее уникальные, Сорренто, Альберобелло, Матера и, особенно, Помпеи. Среди основных видов туризма выделяются пляжный, сельский гастрономический, экскурсионный.

5. Сицилийский район. Включает области Сицилия и Калабрия. Основными центрами маршрутной сети являются аэропорты Палермо и Катании. Природные туристские ресурсы связаны с протяженным и разнообразным побережьем Тирренского, Средиземного и Ионического морей, вулканической деятельностью и климатом Южной Италии. Культурно-исторические туристские ресурсы определяются сосредоточением на Сицилии памятников мировой известности. Среди выдающихся городов с ярким наследием – Палермо, Таормина, Катания, Сиракузы, Агридженто, Ното и Модика. Основными видами туризма являются пляжный отдых, историко-культурный, природно-экскурсионный и сельский, гастрономический и винный.

6. Сардинийский район. Представляет область Сардиния. Центральными пунктами являются аэропорты Кальяри и Ольбии. Природные туристские ресурсы района характеризуются богатством пляжей, особенно благоприятными экологическими характеристиками, климатом центрального Средиземноморья и агродеятельностью. Основными видами туризма являются пляжный отдых и сельский туризм.

Сардиния из всех областей в наибольшей степени удалена от основной территории Италии. Расстояние по морю до ближайших к острову итальянских пор-

тов составляет 250–350 км. Корсика практически также отделена морем от материковой Франции, но очень близка к Сардинии. В связи с географической близостью итальянского и французского крупных островов и их удаленностью от основных территорий своих стран, есть пространственные основания формировать в туристской деятельности единый район **Корсикано-Сардинийский**. Туристские связи Сардинии и Корсики развиваются, и двухнедельные туристские программы будут разнообразнее, если в туристском отношении эта территория будет функционировать как составной интернациональный туристский район.

Миланский и Венецианский туристские районы граничат с альпийскими странами; туристские маршруты, начинающиеся в Милане, Венеции или Вероне, могут охватывать пункты в соседних странах: Франции, Монако, Швейцарии, Австрии, Словении, а путешествующий по Сицилии может включить в маршрут близкую Мальту. Таким образом, туристский район не является строго ограниченной территорией, поскольку туристские программы зависят от потребностей людей, а потребности весьма разнообразны. Граница туристского района с соседними странами часто выражается в разнице в стоимости услуг, в природных барьерах и расстояниях до туристских объектов.



Милан



Национальный парк Гранд-Парадизо, Валле-д'Аоста

Итальянские области объединяются в туристские районы, границы районов проходят по внешним границам областей. При этом упрощается понимание района, но появляются некоторые «спорные» случаи с точки зрения близости к центральным пунктам. Крайние места Эмилии-Романьи и Тосканы могут быть лучше связаны с аэропортом Милана, а некоторые местности Ломбардии и Марке – с аэропортами Вероны и Римини. Крайний восток Калабрии может дистанционно тяготеть к Неаполитанскому району. Однако все же выделять туристские районы логичнее, объединяя географические группы областей без разделения последних. Иметь в пределах туристского района целостные области правильнее с точки зрения планирования путешествия, понимания территориальных особенностей и полноты впечатлений. Однако по доступности от центров туристских районов провинцию Мантуя, входящую в регион Ломбардия, естественнее отнести к Венецианскому туристскому району, а провинцию Пьяченца региона Эмилия-Романья уместнее рассматривать в составе Миланского туристского района.

Предложенное районирование можно воспринимать как нашу рекомендацию для современных самостоятельных путешественников из России, которые понимают, что Италия – страна не для одного путешествия. Причем это рекомендация сделана на нынешнее время, поскольку система авиарейсов может измениться. Может добавиться или сократиться число аэропортов, имеющих постоянную и относительно доступную авиасвязь с Россией. В связи с этим и сетка районов может модифицироваться, хотя и незначительно.

При организации самостоятельных путешествий обязательно встает вопрос о контуре района, с которым планирует ознакомиться путешественник [45]. На этом этапе, возможно, неосознанно реализуются отдельные элементы райо-

нирования страны. Представленное деление страны на туристские районы обусловлено частной задачей, поэтому важно понять, в какой степени эта сетка подходит для решения других туристских задач, а именно – насколько это районирование интегрально.

На наш взгляд, предложенное районирование может претендовать на общее туристское районирование Италии, поскольку построено на обобщенных туристских принципах (на выделении основных пунктов начала и завершения путешествий – центральных городов с наиболее туристски активными аэропортами, на обозначении групп областей, связанных транспортно, с широкими туристско-рекреационными возможностями, на определении свойств целостности в сети туристских маршрутов).

Очень часто на практике туристское районирование подменяется географическим (особенно часто – физико-географическим районированием или административным делением). Физико-географическое районирование, социально-экономическое районирование и административное деление составляют фактическую основу всех туристских проектов и, в частности, для планирования туристских путешествий, но это общегеографические модели, которые созданы для отражения природных закономерностей, социально-экономической деятельности или государственного устройства на территории.

В туризме важны знания практически всех географических наук, поэтому многие географические схемы районирования востребованы туристской практикой сами по себе. На самой разной географической (районной) основе принимаются разнообразные решения в туристской сфере. Однако схемы районирования, имеющие общегеографический характер или подготовленные отраслевыми географическими науками, нельзя считать туристским районированием, поскольку туристское районирование имеет свои особенности и принципы.

Если готовить карту туристского районирования, то она должна учитывать и специфические особенности туристской отрасли и туристских задач. Предложенная карта отличается от сетки физико-географических районов, поскольку в один туристский район входит несколько разных физико-географических областей, что обеспечивает его ландшафтное разнообразие. К центрам туристских районов не отнесены крупнейшие и крупные города, которые в социально-экономическом районировании являются ядрами тяготения: Турин, Генуя, Болонья, Флоренция, Бари. Это свидетельствует о различии в сетках туристского и социально-экономического районирования. Сетку административного деления Италии применять в качестве сетки интегральных туристских районов трудно, поскольку существуют очень большие различия в туристской посещаемости итальянских регионов. Предложенная карта туристских районов может быть востребована при подготовке путешествий из России в Италию.



Неаполь

Вопросы и задания

1. Как конфигурация итальянских территорий влияет на сетку предложенного районирования?

2. Попробуйте так распределить приведенные районы Италии по месяцам года, чтобы сезон для посещения наиболее подходил к тому или иному району.

3.8. ДРОБНОЕ РАЙОНИРОВАНИЕ И ПЛОЩАДНОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

Процесс сокращения активного социально-экономического пространства происходит в России уже более четверти века. В стране прирастают пространства бездорожья [42], территории, труднодоступные от населенных пунктов и инфраструктуры жизнеобеспечения [125]. Это явление явное, выражающееся в развитии городов верхних уровней иерархии и деградации остальной освоенной территории, откуда мигрирует население, где снижается или исчезает деловая

активность. В связи с этим особый интерес вызывают сферы деятельности, обладающие пространственной экспансией, одной из которых является туризм.

Туризм может противодействовать тенденциям сжимания социально-экономического пространства регионов, способствовать вовлечению в хозяйственное развитие внегородских местностей, окраинных и новых территорий [62]. Можно привести примеры разных по профилю туристских объектов, которые недавно созданы и успешно работают, находясь во внегородской местности на значительном удалении от центральных городов, но образцовых отечественных примеров совсем не много, сейчас их единицы в регионах. К таким лучшим практикам следует отнести туристский комплекс «Этномир» и ландшафтно-архитектурный парк «Никола-Ленивец» (Калужская обл.), горнолыжный комплекс «Хвалынь» (Саратовская обл.), региональный природный парк «Оленьи Ручьи» (Свердловская обл.).

Современное акцентированное развитие главных городов российских регионов сильно сокращает возможности пространственного туристского развития, которое также преимущественно идет по «точечному», по «городскому» пути. Многие регионы фактически взяли курс на развитие туристских объектов и объектов туристской инфраструктуры полюсно, только в центральных местах, в ареалах развитой транспортной сети.

Рассматривая страны в аспекте уровня развития туризма и в отношении равномерности распространения туристской деятельности по территории, мы приходим к следующему выводу. Площадное развитие туризма в стране или регионе сложнее и ценнее точечного, является более высоким этапом и свидетельствует о более продвинутом уровне организации территории.

Страны, входящие в ядро туристской системы мира [25], как правило, достигают такого уровня, когда все или почти все пространство страны включено в туристскую отрасль. Доля вовлеченного в туризм пространства зависит от размеров территории и уровня социально-экономического развития страны. В Европе относительно небольшие страны (Швейцария, Чехия) практически всей своей территорией участвуют в туристском хозяйстве. В крупных европейских странах осуществляется, хотя и не стопроцентное, но преимущественно площадное туристское развитие. В Италии площадное развитие туризма характерно почти для всех двадцати регионов, к нетуристским местностям можно отнести незначительные по размерам пространства во внутренних частях Калабрии, Молизе, Сардинии.

Площадное развитие, как верхняя стадия в территориальной организации туризма, должно иметь крепкое основание, которое не везде еще создано. Российские регионы находятся на разных этапах формирования современной системы туризма. Последовательность развития отрасли в некоторых республиках

Северного Кавказа (Чеченская, Ингушетия, Дагестан), предполагающая точечное инвестирование в инфраструктуру, вполне оправдана. В регионах Восточного Кавказа, может, целесообразно развивать туризм не по площадному, а по точечному принципу, а именно создавать достаточно крупные инфраструктурные туристско-рекреационные объекты и включать их в республиканские турпродукты. Для крупных комплексов легче подготовить кадры, на таких объектах проще правильно поставить сервис. Организация разветвленной туристской и экскурсионной маршрутной сети, вовлечение населения в рекреационное предпринимательство в различных муниципалитетах – это уже следующий этап развития, который возможен в том случае, если будут полностью выполнены задачи первого этапа, а именно: безукоризненная и эффективная работа крупных туристско-рекреационных комплексов и достижение широкой известности республик как туристских регионов.

Нежелательная тенденция смещения населения и социально-экономической активности в основные единичные города Пермского края может отчасти преодолеваться, если придерживаться принципа площадного развития туристско-рекреационной деятельности. Географическое рассредоточение природных и культурно-исторических туристских ресурсов и возрастающий к ним интерес общества позволяют планировать вовлечение не отдельных мест, а всей территории Пермского края в туристское развитие. Кафедрой туризма Пермского университета разработан проект «Пермь Великая», где применен площадной принцип развития туризма в регионе. В 2015 году проект вошел в «Федеральную программу развития внутреннего и въездного туризма 2014–2018 гг.», он направлен на создание новой пространственной организации туризма Пермском крае.

Традиционным подходом в развитии туризма в регионах России и многих зарубежных стран является выбор отдельных наиболее потенциальных мест, признание их точками роста и их особая поддержка. Субъекты Федерации действуют в туристских программах принципами концентрации ресурсов и создания полюса роста (чаще одного, и гораздо реже двух-трех полюсов). В проекте «Пермь Великая» взяты за основу иные принципы в региональной туристской политике. Они состоят в том, что туризм развивается на всей без исключения территории края, включая краевой центр, большие и малые города, ближние и дальние муниципальные районы. Площадной принцип делает географически доступной туристско-рекреационную деятельность для населения и для предпринимательства. Площадной подход обязательно требует районирования территории и особенного представления каждого туристского района. Попробуем решить эту задачу для Пермского края, привлекая отечественный и зарубежный опыт.

Туристское развитие северных стран Европы и Америки, существенный ежегодный рост прибытий вызывает для российских регионов интерес в отношении образцов постановки туристского дела в городах и вне городов, в отношении подходов к формированию эффективной территориальной организации в регионах. Территорией поиска удачных решений для применения в российских регионах может являться Канада. Многие важнейшие экономико-географические параметры Канады и России наиболее схожи [203].

Канада – большая страна, сравнимая с Россией. Классик советской географии Н.Н. Баранский [32] сравнивал Канаду с Сибирью. Это сравнение имело основания. Во времена Советского Союза Канада и СССР довольно сильно отличались размерами территорий, численностью населения, составом природных поясов. В это время Канада лучше соотносилась с Сибирью. Тогда и сейчас наши страны – первая и вторая в мире по размерам, но современная Россия с Канадой стали ближе друг к другу по площади, численности населения, спектру природных зон. Южные точки двух стран располагаются практически на одной параллели, да и северные тоже. Поэтому в Канаде много полезного для наших регионов можно подчерпнуть из достижений в развитии туризма, рекреации и сервиса, в ведении хозяйства, в организации селитебного и производственного пространства, в ландшафтном планировании.

Для вовлечения в туристское развитие всей территории важно осуществить ее туристское районирование. Районирование – путь к площадному развитию и управлению туризмом на всей территории. В Канаде эту задачу решают все 10 провинций разными способами. Рассмотрим применяемые схемы, определим принципы районирования, отметим интересные, в частности для Пермского края, канадские подходы в этом вопросе. Охарактеризуем туристское районирование провинций от Тихого океана до Атлантики. Будем использовать местную терминологию, называть участки провинций регионами.

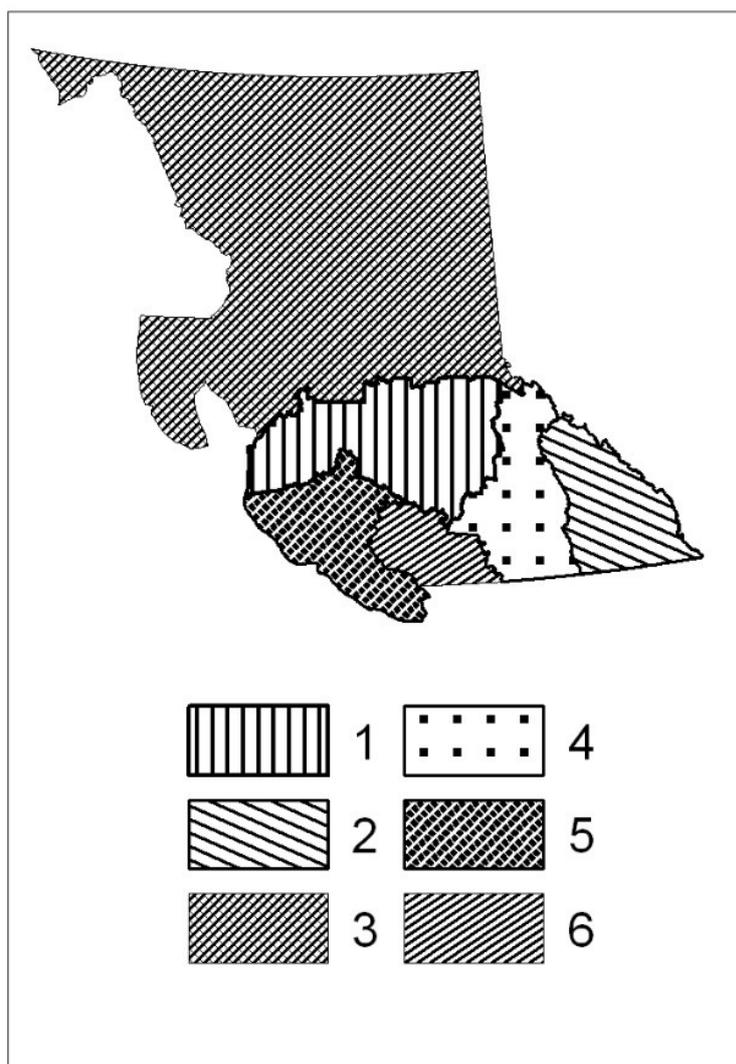


Рис. 43. Туристские районы провинции Британская Колумбия
 Tourist districts of British Columbia

1 – Cariboo Chilcotin Coast; 2 – Kootenay Rockies; 3 – Northern British Columbia; 4 – Thompson Okanagan; 5 – Vancouver Island; 6 – Vancouver Coast and Mountains

Британская Колумбия полуофициально разделена на шесть туристских регионов (рис.43) [19]. Районирование с целью продвижения территорий и координации туристской деятельности осуществлено совместно организациями Regional Destination Marketing Organizations и Destination British Columbia. Пять регионов сравнимы по площади, шестой – Northern BC – намного больше, охватывает более половины провинции. Первые пять имеют наименования географических объектов, как личных, так и общих. При этом название в большинстве случаев составное из двух-трех географических объектов, которые максимально пространственно отражают регион.

Регион Vancouver Coast and Mountains – представляет собой агломерацию и ее окружение. Сочетание «побережье и горы» напоминает гостям о возможности только этого места в стране – утром кататься на лыжах, а после обеда быть на яхте или играть в гольф. Vancouver Island – назван по одному, основному объекту, но включает еще многочисленные острова пролива и территорию на материке. Thompson Okanagan – охватывает долины одноименных рек и часть Скалистых гор. Cariboo Chilcotin Coast – назван по горной области и реке, а поскольку выходит к морю, то имеет в названии третью часть. Kootenay Rockies – представлен бассейном реки Кутеней и Скалистыми горами.

Отметим, что названия не повторяются, несмотря на то что Скалистые горы протягиваются по трем регионам провинции, а морское побережье – по четырем. В каждом из регионов выделяются основные города, но ядра тяготения значат меньше, чем транспортные пути в вопросе контуров регионов. В каждом регионе есть основная автодорога или несколько дорог, по которым проложены маршруты внутри региона. Каждый из регионов включает в свой состав части разных природных районов, он природно-контрастен. Это позволяет иметь широкие спектры туристско-рекреационных предложений. Позиционируются туристские регионы Британской Колумбии как многоландшафтные, дающие разнообразные впечатления. Регионы названы в природном контексте, даже регион города Ванкувер. Фактически районированию подлежит южная, относительно малая часть провинции, северная – большая как бы за пределами принципов схемы и ее название сформировано иначе. Название «Северная Британская Колумбия» говорит о том, что природная мозаика здесь настолько широка, что перечисление физико-географических объектов будет слишком длинным.

Туристские регионы в Британской Колумбии, по-видимому, выделяются в основном как территориальные группы официальных административно-территориальных образований уровня округа/графство (County). Границы округов и туристских регионов не всегда совпадают и в таких случаях соответствуют границам официальных образований более низкого уровня – муниципалитетам.

Надо отметить, что провинции Канады имеют сложное многоуровневое административно-территориальное деление. Каждая из провинций имеет свой набор уровней из перечисленных: регион, округ, переписная область, переписная подобласть, муниципалитет. Это уровни официального деления страны для управления и переписи населения. Туристское районирование провинций Канады, по-видимому, имеет неадминистративный статус, но принято в каждой провинции, по нему настраивается система туристской информации и формируется территориальная организация туризма в целом.

Провинция Альберта выделяет шесть туристских регионов: Северная Альберта, Центральная Альберта, Южная Альберта, регионы Калгари и Эдмонта и Канадиан Роккис [1].

Мы видим простое деление равнинной территории, особую роль двух крупнейших городов и отдельный район гор с названием шире, чем тот участок Скалистых гор, который входит в провинцию. Отметим, что здесь применены и физико-географические, и экономико-географические принципы районирования. Четыре туристских региона очень похожи на природные регионы и представляют собой довольно большие группы муниципальных образований.

Провинция Саскачеван применяет районирование еще более простое и без ориентировки на достопримечательности: Север, Центральный Запад, Центральный Восток, Юго-Запад, Юго-Восток. Это в основном группы территориальных образований уровня округов [14].

Манитоба показала пример внимательного отношения к туристскому районированию [8]. Ее территория поделена на 8 регионов, очень разных по площади: Parkland, Interlake, Western, Eastern, Northern, Central Plains, Pembina Valley, Winnipeg. Северный регион занимает около 70 % площади провинции. В провинции активно проводится туристский маркетинг по намеченным регионам. Туристские регионы выделены на основе областей.

Онтарио – вторая по площади провинция Канады – поделена на 13 туристских регионов, 12 из них располагаются на крайнем юго-востоке и занимают всего 20 % территории провинции, а громадный регион 13 «Northern Ontario» делится на 3 подрайона [18]. В провинции осуществляется маркетинговая политика с учетом выделенных регионов с помощью специальных структур (Ontario Regional Tourism Organizations) От Ниагарского водопада и Торонто к северо-западным границам провинции площади туристских регионов увеличиваются согласно сокращению плотности населения. Многие названия регионов отражают их достопримечательности, часто составные (Niagara Falls and Wine Country, Bruce Peninsula, Southern Georgian Bay and Lake Simcoe). Туристские регионы в провинции – это в основном группы графств. Границы туристских регионов согласуются с подпровинциальным административным делением Канады (округа, муниципалитеты), которое особенно сложное в Онтарио и Квебеке.

Квебек делится на 21 туристский регион, и туристская политика провинции осуществляется в соответствии с этим делением [13]. Квебек – наиболее активная провинция по продвижению своих туристских регионов. Это касается и постановки работы туристских информационных центров, и издательской деятельности. Границы туристских регионов в основном соответствуют границам административных регионов провинции, хотя их всего 17.

Нью Браунсуик не выделяет на туристских картах районы, продвигая не все пространство провинции, а только пейзажные автодороги (Scenic Drives), но считая их осями примыкающих к ним туристских территорий [15]. Их названия географичны, ориентируют на достопримечательности: Fundy Coastal Drive, Acadian Coastal Drive, River Valley Scenic Drive, Miramichi River Route, Appalachian Range Route.

Интересной является сетка туристского районирования самой маленькой провинции Канады – Остров Принца Эдуарда. На ее примере мы видим, что каждая провинция старается полноценно и по-своему организовать систему путешествий, согласно географическим особенностям.

Вытянутый по широте остров Принца Эдуарда делится заливами на три почти отдельных острова, примерно равные части: западную, центральную и восточную. Три части выделены и представляются на туристских картах как три туристских района и названы по дорогам, их оконтуривающим (рис. 44) [20]. Поскольку на острове, как правило, и самая интересная во всех отношениях, и пейзажная дорога проходит по окружности острова, три района продвигаются в туристском отношении как районы береговых дорог. В название района добавляется наименование крайне удаленной на острове и поэтому романтической дестинации. Западный район называется North Cape Coastal Drive (Путь по берегу к Северному мысу). Северный мыс длинным острием вдается в залив Святого Лаврентия. Восточный район называется Points East Coastal Drive (Путь по берегу к Восточной точке). Мыс Points East, так же, как и Северный, острием уходит далеко в море и зовет совершить путешествие к крайней точке. Центральный туристский район называется Central Coastal Drive (Центральный береговой путь), делится на два подрайона: северный, который назван в честь уроженки места, известной канадской писательницы Люси Мод Монтгомери – Green Gables Shore (Берег зеленых мезонинов) – по имени ее главной книги, и южный – Red Sands Shore (Берег красных песков), поскольку красноцветные почвы острова являются одним из его брендов, способствовали развитию картофельной специализации и появлению популярной картошки фри. Туристское районирование на острове соответствует иерархической, дисперсно покрывающей всю площадь, разнообразной по функциям сети туристских информационных центров, среди которых выделяются Provincial Visitor Information Centres, Provincial Destination Centres, Municipal Information Visitor Centres, Island Welcome Centres. Туристские регионы острова соответствуют административным областям частично.

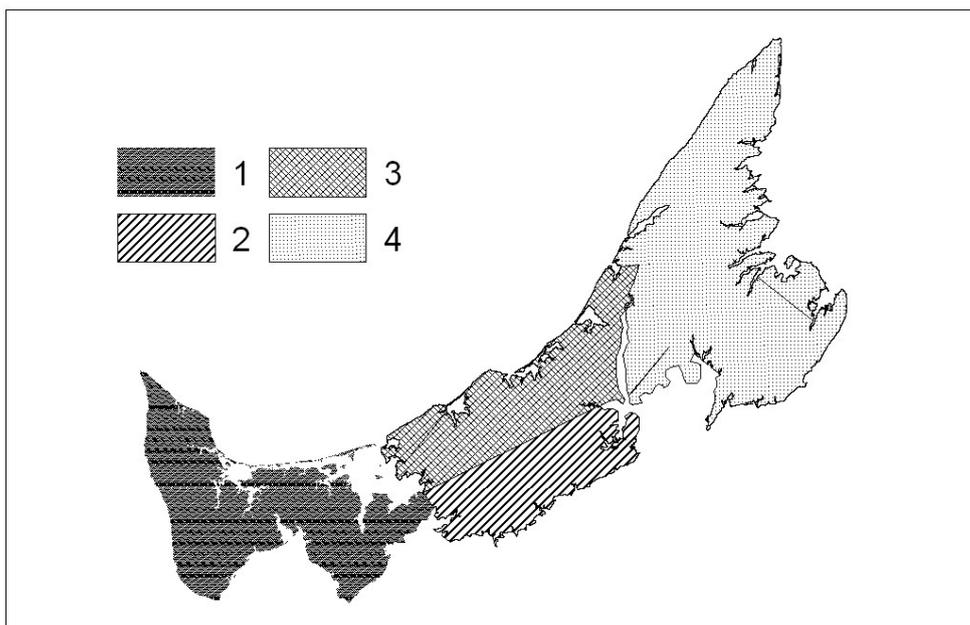


Рис. 44. Туристские районы провинции Остров Принца Эдуарда
 Tourist districts of Prince Edward Island

1 – North Cape Coastal Drive; 2 – Red Sands Shore; 3 – Green Gables Shore;
 4 – Points East Coastal Drive

На туристской карте Новой Шотландии, полученной в туристском информационном центре Галифакса, территория провинции разделена на семь туристских районов [11]. Они названы по наиболее аттрактивным местностям, которыми прежде всего являются морские побережья: Nothumberland Shore, Cape Breton Island, Eastern Shore, Halifax, South Shore, Yarmouth and Acadian Shore, Bay of Fundy and Annapolis Valley. Видовые дороги, отмеченные на карте, следуют вдоль побережий Новой Шотландии почти точно в соответствии с конфигурацией побережья. Туристские регионы являются в основном группами административных областей, но в ряде случаев имеют собственные границы.

В провинции Ньюфаундленд и Лабрадор пять туристских регионов [17]. Один на Лабрадоре, который является и административным регионом, четыре – на о. Ньюфаундленд, которые сменяют друг друга с юго-востока на северо-запад в направлении удаления от столицы провинции: Avalon (по имени полуострова), Eastern, Central, Western. Регионы на острове выделены так, чтобы не очень густая дорожная сеть позволяла ознакомиться по возможности со всей территорией района. Они согласуются с административным делением муниципального уровня.

Канадский опыт практического туристского районирования. На примере провинций Канады мы видим, что туристское районирование играет большую

практическую роль в управлении и в маркетинговой работе. Районирование позволяет вовлечь, по возможности, все пространство провинций в туристско-рекреационное и сервисное развитие, повысить доступность туризма для населения, обеспечить равные возможности для местного предпринимательства в этой отрасли. Районирование проводится в разных провинциях по разным принципам и, как правило, согласуется с границами административных образований дробных уровней. Деление провинций на туристские регионы осуществлено почти во всех провинциях Канады, имеет неофициальный статус, хотя в ряде случаев точно соответствует административному делению. Только в одной провинции – в Нью-Брансуике – это районирование не сплошное, а выборочное. Туристское районирование провинций имеет разную содержательную основу, но всюду проведено с учетом географических особенностей территории.

Три территории Канады, расположенные севернее ее провинций, на туристские регионы не подразделяются, по-видимому, по причине их малонаселенности, поскольку по размерам площадей они не уступают провинциям.

Подведем методический итог. В туристском районировании Пермского края можно использовать следующие принципы, которые применены в выделении туристских регионов в провинциях Канады:

- 1) туристские регионы представляют собой группы административно-территориальных образований, хотя есть несовпадения границ;
- 2) могут соответствовать физико-географическим районам;
- 3) могут сочетать разнородные природные районы;
- 4) транспортно связаны внутри;
- 5) видно различие в делении сельской и городской местности;
- 6) провинции разделены на разное число туристских регионов, от 3 до 21, в среднем 8.

В Канаде туристское районирование применяется в провинциях и не проведено в территориях. Это свидетельствует о целесообразности данной географической процедуры для относительно населенных ареалов, где актуализируется задача пространственной равномерности туристского развития.

В туризме очень важно название района, поэтому учтем канадские подходы. Туристские регионы могут быть названы по основным (двум-трем) или по основному административно-территориальному образованию, по аттрактивным природным объектам или физико-географическим районам, по культурно-историческим достопримечательностям или главному туристскому маршруту.

Туристское районирование Пермского края. Принимая во внимание канадский опыт, опираясь на собственные разработки, можно предложить следующее туристское районирование и обозначение районов Пермского края (рис. 45).

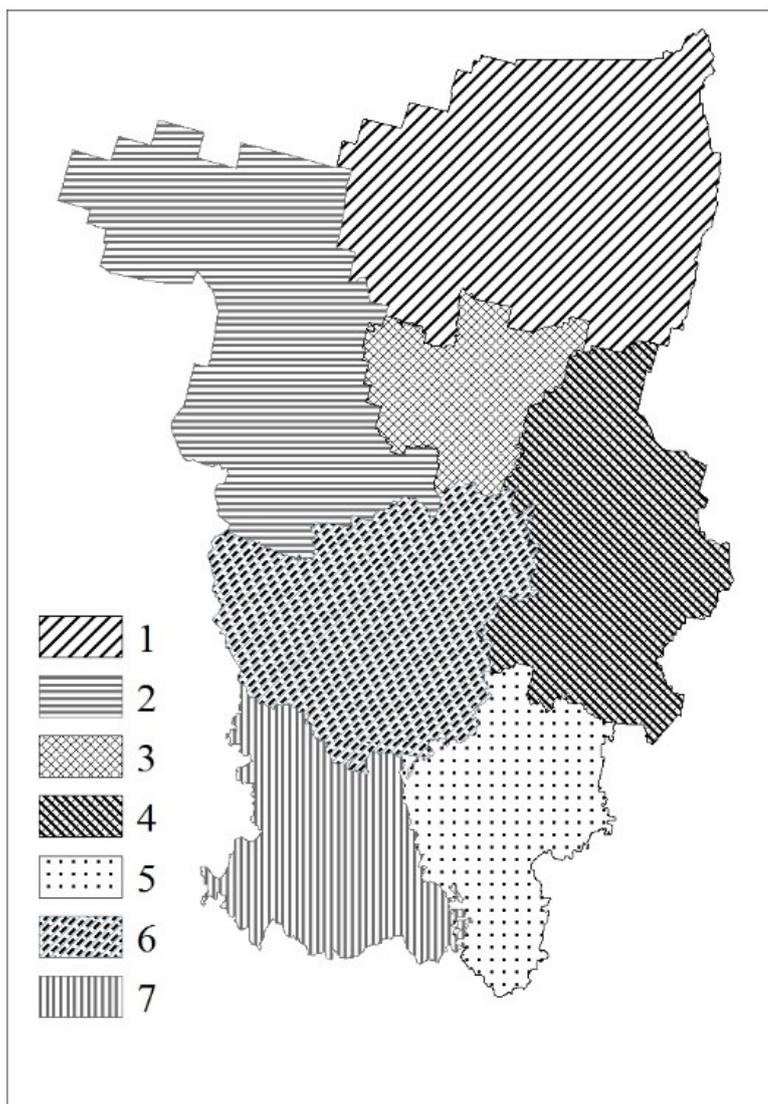


Рис. 45. Туристские районы Пермского края
Tourist districts of Perm Krai

1 – Северный Урал, North Ural; 2 – Парма, Parma; 3 – Верхняя Кама, Upper Kama; 4 – Горно-
заводский Урал, Maining Ural; 5 – Предуралье, Preduralje;
6 – Средняя Кама, Mid Kama; 7 – Нижняя Кама, Lower Kama

Исходя из современных задач развития туризма, край можно разделить на семь туристских районов.

Первый район – Северный Урал – охватывает Чердынский и Красновишерский муниципальные районы. Это большая редкозаселенная территория Северо-Востока края с двумя малыми городами, разбросанными среди лесов поселками и деревнями. Это среднетаежный среднегорный, низкогорный и предгорно-равнинный ландшафт бассейна реки Вишеры с ее крупнейшим притоком Колвой. Это ареал исторического наследия, особенно периода Перми Великой и территория природно-ориентированных активных путешествий, охотничье-рыболовной рекреации. Район может быть назван:

Северный Урал, North Ural,
Вишера Колва, Vishera Kolva,
Вишера Чердынь, Vishera Cherdyn
Уральские Горы Чердынь, Ural Mountains Cherdyn
Горы Вишера Чердынь, Mountains Vishera Cherdyn

Второй район – Парма – охватывает шесть муниципальных районов Коми-Пермяцкого округа. Это средне- и южно-таежный Северо-Запад края лесозаготовительного и сельскохозяйственного профиля, где в национальном составе населения основную долю составляют коми-пермяки. Лесистые возвышенности и равнины располагаются в бассейне Камы, ее крупных притоков Весляны, Косы, Иньвы. Район может быть назван:

Парма, Parma,
Коми Пермский, Komi Perm

Третий район – Горнозаводский Урал – занимает Восток края, включает муниципалитеты Александровска, Кизела, Губахи, Гремячинска, Чусового, Горнозаводска, Лысьвы. Это в основном Средний Урал, наиболее освоенная часть гор Пермского края. Географы называют территорию «Горнозаводское Прикамье» или «Горнозаводской Урал». Здесь население городское, группы городов и поселков посреди таежно-скалистого ландшафта. Города и городки возникли в прошлом как горные заводы. Эта часть Уральских гор богата недрами, которые разрабатывались активно. Это бассейны левых притоков Камы – рек Чусовая, Косьва и Яйва. Центральной рекой района по географическому положению и туристскому значению можно считать приток Чусовой – Усьву. Район можно назвать:

Средний Урал, Deep Ural,
Горнозаводский Урал, Maining Ural,
Усьва Чусовая, Usva Chusovaja.

Четвертый район – Предуралье – включает сельские муниципалитеты Юго-Востока края во главе с городом Кунгуром – Кунгурский, Березовский, Кишертский, Суксунский, Ординский, Уинский, Октябрьский. Это территория в основном смешанных лесов с остепнением. Территория охватывает широкий пояс Предуралья с пермскими карбонатными горными породами и карстовыми ландшафтами на Уфимском плато, располагается в бассейне Сылвы и ее притока Ирени. Это район сельскохозяйственный, богат купеческой историей. Его можно назвать:

Предуралье, Preduralje,
Кунгур, Kungur,
Кунгур Сылва, Kungur Sylva.

Пятый район – Верхняя Кама – объединяет территорию города Березники, Соликамский и Усольский муниципалитеты. Это Березниковско-Соликамская агломерация и ее лесная окантовка, с Верхнекамским месторождением калийно-магниевых солей, со значительным социально-экономическим потенциалом, с богатым историческим наследием. Это гидрографический центр Севера края, где Кама принимает Вишеру, Яйву и Кондас. Район можно назвать:

Верхняя Кама, Upper Kama,
Соль Камская, Sould Kama,
Соликамск Усолье, Solikamsk Usolje.

Шестой район – Средняя Кама – охватывает среднее, меридиональное течение Камы и бассейн ее притока Обвы, включает главный город края – Пермь и муниципальные районы Пермский, Ильинский, Добрянский, Сивинский, Карагайский, Верещагинский, Очерский, Нытвенский и Краснокамский. Это Пермская агломерация, ее сельское и дачное окружение в освоенном поясе равнинной южной тайги. Это центральное место бассейнового Пермского края, где Камское водохранилище переходит в Воткинское, Кама меняет направление с меридионального на диагональное, принимает крупнейший в крае приток Чусовую с Сылвой. Район можно назвать:

Средняя Кама, Mid Kama,
Пермь Кама Обва, Perm Kama Obva.

Седьмой район – Нижняя Кама – занимает самые теплые и маловлажные территории Юго-Запада края, окружающие нижнюю часть течения Камы. Большие площади занимают бассейн реки Тулвы, притока Камы, и Тулвинская возвышенность. Район включает муниципалитеты Чайковский, Частинский, Большесосновский, Осинский, Оханский, Бардымский, Куединский и Чернушинский. Три города – Чайковский, Чернушка и Оса – находятся в пределах района. Местность представляет собой сельскохозяйственные ландшафты в поясе смешанных лесов. Район можно именовать:

Нижняя Кама, Lower Kama,
Чайковский Кама Тулва, Tchaikovsky Kama Tulva.

Площадное развитие туризма является сегодняшней задачей туристской отрасли в субъектах РФ. Этот этап активно проходят высокоразвитые страны мира. Центробежная энергия туризма позволяет удерживать сжатие ойкумены, его пространственная экспансия играет в основном положительные социально-экономические роли. Переход от точечного (полюсного) развития к площадному этапу имеет большие цели создания новой территориальной организации туризма в регионах, первым шагом к которой становится дробное туристское районирование.

Провинции Канады опираются в практике координации, информации и маркетинга на туристское районирование. Туристские регионы провинций имеют неофициальный статус, но являются каркасом туристских провинциальных систем, районирование осуществляется для практических целей. Туристские регионы провинций Канады представляют собой в основном группы административно-территориальных образований, могут соответствовать физико-географическим районам, сочетать разнородные природные районы, транспортно связаны внутри. В среднем провинции разделены на 8 туристских регионов. Регионы могут быть названы по основным административно-территориальным образованиям, аттрактивным природным объектам, физико-географическим районам, культурным достопримечательностям, главному маршруту.

Туристское районирование дробного уровня слабо интересует научных работников и практиков туризма. В отечественной рекреационной географии редко встречаются схемы этого вида, а многочисленные туристские карты, выпускаемые в нашей стране, да и в других странах, обычно обходятся без таких сеток. Однако на примере Канады мы можем судить о важности такого районирования, прежде всего в практических целях тотального туристского освоения пространства.

Учитывая канадский опыт дробного туристского районирования и собственные разработки, целесообразно делить Пермский край на семь туристских районов: Северный Урал, North Ural; Парма, Parma; Горнозаводский Урал, Mining Ural; Предуралье, Preduralje; Верхняя Кама, Upper Kama; Средняя Кама, Mid Kama; Нижняя Кама, Lower Kama. Дробное туристское районирование является подходом к пространственному развитию туризма в крае.

Вопросы и задания

1. Для чего необходима туристская делимитация регионов и провинций, т.е. проведение дробного районирования в туризме?
2. Чем следует руководствоваться при определении наименований дробных районов?
3. Определите особенности в принципах туристского районирования Острова Принца Эдуарда.

ГЛАВА 4. ТУРИСТСКИЕ МАРШРУТЫ И ПРОГРАММЫ

4.1. МАРШРУТНАЯ ЛОГИКА

Планирование туристского маршрута и туристской программы – это в том числе и географическая задача. Оно должно быть аргументированным и логичным. В таком случае путешествие будет качественным и безопасным. Рассмотрим это на примере спортивных путешествий, эталонных маршрутов. В разделе использованы материалы совместных статей автора с А.Ю. Королевым [92].

Отечественный туризм имеет особенную историю, традиции и разнообразные специфические особенности, опираться на которые целесообразно при современном планировании и управлении туристскими процессами в регионах. Одной из важнейших заслуг отечественного туризма были массовость и «народный характер» этой деятельности, широкое развитие спортивного туризма в плановой и самодеятельной формах. Самодеятельный туризм являлся в СССР особенно удачной формой туризма, обеспечивая возможности заниматься этой деятельностью большой доле населения. Современный спортивный туризм трансформируется под влиянием мировых туристских тенденций. Важно найти и понять те сильные стороны отечественного туризма, которые позволяли этой сфере успешно развиваться. Одной из находок спортивного и самодеятельного туризма является определение и введение в обиход понятия «эталонный маршрут». Выделим, на наш взгляд, главные особенности этого понятия и достоинства его использования в практике туризма.

Эталонный маршрут является формой качественной оценки сложности туристского путешествия. В спортивном туризме применяются многочисленные критерии определения степени трудности преодоления естественных препятствий, в том числе количественные. С помощью количественных критериев формируется оценка сложности пещер, горных перевалов или путей восхождений на вершины. При этом даже на этапе оценки сложности преодоления отдельных объектов (горных перевалов, речных порогов) интегральным показателем является балльный показатель категорий трудности препятствия (1А, 1Б, 2А, 2Б и т.д.), т.е. не только количественный критерий, но еще и качественный. Если же необходимо решить задачу оценки сложности не отдельного препятствия, а всего туристского маршрута, то без качественной формы оценки не обойтись. Такой качественной оценкой фактически выступает метод соотнесения данного маршрута с эталонным маршрутом.

Эталонный маршрут – предпосылка безопасности туристского путешествия. Спортивный туризм для обеспечения безопасности путешествий использует принцип постепенного нарастания сложности в процессе приобретения

человеком туристского опыта. Для этого туристские маршруты оцениваются категориями сложности по видам спортивного туризма, а каждая категория предполагает определенный набор туристских препятствий. Тем не менее по каждому туристскому району СНГ для разных категорий сложности разработаны эталонные маршруты, которые рекомендуются для путешествий и с которыми соотносятся иные маршруты для оценки сложности последних. В связи с этим эталонный маршрут участвует в формировании системы безопасности в туризме.

Эталонные маршруты являлись основой построения системы спортивного туризма в СССР, а сейчас выполняют эту функцию в России. Кроме того, этот метод помогал и помогает в формировании системы координации деятельности общественных туристских организаций. Эталонные маршруты представляют собой основу регулирования и информирования самодеятельного туризма, концентрируют многолетний коллективный опыт и талант путешественников.

Категория «маршрут» обладает и общеупотребительным, и географическим, и туристским смыслом. В общем значении «маршрут» представляется как путь с заранее заданной траекторией. Отметим, что эта категория имеет пространственный, а не временной оттенок. В этой связи в понятии маршрута часто имеется географическое содержание или даже астрономическое, если его траектория выходит за пределы географической оболочки.

«Маршрут» – одно из сущностных понятий в сфере туризма, поскольку туризм по своей сути маршрутен. Сопоставительно с многими другими видами деятельности туризм отличается именно маршрутным характером, который выражает его отраслевую технологию и образ деятельности.

Туристские маршруты различаются по конфигурации, т.е. форме «нитки», линии пути. Можно выделить четыре основных типа маршрутов [92]. Первые три из них – элементарные, четвертый – составной.

Линейный маршрут (рис. 46) – это маршрут, который начинается в одном пункте и заканчивается в другом. Туристы при этом на протяжении всего маршрута ни разу не повторяют проследованный путь.

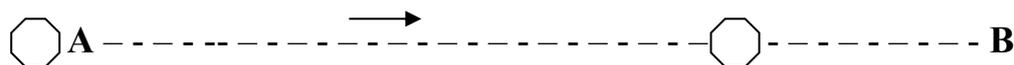


Рис. 46. Линейный маршрут

Кольцевой маршрут (рис. 47) – маршрут, имеющий кольцевую форму, начинается и заканчивается в одной точке. Туристы, так же как и в первом случае, постоянно следуют новым для себя путем.

Радиальный маршрут (рис. 48) – это маршрут «туда и обратно». Он начинается и заканчивается в одной и той же точке. Туристы возвращаются к пункту начала маршрута тем же путем, каким и двигались вперед.

Комбинированный маршрут (рис. 49) в реальных условиях применяется чаще всего. Обычно основная линия такого маршрута линейная, иногда кольцевая, а от главной линии маршрута в стороны организуются радиальные выходы, которые могут быть двух видов: кольцевые и линейные. Кольцевые – в том случае, когда туристы возвращаются к линии основного маршрута в то же место, где они, например, оставляют так называемую «заброску» продуктов питания и снаряжения, при этом туристы двигаются все время новым для себя на данном маршруте путем. Линейный радиальный выход – это аналог радиального маршрута, но в миниатюре. Туристы отходят от линии основного маршрута к какому-либо объекту и возвращаются назад тем же путем. Радиальные выходы организуются с целью посещения каких-либо пространственно отдельных интересных туристских объектов или препятствий, которые находятся в стороне от линии основного маршрута. Основной маршрут прокладывать линейно через эти объекты нецелесообразно в тех случаях, когда есть возможность совершить к ним радиальные выходы налегке, может быть, даже за один день и без бивачного снаряжения, оставив остальной груз на линии основного маршрута.

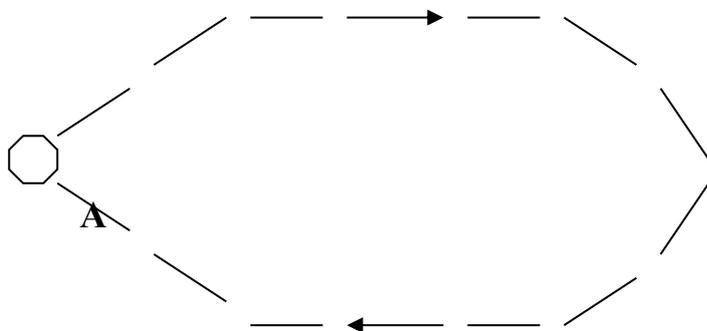


Рис. 47. Кольцевой маршрут

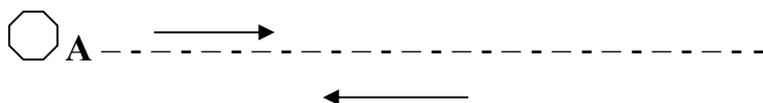


Рис. 48. Радиальный маршрут

Туристский маршрут является понятием социально-экономической географии, поскольку в составе и организации туристского маршрута «участвуют» разнохарактерные компоненты системы: группы людей, туристские препятствия,

экскурсионные объекты, транспортные пути и средства, объекты туристской инфраструктуры и мн. др. Понятие «туристский маршрут» тесно связано с такими понятиями отечественной и зарубежной географии, как «географический район», «дестинация» и «туристский район».

Эталонные маршруты были приняты туристскими общественными и спортивными организациями в Советском Союзе, а в настоящее время применяются в районах СНГ и разных видах туризма. Их можно проанализировать на предмет логичности маршрута. Отметим, что при невыразительности принципов составления маршрутов, отсутствии тактики туризма далеко не все предлагаемые маршруты логичны. Как следствие, такие маршруты, где тактика их составления не логична, малопопулярны или невостребованны.

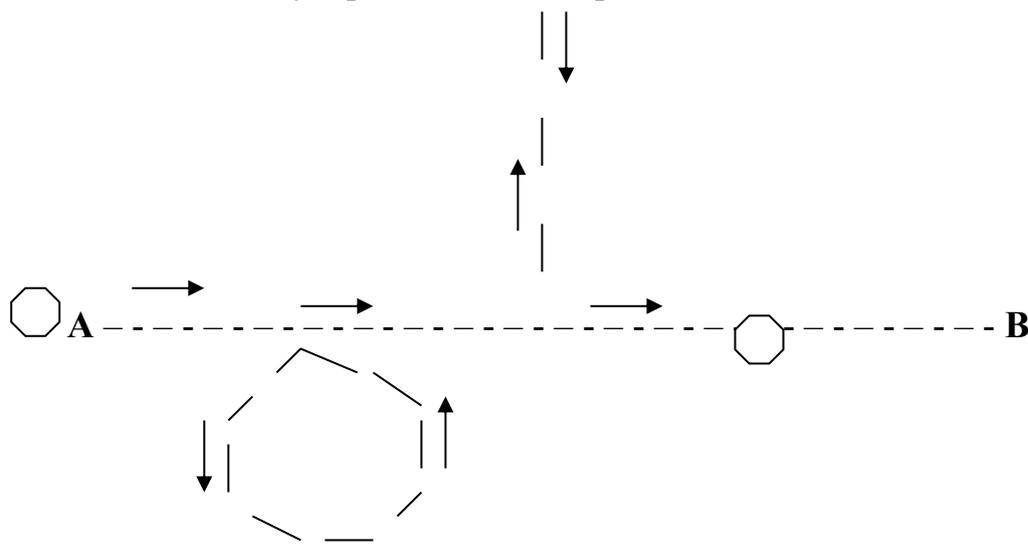


Рис. 49. Комбинированный маршрут

Спортивный туристский маршрут конфигурационно выстраивается первоначально мысленно, сообразно главной идее, т.е. он должен обладать логикой построения, которая определяет его маршрутную линию, особенности организации и проведения путешествия. В составлении маршрута путешествия может быть заложена различная логика. Ниже показаны возможные подходы к логике построения маршрута [92].

Логика пересечения (рис. 50) подходит, например, для отдаленных и труднодоступных географических районов, где внутри района нет транспортных путей. Для того чтобы подробно изучить этот район, его нужно пересечь насквозь, потому что пути подъезда имеются только с одной его стороны, а пути выезда есть только с другой. При этом иногда приходится пересекать не только туристский район (район концентрации наиболее интересных туристских объектов), но и географический, который обычно намного больше. Например, пересечение Памира, Тибета или какого-либо значительного по протяженности острова, где

транспортные пути, как правило, имеются только по окраинам или берегам острова. В таких местах можно, конечно, осуществлять и более короткие радиальные выходы, от подъездных путей вглубь района, но полного знакомства с этим районом такие маршруты не дадут.



Рис. 50. Логика пересечения

Логика нанизывания (соединения, траверса) (рис. 51) свойственна маршрутам не самым протяженным, обычно в пределах одного туристского района, где одним линейным маршрутом можно соединить несколько объектов туристского интереса. Логика нанизывания не подразумевает, что нитка основного маршрута пройдет обязательно именно траверсом через интересующие туристов вершины, достаточно, что она подойдет к ним максимально близко, откуда уже можно будет совершить короткий радиальный выход. Логика нанизывания позволяет посмотреть наиболее интересные туристские объекты в данном районе, при этом маршрут по конфигурации может быть кольцевым или линейным, имеющим очень извилистую линию.

Логика посещения (восхождения) (рис. 52) предполагает наличие одного (нескольких рядом расположенных) крупного и наиболее интересного туристского объекта, пещеры или горной вершины, ради которых и осуществляют туристы свое путешествие. Конфигурация таких маршрутов будет, как правило, радиальной, а логика такого маршрута состоит в подходе к объекту интереса и возвращении к путям подъезда. Характерным примером такого маршрута будет путешествие на плато Мань-Пупу-Нер на Северном Урале, куда добраться можно только с одной стороны, соответственно, и конфигурация маршрута будет радиальной, а целью – именно посещение уникального ландшафта Мань-Пупу-Нера.

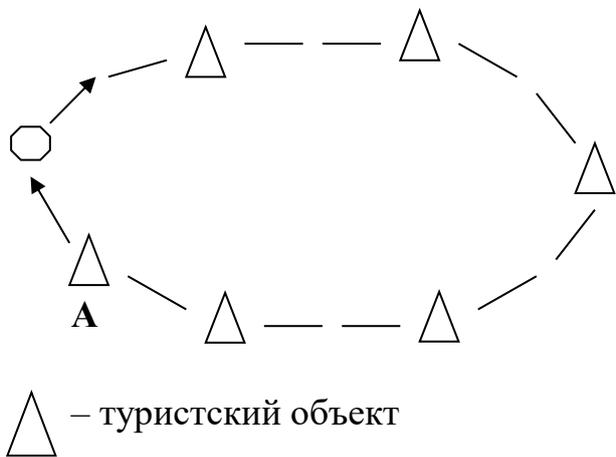


Рис. 51. Логика нанизывания (соединения или траверса)

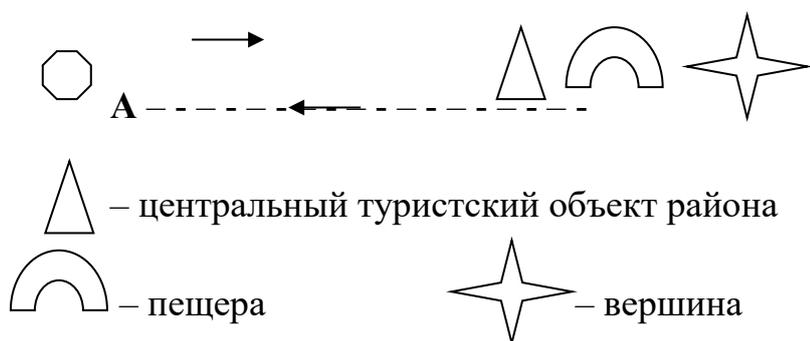


Рис. 52. Логика восхождения (посещения)

Логика прохождения (преодоления) (рис. 53). Маршруты с такой логикой чаще встречаются в таких высокотехничных видах спортивного туризма, как горный и водный. Здесь смысл маршрута заключается в преодолении каких-либо конкретных сложных естественных препятствий (горных перевалов или речных порогов); данный маршрут строится таким образом, чтобы пройти именно их, и заключается в подходе к ним, преодолении препятствия и далее выходе с маршрута.

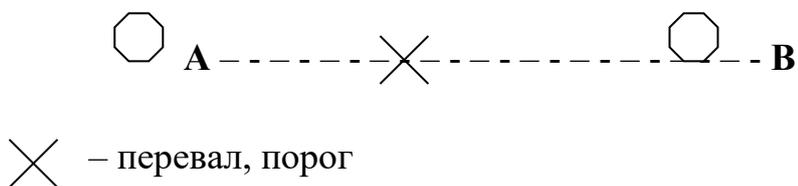
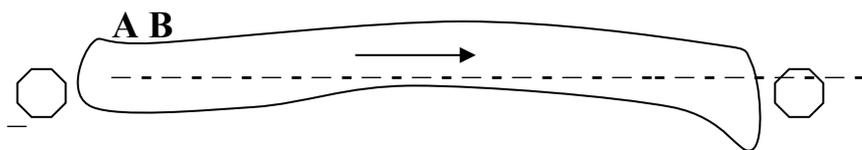


Рис. 53. Логика прохождения (преодоления)

Логика «Великой тропы» (рис. 54) заключается в стремлении путешественников пройти полностью вдоль оси каких-либо крупных, протяженных, линейно вытянутых географических районов горных поясов, природных зон, побережий. Известны примеры организации такой тропы в разных странах (Большая Аппалачская тропа, Большая Уральская тропа). При этом сама вытянутая форма гео-

графического района задает направление маршрута и стимулирует желание человека если не ногами, то с использованием какого-то транспорта или хотя бы мысленно пройти его вдоль. Примеров таким образом построенных маршрутов достаточно. Было много путешественников, которые прошли полностью вдоль всего Уральского хребта, от степных Мугоджар до побережья Северного Ледовитого океана. Одним из последних наиболее известных путешествий была экспедиция «Большой Урал – 91», руководитель Н. Рундквист (Екатеринбург). Подобную цель с логикой «Великой тропы» преследовал известный российский путешественник Г. Травин, он собирался полностью пройти вдоль границы Советского Союза. Начал он свою экспедицию в 1929 году. В течение нескольких лет он путешествовал на велосипеде вдоль границы СССР, включая арктическое побережье. В 80-е годы прошлого века была проведена российская экспедиция «Великой Северной тропой» на собачьих упряжках, которая проходила по арктическому побережью территорий, находящихся у берегов Северного Ледовитого океана, от Чукотки до Мурманска. Руководил ею С. Соловьев (Екатеринбург).



Географический объект

Рис. 54. Логика «Великой тропы»

Логика направления (рис. 55). Это может быть направление в одну из сторон горизонта. Путешественники, например, ставят цель двигаться на восток или преимущественно на восток. Данная логика присутствует обычно в довольно крупных путешествиях. Нельзя не вспомнить стремление путешественников прошлых столетий достичь максимально высокой широты в Северном или Южном полушарии при движении строго на север или на юг. Сюда также относится и постановка цели достичь Северного или Южного полюса Земли. В современных менее крупных спортивных путешествиях тоже иногда присутствует логика направления, чаще всего при путешествиях в труднодоступных районах, подъезды и подходы к которым возможны только с одной стороны. Так, при путешествии по плато Путорана туристы стремятся максимально далеко продвинуться на восток, потому что подъезды возможны только с запада, в связи с чем восточные части плато менее исследованы, а значит, и более интересны. Часто такую же цель – как можно дальше уйти на север – преследуют и туристы, путешествующие по Полярному Уралу, подходы к северным районам которого возможны только с юга, от железной дороги Сейда – Лабытнанги.



Рис. 55. Логика направления

Логика исторического пути (рис. 56). Такие типы маршрутов в последнее время встречаются довольно часто. Многие туристские группы планируют свои путешествия не столько со спортивной целью, сколько с познавательной. При этом возможны крупные экспедиции, например, по Великому шелковому пути или плавание путем Христофора Колумба или Магеллана. Возможны и менее грандиозные – путем Ермака или маршрутом «Из варяг в греки», а также и совсем небольшие – пройти пешком тропой инков или проехать на велосипеде по Бабиновской дороге в Пермском крае и Свердловской области. Причем здесь для туристов неважно, найти сложный или более простой путь, осуществить маршрут по наиболее красивым или ничем не примечательным местам. Им важнее максимально точно повторить линию маршрута путешественников древности или прошлого.

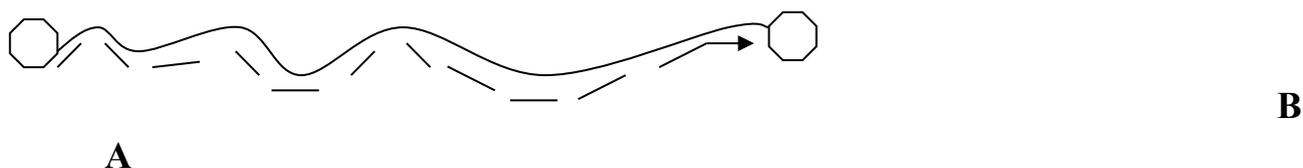


Рис. 56. Логика исторического пути

Логика исследования (экспедиции) (рис. 57). Полевое исследование (экспедиция) отличается от туристского путешествия целями и в этой связи логикой построения маршрута. В экспедиции маршрут планируется гибко, с учетом многих неизвестных, и может, и даже должен, изменяться по отношению к первоначально намеченному. Условно говоря, если в туристском путешествии маршрут принципиально меняется по конфигурации или даже непринципиально по срокам следования на отдельных участках, то это, как правило, квалифицируется или как чрезвычайное происшествие, или как очень нежелательное явление, за которым последуют неприятные объяснения маршрутно-квалификационной комиссии, поисково-спасательной службе или рекламации клиентов в связи с изменением программы. Если же экспедиция (если это действительно исследовательская экспедиция) ни на одном участке не отклонится от заранее намеченного маршрута, то она просто не достигнет своих целей, проще говоря, ничего не найдет. Такой маршрут намечается с несколькими базовыми лагерями и множеством радиальных выходов, в каждом из которых могут участвовать разные люди.

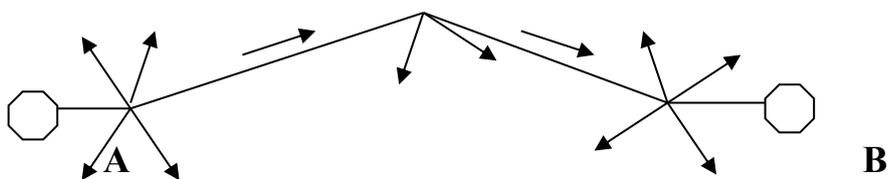


Рис. 57. Логика исследования (экспедиции)

Логика обучения (альплагеря) (рис. 58). Это маршрут от одного базового лагеря к различным объектам, на горные вершины с последовательным нарастанием сложности радиальных маршрутов, часто именно с целью обучения горным путешествиям под руководством инструктора, тренировок в преодолении переправ через реки, скальных, ледовых участков, а затем и сложных восхождений на вершины.

Наиболее совершенный вариант нитки маршрута тот, который спланирован на основе нескольких факторов, где прослеживается логика построения маршрута с позиции многих аспектов. Именно таким образом желательно формировать систему эталонных маршрутов в туристских районах.

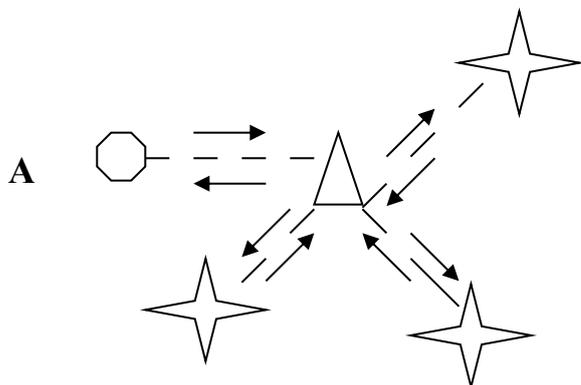


Рис. 58. Логика обучения, альплагеря

Современное расширение активных форм и видов туризма приводит к похожему использованию территории помимо спортивного туризма такими новыми смежными видами деятельности, как активный (приключенческий) туризм, экстремальный туризм, экологический туризм и др. В этой связи появляется необходимость разработки научных географических основ применения эталонного подхода в туризме. Возможности его адаптации к маршрутам за пределами спортивного туризма возрастают. Появляются новые задачи маршрутного эталонирования в туризме, продиктованные целями обеспечения полноценного отдыха и оздоровления людей, удовлетворения их потребностей в познании территорий и при этом соблюдения условий безопасности.

Одной из задач является разработка абстрактной модели эталонного маршрута. Модель, показанная на рис. 59, может подходить практически для любого туристского района, особенно для таких видов туризма, как пешеходный, горный и лыжный.

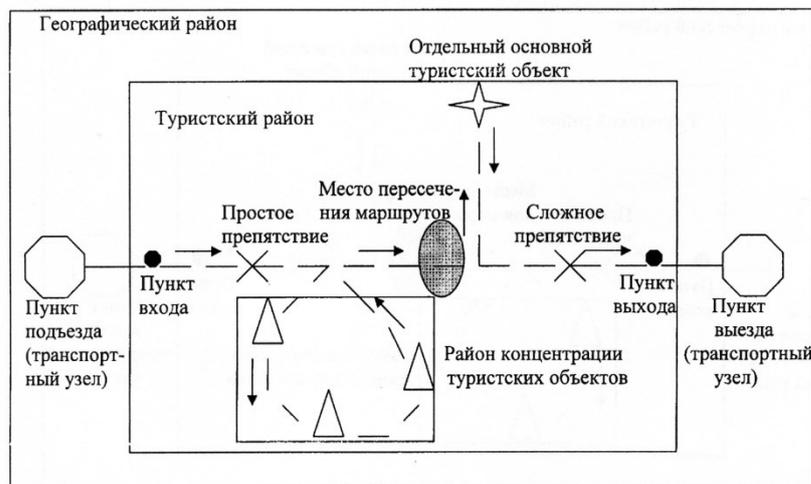


Рис. 59. Абстрактная модель спортивного туристического маршрута.

Туристский маршрут, как правило, начинается от какого-либо транспортного узла, куда добираются дальнемагистральными средствами транспорта: поездами или самолетами. Этот транспортный узел (пункт подъезда) находится уже в пределах географического района, в котором будет проходить путешествие. Из транспортного узла туристы обычно автотранспортом доезжают до пункта входа в район, который расположен уже в пределах данного туристского района. От этого места туристы начинают активную часть маршрута.

Подход к основной части путешествия происходит обычно по дорогам или тропам. На маршруте последовательность препятствий, которые выбраны для преодоления, всегда начинается (по крайней мере, рекомендуется) с более простых, которые располагаются на подходах к основной части маршрута, где сконцентрированы объекты туристского интереса.

Как правило, такие простые препятствия в горном путешествии представляют собой несложные перевалы, переправы, каньоны, вершины или траверсы. После нескольких более-менее простых препятствий, когда туристы уже втягиваются в походный ритм и у них происходит некоторая акклиматизация к высокогорным условиям среды или другим, отличающимся от привычных, они входят в район концентрации туристских объектов, ради которых обычно и осуществляется путешествие в данном туристском районе.

Посещение наиболее интересного для туристов места может быть как в линейном непрерывном маршруте, так и при совершении кольцевых радиальных выходов. Здесь встречаются препятствия уже более сложные и, может быть, даже

максимально сложные в техническом и физическом плане. Осуществлять знакомство с ареалом концентрации туристских объектов лучше ближе ко второй половине путешествия, когда туристы уже достаточно адаптировались, вошли в свою максимальную физическую и техническую форму и у них еще не успела наступить усталость или истощение.

В середине маршрута обычно встречается место, где пересекаются маршруты многих туристских групп, путешествующих в данном туристском районе. Это может быть красивое место с хорошим обзором, с условиями, удобными для стоянки большого количества туристов, где могут формироваться элементы туристской инфраструктуры (базы, избы, вертолетные площадки). В таких местах туристские группы часто оставляют заброски продуктов и снаряжения и отсюда совершают кольцевые и линейные радиальные выходы.

Ближе к концу путешествия, когда у членов группы хорошая акклиматизация и еще достаточно физических и моральных сил, туристы совершают линейный радиальный выход для преодоления какого-либо основного (ключевого) препятствия, обычно более сложного по физическим показателям. После этого они, как правило, проходят еще одно сложное препятствие, но уже не максимальной сложности для данного маршрута, которое отделяет туристов от довольно простых путей выхода из туристского района.

Самые сложные препятствия на конец путешествия лучше не планировать, потому что у туристов уже начинает накапливаться физическая и психологическая усталость, хотя акклиматизация у них максимальная. Препятствия в конце маршрута могут быть сложнее, чем в самом начале, чему способствует еще и то, что в начале путешествия рюкзаки имеют максимальный вес, а в конце – минимальный. После такого последнего, сложного препятствия начинается уже выход из туристского района, обычно по тропам и дорогам; он не сложный ни в физическом, ни в техническом плане и завершается или в каком-либо населенном пункте или в месте, куда подходит дорога, пригодная для проезда автотранспорта.

С конечного пункта выхода туристы выезжают из данного туристского района или на рейсовом, или на нанятом автотранспорте к транспортному узлу (пункту выезда), который расположен уже за пределами туристского района, но обычно находится еще в границах данного географического района. Из такого транспортного узла туристы выбираются также дальнемагистральными средствами транспорта (поездами или самолетами).

Характерных примеров данной абстрактной модели спортивного туристского маршрута есть немало практически по всем туристским районам [62]. Приведем пример горного спортивного путешествия на Алтае по Катунскому хребту.

Географическим районом данного маршрута является Алтай, пунктом подъезда, транспортным узлом, куда добираются дальнемагистральными средствами транспорта, в данном случае выступает г. Бийск. Из него туристы добираются рейсовым или нанятым автотранспортом до туристского района, которым в данном случае является Катунский хребет.

Пунктом входа непосредственно на активную часть маршрута, до которого можно добраться на автотранспорте, является пос. Тюнгур. Дальше по дороге и тропе подход к основной части маршрута, где сконцентрированы объекты туристского интереса, лежит через несложные перевалы (Казуяк – некатегорийный перевал, Кара-Тюрек – 1А категории трудности). Основное путешествие по Катунскому хребту может осуществляться в разных его частях, в зависимости от того, какие из них интереснее конкретной группе туристов.

Это могут быть прохождения перевалов как в бассейне р. Аккем, так и в бассейне р. Кучерла в кольцевом радиальном выходе, а могут быть и в районе истока р. Катунь, но тогда это уже будет непрерывный линейный маршрут. Местом пересечения маршрутов многих туристских групп станет или озеро Аккемское, или озеро Кучерлинское.

После путешествия по ареалу концентрации объектов туристского интереса туристы иногда совершают радиальный выход для восхождения на гору Белуха – высшую вершину Алтая. Далее маршрут проходит через сложный перевал (чаще это перевал Делоне – 2А-2Б категории трудности или Буревестник – 2А категории трудности), а затем начинается выход к долине р. Катунь по одному из ее правых притоков по тропам.

Пунктом выхода является один из поселков на Катунь, чаще всего – тот же пос. Тюнгур, который был пунктом входа. Из него туристы уже выезжают автотранспортом, покидая территорию собственно локального туристского района, на окраину района географического, к транспортному узлу, в данном случае к Бийску.

Хочется полагать, что представленная абстрактная модель активного туристского маршрута не является надуманной, а выражает модель, сложившуюся в многолетней практике осуществления спортивных туристских путешествий. Она является оптимальной и опробованной многими поколениями туристов по разным видам туризма и в различных районах.

Вопросы и задания

1. Можно ли вписать в какие-то из указанных видов маршрутной логики поездку на бальнеологический курорт или на горнолыжный курорт?

2. По каким принципам маршрутной логики построен кольцевой автобусный маршрут по Золотому Кольцу?

4.2. АКТУАЛЬНОСТЬ ИНСТРУКЦИЙ ФРЕНСИСА БЭКОНА В КОНТЕКСТЕ ТУРИЗМА

С развитием массового туризма оформилась туристская отрасль, система профессионального образования, формируется наука. Несмотря на то что к туризму относят большую сферу хозяйства и разнообразную деятельность, суть туризма состоит в путешествиях, поэтому задача планирования и организация путешествия всегда будет задачей-пріма. В связи с важностью этой задачи для современного туризма возник отдельный тип предприятий – туроператорские компании, которые ответственны за организацию путешествий. Однако до сих пор планирование туров не является наукой, а выглядит скорее ремеслом, где владение информацией и опыт деятельности значат все, что же касается закономерностей и теоретических оснований, то их пока – крупницы. Можно сказать, что для организации туристских путешествий современная реальность отличается от прошлых периодов лишь течением исторического времени, изменением географии и развитием общества, но практически равнозначна по роли в этом деле опыта и незначительной доле закономерностей. Недаром для работы в туристских компаниях обычно декларируется ценность людей с опытом подобной работы, а не с профессиональным образованием. Раздел основывается на совместной публикации с И.С. Зыряновой [89].

Обучая студентов основам туризма, планированию путешествий, разработке маршрутов, целесообразно внимательно ознакомиться с напутствиями знаменитого английского философа Френсиса Бэкона, которые были опубликованы в начале XVI столетия.

Рассмотрим рекомендации Ф. Бэкона в его книге «Опыты...», в разделе «О путешествиях», в аспекте современного понимания туризма [45]. Выделим, на наш взгляд, наиболее явные акценты в инструкциях ученого, анализируя одну выдержку из его работы за другой.

В юности путешествия служат пополнению образования, в зрелые годы – пополнению опыта.

В этой фразе прочитывается тема разновозрастного туризма и различий в целях и программах применительно к путешественникам разного возраста. Отмечается важность образовательных программ для путешествующей молодежи, а также очевидность перспектив образовательного туризма. Философ указывает на путешествия в зрелые годы как на нормальное явление, как на необходимый источник пополнения опыта.

Кто отправляется в страну, не освоившись прежде с ее языком, отправляется в учение, а не в путешествие. Не плохо, когда юноши отправляются в путешествие с наставником или степенным слугой, лишь бы с таким, который

знает язык страны и бывал там ранее; в этом случае он сможет указать юношам, что в посещаемой стране достойно внимания, чьего общества следует там искать, чему можно там научиться и в чем упражняться; иначе они будут как бы с завязанными глазами и мало, что увидят. Не странно ли, что в морских плаваниях, где нечего смотреть, кроме неба и вод, люди ведут журналы, а в путешествиях сухопутных, где столь многое можно наблюдать, они большей частью пренебрегают этим обычаем, словно случайность – более достойный предмет для пера, нежели наблюдения. Итак, пусть наш путешественник ведет дневник.

Обращается внимание на предварительное знакомство с языком посещаемой страны. Выражение «освоившись» подразумевает, по-видимому, некоторое знание языка, необходимое для бытовых тем, общения в дороге, особенно в тех местах, где население не владеет иностранными языками. Знающие страну наставник и степенный слуга – это прообраз современного гида-экскурсовода. Философ подчеркивает значение его сопровождения в путешествии. Далее мы читаем рекомендации о том, что делать в посещаемом месте: подразумеваются посещение достопримечательностей и представлений, встречи с интересными и нужными людьми. (Как важно в современных путешествиях иметь запланированные встречи с местными людьми, причем интересными, хотя это очень не просто; тем не менее организаторы стараются провести встречи в университетах и территориальных администрациях с целью увеличения возможных впечатлений при посещении того или иного места.) Звучит тема не просто познания, а обучения, повышения собственного профессионального потенциала, приобретения во время путешествия конкретных системных знаний и даже получения навыков.

Речь идет о международных путешествиях, поездке в другую страну с другим языком, с другой культурой. Ученый подчеркивает важность систематических наблюдений в путешествии и необходимость ведения дневника. Из текста понятно, что речь идет о путешествии юношей, а не девушек; возможно, их путешествия как по целям, популярности, так и по организации были разными. Отмечено принципиальное различие морских и сухопутных путешествий. Из текста понятно, что философ анализирует путешествия по населенным местам, городам и не уделяет внимания путешествиям по ненаселенной местности. По-видимому, таковые были непопулярны и опасны.

Далее Ф. Бэкон рассуждает о том, что именно относится к объектам внимания путешественника. Это очень любопытно, так как за пять веков изменились интересы туриста, иными стали возможности вовлечения в экскурсии тех или иных объектов.

Посещать и наблюдать надлежит такие места, как королевский двор, особенно во время приема послов; суд, когда там разбирается дело, а также церковные консистории; храмы и монастыри с находящимися там памятниками; стены и укрепления городов, а также гавани и пристани; памятники старины; библиотеки; колледжи, происходящие в них диспуты и лекции; корабли и верфи; дворцы и общественные сады вблизи больших городов; арсеналы, склады боеприпасов; биржи; торговые склады; конные ристалища; состязания в фехтовании; места обучения войск и тому подобное; комедию, которую посещает порядочное общество; сокровищницы драгоценностей; кунсткамеры и антикварные лавки – словом, все достопримечательности посещаемой страны, о которых наставникам или слугам надлежит тщательно собрать сведения. Что касается торжественных процессий, представлений, празднеств, бракосочетаний, погребений, публичных казней и тому подобных зрелищ – то о них напоминать нет нужды, хотя пренебрегать ими не следует.

О чем говорит Ф. Бэкон? Фактически им дана классификация туристских объектов (ресурсов), классификация достопримечательностей. Королевский двор, т.е. правительственный комплекс, лучше наблюдать во время официальных приемов, но сейчас, как правило, это мероприятие не для туристов. Суды как объект туризма отсутствуют. Философ рассматривает достопримечательности города, причем центрального, и близких к нему территорий. Его как путешественника интересуют только творения человека. Возможно, в его время познавательные путешествия в нетронутую природу, удаленную от городов, были не популярны. Из природных объектов он отмечает гавани – это природный объект, активно используемый флотом, и общественные сады, которые представляют собой культурные ландшафты. Библиотеки сохраняются как объект туризма, но только крупнейшие, с древними и редкими книгами. Колледжи в прошлом, а сейчас высшие учебные заведения, особенно университеты, – это туристские объекты, но диспуты и лекции отсутствуют в туристских программах, хотя они придавали бы яркости впечатлениям и расширяли знания о месте пребывания. Военные арсеналы, места обучения войск и прочие режимные объекты выпадают из современного туризма, хотя в Европе XVI–XVII веков эти объекты вызывали интерес и, наверное, были открыты публике как достопримечательности или спектакли. Верфи, если рассматривать как прообраз большого промышленного объекта в городе, удобного для наблюдения производственного процесса и его результатов, – это также объект экскурсий. Торговые склады в виде нынешних больших магазинов и торговых площадей – неперенный объект туристских посещений.

Рассматривая достопримечательности и события, выделяемые Ф. Беконом, можно увидеть основы современных видов туризма: экскурсионного, культурно-

исторического, шопингового, производственного, делового, событийного, свадебного и др.

После изложения того, что следует увидеть, где участвовать, Ф. Бэкон пишет о том, как нужно действовать, чтобы получить от путешествия наибольшую пользу. Он еще раз напоминает о том, что необходимо несколько ознакомиться с чужим языком, а также иметь при себе слугу или наставника в деле.

Пусть достанет себе карту или книгу, содержащую описание страны... Пусть также ведет дневник. Пусть не медлит подолгу в одном городе, а уделяет каждому внимание столько, сколько он заслуживает (но не чересчур много), и, даже находясь в одном городе, пусть переезжает с квартиры на квартиру в разных его концах: это отличный способ заводить знакомства. Пусть не ищет общества соотечественников и столуется там, где есть хорошее общество из числа местных жителей. При переездах же с одного места на другое пусть добывает рекомендательные письма к тамошним знатым особам, дабы заручиться содействием в том, что он захочет узнать или осмотреть... Что касается знакомств, которых надлежит искать в путешествиях, то наиболее полезны знакомства с секретарями и чиновниками при посланниках, ибо таким образом, путешествуя по одной стране, можно получить сведения о многих... Что до ссор, то их надобно тщательно избегать, а случаются они чаще за вином, из-за женщин, из-за места или неудачного слова. Надо также избегать общества людей раздражительных и вспыльчивых, иначе окажешься вовлечен в какую-нибудь чужую ссору.

Итак, карта и книга с описанием страны должны быть перед путешествием. Рекомендация последовательно менять мест и не задерживаться при этом надолго свидетельствует о приоритете познавательной цели путешествия. По-видимому, Ф. Бэкон имел в виду путешествие только по городам, и в основном большим, об этом говорят его пожелания о смене квартир в одном городе. Это необычно для современного туризма. Переезжать на разные квартиры в одном городе имело смысл постольку, поскольку разные районы значительного по размерам города были плохо транспортно связаны между собой, а также ввиду того, что посетитель рассчитывал достаточно подробно ознакомиться с городом и его достопримечательностями. Ф. Бэкон много говорит о необходимости заводить знакомства в путешествиях. Возможно, потому, что путешествие в одиночку со слугой или наставником наскучивало и требовалось дополнительное общение, а также для большей информированности о стране и запоминающихся впечатлений. Интересные встречи в путешествиях, как правило, оставляют яркую память. Каких знакомств искать? Ответ: с людьми, знающими страну и другие страны. Раньше – это секретари посланников, сейчас – это такие же путешественники, с

теми же интересами. Часто новые идеи о путешествиях рождаются в путешествиях, причем после встреч на тропах, в приютах, кемпингах и гостиницах, после интересных встреч и обмена впечатлениями. Его мысль о приоритете общества местных жителей связана с решением вопроса наиболее эффективного пребывания в стране. Может быть, это проливает свет на действующую в выездном туризме закономерность, проявляющуюся в том, что русские туристы за рубежом избегают общества соотечественников.

О ссорах и необходимости избегать их в путешествии Ф. Бэкон пишет отдельно, видимо, считает это нередким явлением и важным фактором безопасности. Философ закладывает основы безопасного туризма, обусловленные принципами внимательного формирования туристской группы и принципами ответственного, достойного поведения в местах пребывания.

Заканчивает повествование Ф. Бэкон словами о полезности путешествий.

Возвратясь домой, пусть путешественник не распространит с увиденными странами, но поддерживает с ними связи перепиской с теми из новых знакомых, которые наиболее того достойны. И пусть увиденное им скажется более в беседах, чем в одежде или повадках; а в беседах пусть он более заботится об осмотрительности ответов, чем о бойкости рассказней; и пусть каждому будет видно, что он не изменил обычаям родины ради чужеземных, но только хочет украсить их лучшим из того, чему научился в чужих краях.

Нужно взять на вооружение важное замечание, что следует поддерживать связь с увиденной страной после путешествия, а ведь для этого нужны действительно интересные и запоминающиеся встречи, да и самому путешественнику быть интересным человеком. В современном туризме, если происходят такие встречи и общение продолжается далее, то считается, что такое путешествие прошло превосходно. Увиденное должно быть выражено в достойных рассказах, а не в костюме и внешнем поведении. Ученый поднимает вопрос об этике путешествия. Лучшее из приобретенного в путешествии опыта следует применить для улучшения жизни в родном месте. Твое туристское путешествие должно быть полезно и тебе, и твоим соотечественникам.

Эмпирический подход к пониманию путешествий и их организации, интересно выраженный Ф. Бэконом 400 лет назад, воспринят современным туризмом. Рекомендации по организации туров основываются на опыте, наблюдениях и общедоступных сведениях, которые сейчас черпаются не в книгах, а из сетей. При этом, в отличие от книг, в сети добывается в основном лишь первичная общепонятная информация, поэтому организация путешествий в нынешнее время становится еще более эмпирическим процессом, чем тот, который описан философом. Однако если к путешествию подойти не как к продукту для массовой про-

дажи, а как к интеллектуальной задаче, как к логической деятельности, как к хорошо обдуманному мероприятию, имеющему красивую идею и новую цель, то мы с необходимостью должны совместно с эмпирическим подходом разрабатывать теоретический, концептуальный взгляд на путешествия и туризм.

В современном туризме, на наш взгляд, не хватает разумного баланса эмпирии и концептуализма при планировании путешествий, программ туров, составлении маршрутов.

Попробуем разобраться, в чем причины туристской эмпирики и разумно ли в организации туристских путешествий искать закономерности, строить модели, разрабатывать концепции и ожидать полезности теоретических выводов.

Сложность и многофакторность туристского мира, участие в нем множества людей с различными интересами в разных местах с различными ресурсами вынуждает нас обращаться к опыту, и порой только к опыту. Особенно сильно эмпирика захлестывает нас в таком практическом деле, как планирование самостоятельного путешествия, где рамки теоретических схем будут работать на унификацию и тем самым на снижение качества и творчества.

Поиск аспектов туризма с необходимым теоретическим заделом следует начать с предварительного решения о том, что является ключевой темой туристской сферы, или о том, как выглядит элемент или элементарное действие туристской системы, а также о том, какая наука (или науки) изучает эти феномены и предметы. На наш взгляд, элементарным действием в туризме является перемещение человека по туристскому маршруту, и, соответственно, ключевой темой является разработка, организация и проведение туристского маршрута. Таким образом, темы туристской индустрии, гостиничного хозяйства и организации общественного питания, работы туристских компаний, туристского потенциала территории, туристской экологии, туристской макроэкономики, туристской информации, маркетинга места и туристского продвижения, рекреационных потребностей, подготовки кадров и многие другие, какие бы они ни были важные, будут вторыми, поскольку задаются первой – главной.

В связи с этим «маршрут» становится ключевым словом большой системы туризма и нет необходимости аргументировать базисную роль географии в туризме, поскольку география лежит в основе туристских маршрутов и входит в технологию туристской деятельности. Следовательно, искать концептуальные стороны в планировании путешествий следует в географических подходах.

На наш взгляд, найти баланс эмпирической и теоретической сторон при организации путешествия следует путем разработки определенной технологии [58]. Важно избегать стандартизации туристских программ в связи с применением общей технологии планирования. Многообразие туристских программ

должно опираться на многообразие потребностей людей и целей путешествий, на географическое и культурное разнообразие мира.

Вопросы и задания

1. Какие рекомендации Ф. Бэкона по планированию путешествия актуальны в международном туризме сейчас?
2. Почему рекомендации Ф. Бэкона путешественникам в основном связаны с городами, а не внегородскими территориями или природными объектами?

4.3. ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПЛАНИРОВАНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ПУТЕШЕСТВИЯ

В разделе, подготовленном на основе совместной работы с И.С. Зыряновой, раскрываются географические аспекты планирования самостоятельного путешествия [88]. Обосновывается последовательность работы, которая начинается с географической карты и художественно-географической классики и заканчивается обращением к туристской информации, коммерческим предложениям и советам. Описываются этапы организации путешествия, последовательность бронирования.

Географическая идеология самостоятельных путешествий

Географические сведения и географические знания необходимы человеку в разных ситуациях. Современная мировая тенденция в туризме – рост самостоятельных путешествий – стимулирует интерес к географической информации и потребность в повышении географической культуры. Самостоятельным путешествием мы будем называть такое туристское путешествие, которое полностью или по большей части придумано, организовано и осуществлено интеллектом и силами самих его участников, без обращения к профессиональным туроператорам. Тенденция к расширению круга людей, которые отказываются от услуг туроператорских компаний в пользу самостоятельных разработок, явно прослеживается. Причинами этого являются накопление опыта путешествий, рост уровня образования, информированности, распространение коммуникационных технологий и неудовлетворенность массовыми туристскими программами, пакетными турами. Индивидуальные туры разрабатывают и туристские компании, но при этом встает вопрос их высокой стоимости.

Надо отметить, что в нашей стране организация самостоятельных путешествий была распространена в советский период широко, особенно в спортивном самодеятельном туризме. Поддерживаемая государством система туристских клубов в городах, на предприятиях и в вузах координировала эту работу, и в результате в самостоятельные путешествия были вовлечены сотни тысяч и миллионы людей страны. Была найдена очень удачная форма отдыха и познания страны, позволяющая оздоравливать людей массово, но без организации проведения путешествий. Сами туристы с удовольствием выполняли функцию планировщиков маршрутов, разработчиков программ своих походов. Руководители групп, да и участники, разыскивали наиболее подробные карты, перечерчивая, уточняли их, собирали сведения о районах путешествий, самостоятельно изготавливая и даже изобретая снаряжение. Туристскими маршрутами за несколько десятилетий была покрыта почти вся территория страны, причем все виды спортивного туризма полноценно развивались. Сейчас мы видим сильное снижение

числа «самодетельных» туристов, сокращение такого старейшего вида путешествий, как пешеходные. Спелеопутешествия проводятся гораздо реже, а лыжные практически исчезают. В то же время водные спортивные путешествия в виде речных сплавов по рекам низких категорий становятся еще более массовыми.

Это говорит о том, что при соответствующих социально-экономических условиях и координации маршрутов численность самостоятельных путешественников будет расти, и, возможно, значительно. По-видимому, необходимые условия складываются, поскольку число самостоятельных путешествий становится настолько значимым, что заставляет разнообразно реагировать на это всю туристскую отрасль.

Фактически, разрабатывая маршрут и готовя программу путешествия самостоятельно, турист берет на себя функции туроператора, который ассоциируется в нашем сознании с профессионалом туристской отрасли. Отметим, что путешественник берется за непростую задачу, рассчитывая лучше и дешевле, чем туроператор, разработать, организовать и провести путешествие. Выскажем наиболее приемлемую, на наш взгляд, последовательность действий, которая будет необходима для решения этой задачи.

В путешествии, как и в любом другом деле, важна ценность идеи. Если турист покупает турпакет, то он в принципе отстраняется от разработки идеи путешествия. Даже если для клиента готовят индивидуальную программу, он лишь имеет возможность выбора из предлагаемого ему набора услуг, который не будет очень большим. Оставляя за туроператором работу по подготовке тура, путешественник передает ему обязанность и право выдвигать идею путешествия и способы его реализации. Почему же большинство людей предпочитает обращаться к туристским компаниям? Причин на то много, и одна из них – в том, что самостоятельные путешественники предъявляют большие требования к путешествию и согласны тратить много времени на его подготовку. Это отличает их от многих других людей, которые не предъявляют больших требований и предпочитают передать туристским компаниям права на разработку и компоновку программы.

Идея путешествия – ключевой его элемент. Лучше, чтобы она исходила от путешественника, а не от туроператора. Туроператор пытается сформировать для себя обобщенный образ своего клиента, определить его наиболее характерные потребности и организовать тур, подходящий для такого среднестатистического туриста. Это массовый тур, хотя за счет разнообразия услуг его можно индивидуализировать. Тем не менее идея туроператора появилась без участия самого туриста – и это главное. Человеку интересно создавать идею и воплощать ее в жизнь, интересно проявлять творчество, а в массовом туре он этого лишается. Идей маршрутов может быть множество, но можно найти и некоторые гео-

графические закономерности дифференциации туристских ресурсов и возможностей маршрутного планирования. Поэтому ниже мы приведем некоторые логичные решения, которые могут подойти для многих стран и регионов относительно прокладывания самостоятельных маршрутов. Пошагово распишем методику самостоятельного туроперейтинга.

При выборе страны или группы стран для посещения самостоятельный путешественник, как правило, готовясь задолго, более свободен от сезонности. Он настолько увлекается этими странами, что специально берет отпуск в наилучший сезон, в отличие от массового путешественника, начинающего поиск туристского направления, уже имея сроки своего отпуска. Выбирая страну, самостоятельный путешественник видит перед собой карту мира, а не только список стран – массовых направлений, и может выбрать для своего путешествия те страны, которые могут не отличаться большим приемом, где не сформированы известные дестинации. Сложности, которые возникают в связи с «немассовостью», а именно транспортные связи, стоимость услуг, преодолеваются самостоятельным путешественником за счет его опыта и большего времени, имеющегося на подготовку.

Такая же возможность есть у самостоятельных путешественников, если они хотят открыть для себя нетуристские районы в пределах какой-то одной страны. Каждая европейская страна может быть условно разделена на три вида районов: первые посещаются массово иностранцами, вторые – массово местными и третьи – имеют относительно редкое посещение. Самостоятельный путешественник сможет выбрать для себя любой из районов, и это не зависит от известности района и туристской моды. Он может очутиться в среде местных отдыхающих, а может выбрать непопулярный район и увидеть территорию такой, какая она есть в повседневной жизни и деятельности, без иностранных туристов, местных рекреантов и сервиса, рассчитанного на туризм.

Главным достоинством самостоятельного путешествия является сам маршрут, географическая линия пути, поскольку именно здесь особенно рельефно проявляется опыт, интеллект и творчество путешественника. Если говорить о потребностях, которыми движим самостоятельный турист, то, по-видимому, потребность познания будет на первом месте в соотношении с потребностями в отдыхе, лечении, развлечениях и других основных туристских. Потребность познания наиболее сложно удовлетворить массовым туристским продуктом. В связи с этим варианты маршрута по выбранной стране или району могут быть очень и очень многочисленны.

Применяются некоторые подходы к составлению маршрута, основанные на туристско-географических закономерностях.

1. Выбор путешествия в столицу и в столичное окружение. Эта идея основана на том, что логично начинать знакомство со столицы и при недостатке времени следует ограничиться ближайшим ее окружением. Основанием для такого подхода является важнейшая роль главного города в социально-экономическом отношении, его экскурсионная привлекательность, концентрация культурно-исторического наследия в столице и столичном районе и повышенное природно-ресурсное разнообразие. Главный город, как правило, находится в самом контрастном в ландшафтном отношении месте страны, поэтому рядом с этим городом нередко располагается ряд наиболее ярких природных феноменов и достопримечательностей.

Приведем в качестве примеров Исландию, Латвию и Норвегию. Так, недалеко от Рейкьявика располагаются природно-исторический феномен – долина Тингведлир, основные гейзерные поля, интересный вулкан Гекла, самый большой покровный ледник страны Ватнайокудль и высшая вершина Хваннадальсхнукур. Находясь в Риге и ее окрестностях, можно познакомиться с такими природными феноменами, как приморские пляжи Юрмалы, долина Даугавы и долина Гауи. Осло располагается на самом большом фиорде страны (Осло-фиорд), на самой большой равнине, у самой крупной реки Гломма, недалеко от крупнейшего озера Мьеса, от наивысших вершин Скандинавских гор, от самых больших горных ледников, самых ярких фиордов и их скальных обрамлений (Согне-фиорд, Хардангер-фиорд, Лиссе-Фиорд, скала Прекестулен).

В путешествиях по регионам действует то же правило: если недостаточно времени, то лучше планировать программу по главному городу региона и его окружению, вместо того чтобы пытаться осуществить быстрые дальние поездки. Так, Иркутск располагается на реках Ангара и Иркут, недалеко от озера Байкал, от хребта Хамар-Дабан, от Восточного Саяна и Тункинской котловины. В связи с этим его окружение насыщено интереснейшими природными достопримечательностями. Часто именно рядом или недалеко от наибольшего города находится очень известный природно-экскурсионный объект (Красноярск – заповедник Столбы, Челябинск – хребет Таганай, озеро Зюраткуль, Екатеринбург – утесистые долины рек Чусовая и Серьга, Пермь – Кунгурская ледяная пещера, Петрозаводск – водопад Кивач).



Рига



Юрмала

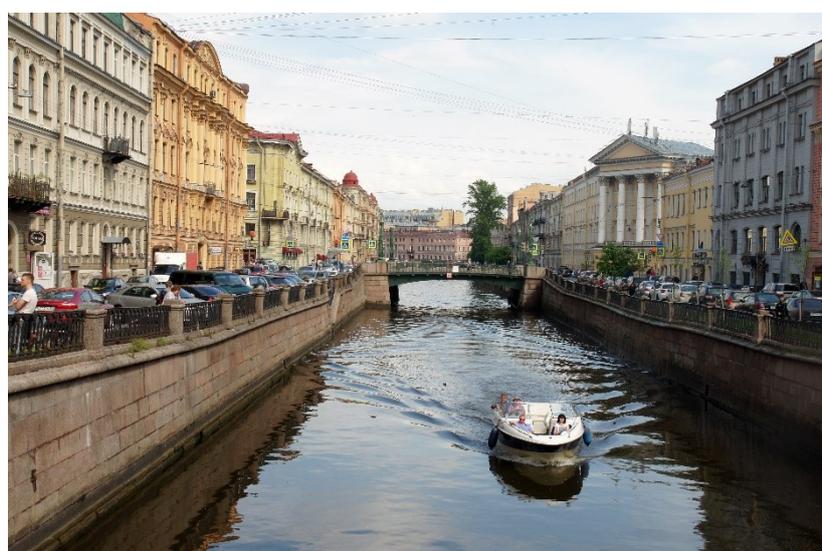
2. Одним из принципов построения маршрута внутри страны может быть выбор пути от первого города ко второму. Как правило, второй город страны или региона сильно отличается от первого по положению (один приморский, второй внутриматериковый, один на равнине, второй в горах и т.д.), по хозяйственным функциям, истории развития. Нередко второй город страны претендует на звание второй столицы, может превосходить первую в туристской привлекательности (Москва и Санкт-Петербург, Мадрид и Барселона, Лиссабон и Порто). Часто эти города располагаются далеко друг от друга, как бы взаимно отталкиваясь, но даже если они территориально близки, между ними всегда находятся яркие туристские достопримечательности (озеро и замок Тракай между Вильнюсом и Каунасом). Между ними хорошие транспортные связи, и нетрудно выстроить даже кольцевой маршрут, чтобы не повторять путь. Из Берлина в Гамбург можно отправиться через Ганновер, а вернуться по Балтийскому побережью с заездом в Киль и Мекленбург. Начиная из Вильнюса путешествие по трем прибалтийским

странам, можно составить путь в виде кольца, охватив первые, вторые города и интересные объекты между ними (Вильнюс – замок Тракай – Каунас – Елгава – Юрмала, Рижский залив – Рига – Рижское взморье – Пярну – Таллин – водопад Ягалло – Тарту – национальный парк Гауйя, Видземская возвышенность – Даугавпилс – Вильнюс).

К двум названным подходам планирования туристского пути можно добавить многие другие. Однако нельзя считать какой-то из таких подходов оптимальным для всех случаев. География не была бы географией, если можно было бы следовать одним и те же методам на всех территориях.



Москва



Санкт-Петербург

Если размышлять о том, какие виды туризма наиболее подходят для самостоятельной организации путешествия, то надо в первую очередь выделить следующие: активные природно-ориентированные, особенно спортивный туризм средних и высоких категорий сложности; путешествия, связанные с культурно-

историческими достопримечательностями, особенно по малым и средним историческим городам, а также гостевой, сельский, автотуризм; конференционно-конгрессный, деловой туризм, гастрономический, семейный, лечебный туризм и пригородную рекреацию.

Наиболее редко как самостоятельные путешествия привлекают такие виды туризма: бальнеологический, круизный морской, круизный речной, автобусный экскурсионный, культурно- и спортивно-событийный, образовательный.

Промежуточное положение, а именно высокая обращаемость к туроператорским услугам в сочетании со значительным самостоятельным потоком, характерно для следующих видов: школьный, рыболовный, охотничий, яхтенный, выставочный деловой туризм, а также пляжный приморский отдых и горнолыжный отдых.

Разработка маршрута самостоятельного путешествия

Стремление путешествовать самостоятельно охватывает все большее количество желающих. С каждым годом увеличивается численность туристов, не пользующихся услугами туроператоров и турагентств. Моду на «путешествия дикарем» не могут остановить ни языковые барьеры, ни поверхностные знания специфики той или иной страны.



Южный Урал

Составление собственных маршрутов путешествий обогащает человека знаниями во многих областях. Внимание к историческим, географическим и языковым особенностям региона путешествия является основой при составлении самостоятельного путешествия. Человек, планирующий маршрут, будет «вынужден» интересоваться историческими местами и архитектурой, изучать ландшафт территории и климат, разбираться в планировке городов и транспортной доступности, изучать «азы» языка и принимать традиции народа. Таким образом, планирование самостоятельного путешествия дает сильный импульс к саморазвитию и познанию окружающего мира.

Проектирование маршрутов является базовой технологической задачей в туризме. Это интеллектуальное и творческое дело, в котором наука, практика, опыт и искусство играют свою роль. Это, без сомнения, географическая задача, где география вместе с туристской технологией и тактикой органично входят в содержание проектной деятельности.

Попытаемся разобраться в вопросах планирования самостоятельного маршрута. Разделим работу по планированию на две части – теоретическую и практическую. В первой части мы остановимся на теоретических аспектах планирования маршрутов и выделим несколько этапов.

Самое первое, с чего следует начинать разработку туристского маршрута, – это знакомство с географической картой территории. Карту лучше повесить дома над столом или разложить на письменном столе, поскольку предстоит неторопливое и внимательное изучение. Карта, прежде всего, должна быть общегеографической, хотя как дополнение понадобятся климатическая и социально-экономическая карты.

На общегеографической карте обратите внимание на конфигурацию территории, на выступы контура, положение столицы, на близкие к ней территории и далеко отстоящие от нее части страны. Например, рассматривая территорию Испании, мы обнаруживаем, что страна расположена на двух материках – в Европе и в Африке. Пересекая на пароме Гибралтарский пролив, прибываем в самобытный город Сеуту – испанскую территорию в Африке. Изучая карту острова Крит, можно найти наиболее узкий перешеек между северным и южным побережьем. Перешеек помогает быстро сменить пляж в зависимости от погоды. Горы Крита защищают от преобладающего ветра то южное, то северное побережье, когда на севере шторм – на юге может быть полный штиль.



Гибралтар



Крит

Попытайтесь понять размеры страны, сравнивая ее со знакомыми вам территориями. В этом возникает необходимость для достоверного планирования программы маршрута по длительности и протяженности. Из-за огромной территории России нам кажется, что все страны Европы небольшие и их легко осмотреть за короткий период. Но это впечатление обманчиво. Так, небольшая на карте Норвегия имеет протяженность около 1800 км; с учетом горного рельефа местности и множества природных достопримечательностей длительность путешествия сильно увеличивается. Обманчивы расстояния и на островах Средиземноморья, таких как Эльба, Сардиния, Корсика, Сицилия. Гористый рельеф и узкие дороги требуют больших временных затрат на путешествие.

Обратите внимание на острова, на морские побережья и акватории, на рельеф и высшие вершины, на внутреннюю гидрографическую сеть, найдите крупнейшую реку и озеро и т.д.

Определите типичную и уникальную, в пределах страны, физико-географическую обстановку. В Эстонии с ее незамысловатым и низменным рельефом есть высшая точка – гора Суур-Мунамяги (318 м), она является одной из значимых достопримечательностей Эстонии.

Посмотрите, как расположены города. Если вы путешествуете по побережью, обязательно проложите хотя бы один маршрут внутрь страны для непосредственного знакомства с образом жизни населения. Так, во многих странах на побережье размещены только отели и инфраструктура для туристов, а основная часть населения живет в некотором отдалении от моря. В основном только там и можно ощутить подлинный колорит страны.

Прибывая в главный город страны, всегда сталкиваешься с проблемой, куда двигаться дальше. Самостоятельным путешественникам, особенно начинающим, можно попробовать спланировать маршрут между первым и вторым по

численности населения городами в стране. Во-первых, между ними хорошая транспортная доступность. Во-вторых, как правило, развита туристская инфраструктура. В-третьих, между крупнейшим городом страны и Россией практически всегда наилучшее транспортное сообщение. В качестве примера можно привести маршруты Лиссабон – Порту в Португалии, Осло – Тронхейм в Норвегии, Афины – Салоники в Греции. Если это крупные страны, то по этому же принципу можно выделить первый и второй город региона, например, Барселона – Таррагона в Каталонии.

Социально-экономические карты содержат информацию о промышленном использовании территории. Если для вас важна благоприятная экологическая ситуация в районе путешествия, то они подскажут, где расположены предприятия, загрязняющие природу. В то же время если вы интересуетесь какими-то производственными процессами, то они помогут вам их найти. Например, предприятия машиностроения в Мюнхене представлены гигантом BMW, при нем есть один из лучших музеев автомобилей, привлекающих туристов.

Климатические карты помогут разобраться в температурных показателях и узнать количество осадков по сезонам года. Особое внимание следует обратить на сезонность посещения региона путешествия. Так, выбирая страны с муссонным типом климата (Вьетнам, Таиланд), надо учесть сезон дождей.

При внимательном изучении географической карты у вас появится интерес к отдельным объектам на карте, поскольку эти объекты покажутся вам неординарными, выдающимися, яркими. Вчитайтесь в названия на карте (наименования гор, рек, городов и т.д.). Сначала язык будет вам непонятным и странным, возможно, некрасивым, нескладным. Однако по прошествии небольшого времени вы ощутите своеобразную «музыку языка», и он вам покажется приятным. Вы с легкостью будете произносить новые географические названия, поскольку почувствуете логику языка и его связь с картой этой страны.

Для более детального изучения территории удобно пользоваться интерактивной картой, которая позволяет рассмотреть регион путешествия в разных масштабах, рассчитать расстояния, проложить маршрут (например, Google Map). На ней можно увидеть территорию в режиме карты и снимки со спутника.

Именно карта как начало знакомства с информацией о стране необходима на первом этапе, поскольку она защитит от лишней информации, которая неминуемо «обрушится» на вас и будет затягивать на легкий путь поиска готовых предложений и покупки массово-ориентированного турпродукта.

Путешественники, готовящиеся к неизведанным местам, высоким вершинам, нередко вывешивают перед собой вид этой вершины или пейзаж этой мест-

ности и любят весь период подготовки к путешествию. Это хорошо настраивает на маршрут, фотография места становится родной и «тянет» человека посетить и увидеть его наяву.

Второе, во что надо окунуться после географической карты, – это в классику описания территории. Хорошо, если это научно-популярные книги, художественные произведения, путевые заметки, отчеты экспедиций. Не надо списывать со счетов книги столетней давности. Так, готовясь к поездке в европейскую страну, не мешает прочитать соответствующее описание у Элизе Реклю – французского географа начала XX века. Собираясь в путь по регионам и странам на просторах бывшего СССР, можно найти много интересного у Ю.К. Ефремова. Туристам, отправляющимся в Японию, Китай, Филиппины, интересны будут путевые очерки И. Гончарова из книги «Фрегат Паллада». Главное, чтобы это была классика, проверенная временем. Данные источники позволят составить целостную картину об особенностях той или иной страны, о нравах населения, почерпнуть сведения, которые остаются почти неизменными во времени. Проведение аналогий с современностью может привести к интересным выводам и разнообразит маршрут. Первый и второй этапы помогут выработать основную идею путешествия.

Третьим этапом можно считать анализ всевозможной справочной информации о стране. Это данные по географии, истории, культуре, формальностям, политике и многим другим направлениям.

Возможности поиска в Интернете информации по стране безграничны, но наиболее достоверную информацию можно получить на специализированных туристских сайтах. Страны, заинтересованные в российских туристах, переводят информацию на русский язык. Примером информативных сайтов являются www.norvegia.ru, www.ourspain.ru, www.visitfinland.com, www.visitjapan.ru и др. На этих сайтах представлена вся основная информация для планирования маршрута – от подробных описаний туристских районов страны до расписания движения транспорта.

Познавательным источником информации служат путеводители. Сегодня издается много разнообразных путеводителей. Стоимость их высока из-за необходимости яркого оформления и хорошей полиграфии, поэтому многие издатели экономят на профессиональных проверенных комментариях. Желательно приобретать путеводители, зарекомендовавшие себя размещением достоверной и полной информации. Например, Полиглот, Афиша, Томас Кук, Вокруг света, Ле Пти Фюте на русском языке и англоязычные Lonely Planet, Bradt...

Периодические издания расскажут о странах и территориях с журналистской позиции. Наиболее популярные и профессиональные журналы – GEO, National Geographic, География 1 сентября, Вокруг света. В разных субъектах РФ

выходят периодические издания туристской направленности, например журнал Welcome to Perm в Пермском крае.

О формальностях въезда в ту или иную страну необходимо узнавать на официальных сайтах посольств, консульств или аккредитованных визовых центров. Интернет изобилует фирмами-посредниками по оформлению виз, но ими может быть представлена неполная или устаревшая информация о визовом режиме.

Следующим этапом является анализ туристских предложений по интересующей вас стране. Полезно просмотреть программы самых популярных туров, существующих в данный момент на рынке, и самые часто встречающиеся экскурсии. Это даст представление о распределении туристских потоков в стране, о посещаемости туристских объектов. Как правило, созданные туроператорами туры и программы содержат много интересной информации о стране и её главных достопримечательностях. Можно выбрать нужную информацию для своего путешествия. Просматривать предложения туроператоров следует после первых трех этапов, когда у вас уже сформировалась своя позиция по туристским возможностям страны, и вы сможете критически оценить коммерческие предложения и отсеять брак. Возможно, именно у туроператоров вы найдете наиболее подходящий для вас пакет туристских услуг, который доработаете под собственные интересы.

На завершающем этапе теоретической подготовки планирования путешествия целесообразно начать общение с теми, кто побывал в стране и может что-либо посоветовать по данному вопросу. На этом этапе, скорее всего, у вас уже оформилась общая идея путешествия, вы выбрали вид туризма, сезон, определились территориально в пределах страны, выработали логику построения маршрута и вас интересует множество деталей и конкретных вопросов. Вы уже интересный собеседник и понимаете, кто будет интересным собеседником для вас.

В Интернете существует множество форумов, на которых общаются самостоятельные путешественники, такие как форум Винского, форум о путешествиях и туризме, Туристер.ру и др. Ознакомиться с содержанием этих сайтов можно без регистрации, а для непосредственного общения с форумчанами вам придется оставить личные данные. Самый массовый по посещениям в России – форум Винского. Ежедневно к нему обращаются более 80 000 посетителей. Достоинством данного форума является обилие детальной информации по туристским возможностям стран и районов. На форумах общаются не только жители России, но и русскоговорящие граждане разных стран, они оказывают неоценимую помощь в поиске достоверных фактов. Интересы участников форумов простираются практически по всему земному шару, а присутствие на форуме людей,

действительно живущих путешествиями, помогает получить максимально точную информацию и за короткий период.

Организация самостоятельного путешествия

Рассмотренные выше пять этапов планирования маршрута – это теоретическая составляющая путешествия. Практическую же часть путешествия составляют этапы бронирования непосредственно туристских услуг по нитке маршрута [58].

Первый этап – бронирование билетов на транспорт. Все сайты бронирования билетов имеют одинаковую структуру: выбор пункта отправления и прибытия – дата отправления и возврата – количество посадочных мест – возрастной состав. Так, в России и странах присутствия компании «Российские железные дороги» бронирование железнодорожного транспорта осуществляется на сайте rzd.ru. Данный сайт охватывает бронирование билетов не только на территории России, но и по Беларуси, странам Прибалтики, СНГ, Восточной и Западной Европы.

Авиабилеты можно подобрать через мировые поисковые системы, такие как skyscanner.com, anywayanyday.com, momondo.com и др. На сегодняшний день наиболее удобный и информативный сайт – это skyscanner.com. Он позволяет найти билеты на свободные даты, выбрать предпочтительные билеты в разных аэропортах страны, разыскать дешевые билеты из точки отправления по всему миру.

Для россиян весомой финансовой нагрузкой из-за больших расстояний являются транспортные расходы. Поэтому важно подобрать билеты по приемлемым ценам. Поисковые системы дают возможность выбрать и наиболее удобные, и максимально дешевые варианты перелетов. Например, вы решили провести отпуск на пляжах Италии, но на основные пляжные направления вас не устраивает цена перелета. Особенно если иметь в виду лучшие пляжи Италии на островах Сардиния и Эльба. Просмотрев все предложения авиакомпаний через поисковики, вы обнаруживаете, что за минимальную цену можно приобрести билеты в Германию. Вы знаете, что среди авиакомпаний Германии присутствуют бюджетные, такие как *Rainair*, проверяете стоимости билетов и выясняете, что стоимость билетов на острова Средиземного моря из городов Германии сопоставима с ценой билета на автобус между двумя соседними областями России. Пользуясь теоретическими знаниями из предыдущей части раздела, можно составить интересный маршрут по двум странам, сделав акцент в Германии на познавательный туризм, а в Италии – на пляжный.



о. Эльба



Берлин. Зоопарк

Бронирование билетов на специальные виды транспорта, например, на паромы, в Интернете можно осуществить, набрав англоязычный перевод слова паром – *ferry*, тогда вы окажетесь на сайте aferry.com; таким же образом можно забронировать яхты, караваны и другие виды транспорта.

Второй этап – бронирование мест размещения.

Поиск и бронирование мест размещения полностью зависит от возможностей и желаний туриста. Одни предпочитают останавливаться в отелях, чтобы отдохнуть от быта. Других вполне устраивает демократичное размещение в хостелах, где есть возможность познакомиться «со всем миром». Третьи выбирают апартаменты, где можно самим готовить пищу. Четвертые размещаются на лоне природы в кемпингах. Пятым требуется отдых от привычного жилья, и они выбирают альтернативные способы размещения, например, проживание в маяке или пивоварне. Существует множество систем бронирования, таких как booking.com, hotel.com, hrs.com, tripadvisor.com, hostels.com, housetrip.com и др.

На всех сайтах бронирования средств размещения действует определенная схема: выбор города – даты посещения – количество туристов – тип размещения – дополнительные опции.

Выбор оптимального по удобству и цене отеля зависит от разных ситуаций. Путешествуя по стране на машине, вы имеете возможность остановиться в пригороде туристского центра. Например, четырехзвездный отель в пригороде Сиены (Италия), с завтраками, бесплатным размещением ребенка, бассейном, бесплатной парковкой, может стоить как двухзвездный в центре города, без завтраков, с платной парковкой. Если вы перемещаетесь по маршруту на общественном транспорте и вынуждены останавливаться в центре городов, то можно подобрать более дешевое проживание ранним бронированием и поиском предложений от сетевых отелей.

Третий этап – бронирование билетов на основные туристские достопримечательности. Сегодня практически все наиболее массово посещаемые туристские объекты осуществляют продажу билетов через Интернет с льготными условиями для входа. Так, например, для посетителей, купивших билеты на территорию Ватикана через Интернет (biglietteriamusei.vatikan.va), существует отдельная очередь, которая в десятки раз короче основной. Билеты продаются на основные туристские автобусные маршруты по городам Лондон, Берлин, Барселона и др., главные объекты посещения – Рейхстаг, Лондонский БигБен, Эйфелева башня. Схема бронирования представлена выбором объекта(ов) осмотра – датой посещения – временем прибытия – количеством посетителей.

Четвертый этап – бронирование автомобиля. Аренда происходит по схеме: пункт выдачи (сдачи) автомобиля – дата – выбор класса автомобиля – возраст водителя – дополнительные опции. При аренде автомобиля особое внимание необходимо обратить на страховку и на то, что в нее входит, уточнить есть ли ограничение по пробегу, провести осмотр выданного автомобиля. Для аренды автомобиля за рубежом следует оформить международные права, при этом вы должны иметь с собой и российские права. Компании, дающие в аренду автомобиль, имеют право удержать залог на время пользования автомобилем. Сумма на карте блокируется, а после успешной сдачи «размораживается».

Самостоятельные путешествия – заметная тенденция в отрасли туризма. Такие путешествия имеют особенности в планировании и организации, на всех технологических этапах важны географические аспекты. Главное – основу идеи путешествия – дает география. В данном материале мы попытались объяснить технологию планирования самостоятельного маршрута. На наш взгляд, это наиболее рациональный путь подготовки своего путешествия, тогда оно будет познавательным, незабываемым, приятным и безопасным. Непосредственное

планирование маршрута путешествия – это увлекательный, трудо- и времязатратный процесс, обогащающий человека новыми знаниями и впечатлениями. Несмотря на то что составление маршрута опирается на практический опыт разработчика, можно найти определенную логическую последовательность действий, соблюдение которой, по нашему мнению, в современных условиях достаточно эффективно.

Вопросы и задания

1. Почему подготовку к организации путешествия следует начинать с изучения географической карты района путешествия?
2. Какую информацию об уникальных особенностях и объектах для составления маршрута можно получить с общегеографической карты страны или региона?

4.4. ПЕШКОМ ПО ГОРАМ СЕВЕРНОГО УРАЛА

На далеком от городов и хороших дорог северо-востоке Пермского края поднимаются горы Северного Урала. Это один из самых удобных для пеших походов географических районов нашей страны и мира. Северный Урал – средняя и самая длинная часть Горного Уральского пояса. Она имеет такие достоинства, которые позволяют совершать логичные в маршрутном отношении, насыщенные и яркие по впечатлениям пешеходные путешествия разных категорий сложности. Ряд структурно-геологических и ландшафтных особенностей Северного Урала способствуют активизации проведения таких походов [93].

В этом районе горы представляют собой серию вытянутых хребтов, по которым удобно ходить пешком даже на большие расстояния. Вершины гор поднимаются выше границы леса, но выступают над лесным поясом ненамного. Горы сглажены, древние поверхности выравнивания на разных высотах, в том числе на вершинах, образуют подобие плато. Поверхности выравнивания выше границы леса покрыты курумами – кварцитовыми и гнейсовыми неподвижными осыпями. На вершинах не редки останцовые скалы, которые украшают, делают более разнообразным спокойный горный рельеф.

Выше границы леса пологие пространства, замощенные курумами, позволяют при освоении ходьбы по таким поверхностям двигаться довольно быстро. На совершенно ровных и перевальных участках хребтов курумы могут уступать место тундре и субальпийским лугам, небольшим верховым болотцам, по которым идти незатруднительно. Гораздо труднее передвигаться пешком по горной

тайге, буреломной, с густой растительностью, преодолевая значительные водотоки. Поэтому из зоны леса туристские группы стараются подняться выше в горно-тундровый и гольцовый пояс и проложить маршрут по открытым местам

Кроме удобства, в смысле ровного пути, поход выше границы леса имеет еще и другие достоинства. Перед Вами расстилаются дальние горизонты. На запад в Европу и на восток в Азию открываются панорамы океанов горной тайги. Не заходящее в начале лета солнце позволяет любоваться пейзажами круглые сутки. Красивые горы, отсутствие каких-либо хозяйственных объектов, обилие топлива в виде мелкого сухостоя в поясе криволесья, достаток воды в ручьях и снежниках, ветерок, мешающий разгуляться комарам и мошке, – все это несомненные достоинства здешних мест.

Однако добраться к североуральским горам не просто, они удалены. Сюда нет хороших дорог, а рядом нет постоянных поселений. Это то, что походники называют «ненаселенкой». До постоянного жилья могут быть даже не десятки, а сотни километров. Следует рассчитывать лишь на свои силы и помощь друзей.

Туристы заметили поверхности выравнивания – это примечательное географическое свойство Северного Урала – давно. Организатор студенческого турклуба Пермского университета в 70-х годах прошлого века географ Александр Чусов первым увидел в этом феномене рельефа туристские возможности и пропагандировал именно этот район как идеальный для продолжительных пешеходных путешествий. В начале 80-х много походов сюда организовал руководитель секции спортивного туризма университета географ Александр Соседенко. Он с группой студентов, возможно, одним из первых осуществил длительный переход по всему Северному Уралу с юга на север.

Сейчас ежегодно студенты кафедры туризма начинают набирать свой походный опыт с летнего пешеходного путешествия по горам Северного Урала под руководством Андрея Королева. Недавно во время такой студенческой практики было открыто неизвестное до этого самое большое горное озеро Пермского края.



Главный Уральский хребет, Северный Урал



Хребет Кваркуш, Северный Урал

Вопросы и задания

1. Как орографическая структура горной системы влияет на планирование туристского маршрута?
2. В чем выражается благоприятность в рельефе поверхностей выравнивания для осуществления пеших походов?

ГЛАВА 5. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТУРИСТСКИХ ОБЪЕКТОВ И КЛАСТЕРОВ

5.1. РЕКРЕАЦИОННЫЙ ДЕВЕЛОПМЕНТ

Преобразования в сфере туризма, формирование нового качества жизнедеятельности в сфере рекреации заставляют по-другому взглянуть на пространственную организацию туризма в нашей стране. Туристская индустрия становится неотъемлемым элементом потребительских моделей и социального поведения значительной части населения. Потребности в отдыхе жителей промышленных ареалов, рост мобильности общества способствуют возникновению новых форм рекреации, ведут к многочисленным попыткам освоения новых туристских районов. Эти процессы постепенно охватывают регионы России, в том числе Урал и Пермский край.

В таких условиях актуализируется концептуальный блок в туристском проектировании. Высококонкурентная среда требует разработки идеологии туристско-рекреационного девелопмента. Не секрет, что географические достоинства места во многом определяют ценность туристско-рекреационного объекта. Поэтому при проектировании исключительно важно учитывать географическую, или, как принято говорить, локальную ситуацию.

При этом анализ локальной ситуации не должен сводиться к стандартному изучению мнений экспертов и маркетинговым работам, необходимо исходить из пространственного комплексного анализа геоситуации. Кроме того, проект только выиграет, если это исследование не будет пространственно ограничено локальной ситуацией, а распространится на региональную и даже макрорегиональную композицию.

Проектирование объектов туризма и рекреации в последнее время все более понимается и решается как частная задача сложного процесса территориального развития.

Девелопмент – технология развития территорий

Задача проектирования туристско-рекреационных объектов находится в практической сфере девелопмента. В этой связи рассмотрим его миссию и сложившуюся технологию вне зависимости от отрасли.

Развитие общества приводит к появлению новых видов деятельности, новых профессий, требует новых деловых качеств для решения актуальных задач. Одной из таких сфер деятельности является девелопмент.

«Девелопмент» – один из наиболее популярных терминов в деловом лексиконе 2007–2008 годов. Это одно из самых заманчивых направлений деятельности предприятий в мире в последние годы. Оно связано с формированием

рынка земли в стране и появлением задач наиболее эффективного использования земельных участков. В 2009 году девелопмент превращается из очень модного в один из самых неудобных терминов, поскольку в экономическом кризисе 2008 года пострадали прежде всего девелоперские компании. Тем не менее к концу 2009 года проектировщики-градостроители стали говорить о необходимости поиска новых путей оживления девелопмента. Что же такое девелопмент?

Девелопмент – это развитие территории. При частной собственности на земельные участки девелопмент решает задачи согласования многочисленных интересов при создании нового хозяйственного объекта на территории. В самом распространенном утилитарном плане девелопментом считают следующий алгоритм действий предприятия:

1. Покупка земельного участка, не представляющего видимого интереса с точки зрения эффективной деятельности, по низкой цене.

2. Проведение ряда или отдельных работ, увеличивающих ценность этого земельного участка, а именно:

– юридические работы по переводу его в более заманчивую категорию разрешенного использования;

– создание концепции функционального использования участка;

– подготовка технико-экономического обоснования нового объекта;

– разработка привлекательного архитектурного проекта;

– подвод инфраструктуры;

– строительство объекта;

– наладка выполнения целевых функций созданных объектов, системы управления объектами.

3. Продажа участка по высокой цене ввиду произведенных на нем работ.

Обрисованная нами последовательность не является жесткой и может нарушаться. Например, предприятие-девелопер может действовать следующим образом:

1) начать с создания концепции функционального использования какой-либо локальной территории и выставить на продажу только концепцию;

2) не продавать концепцию, а вложить средства в экономический и архитектурный проекты предполагаемого предприятия и продать готовые проекты;

3) не останавливаться на этом этапе, а приобрести необходимый для деятельности создаваемого объекта земельный участок и продать концепцию, проект и участок вместе. И т.д.

При этом главное заключается в том, что каждый этап работы, проведенный девелопером, логически относительно завершен, а продукт самооценен и может быть в данном виде реализован покупателям. На каждом этапе результат ра-

боты добавляет стоимость продукта. После любого этапа результат может рассматриваться производителем как конечный продукт (концепция, технико-экономическое обоснование, проект, земельный участок с проектом, построенный объект, функционирующий объект).

Задача девелопера (предприятия, занимающегося девелопментом) может быть усложнена уже имеющимися неэффективно работающими на земельном участке объектами, которые следует развить или перепрофилировать.

Теперь подумаем над тем, почему появился девелопмент и чем эта деятельность отличается от существовавшего в нашей стране планирования развития территорий и традиционного проектирования объектов. Почему возникла потребность в девелопменте? Что изменилось в обществе?

Прежде всего, изменился характер собственности на землю. Наряду с государственными землями появились частные владения. Стало необходимо согласовывать интересы многих собственников земли и объектов на земле для осуществления любого проекта. И чем масштабнее и амбициознее проект, тем сложнее эта процедура. Задачи экономической эффективности использования земли становятся ключевыми, затрагивающими каждого собственника. Меняющиеся общественные ориентиры, конъюнктура, повышение роли маркетинга и рычагов продвижения продукции, глобализация, потребность в самореализации людей, индивидуализация общества, развитие информационно-коммуникационной культуры и технологий и множество других тенденций создают спрос на такого рода особых посредников – «мидлмэнов». Задача девелопмента как топ-менеджмента состоит в достижении синергии интересов всех фигурантов для развития территории и реализации больших проектов, что невозможно без множества согласований, т.е. цена решений велика.

Девелопмент в туризме и рекреации

Туристская и рекреационная деятельность формирует на территории сеть объектов туристско-рекреационной индустрии и инфраструктуры. Эти объекты, развиваясь, могут изменять хозяйственную специализацию и образ территории. Главной задачей является высокая и долговременная экономическая и социальная эффективность создаваемого объекта.

В Пермском крае в 1990-е и 2000-е годы новые объекты в сфере туризма и рекреации относятся к следующим типам:

- парки развлечений;
- горнолыжные базы и отдельные горнолыжные трассы (около 20 предприятий);
- крупные гостиницы, прежде всего в Перми;
- малые гостиницы в некоторых малых городах (Чердынь);
- предприятия общественного питания в Перми и значительных городах;

- придорожные предприятия питания и размещения;
- заведения развлекательного характера;
- предприятия санаторно-курортного профиля («Демидково», «Уральская Венеция»);
- выставочные комплексы в больших городах;
- охотничьи базы;
- базы рыбаков;
- охотничьи и рыбацкие заимки, избышки;
- базы, специализирующиеся на обслуживании спортивных туристов-водников;
- сельские гостевые домики;
- летние базы экологических лагерей;
- музеи;
- спортивные сооружения, стадионы;
- магазины туристского снаряжения;
- пункты проката туристского оборудования;
- магазины сувениров.

При этом эффективно работают те объекты, которые «вырастают из территории», обоснованы не только в маркетинговом отношении, но и в географическом плане, «направлены» на достижение своеобразной синергии пространства.

Географические основы туристско-рекреационного девелопмента

Предприятия туризма и рекреации часто по сути своей и даже технологии работы географичны, они органично вписаны в территорию, отражают ее особенности. Это объясняется органичной взаимосвязью понятий и сфер деятельности «география» и «туризм».

Туристский потенциал территорий (государства, региона, локального места), как правило, значителен. При этом именно географические особенности дают наиболее четкое представление о конкурентных туристских преимуществах района. Географическая специфика позволяет определить точку опоры при формировании стратегии туристского развития. Отметим, что помимо географических особенностей территории для туризма немаловажны исторические, а также некоторые другие составляющие региональной самобытности. Все это позволяет отчетливее увидеть конкурентные туристские преимущества территории.

Конкуренция как неотъемлемый компонент деятельности предприятий и общественных организаций, политических партий и государств характерна и для регионов. В современном мире территории конкурируют между собой за большую известность, за более благоприятную репутацию, за большее влияние, за участие в эффективных проектах, за привлечение инвестиций и туристов. При этом

территории опираются на собственные конкурентные преимущества. Где же найти эти преимущества? Какова идеология поиска и наращивания этого преимущества?

Истоки конкурентных преимуществ региона или локального места следует искать, как уже говорилось, в его географии. Каждый регион и каждое место и типично, и уникально. Типичные черты позволяют увидеть регионы-аналоги и места-аналоги по каким-то характеристикам. Уникальные свойства территории при соответствующих условиях «выражаются» в специализации и социально-экономических функциях и определяют ее конкурентные достоинства. Таким образом, задача поиска конкурентных преимуществ территории, в том числе туристских, связана прежде всего с установлением ее географически уникальных свойств.

В некоторых же случаях в туризме становятся важными и типичные, классические свойства. Например, участок типичной тайги, где наиболее ярко проявляются свойства этой природной зоны, или наиболее типичная производственная технология как экскурсионный объект и т.д. Таким образом, типичные природные, историко-культурные или социально-экономические черты территории составляют ее особенности, интересные для туризма.

Для определения основных конкурентных преимуществ, например Пермского края, следует найти то, что отличает регион от других российских, а возможно, и от регионов других стран, поскольку туризм как отрасль экономики ориентирован прежде всего на уникальное, единственное, экзотическое, самое-самое.

Каждый регион своеобразен, своеобразно и каждое место. Поэтому географическая составляющая с необходимостью должна присутствовать в технологии туристско-рекреационного девелопмента. Более того, она должна быть основополагающей, базовой.

В целом проектная технология девелопмента по этапам и организационно-управленческой структуре может быть выстроена следующим образом: рассмотрим вариант структуры такого предприятия и задачи его подразделений, подробнее остановимся на задачах подразделения, географического по характеру работы.

Предприятие девелопмента

Сфера деятельности: региональный девелопмент.

Виды работ: пространственный анализ, определение возможностей территории, предложение направления развития территории, экономическое моделирование, разработка архитектурных и планировочных проектов, легендирование и продвижение проектов.

Структурные подразделения:

1. Отдел пространственного анализа.
2. Отдел моделирования и проектирования.
3. Отдел координации и маркетинга.

Отдел пространственного анализа

Цель отдела пространственного анализа: оценка перспектив социально-экономического развития территории и поиск потенциальных географических мест.

Задачи и технологические этапы работы отдела пространственного анализа:

1. Определение пространственного вызова. Поиск географического места с выраженными условиями территориального развития. Определение потенциальных пространственных «точек» роста. (Дедуктивный этап.)

2. Исследование пространственной композиции. Изучение географической среды предполагаемого проекта. Анализ геоситуации. Оценка факторов развития территории. Определение преимуществ места. (Аналитический этап.)

3. Моделирование профиля территории. Предложение специализации территории. Функциональное профилирование места и региона. (Концептуальный этап.)

4. Коррекция и экспертиза проекта. Географическое сопровождение проектирования. (Контрольный этап.)

Результат работы отдела пространственного анализа, передаваемый отделу моделирования и проектирования и отделу координации и маркетинга: концептуально выраженная идея проекта с обоснованием географического месторасположения, анализом геоситуации как предпроектной основой экономических моделей, архитектурных, технических и хозяйственных решений.

Отдел моделирования и проектирования

Цель отдела моделирования и проектирования: разработка экономических моделей, архитектурных, технических, хозяйственных, гуманитарных и иных проектов. Отдел готовит проект с экономическим обоснованием в архитектурном и планировочном выражении.

Отдел координации и маркетинга

Цель отдела координации и маркетинга: общая координация работы, менеджмент и рыночное продвижение продукта предприятия, в том числе маркетинг места. Особенно важны подготовка легенды проекта и действия в сфере связей с общественностью.

Методика анализа и представления места и территории для туристско-рекреационного девелопмента

В практике отечественного девелопмента идея предприятия рождается благодаря экономическому исследованию рынка. Однако все специалисты отмечают важность изучения локальной ситуации, которая серьезно влияет на работу

по проекту. При этом локальную ситуацию обычно анализируют только маркетинговыми методами. Иногда в этом случае разработчики полагаются на консультации местных экспертов, что связано с трудностями ввиду конфиденциальности идеи на этапе рождения предприятия.

Наша практика показывает, что концепт предприятия, предваряющий девелоперский проект, должен иметь географическую основу. Это особенно важно при проектировании объектов туристско-рекреационного профиля. Если концепт предприятия географически аргументированно обоснован, процесс его создания (инвестирование, строительство) проходит быстрее и эффективнее.

В чем заключаются основные задачи географического этапа в процессе девелопмента? На наш взгляд, главная географическая задача – это представление географического места как места развития, достижения синергии пространства. Что должно быть включено в географический блок девелопмента, как он должен быть структурно выстроен, на что направлен?

Анализ и представление географического места как очень локальной территории, а географического района как территории более обширной имеют много общего и различаются немногим. Для планирования развития отдельного предприятия туристско-рекреационного профиля важен также географический этап. Начнем рассмотрение этого вопроса с района, затем перейдем к локальному месту и отдельному предприятию.

Географические особенности района являются основой поиска направлений его социально-экономического развития. Они позволяют увидеть перспективы территории, определить ее будущую роль в суперсистеме.

Еще раз заметим, что каждая территория необычна по-своему. В чем географические особенности, например, Ильинского муниципального района Пермского края, как он внутренне устроен? Чем он отличается от других, сформировавшихся в течение длительной истории и выделяющихся как относительно целостные природные и социально-экономические территории? Географическую особенность района необходимо учитывать в позиционировании и определении его преимуществ.

Позиционирование территории – это представление главных пространственных достоинств и отличительных свойств, при этом географическое позиционирование – одна из важнейших составляющих задачи. Здесь заостряется внимание на единственном, лучшем, уникальном в территориальных социально-экономических системах более крупных иерархических рангов. В данном случае речь идет о региональной системе Пермского края, а может быть, и о системах макрорегионов, например Урала. Без внимания нельзя оставить и географическое типичное, классическое, поскольку это также может быть в определенном смысле достоинством.

Типичные черты позволяют увидеть похожие по каким-то характеристикам регионы. Задача поиска конкурентных преимуществ в районе связана с определением его географически уникальных свойств. Важно выяснить, чем выделяется район среди соседних территорий, в чем его специфика, которая позволит обеспечить ему первенство сопоставительно с другими территориями.

Например, при общих географических особенностях Ильинского района как одного из административных районов Пермского края желательно вычленить его региональные отличия: исторические, демографические, социально-экономические, физико-географические, ресурсные и др. Однако необходимо сделать акцент на основных позиционных особенностях, главных пространственных свойствах, т.е. на том, что называют топологией.

При формировании стратегии развития туризма территории важно определить ее объективные преимущества среди других, прежде всего соседних. Эти преимущества связаны с географическими, историческими и многими другими особенностями. Выявление этих особенностей, выражающих собой топологические, геолого-геоморфологические, гидролого-климатические, биолого-ландшафтные, культурно-исторические и социально-экономические отличия территории, имеет большое значение.

Общие географические особенности локального места (например, небольшого поселения) следует рассматривать в качестве его топологических конкурентных преимуществ при разработке и реализации проектов туристско-рекреационного профиля. Таковыми являются своеобразие географического положения поселка в широком комплексном плане, а также пространственные структурные особенности окружающей его местности: физико-географическая идентификация, положение по отношению к крупным природно-географическим образованиям, большим городам и населенным ареалам, к транспортной сети, к экскурсионно значимым объектам и туристской маршрутной сети. При этом представляют интерес и современная геоситуация, и перспективная, возможная, а также геокомпозиция.

Географические аспекты развития отдельного предприятия многообразны. Одним из них являются особенности его географического положения. Этот позиционный фактор обязательно должен учитываться при стратегическом планировании развития хозяйствующего субъекта, важно найти уникальные свойства места, а также наиболее типичные черты. Весьма эффективен здесь старый, проверенный, но почти забытый сравнительно-географический метод.

В пределах Пермского края наблюдается значительная дифференциация местных условий, что обуславливает большое разнообразие локальных ситуаций. Локальные ситуации различаются от одного муниципального района к другому, от одного места к другому.

Разработка туристско-рекреационного девелоперского проекта на муниципальном уровне нацелена на социально-экономическое развитие территории прежде всего в пределах муниципального района. Здесь конкретным проектам предшествует разработка концепций развития туризма района. Одним из результатов исследований его туристских возможностей является концентрированное представление преимуществ района, квинтэссенция выражения его особенностей.

Если проект касается развития меньшей территории, например, одного нецентрального поселения или какой-либо небольшой части муниципального района, где будет действовать планируемое предприятие, то это проект развития локального места. В данном случае необходима также возможно полная информация относительно географических особенностей, но в отличие от районного уровня, где потребуются сравнение с районами того же ранга, здесь географическое сравнение может быть разномасштабным.

Вопросы и задания

1. Что понимается под термином «девелопмент»?
2. К проектированию чего именно применимо понятие «туристское проектирование»?
3. Что понимается под географической технологией туристского проектирования?
4. На какие этапы можно разделить процесс проектирования туристского объекта?
5. В чем состоят особенности пространственного анализа для задач туристского проектирования?

5.2. ТУРИСТСКИЕ КЛАСТЕРЫ И ДОМИНАНТЫ

Понимание полезности и необходимости развития туризма ведет к расширению этой деятельности. На основе теоретического обоснования туристско-рекреационного системообразования делаются попытки комплексного туристского проектирования. Все чаще встречаются варианты планирования развития не отдельных туристских объектов, а их сочетаний, прослеживается стремление к формированию туристско-рекреационной среды на обширных пространствах.

Постепенно власти, общественность и бизнес некоторых регионов России приходят к пониманию того, что за счет единичных, даже очень ярких туристских объектов невозможно выйти на качественно новый уровень туристского движения. Включить регион в международные туристские процессы можно,

только реализуя возможности всего региона, т.е. масштабно «продвигать» туризм в регионе удастся лишь в том случае, если в этом процессе будет участвовать весь регион.

Современные процессы развития туризма, например, в Пермском крае свидетельствуют о неэффективности применяемых подходов к планированию этой сферы. Почти все ключевые туристские доминанты региона в своей настоящей позиции прошли подъем и максимальные значения интереса к ним и переживают если не спад, то стагнацию. Пермский край, не будучи классической дестинацией, находится в состоянии кризиса как старый туристский район. Это выражается в снижении интереса к традиционным туристским объектам и центрам, в отсутствии новых туристских районов и оригинальных предложений в крае. Приводимые в разделе сведения основаны на совместных разработках автора с С.Э. Мышлявцевой [97].

Для того чтобы вывести туристскую сферу региона на российский и, возможно, международный уровень, следует менять систему планирования. Необходимо перейти от разработки отдельных туристских проектов к системному развитию туризма в регионе. Один, даже очень известный, туристский объект не обеспечивает необходимой основы для продвижения региона на высокий уровень. Через развитие системы туристских объектов, выражающих возможности всех территорий края, можно выйти на принципиально иные масштабы этой деятельности. Для этого можно применить кластерно-доминантный метод [97]. Кластерный подход в туризме – это подход с позиции туристского бизнеса и рекреационного девелопмента. Это подход предпринимателя, организатора объектов сервиса, инфраструктуры. Рекреационный девелопмент, как развитие территории посредством проектирования предприятий туризма и рекреации, заинтересован в переходе от создания единичных объектов к формированию их связанной совокупности в форме кластеров. Ряд субъектов РФ (Республика Карелия, Вологодская область) начинают применять кластерный подход при планировании развития туризма.

С точки зрения географической науки кластерная концепция во многом созвучна отечественному учению о территориально-производственном комплексе (ТПК). Оба понятия (кластер и ТПК) отражают территориальное сочетание предприятий на определенной территории, которое за счет взаимной пространственной близости и связанности дает дополнительный эффект. Основные черты сходства и различия кластеров и территориально-производственных формирований советского типа основательно проанализированы А.И. Костяевым [127]. Они раскрыты на примере агропромышленной сферы. Различия у этих понятий значительны.

Отечественные экономико-географы справедливо отмечают пока слабую возможность практического применения концепции кластеров и ее несопоставимость с активным использованием учения о ТПК [31]. Стройная теория ТПК способствовала развитию экономики Советского Союза, формированию крупных промышленных узлов в разных экономических районах, но учение о территориально-производственных комплексах не было востребовано для развития туризма даже в советское время, поскольку разрабатывалось для промышленной сферы.

Несмотря на явный территориальный смысл, понятие «кластер» наиболее широко используется в экономической науке. По нашему мнению, экономико-географы могут продвинуться дальше экономистов в применении понятия «кластер», если оно будет коррелировать с пространственным содержанием, и только географ почувствует и правильно определит, как данное пространство закономерно структурировано. Однако пока понятие «кластер» «не работает» в отечественной социально-экономической географии так, как «работало» понятие ТПК. Ниже попытаемся предложить некоторые новые подходы к понятию «кластер» применительно к туристской сфере.

В чем географическая суть понятия «кластер»?

Рассмотрим появление и исчезновение кластера туристского типа абстрактно. Представим себе какую-либо однородную туристскую среду определенной территории. Каждое из многочисленных предприятий туристско-рекреационного профиля в принципе самодостаточно и в той или иной степени эффективно. Все они действуют на одном локальном рынке, пространственно располагаются в одном ареале, конкурируют друг с другом. Это ситуация, когда кластера еще нет. Но с появлением в этом ареале какой-либо доминанты конкурирующие предприятия начинают контактировать между собой, пространство приобретает другие черты. Благодаря взаимодействию предприятий туристское движение значительно усиливается, предприятия работают гораздо эффективнее. Социально-экономический ландшафт структурируется в расчете на доминанту. Проявляется кластер.

С течением времени каждое из предприятий незаметно становится самодостаточным. Ландшафт из узлового постепенно преобразуется в гомогенный. Туристская доминанта превращается в один из традиционных, ординарных элементов данного рынка. Туристская среда снова относительно однородна. Кластер исчезает.

Итак, кластер – это временное взаимодействие предприятий, пространственно соподчиненных и конкурирующих на одном рынке. Их сотрудничество может начаться и происходить в связи с появлением предприятия-лидера, в результате чего достигается эффект.

Чем отличается *туристский кластер* от кластеров прочих видов?

Главное отличие кластера в туристской сфере от всевозможных иных (производственных, агропромышленных, сервисных и др.) – в его *маршрутной территориальной организации*. Туристский маршрут и соответствующий ему туристский поток связывают объекты, превращая их из конкурирующих во взаимодействующие элементы системы. Благодаря туристскому потоку формируется кластер.

Доминантой туристского кластера может быть как объект инфраструктуры (средство размещения), так и объект туристского интереса (горнолыжный комплекс), но в любом случае **главное условие развития туристского кластера – это наличие или появление маршрутов и туристских потоков**. Ярким примером возникающих туристских кластеров является активизация туризма на территории в связи с культурным событием, вызывающим событийные туристские потоки.

Чтобы лучше понять сущность и строение туристского кластера, попробуем применить подход П.Я. Бакланова [31], основанный на поиске простейшей системы. Попытаемся описать элементарный туристский кластер и на конкретном примере увидеть первичные элементы кластера, а также выявить простейшую связь между ними.

В Пермском крае два близкорасположенных среднеуральских города Чусовой и Губаха имеют популярные горнолыжные комплексы. Эти предприятия конкурируют на одном региональном рынке. Потребители их услуг – в основном жители г. Перми, которые предпочитают какой-либо один из двух горнолыжных центров в связи с их различиями по многим параметрам. Зимой 2010 года многие пермяки изменили своей традиции и стали проводить в одном из этих центров только один из двух выходных дней, используя оставшийся день на втором курорте. Стихийно образовался туристский маршрут и поток между Чусовым и Губахой. Два предприятия из конкурентов стали вынужденными партнерами. Туристским кластером в данном случае следует считать горнолыжные предприятия Чусового и Губахи, между которыми образовался туристский поток.

Итак, **элементарный кластер состоит из двух конкурирующих предприятий (объектов) и туристского потока между ними, который отражает их взаимодействие**. Импульсом к динамике является внешнее обстоятельство – желание определенной группы жителей Перми получить более разнообразные впечатления в зимние выходные дни. Поэтому, может быть, в этот элементарный туристский кластер следует включить и Пермь как генератор потока. Кластер в таком виде существовал сезон – с января по март 2010 года. Возможно, территория Среднего Урала с особой туристско-рекреационной специализацией, изобилующая горнолыжными предприятиями, должна иметь очень яркую доминанту.

Туристский кластер представляет собой связанные туристскими маршрутами и туристскими потоками объекты и формирует на территории дестинацию. К.С. Козырева [117] обратила внимание на важность статусности туристских территорий для величины потоков. Фактор престижности туристского объекта и системы взаимосвязанных объектов способствует формированию кластера и дестинации и заставляет целенаправленно проектировать доминанту.

Технологически применение кластерного подхода к развитию туризма в регионе заключается в следующем [97]:

1. Необходимо определить основные конкурентные туристские преимущества региона в ряду других в России, а возможно, и в мире и обозначить его внутренние территории, где выделенные преимущества проявляются наиболее ярко. Понятие «конкурентные преимущества региона» достаточно распространенное. При этом допускается доля образности. Строго говоря, конкурентных преимуществ у региона быть не может, поскольку понятие конкуренции экономическое и относится к деятельности предприятия, а не к территории. Правильнее говорить не о преимуществах, а о *предпосылках* конкурентных преимуществ региона, о туристских *возможностях* региона.

2. Затем следует провести туристское районирование региона (наметить внутрирегиональные районы) с учетом его основных конкурентных туристских преимуществ. Надо выделить районы, которые отличались бы наличием какого-либо основного преимущества. При этом каждый район мог бы предлагать особые турпродукты, а вместе дополнять друг друга в региональной системе. В таком случае на основе туристских районов складываются или могут сложиться территориальные сочетания предприятий – туристские кластеры. В этой связи на основе сетки туристских районов следует разработать пространственную структуру будущих туристских кластеров – протокластеров или пре-кластеров, по терминологии А.В. Митрофановой [154], и осуществить их зонирование.

3. Следующим этапом является выделение доминант в протокластерах. Эта задача предполагает определение географического места и функции будущего объекта, который способен своим появлением и развитием внести позитивное движение на гомогенном поле туристской среды и сформировать эффективную и полезную туристско-рекреационную систему. Далее можно перейти к проектированию туристского кластера.

Предложенный кластерно-доминантный метод был апробирован при выполнении ряда прикладных научно-исследовательских работ по проектированию туристской сферы в Пермском крае. Это позволило описать методику на конкретных примерах. Рассмотрим вариант процесса формирования туристских кластеров и доминант с учетом возможностей Пермского края.

Отметим основные конкурентные туристские **преимущества** Пермского края и обозначим **территории**, где они проявляются наиболее ярко. Из природных достоинств – это среднегорные ландшафты (бассейн Вишеры), останцовые низкогорья (Горнозаводский Урал), горные и предгорные реки (бассейны Вишеры, Яйвы, Косьвы, Чусовой), акватории водохранилищ (Камское и Воткинское водохранилища), карст и геология пермского периода (Предуралье, Горнозаводской Урал), большая высота снежного покрова зимой (Северный и Средний Урал), лес, ресурсы тайги (Коми-Пермяцкий округ, Колва и Вишера). В плане культурно-исторических и социально-экономических достоинств края выделяются древние города (Чердынь, Соликамск, Усолье), история добычи соли (Березниковско-Соликамский промышленный узел), горнозаводское наследие (Горнозаводской Урал), узловое транспортное положение (Пермь, Кунгур, Чусовой), возможности событийного и делового туризма (Пермь, Березники, Соликамск), культурно-этнографические особенности (Коми-Пермяцкий округ, Бардымский район), многочисленные учреждения образования (Пермь), санаторно-курортные учреждения (Пермский, Суксунский, Добрянский районы).

Туристские кластеры территориально должны намечаться по совокупности многочисленных признаков, что характерно и для туристского районирования. Фактически туристские **районы** – это возможные территории будущих кластеров – **протокластеров**. При туристском районировании Пермского края необходимо интегрировать подходы и принципы природного и социально-экономического районирования. Должны учитываться зонирование и районирование компонентов ландшафта (рельеф, климат), административное деление и транспортные связи. Нельзя упускать из поля зрения и такую особенность именно Пермского края, как бассейновость региона и большинства его частей. Одним из основных принципов туристского районирования должен быть принцип завершенности туристских маршрутов. Кроме того, специфика туризма как вида деятельности способствует тому, что районы стремятся сохранять свои географические названия, исторически принятые и известные в народе и потому понятные людям, а также географически верные.

Для туристской деятельности большое значение имеет историко-культурное наследие. В связи с этим сетка кластеров должна основываться на формировании исторических территорий. Следует учесть, например, прежние границы уездов в Прикамье.

Туристский кластер отличается от туристского района добавлением бизнес-компоненты в состав принципов территориальной дифференциации. При таком подходе отчетливее просматривается цель всей конструкции – системное развитие туризма в регионе. Акцентируется возможность развития специали-

рованного туристского предпринимательства в каждом кластере для сбалансированного развития всей туристско-рекреационной системы края. Каждый кластер должен иметь возможность создания особенных туристских брендов. Каждый кластер должен выполнять свои особые функции в региональной туристско-рекреационной системе, выделяться своими видами туризма и рекреации. Вместе с тем все это нацелено на получение синергетического эффекта при условии взаимосвязанного развития всех кластеров.

Туристский кластер и туристский район являются разнонаправленными понятиями. Район – понятие абсолютно территориальное, географическое. Кластер – понятие из сферы бизнеса, имеющее, тем не менее, яркий территориальный смысл. Это понятие и экономическое, и географическое. Туристский кластер как понятие отличается от понятия туристского района тем, что район – это территория, а кластер – не территория, а совокупность предприятий на территории. При этом пространственно кластер как совокупность предприятий может оконтуриваться границами конкретного туристского района.

Если попытаться разделить Пермский край на специфические в природном, историческом и хозяйственном отношении территории, имеющие и свой особый туристский потенциал, и направления его реализации, то можно выделить семь особенных частей туристских районов, которые территориально соответствуют намечаемым туристским кластерам (протокластерам): Вишера с Колвой, Парма, Соль Камская, Среднекамье, Горнозаводской Урал, Предуралье и Нижнекамье (рис. 60).

Кластеры территориально можно представить в виде групп муниципальных образований и автономного округа. Кластеры в территориальном отношении делимы на три зоны. Первая – центральная зона, ядро, своеобразный генератор туристских инноваций, распределитель туристских потоков. Вторая зона – базовая, опорная. Это территория концентрации основных туристских объектов и маршрутов. Третья зона – ареал перспектив развития туристского бизнеса, она может выходить за пределы территории Пермского края, охватывая территории межрегионального туристского сотрудничества. Это дальняя зона влияния кластера, образующая области перекрытий с соседними подобными системами.

Туристские кластеры могут охватить следующие муниципальные образования [67].

1. Кластер «Вишера и Колва» (Чердынский и Красновишерский районы).
2. Кластер «Парма» (Коми-Пермяцкий округ).
3. Кластер «Соль Камская» (Березники, Соликамск, Александровск, Соликамский и Усольский районы).

4. Кластер «Горнозаводской Урал» (Чусовской, Лысьвенский и Горнозаводский районы, города Александровск, Кизел, Губаха, Гремячинск).

5. Кластер «Среднекамье» (города Пермь и Краснокамск, Ильинский, Добрянский, Нытвенский, Сивинский, Карагайский, Верещагинский, Очерский, Оханский, Большесосновский и Пермский районы).

6. Кластер «Предуралье» (Кунгурский, Березовский, Кишертский, Суксунский, Ординский, Уинский, Октябрьский районы).

7. Кластер «Нижнекамье» (Осинский, Частинский, Бардымский, Еловский, Чайковский, Куединский, Чернушинский районы).

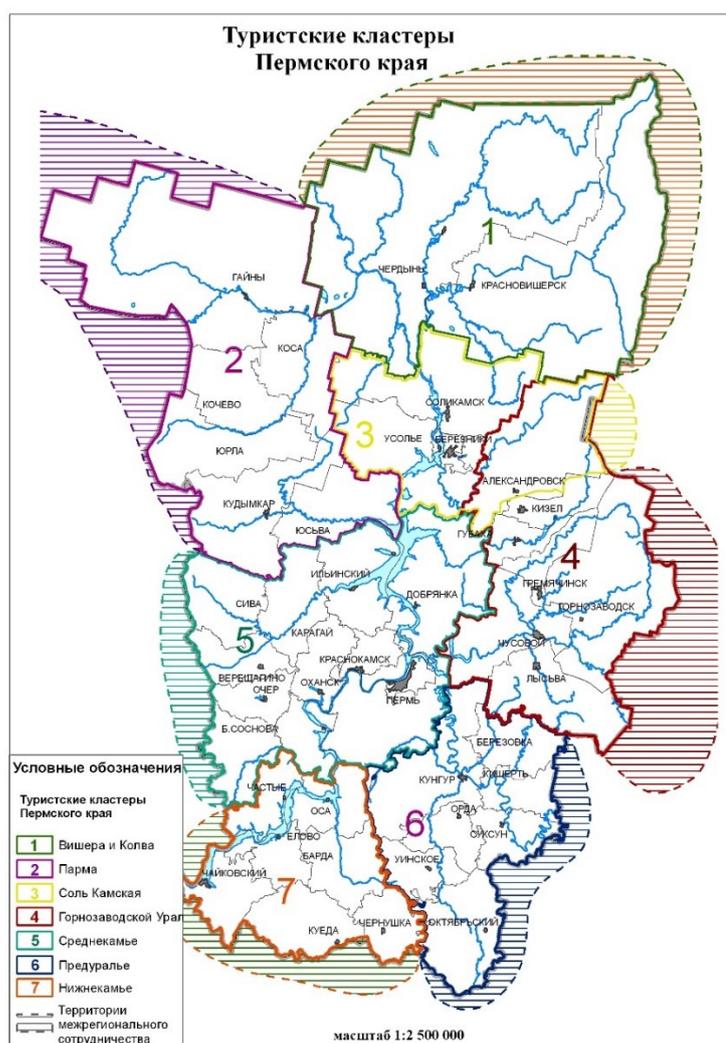


Рис. 60. Туристские кластеры Пермского края

Среди районов края только территория Александровска входит сразу в два кластера. Необходимо обратить внимание и на то, что кластеры Среднекамье и Соль Камская, будучи организованными крупными городскими агломерациями, распространяют свое влияние на соседние кластеры.

Таким образом, предполагаемые кластеры будут организовывать и стимулировать развитие туризма не в отдельном ареале края, а охватят весь регион, приведут к туристской динамике всех территорий.

Зональное строение кластеров показано на рис. 61.

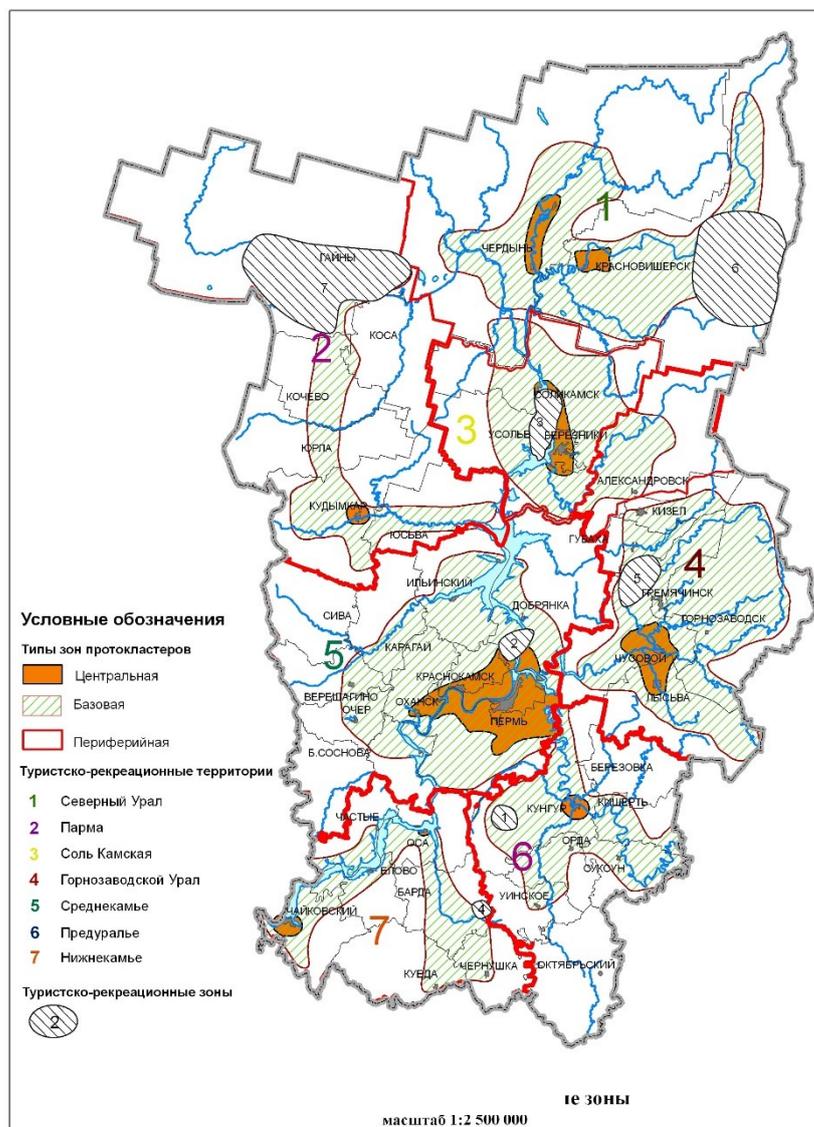


Рис. 61. Туристско-рекреационные зоны

Рассмотрим зональное строение формирующегося кластера на примере кластера *Горнозаводской Урал*.

Его территория имеет следующие особенности и системообразующие характеристики:

- в качестве социально-экономического ядра выступает полоса городов от Лысьвы на юге до Александровска на севере, включающая транспортные связи между ними; длина этой полосы полторы сотни километров;

- в этой полосе выделяются два транспортно-промышленных узла (Кизеловско-Губахинский и Лысьвенско-Чусовской);
- территории присуща особая хозяйственная специализация, до недавнего времени угледобывающая, а сейчас химическая, машиностроительная, строительных материалов и черной металлургии;
- основным транспортно-распределительным ядром является город Чусовой;
- территория отличается большим числом несельскохозяйственных поселений (поселков городского типа, станционных, горнодобывающих, лесозаготовительных);
- историческая целостность этой территории выражается в проявлениях горнозаводской культуры;
- особенным явлением считается история хозяйственной деятельности на р. Чусовой;
- в природном отношении это в основном часть гор Среднего Урала и примыкающих к нему западных предгорий, за исключением бассейна Яйвы, расположенного в низкогорьях Северного Урала;
- территория с гористой поверхностью и сложными условиями освоения, где заселенные места соседствуют с непроходимой тайгой;
- в отношении речной сети это бассейн Чусовой с ее основными горными притоками Усьвой и Койвой и бассейн Косьвы; Александровская территория располагается в бассейне Яйвы; таким образом, это область горных и предгорных рек и речек;
- в отношении растительности территория относится в основном к южной тайге.

Ядро туристского кластера приходится на города Чусовой и Лысьву с небольшим сельским окружением, поскольку Чусовой является главным транспортным узлом. Почти все туристские перемещения на территорию и с территории кластера проходят через город. Это зона туристского транспортного узла, горнолыжной рекреации и видами туризма и отдыха, связанными с городами Лысьвой и Чусовым, а также с некоторыми специализированными музеями в их окружении (Музей политических репрессий, Музей реки Чусовой).

Вторая зона распространяется на большую часть районов и городов кластера от Александровска и Средней Усьвы на севере до Лысьвы и Кына на юге. Здесь сочетаются стационарные и маршрутные, познавательные и оздоровительные виды туризма, проложены горнолыжные трассы и маршруты внедорожных авторалли, пути велосипедных путешествий и пешеходные тропы. Это район самых массовых в крае туристских сплавов по горным рекам, а также район спе-

леотуризма, скалолазания и путешествий за минералами, территория охоты и рыбалки. В нем создана наиболее плотная маршрутная сеть в природно-ориентированных видах туризма. Города располагают объектами познавательного туризма, развивают предприятия туристского сервиса.

Третья зона кластера на севере охватывает бассейн Яйвы, а на востоке продвигается в Свердловскую область. Здесь, особенно по долине Чусовой, происходит наиболее тесное межрегиональное взаимодействие Пермского края со Свердловской областью и отмечается самый мощный поток активных туристов между регионами. В эту зону следует включить Качканар и верховья Косьвы. Развиваются спортивный водный туризм, промысловая рекреация, экологический туризм, есть территория возможностей для сельского и познавательного туризма.

Таким образом, туристский район как протокластер имеет определенную зональную структуру. Для его развития необходимо ввести на территорию (спроектировать и создать) некую туристскую **бизнес-доминанту** в форме какого-то объекта с новой функцией: туристского комплекса, горнолыжного центра, тематического парка и т.п. Эта доминанта, будучи пространственно синергетичной, должна преобразовать стихийно сложившуюся совокупность туристских предприятий без выраженного взаимодействия в некое профилированное, ассоциированное и взаимодополняющее объединение, в эффективную туристско-рекреационную систему.

Определение доминанты туристского кластера «Горнозаводской Урал». Одним из перспективных мест для создания яркой рекреационной территории в виде крупного горнолыжного комплекса и тематического парка в Пермском крае является **поселок Усьва**. Этому способствует ряд факторов:

1. Рельеф с точки зрения крутизны и протяженности склонов.
2. Снеговая обстановка в зависимости от абсолютной высоты и экспозиции.
3. Многолетние климатические характеристики сопоставительно с данными метеостанции аналогичных местностей.
4. Насыщенность разнообразными природными туристскими объектами.
5. Социально-экономический профиль территории.
6. Состояние экономики и социальная ситуация в пос. Усьва.

Ниже раскроем специфику пос. Усьва и его окрестностей в контексте предложенной идеи. В концепте доминанты необходимо учесть перечисленные ниже особенности и достоинства места, на которых целесообразно основываться при формировании профиля деятельности и которые могут быть использованы в легендировании и продвижении проекта. Обозначим главные качества места.

Скульптурные долины. Изюминкой уральских рек являются долины, украшенные береговыми скалами – камнями, бойцами, утесами. Река Усьва известна Усьвинскими столбами – одной из наиболее впечатляющих групп скал на Урале. Усьвинские столбы, располагающиеся вблизи пос. Усьва, по известности и туристской популярности входят в пятерку самых выдающихся речных утесов Пермского края.

«Каменные города». Уникальными ландшафтами Среднего Урала являются скалистые лабиринты, украшающие многие вершины лесистых гор. Это так называемые каменные города или «чертовы» городища. Один из самых живописных скальных городов находится на хребте Рудянский Спой рядом с пос. Усьва.

Весло в руке. Горные реки Урала известны во всем мире как эталон для путешествия с семьей и друзьями. Невысокая трудность, хорошая транспортная доступность, красота горной тайги на границе Европы и Азии и эффективный отдых делают речные сплавы самым популярным и весьма заманчивым видом туризма в Пермском крае. Река Усьва – одна из наиболее привлекательных сплавных рек. Ее бассейн и окружение – уральский «чемпион» по числу и плотности популярных рек для активного отдыха. Из двух порогов на р. Усьве один находится почти в пределах поселка.

Пещерное царство. Этот район необычайно насыщен пещерами: Кизеловская и Мариинская, Геологов и Чаньвинская, Пашийская и Чудесница и мн. др. Здесь же представлены и самые характерные геологические разрезы и окаменелости пермского периода.

Горнозаводский Урал. Поселок Усьва располагается в пределах Горнозаводского Прикамья – одного из районов Горнозаводского Урала – пояса городов и поселков, которые выросли благодаря добыче разнообразных полезных ископаемых. Это пермский аналог бажовских мест с историями, подобными рассказам о малахитовой шкатулке и Хозяйке Медной горы.

Горнолыжная страна. Современная непроизводственная специализация горнозаводских районов Пермского края активно формируется в виде горнолыжного отдыха. Губаха и Кизел, Чусовой и Лысьва зимой притягивают многочисленных отдыхающих. Значительные перепады высот поверхности (до 200–300 м), хорошая инфраструктура, большая высота снежного покрова, высокий спрос способствуют развитию этого вида деятельности в горах Среднего Урала в Пермском крае. Поселок Усьва по сочетанию природных, экологических, инфраструктурных, топологических факторов не только для горнолыжного отдыха, но и для комплексной рекреации будет достойно представлять этот уже сложившийся горнолыжный уголок Урала. При этом поселок Усьва располагается в сердцевине существующего ареала горнолыжных предприятий.

Возможная **туристско-рекреационная специализация** предлагаемой доминанты комплексная. Она включает горнолыжный отдых, речные сплавы, спелеологию, пешеходный туризм, лыжный туризм, геологические экскурсии.



Гремячинский район, Пермский край



Каменный город, Пермский край

Подводя итог, отметим, что подход с позиции кластеров и доминант имеет эффективное применение при решении проблем развития туристской сферы в регионе. При этом роль географических исследований первична, так как связана со всеми этапами работы: определением конкурентных преимуществ региона, районированием на основе преимуществ, планированием кластеров, их зонированием, поиском и проектированием кластерных доминант, формированием туристских маршрутов и потоков.

Отличие данного подхода от распространенных методов заключается в том, что не выделяются приоритетные города и районы как полюса роста, не

предпринимаются попытки обозначения единичных географических мест и конкретных туристских объектов для государственной поддержки и частных инвестиций. Суть идеи состоит в том, что регион должен целиком позиционировать себя в туристском движении. Все его территории, являясь ареной формирования туристских кластеров, взаимодополняя и взаимопродвигая друг друга, посредством реализации главных ресурсов и взаимосогласованного легендирования, с помощью проектирования доминант создают активно работающую региональную туристско-рекреационную систему.

Вопросы и задания

1. Дайте определение понятию «туристский кластер».
2. Назовите отличия понятий «туристский кластер» и «туристский район».
3. Найдите различия в специализации туристских кластеров Пермского края.
4. На примере кластера «Горнозаводской Урал» выделите возможные туристские доминанты в туристских кластерах Пермского края.

5.3. РАЙОН КАК ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ ПОЛЕ В ЗАДАЧЕ ТУРИСТСКОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

В практику социально-экономического развития районов устойчиво внедряется территориальное проектирование, реализуемое в разных формах. Одной из таких форм является туристское проектирование, требующее теоретического обоснования, включающего географическое районирование. Районирование – одна из ключевых задач географии и одно из главных умений географа. Многие выдающиеся отечественные ученые посвятили вопросам районирования свои труды. Разработаны и признаны основополагающие принципы этой работы. На наш взгляд, среди многих известных принципов районирования основными являются следующие три: 1) принцип специализации (функциональности, однородности), 2) принцип связности (комплексности), 3) принцип ядра тяготения (центральности, гравитационный). Эти принципы наиболее распространенные операциональные и сейчас. Они применяются всеми географическими науками – и физико-географического и социально-экономического плана.

Районирование оказывается незаменимым приемом для изучения территории, представления ее возможностей, и три названных принципа являются необходимыми географическими инструментами. Однако для прикладной творческой работы таких подходов оказывается недостаточно, а выход за пределы традиционного районирования, поиск и определение новых принципов полезен и дает новые интересные результаты.

Немаловажно отметить, что при туристском проектировании в Пермском крае, разрабатывая региональный инвестиционный проект «Пермь Великая», мы отказались от этих принятых принципов, вложили в понятие района новое содержание, которое коррелирует с понятием «географическое поле». Поэтому прежде чем рассматривать содержание туристского проекта, обратимся к категории «географическое поле». Опираясь далее будем на совместную работу автора с М.Д. Шарыгиным [103].

Географическое поле

Понятие «географическое поле» почти не применяется в современной науке, несмотря на то что в 70-е и начале 80-х годов XX столетия ряд авторитетных географов (Ю.Г. Саушкин, А.Ф. Асланикашвили, А.М. Смирнов, В.М. Гохман, Б.Б. Родоман, А.Г. Топчиев и другие) из различных университетов и академических институтов разрабатывали этот вопрос. Пермские географы также проявляли интерес к этой теме [220, 221]; «географическое поле» виделось им полезной категорией при решении комплексных общегеографических вопросов, формализации географических отношений, изучении топологических свойств территории и т.д. Содержательно понятие «географическое поле» – это системно-структурное выражение географического пространства-времени. Поля создаются в пространстве путем длительной коэволюции многослойных природно-общественных систем, обусловленных взаимодействием географических процессов. Поля представляют собой концентрацию разнородных географических структур с мощным потенциалом, реализация которого формирует вещественно-энергетические процессы, силовые линии и пространственные сочетания. В них сочетается разнообразная биосоциальная деятельность, регулируемая человеком.

Специально не останавливаясь на предметах дискуссий того времени, отметим, что дальнейшего развития это понятие не получило. Оно оказалось сложно применимым практически. Постепенно с годами произошло упрощение его понимания, что привело к тому, что понятие географического поля стало синонимичным понятию географического пространства.

В нынешнее время в географической науке широкое распространение получили термины «пространство», «геопространство» как более понятные в географическом, физическом и философском отношении. О несравненно большей операциональности понятия «географическое пространство» по сравнению с понятием «географическое поле» говорит Ю.Н. Гладкий [60], выражая, по-видимому, мнение многих коллег.

В связи с тем что понятие «географическое поле» не было в период его использования в науке четко определено, его полезность не проявилась, применение в прикладных географических работах не состоялось. В сухом остатке

научного багажа теоретико-географической волны романтического двадцатилетия понятие «географическое поле» почти не сохранилось, несмотря на то что оно зафиксировано в энциклопедических изданиях того времени [56].

Однако всплеск теоретико-географической мысли в 70–80-х годах, основанный больше на интуиции, породивший интерес к абстрактным и новым географическим категориям, не мог быть случайным и бесполезным. Понятие «географическое поле» родилось в связи с дедуктивными построениями в работах совершенно разных авторов, которые не столько обосновали его теоретически, сколько ощутили его необходимость.

Ряд проведенных прикладных работ по туристско-рекреационному проектированию в Пермском крае подталкивает нас к обращению к категории поля, поскольку она наилучшим образом объясняет некоторые новые территориальные явления, для которых трудно подобрать иное обобщенное понятие. При этом благодаря использованию понятия «географическое поле» по-новому предстает содержание понятия района. Поясним это на примере одной из пермских региональных стратегий – на туристском проекте «Пермь Великая». Рассмотрим проект в общих чертах, с экономико-географической точки зрения.

Принципы туристского проекта «Пермь Великая»

Проект ведет к созданию новой пространственной организации туризма в Пермском крае. Основа проекта стала формироваться более 10 лет назад, когда сотрудники Пермского государственного университета сосредоточили внимание на определении географических мест, обладающих наибольшим потенциалом для развития туризма. Нужен был проект, базирующийся на оригинальных принципах, привлекательный идеями, который бы инициировал развитие туристской отрасли и поставил край в один ряд с теми российскими регионами, где туризм – отрасль специализации, а туристские ресурсы мирового уровня. Тогда родился основной принцип проекта – развитие туризма на всей территории Пермского края.

Традиционным подходом в развитии туризма в регионах России и зарубежных стран является выбор отдельных наиболее потенциальных мест, признание их точками роста и особая их поддержка. Практически все субъекты Федерации действуют в туристских программах, основываясь на принципах концентрации ресурсов и создания полюса (чаще одного, гораздо реже двух-трех полюсов) роста. Однако, на наш взгляд, ряд факторов, а именно уникальные размеры страны, пространственная дисперсность туристской сферы, большие возможности саморазвития отрасли, непредсказуемость туристского спроса, позволили нам выдвинуть иной принцип в региональной туристской политике и считать его более реалистичным и этичным. Этот принцип состоит в том, что туризм развивается на всей без исключения территории края, включая краевой центр, большие и малые города, ближние и дальние муниципальные районы.

В таком регионе, как Пермский край, чтобы вывести туристскую сферу на российский и международный уровень, следует перейти от разработки локальных туристских проектов к системному развитию туризма в регионе. Один, даже очень известный, туристский объект не обеспечивает необходимой основы для достаточного продвижения региона. Через развитие взаимосвязанной системы туристских объектов, выражающих возможности всех территорий края, можно выйти на принципиально иные масштабы этой деятельности.

Проект создан на основе многолетних исследований ресурсного туристского потенциала, функциональной организации туризма, географии туристских потоков, маршрутной структуры, проведения туристского районирования, определения существующих туристских кластеров и их зонального строения. Разработан кластерно-доминантный подход [97].

В Пермском крае сложился ряд туристских районов, основу которых составляют сформировавшиеся или формирующиеся туристские кластеры. Районы и кластеры географически соответствуют особенностям системы расселения, маршрутными рисунками и характером деятельности повторяют транспортно-расселенческую структуру края.

Узлами территориальной организации туризма являются значительные города, своим уровнем туристского развития создавая более централизованные (Пермь, Кунгур, Соликамск, Чусовой) или менее централизованные (Чайковский, Кудымкар, Очер, Чердынь, Красновишерск) туристско-рекреационные системы.

Туристский ресурсный потенциал муниципалитетов и городов края значителен, видовая структура туризма развита, сложились устойчивые рекреационные традиции населения. При этом современная территориальная организация туризма в регионе, ориентированная на иерархичную сеть городов, не является оптимальной. Это приводит к постепенному развитию туризма как вспомогательной отрасли, способствует перегрузке городских инфраструктур, сжатию экономического пространства, социально-экономическому опустыниванию удаленных от городов мест. Несмотря на градоориентированную систему, туризм играет в пермских городах подчиненную роль и слабо профилирует их во всероссийском масштабе. Из 25 городов края нет ни одного, достигшего ранга туристского центра, и лишь два-три могут претендовать на ранг туристского места. При сохранении сложившихся условий туристская отрасль и далее будет, за исключением единичных мест, лишь фоном иной социально-экономической деятельности, не выделяясь креативно на российском и мировом уровнях.

Тенденция побочного и стихийного развития туризма, по-видимому, будет сохраняться и далее, если не пересмотреть логику и географическое содержание

развития туризма в Пермском крае. На наш взгляд, стратегически развивать туризм следует так, чтобы включить иные местности, и прежде всего внегородское пространство, в туристскую динамику.

В проекте определяются новые доминанты (новые туристские объекты, новые предприятия сферы гостеприимства), которые способны в будущем изменить территориальную организацию туризма в регионе. На доминанты ляжет роль узловых точек новой маршрутной сети, которая децентрализует региональную систему, дополнив ее и придав ее развитию новый импульс.

Эти внегородские доминанты должны стать объектами не местного уровня с локальными задачами рекреации, а будущими «хабами» туристских систем, центрами новых будущих кластеров.

Над проектом и его внедрением работало много людей. В него вовлечен весь активно развивающийся туристский мир Пермского края. Основные идеи проекта принадлежат архитектору и экономисту А.А. Зотову. Большой вклад в концепцию проекта внесли филолог В.В. Абашев, специалисты туристской сферы С.Э. Мышлявцева, А.В. Фирсова, С.М. Поздеева, Н.В. Харитонова, К.С. Новопашин, специалист по вопросам спорта П.А. Лях.

Проект «Пермь Великая» направлен на развитие въездного и внутреннего туризма и рекреационной деятельности в Пермском крае. На основе изучения ресурсов и традиций края, анализа опыта туристского проектирования в лидирующих российских регионах удалось разработать и приступить к реализации регионального проекта, применяя новые подходы.

Проект предполагает следующее. В Пермском крае создается сеть уникальных рекреационных объектов в виде тематических парков, связанных общей историко-культурологической концепцией.

Парки в перспективе становятся межрегиональными центрами отдыха и входят в число объектов международного культурного туризма

Специфика каждого парка определяется его географическим местоположением и характером культурно-исторического наследия, сосредоточенного в окрестностях парка.

На основе парков складывается новая пространственная организация туризма в крае с новыми векторами туристских потоков. Парки, являясь новыми туристскими доминантами, образуют развивающиеся туристские кластеры, которые охватывают всю территорию Пермского края.

Создание парков, как ключей к территориям, дает импульс синхронному и равнозначному развитию существующих туристских объектов края.

Маршрутная туристско-экскурсионная сеть с помощью парков становится более полицентрической и эффективной. Парки направляют потоки на развивающиеся объекты, которые обеспечиваются необходимой инфраструктурой.

Гость, приезжая в край, может останавливаться не в Перми, а в одном из таких парков, а уже из него направляться в Кунгур, Молебку, Звездный, Суксун или разместиться в парке в горах Среднего Урала и охватить экскурсионные объекты горнозаводской территории.

В проекте представлены будущие доминанты в системе туризма региона, описаны их географические места, охарактеризованы функционально и структурно тематические парки, которые связаны концептуально в единую сеть, показаны туристские кластеры, образующиеся вокруг доминант, основные объекты существующего и потенциального туризма, входящие в кластеры и развивающиеся при поддержке проекта «Пермь Великая».

Один из самых ответственных шагов предлагаемого проекта состоит в поиске, определении и развитии доминант будущей туристской сферы, которые своим развитием сформируют новую пространственную организацию туризма Пермского края. Доминанты, по нашему мнению, должны обладать следующими характеристиками:

- являться объектом туристской индустрии (инфраструктуры);
- территориально не входить в ядро или, по крайней мере, в центральный город существующего туристского кластера;
- иметь профиль, соответствующий специализации туристского района;
- логистически (транспортно и турмаршрутно) иметь возможности формирования «хаба»;
- иметь самобытный профиль туристско-рекреационных занятий, дополнять другие доминанты концептуально ярко;
- обеспечивать круглогодичные рекреационные занятия в климате Пермского края;
- являться местом не только индивидуального, но и массового туризма;
- преимущественно располагаться в депрессивном, маргинальном, заброшенном населенном пункте для решения задач оживления и социально-экономического развития данного локального места и его окружения.

По-видимому, дополняющие доминанты районы будут территориально отличаться от территорий современных кластеров, т.е. сформируется другая пространственная организация туризма края, развивающая по-новому сложившиеся центры и зоны. Важно, чтобы все доминанты были согласованы между собой и представляли бы некую сеть. Все доминанты в будущем должны быть связаны друг с другом туристскими потоками. Регион должен целиком позиционировать себя в туристском движении. Все территории края, являясь ареной формирования туристских кластеров, взаимодополняя и взаимопродвигая друг друга, посредством реализации главных ресурсов и взаимосогласованного легендирования, с помощью проектирования доминант создают активно работающую региональную туристско-рекреационную систему.

Исследования потенциала края привели нас к мысли о том, что система туристских доминант, способных создать новую пространственную организацию туризма в регионе, значительно увеличить въездные и внутренние потоки и вывести отрасль на более высокий уровень, должна представлять собой сеть тематических парков.

В течение десятилетней работы определены географические места нескольких доминант, туристские кластеры которых способны тематически покрыть всю территорию Пермского края. Четыре доминанты-парка в настоящее время находятся на разной стадии реализации, пятая – задача недалекого будущего.

В 2014 году Министерством физической культуры Пермского края было принято решение войти с проектом «Пермь Великая» в федеральную «Программу развития внутреннего и въездного туризма России».

Проект стал концептуальной основой работы с инвесторами и нашел отражение в документах для Ростуризма, которые были представлены и успешно защищены публично на серии обсуждений.

Районирование для туристского проектирования

В проекте «Пермь Великая» территория края разделена на пять районов. Эти районы не обладают ясной туристской специализацией, они не выделены по связанности транспортных систем или по наличию городов – ядер тяготения. Более того, их названия не отражают ни природной, ни социально-экономической, ни какой-либо другой специфики. Таким образом, ни один из классических принципов районирования не используется. Исходя из каких же соображений проводится районирование Пермского края в проекте? Для пояснения вернемся к понятию «географическое поле».

Несмотря на разницу в туристском потенциале отдельных мест и желание вкладывать инвестиции точно в наиболее перспективные города и зоны, необходимо создать такой механизм, по которому туризм развивался бы системно на всей территории края, во всех его районах. В связи с этим мы попытались соединить площадной и точечный подходы, разработав технологию развития туризма и рекреационной деятельности в регионе в виде кластерно-доминантного подхода.

Туристские районы полностью покрывают территорию региона, так что развивающиеся на их основах кластеры теоретически охватывают все пространство края. Туристская специфика и особенность каждого района должны выразиться в тематике турпродуктов и продукции туристского сервиса. В связи с этим возникает одна из главных задач – туристское легендирование территории. Формирование эффективной туристской легенды является важной основой многообраз-

ной проектной туристской работы в районе. Это способствует образованию туристского кластера, где ярким выразителем легенды территории является туристская доминанта.

Так, легендирование туристского кластера «Усьва» может быть выстроено на основе темы «Горнозаводская цивилизация», а тема «Коми-пермяцкая культура» может лечь в основу туристских проектов кластера «Парма».

Формируя легенду территории, мы задаем тематический вектор развития туристского сервиса и туроперейтинга, влияем на формирование образа места и даже профилируем краеведческую поисковую работу.

Говоря о пространстве туристского кластера, мы имеем в виду его границы, состав входящих в него объектов. Используя понятие географического поля туристского кластера, мы подразумеваем не только пространственные границы и состав элементов, но и соответствующую деятельность. Это поле деятельности данного профиля.

Географическое поле туристского кластера – это поле туристско-рекреационной деятельности с географическим содержанием. Географическое поле в данном случае – это не просто своеобразный аналог понятий «географическое пространство» и «территория», а категория, выражающая поле деятельности, поле креатива, легендирования, девелопмента. Туризм как вид предпринимательства – с одной стороны и географическая деятельность – с другой дает возможность ясно почувствовать бизнес-компоненту в термине «географическое поле».

Таким образом, мы на новых принципах районирования создаем сетку туристских районов Пермского края, формируя кластеры методами географических полей, исходя из намерений создать будущие туристские дестинации. При таком подходе район, кластер, дестинация и географическое поле идентичны пространственно, имеют одинаковые границы. Отметим, что речь идет о не существующей ныне, а о проектируемой сетке края, и метод географического поля выполняет здесь созидательную функцию, играет роль основного «механизма».

Географическое поле становится эффективной категорией, если ее рассматривать как поле деятельности с географическим содержанием (смыслом) и географическими границами.

Перевод с английского сочетания *geographical field* абсолютно соответствует нашему пониманию термина «географическое поле». Термин *field* используется в английском языке в значении пространственной категории и как поле деятельности.

В проектных задачах туристско-рекреационного профиля – комплексных по своей географической сути – мы приходим к пониманию района как географического поля. Из этого можно сделать еще один вывод. Поскольку ту-

ристско-географические задачи решаются с привлечением теоретико-географических методов, то географию туризма и рекреационную географию следует рассматривать если не как разделы, то как научную среду теоретической географии.

Подводя итог, можно дать современное определение данного понятия. Географическое поле – это поле деятельности, имеющее географический смысл, географическое содержание и географические границы. Поскольку последняя характеристика, по существу, включает в себя две первые, то определение можно представить более коротко. **Географическое поле – это поле деятельности, имеющее географические границы.**

Вопросы и задания

1. Какие понятия из сферы теоретической географии Вы можете назвать?
2. Как понятие «географическое поле» применимо в туристском проектировании?

5.4. ТЕХНОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В НОВОМ РАЙОНЕ

С задачей развития туризма сталкиваются власти разных территорий нашей страны. Потребности людей в этом виде деятельности, экономическая эффективность туризма как отрасли хозяйства, его многообразная полезность стимулируют желание развивать туризм во всех регионах (центральных и удаленных, промышленных и сельских, благополучных и депрессивных). Реальный процесс развития туризма нередко свидетельствует о его непознанных собственных законах, которые не подчиняются планам территориального развития и региональным прогнозам.

Наиболее известные и доступные туристские объекты, популярные маршруты и организованная инфраструктура сформировали туристские районы в нашей стране. Это районы сложившиеся. По предварительным оценкам, сейчас они составляют 10–20 % территории России. Остальные районы для туризма в основном новые, малоосвоенные или же потенциальные. Вовлечение новых районов в туристские процессы естественно вытекает и из самого характера туризма, в основе которого – путешествие и маршрут, неизвестность и открытия, впечатления и экзотика.

Пермский край в туристском аспекте – типичный регион России. Его внутрисреднероссийское расположение, средние размеры, наличие разных ландшафтов, хозяйственных отраслей и сокрытость явных преимуществ – предпосылки, дающие возможность создавать на материалах края применимые модели развития туризма. У почти полусотни муниципальных образований края есть города и районы, где туристская отрасль относительно развита (г. Соликамск, Суксунский

район), но немало территорий, которые являются слабопосещаемыми и малоизвестными. В табл. 8 на примере Пермского края показана возможная классификация территорий по туристской освоенности: от «старых», давно сформировавшихся туристских районов до новых и еще неизвестных в туристской сфере.

Таблица 8

Классификация территорий по туристской освоенности

Тип туристского района	Качественная характеристика	Количественная характеристика	Название муниципального района
Освоенные	Многопрофильные	С большими туристскими потоками	Кунгурский, Чусовской
		С малыми туристскими потоками	Суксунский, Чердынский
	Узкопрофильные	С большими туристскими потоками	Гремячинский, Горнозаводский
		С малыми туристскими потоками	Ильинский, Осинский
Новые	Развивающиеся		Бардымский, Чайковский
	Дремлющие		Александровск, Кизел
Потенциальные	Относительно известные		Верещагинский, Карагайский
	Малоизвестные		Октябрьский, Гайнский

Относительность этой классификации для нас очевидна, так как за «бортом» туристских процессов оказались многие муниципальные образования Пермского края. Вовлечение новых территорий в процесс туристского освоения, безусловно, будет проходить различно в зависимости от местных, в том числе географических, условий. Однако можно выработать некую общую последовательность действий, некий механизм, который позволит включать новые территории в туристские процессы, идущие в регионе. Он должен быть унифицирован и раскрыт в деталях и представлять собой в итоге *технологию*.

Технология развития туризма в новом районе предполагает следующее: последовательность действий, наличие методики исследования, методики проектирования туристских объектов. Технологический процесс показан в совместной работе автора с С.Э. Мышлявцевой [96].

Действия должны быть нацелены на создание и эффективное функционирование туристско-рекреационного комплекса района. Процесс развития туризма в районе состоит из трех этапов: 1 – исследование, 2 – создание, 3 – функционирование.

В технологической цепочке действий по решению поставленной задачи необходимо выделение блоков, представленных на рис. 62 и в табл. 9.

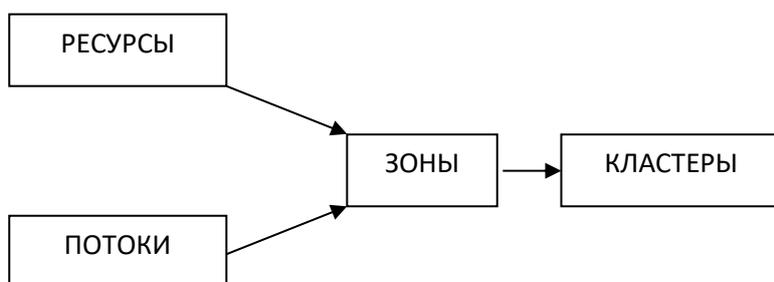


Рис. 62. Основные этапы пространственного анализа и туристского проектирования

При анализе ресурсного блока необходимо получить ответ на вопрос: каковы конкурентные туристские преимущества изучаемой территории? Следующий блок должен дать информацию о результатах включенности территории в туристскую систему региона. Изучение материалов, полученных при анализе ресурсов и потоков, дает возможность прогнозировать последующее туристское развитие территории. На основе анализа материалов о ресурсах и потоках можно подойти к выделению туристских зон.

Таблица 9

Этапы проектирования и последовательность работ

№ п/п	Блок	Наименование работ
1.	РЕСУРСЫ	Оценка топологических предпосылок развития туризма в районе
		Изучение природно-географических и социально-экономических условий развития туризма в районе
		Инвентаризация туристских ресурсов района
		Оценка туристской инфраструктуры
		Комплексная и сравнительная оценка ресурсного туристского потенциала района
2.	ПОТОКИ	Выявление туристской специализации
		Оценка сложившейся маршрутной сети
		Оценка существующих потоков
		Выявление перспективных видов туризма
		Изучение возможности формирования новых туристских предложений, новых маршрутов, нового туристского профиля района
Прогнозирование туристских потоков		
3.	ЗОНЫ	Определение туристских зон
4.	КЛАСТЕР	Определение туристской доминанты
		Моделирование туристского протокластера
		Концептуальное и технико-экономическое обоснование предлагаемых туристско-рекреационных объектов

Территориальное зонирование туристско-рекреационной деятельности отражает возможности ее развития в пространственном отношении. Оно необходимо для понимания территориальной организации, принятия планировочных решений, соответствующей бонитировки и количественной оценки земель для целей рекреации и туризма и многих других практических и бизнес-задач.

В некоторой степени туристско-рекреационное зонирование помогает наметить туристско-рекреационный каркас территории. Каркас в данном случае – это условная, мысленно воображаемая сеть территории, создаваемая туристско-значимыми транспортными путями, точечными и площадными туристскими ресурсами, актуальными и потенциальными туристскими объектами и маршрутами. Транспортные пути, составляющие туристский каркас, фактически объединяют основные современные пути, например, автодороги и пути транспорта недавнего прошлого и далеких эпох, а также реки как речные пути, речные волоки, используемые и брошенные лесовозные дороги, лесные просеки, охотничьи тропы, исторические пути и даже легендарные, сказочные пути. Любой из современных и давно ушедших в историю транспортных путей территории может быть востребован в туризме. Таким образом, туристский каркас вбирает в себя информацию обо всех транспортных путях и иных дорогах в районе всех исторических эпох.

Туристско-рекреационные зоны – это ареалы концентрации туристских ресурсов, выявленные на данный момент времени. Они включают центральные по значимости туристские объекты, обладают завершенностью маршрутов, связаны с населенными пунктами начала и окончания маршрутов, имеют перспективы формирования туристско-рекреационной специализации.

Следующий шаг работы – разработка туристского кластера, позволяющая внести системность в туристское предпринимательство за счет формирования взаимосвязанно работающей туристской инфраструктуры и основы для появления взаимодополняющих разноцелевых турпродуктов. Кластер понимается нами как доминанта на однородном экране, как иерархически организованное сочетание объектов, которые функционируют самостоятельно, но в сообществе выступают как туристский каркас определенной территории. Таким образом, кластер, выполняя функцию туристской структуры муниципального района, своим формированием стимулирует превращение района в эффективно функционирующую территориальную туристско-рекреационную систему.

На примере Гайнского района Пермского края покажем применение предложенной технологии для проектирования системы туристских объектов [96]. Район относится к тем муниципальным образованиям края, где туризм не развивался, а его достоинства почти неизвестны даже тем туристам, которые для своих

путешествий выбирают все новые места. Постараемся по некоторым обозначенным этапам кратко раскрыть предлагаемую технологию.

РЕСУРСЫ

Топологические свойства территории практически всегда можно использовать как туристские преимущества. Для Гайнского района эти особенности выражаются в следующем.

Гайнский – один из самых больших по размерам муниципальных районов края, а Гайны – самый дальний от Перми районный центр. Район является серединой пути между главными городами соседних регионов. Дистанционно здесь удобно останавливаться на ночлег, если расстояние в 700 км автотранспорту преодолеть за один день затруднительно.

Район из транспортно-тупикового в настоящее время превращается в транзитный и даже узловой с учетом проектируемой железной дороги БЕЛКОМУР. Здесь Кама пересекается автодорогой Пермь – Сыктывкар. На всем протяжении дороги это самое яркое место с точки зрения пересечения или касания дорогой выдающегося природного объекта.

Положение на Каме в ее верхнем течении – важный фактор. Именно в Гайнах и Гайнском районе можно увидеть неизменную Каму с поймами и деревнями на ее исконных берегах, чего нельзя уже наблюдать ниже по течению. Район – речной мир. Здесь сразу несколько значительных рек. Территория представляет собой бассейновую систему с одним из самых высоких показателей бассейновости (280 баллов из 300 возможных).

Район располагается в зоне тайги, в подзоне средней тайги. Это типичная тайга, наиболее классическая, эталонная часть таежной зоны Евразии. Это территория с самым высоким показателем доли лесистости в Пермском крае.

Широтный отрезок течения верхней Камы с прилегающим к нему поясом являлся древним путем распространения славянского населения на восток, на Урал.

Район располагается в зоне Севера. Условной границей Севера нередко считают параллель 60 градусов северной широты, отделяющую холодные широты от умеренных в Северном полушарии. Шестидесятая параллель проходит по южной границе Гайнского района.



60-я параллель, Гайнский район



пос. Сергеевский, Гайнский район

Таким образом, наиболее важными позиционными факторами развития туризма в Гайнском районе являются следующие: большие размеры территории района, крайняя удаленность от Перми, формирующаяся автомобильная транзитность в новом северном направлении, срединное и ландшафтно-яркое положение в поясе автодороги Пермь – Сыктывкар, положение на Каме, разветвленность и бассейновость гидрографической сети, расположение в подзоне средней тайги и на границе зоны Севера, нахождение на древнем пути миграций славян на восток.

Важная для развития туризма палеогеографическая особенность территории выражается в гипотезе исчезнувшего Пармийского моря [162]. По очертанию современной гидросети, из анализа уклонов, гидрологических и геологических характеристик территории, выраженной береговой линией, представленной песчаными осадками, выдвинута догадка о существовании в четвертичном периоде в этом районе крупного озера-моря. Размеры его сопоставимы с параметрами северной части Каспийского моря. Море простиралось между современными Гайнами и Сыктывкаром.

Эта особенность проявляется в уникальности современных ландшафтов района. Стоя на высоком правом берегу Камы в Гайнах и любуясь северными панорамами, видишь «море» тайги. Это ощущение имеет вполне реальную основу, так как, по мнению геологов, вы стоите на том месте, где был берег моря, и фактически видите дно древнего моря, занятое бескрайними лесами. Путешествуя по северу Гайнского района, вы путешествуете по дну древнего моря.

ПОТОКИ

С позиции современной востребованности отдельных видов туризма и отдыха, с учетом особенностей Гайнского района и его туристско-рекреационного потенциала можно предположить *перспективность определенных видов туризма*, полагая, что в настоящее время и в ближайшем будущем в них будет потребность, а может быть, и довольно значительный спрос. Среди них следующие виды.

Автомобильный туризм перспективен в связи с формирующейся транзитностью Гайнского района. Находясь на самых дальних окраинах Пермского края и Коми-Пермяцкого автономного округа, Гайнский район становится его связующей частью с Республикой Коми. Гайны располагаются примерно на середине автомобильного пути между Пермью и Сыктывкар, причем ближе к Сыктывкару, что может представить для автомобилиста, преодолевшего большое расстояние от Перми до Гайн, соблазн продолжить путешествие до Сыктывкара. Надо учесть и то, что от Сыктывкара можно вернуться в Пермь по дороге через Киров, совершив интересный кольцевой маршрут. Это позволит ознакомиться с двумя соседними регионами и их центральными городами, которые «отодвинуты» от Перми и не так часто посещаются пермяками.

Автотуриста привлекают в Гайнском районе его следующие особенности:

- невозможность попадания в район, кроме как на автомобиле;
- возможность паромных переправ через р. Каму к некоторым населенным пунктам, что вносит элементы романтики, северности, непредсказуемости;
- разреженное расселение, малая густота населенных пунктов, отсутствие плотного движения на дорогах, ощущение уединенности;
- многие грунтовые дороги проложены на песчаном грунте светлого, подзолистого цвета, что относительно редко встречается в Пермском крае и вносит разнообразие в поездку;
- сосновые боры-беломошники, бескрайние таежные леса, многочисленные и водоносные реки создают привлекательные и порой поразительные пейзажи, доставляя эстетическое наслаждение от поездки.

Очень привлекательным для пермяков автомобильным направлением является Сыктывкар, который можно рассматривать и как цель путешествия. По этому направлению уже проводились известные автопробеги и ралли. Это

направление знакомо автомобилистам по публикациям и воспринимается ими как интересное и достойное для оригинального автопутешествия.

Гайнский район может быть ареной автомобильных **внедорожных** ралли в связи с тем, что многие автодороги проходимы или полупроходимы только для внедорожников. При этом речь идет не о диких и заброшенных территориях и лесовозных дорогах, а об основных дорогах к важным населенным пунктам уровня центров сельсоветов. Так, одним из возможных путей для внедорожников может быть автомобильное кольцо: Усть-Весляна – Сосновая – Сейва – Монастырь – Усть-Весляна.

Велосипедный туризм может получить развитие в Гайнском районе в связи с ненапряженным в целом автомобильным движением, наличием многих интересных населенных пунктов, между которыми достаточно значительные расстояния девственного ландшафта, с красивыми видами северной природы, наличием массы возможностей организации бивуаков на берегах живописных рек и речек, в сосновых борах и т.д.

Целью велопутешествия может быть Адово озеро – уникальный природный объект Пермского края, крайне удаленный от краевого центра, охраняемый десятками километров бездорожья, девственной тайги и болот, овеваемый старинными легендами и рассказами его редких посетителей. Это, возможно, наиболее труднодоступный из всех известных природный объект Пермского края. Для заядлых велотуристов старые лесовозные дороги, лесные просеки и болотные тропинки не помеха, а, наоборот, наслаждение, если учесть, что путешественники стремятся к самому таинственному и красивейшему озеру.

Водно-моторный туризм имеет здесь широкие перспективы в связи с особенной гидрографической сетью:

- относительно медленные реки;
- нет обилия мелей и перекатов, которые «досаждают» лодочным моторам в горной части Пермского края;
- естественность гидросети, отсутствие широких акваторий водохранилищ, соразмерность наиболее крупных водотоков – Камы, Весляны и нижних частей их многих притоков – тем дистанциям, которые преодолеваются моторными судами за небольшие промежутки времени. Это позволяет получить невыразимое, насыщенное впечатление при поездке на моторной лодке от смены живописных береговых декораций, от остановок на песчаных пляжах и в сосновых борах, от преодоления больших расстояний за один день;
- разнообразие возможностей проложить маршруты.



Река Весляна



пос. Гайны

Только из пос. Гайны можно планировать следующие водно-моторные маршруты: Гайны – р. Кама – р. Леман, Гайны – р. Кама – р. Лупья, Гайны – р. Кама – р. Коса, Гайны – р. Кама – р. Весляна, Гайны – р. Кама вверх по течению. Из других населенных пунктов можно прокладывать пути по рекам Лолог, Тимшер, Порыш, Утьва, Черная, по верховьям Весляны.

Водно-моторный туризм имеет перспективы в Гайнском районе в связи с тем, что именно на территории этого района Пермского края речная сеть создает наибольшие для него преимущества.

Водно-моторные путешествия здесь могут естественно сочетаться с рыболовными, охотничьими, заготовительскими (ягодно-грибными) и многими другими целями.

Следует отметить, что Гайнский район активнее многих других районов края использует в настоящее время водные пути для речного транспорта. Паромные переправы, катера функционируют в течение всей навигации, и реки здесь наполнены жизнью.

Необходимо вспомнить, что в советское время здесь существовало совершенно уникальное для европейской части страны явление – северный завоз. Это было свойственно для Сибири, но также и для Гайнского района Пермского края. Продукты и товары завозились в район по реке в высокую весеннюю воду. Маршрут северного завоза можно воссоздать в туристских водно-моторных направлениях и брендах. Могут быть воспроизведены эксклюзивные сезонные маршруты-реконструкции познавательного или ностальгического характера.



Гайнский район



Река Весляна

Спортивный водный туризм, или сплавы на байдарках и катамаранах, в Гайнском районе всегда были относительно редки ввиду удаленности террито-

рии и медленного течения рек. Равнинный рельеф также не способствовал развитию водного туризма, проведению комбинированных водно-пешеходных маршрутов, так как не привлекал туристов-пешеходников. Веской причиной было и отсутствие пещер, так украшающих сплавы в горной части края. Несмотря на то что водные маршруты по рекам Гайнского района (Каме, Весляне, Тимшеру и некоторым другим) давно впервые пройдены и достаточно подробно описаны в классических путеводителях С.А. Торопова, используются они туристами редко, эпизодически. Наиболее популярным маршрутом, если так можно сказать, по-видимому, является маршрут по Каме, от ее истока из Удмуртии через Кировскую область в Пермский край.

Однако перспективы у водного туризма в районе немалые. Если соотнести скорости течения основных рек Гайнского района с быстротой рек уральского склона, то проигрыш будет незначительным. Учитывая явное улучшение транспортной доступности района, обилие в нем неизвестных для большинства водников рек, слишком большую плотность туристских судов на популярных реках восточной части края и растущую популярность этого вида туризма в Прикамье, можно предположить, что при соответствующем информировании такие маршруты будут востребованы. Задачей исследователей здесь может быть поиск таких участков рек, которые в наибольшей степени подойдут для спортивных сплавов.

Промысловая рекреация – это традиционные занятия местного населения Гайнского района и приезжих, связанные с охотой, рыбалкой, сбором ягод и грибов. При этом отдых и удовольствия от любимого занятия в той или иной мере сочетаются с добычей и заготовкой пропитания. Именно этот вид туристской деятельности до сих пор был единственным из сформировавшихся, отличающимся значительными масштабами. Он определяет имидж Гайнского района в туризме и рекреации. Промысловое значение Гайнского района обуславливается следующим:

- одно из наиболее глухих и удаленных от Перми мест Пермского края и наименее хозяйственно освоенная и заселенная территория;
- наиболее отдаленная от Кудымкара территория Коми-Пермяцкого автономного округа;
- находится на стыке трех регионов (Пермский край, Республика Коми и Кировская область), в удаленном углу от трех главных городов субъектов Федерации;
- располагается на стыке трех экономических районов госплановского районирования нашей страны в советский период (Уральский, Северный и Волго-Вятский экономические районы), что также свидетельствует об окраинной особенности этого места на карте нашей страны;

– северная природа, ландшафты средней тайги, сосновые боры, большие массивы болот, развитая и водоносная речная сеть, обилие старичных озер, а также многие другие природные факторы создают предпосылки для реализации богатых возможностей района для охоты, рыбной ловли, сбора грибов и ягод и других даров леса.

Орнитологический туризм – один из перспективных видов туризма природоориентированного, экологического профиля. Это путешествия и экскурсии с целью наблюдения за птицами в природе. Связаны его возможности с особенностями пернатых обитателей района. Среди специалистов-орнитологов Гайнский район известен как территория обитания редких видов птиц. Здесь живут беркуты. Через район проходит традиционный маршрут сезонных перелетов многих видов птиц. Это места их временных обитаний и постоянных гнездовий. Озеро Адово – один из наиболее известных рекорсменов по разнообразию и концентрации птиц.

Много возможностей по наблюдению за птицами предоставляют населенные пункты, располагающиеся на старичных озерах в долине Камы. Так, по рекомендациям орнитологов, в лесном поселке Кебраты за птицами можно наблюдать прямо из окна, не выходя из дома. По-видимому, ряд таких особенностей территории Гайнского района, как равнинность, лесистость, девственность, разнообразие водных объектов, обилие озер, болот, ягодных ландшафтов, создали очень благоприятные предпосылки для орнитологического богатства и разнообразия.

Историко-экскурсионный, археологический туризм возможен в связи с интересной и насыщенной событиями историей этих, вроде бы малообитаемых, мест. Через эту зону по широтному отрезку Камы распространялось славянское заселение территории Прикамья и Урала. Здесь были первые поселения славян.

Развитие туризма исторического плана прежде всего может быть связано с богатством археологического наследия благодаря остаткам древних городищ в окрестностях пос. Гайны у деревень Исаево и Анкудиново на высоком правом берегу Камы, а также во многих других местах района. Эти городища, если будут частично реконструированы, привлекут экскурсантов.

Из интересных объектов экскурсий необходимо назвать краеведческий музей в районном центре Гайны с хорошими экспозициями и дер. Монастырь близ с. Сейвы на левом берегу Камы в очень живописном месте с сохранившимся старинным деревянным храмом.

Этнографический туризм также целесообразно развивать, поскольку в Гайнском районе для этого есть большие возможности. Объектом экскурсий могут быть коми-пермяцкие деревни. Одной из таких интереснейших деревень является Иванчино.

Эта деревня являет собой пример того, как поселение целиком может быть экскурсионным объектом. Иванчино расположено так, как не характерно для других поселений. Оно находится не на реке и не на озере, что само по себе редкость. Однако в его природном расположении есть важная особенность. Деревня компактно разместилась на вершине небольшой возвышенности. Деревню окружают луга по склонам горы. Из самой деревни, с любого места, открываются великолепные дальние панорамы на лесистые низменности, идущие за дальний горизонт. С обеих сторон возвышенности, в болотцах, начинаются небольшие речушки с прозрачной водой. Сама деревня по застройке очень компактна, и кажется, что будто бы спланирована по единой схеме. Все строения деревянные, крепкие и старинные. Улицы неширокие, с добротными тротуарами. Вся застройка очень гармонична по цвету, где нет дополнительной краски, а присутствует лишь цвет дерева. В каждом хозяйстве много различных строений. На улицах много домашних животных и птиц. В центре деревни – конюшня с лошадьми и жеребятами. Люди приятны в общении, постоянно заняты сельскохозяйственным и домашним трудом, часто одеты в национальную одежду коми-пермяков.

Находясь там, восхищаешься тем, что ты прогуливаешься по реальной деревне, а не по специально созданному архитектурно-этнографическому музею под открытым небом. Ловишь себя на мысли, что Иванчино без музеефикации может конкурировать по уникальности с музеями-заповедниками, привлекающими многих экскурсантов.

Сельский туризм – один из развивающихся видов туризма в Западной Европе и некоторых регионах России, например в Калининградской области и Республике Алтай, связанный с отдыхом горожан в сельской местности, знакомством с сельскохозяйственным трудом, с питанием продуктами местного, в идеале – натурального производства.

Малые населенные пункты – лесные поселки, деревни, располагающиеся в живописных местах, окруженные многими километрами лесов, где люди во многом ориентируются на собственные личные подсобные хозяйства с большими огородами, сенокосами, выращивают домашних животных, заняты рыбалкой, охотой и сбором даров леса – идеально подходят для гостевого отдыха приезжих горожан в местных семьях.

ЗОНЫ

На территории Гайнского района по концентрации туристских ресурсов и с учетом возможной системы маршрутов можно выделить несколько *перспективных туристско-рекреационных зон*, показанных на рис. 63 [96].

Гайнская зона располагается вдоль долины Камы. Включает пос. Гайны, населенные пункты Усть-Весляна, Кебраты, Данилово, Касимовка. Охватывает

участок долины Камы с низовьями Лупьи и Лемана. Есть возможности развития водно-моторного и спортивного водного туризма, историко-культурного, археологического, фольклорно-этнографического и сельского туризма, орнитологических экскурсий и автомобильного туризма.

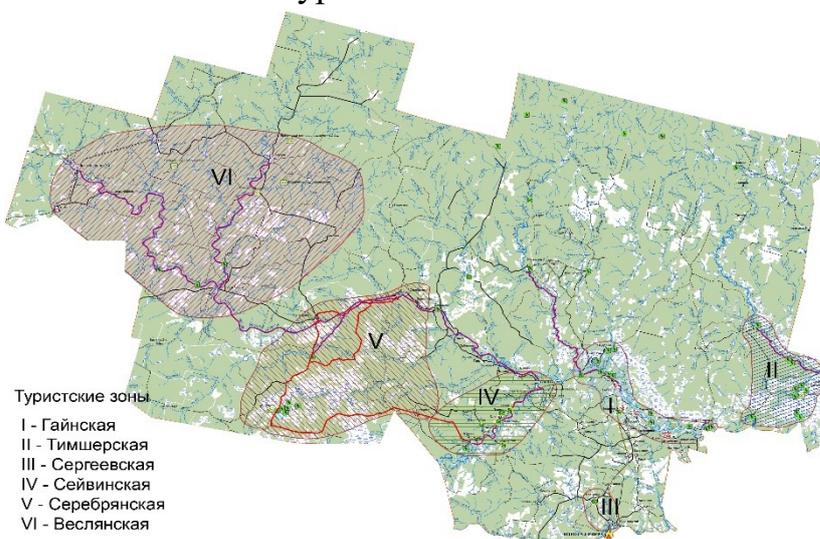


Рис. 63. Туристские зоны Гайнского района

Узловым пунктом выделенной зоны является пос. Гайны. В настоящее время он играет роль начального пункта всех туристских маршрутов по району. Одним из туристских брендов этой зоны может быть р. Кама.

Перспективным центром, в котором может проявиться туристская функция, является с. Данилово. Изменение статуса поселка должно произойти в результате проведения здесь прямой дороги на Сыктывкар. Таким образом, в поселке рекомендуется планирование объектов придорожной инфраструктуры, а именно: автозаправочной станции, мотеля, придорожного кафе и др.

Одним из туристских брендов данной местности может стать тема древнего моря. Непосредственно в окрестностях поселка возможна организация пешеходной маршрутной сети.

Поселок Кебраты может развиваться как центр орнитологического туризма. Поселки Харино, Агафоново, Анкудиново обладают значимыми предпосылками для развития археологического туризма.

Сергеевская зона находится на юге района. В нее включаются населенные пункты Сергеевский и Иванчино. Охватывает долину р. Лолог. Центром является пос. Сергеевский. Возможно развитие автотуризма, промысловой рекреации, этнографического и сельского туризма. Основным туристским брендом данной зоны может стать тема «Ворота Севера».

Сейвинская зона располагается по долине Камы и включает населенные пункты Сейва, Монастырь, Плесо. Центральным пунктом может быть Сейва.

Территория имеет возможности для развития сельского туризма, промысловой рекреации, историко-культурного, спортивного водного и велосипедного туризма и внедорожных авторалли.

Веслянская зона – самая далекая от районного центра, включает реки Весляну (от Кероса) и Черную в нижней части. Ее развитие связано с промысловой рекреацией, автотуризмом, спортивным водным и сельским туризмом. Узловым населенным пунктом туристской зоны является пос. Усть-Черная, который имеет большие перспективы, если учитывать улучшение транспортной связи с Сыктывкарком. Это последний значительный населенный пункт края. Здесь целесообразно развивать объекты придорожного сервиса.

Серебрянская зона включает часть бассейна Весляны, долину Утьвы, озеро Адово и пос. Серебрянка. Эта зона протягивается в Кировскую область, в долину р. Порыш. Здесь перспективны промысловая рекреация, велотуризм, водно-моторный и спортивный водный туризм, орнитологические экспедиции.

Тимшерская зона располагается в среднем течении р. Тимшер и включает озеро Нахты. В нее входят поселки Верхняя Старица, Лунным, Пятигоры. Сейчас она развивается как зона промысловой рекреации и спортивного водного туризма. Имеются большие возможности орнитологического туризма.

В связи с тем что Гайнский район не является в настоящее время оживленным туристским направлением и уступает по туристской популярности многим районам Пермского края, развивать сферу туризма следует путем создания совершенно нового туристского кластера. Большую часть Коми-Пермяцкого округа по уровню развития туризма можно рассматривать как относительно однородную, гомогенную, слабо наполненную туристским смыслом территорию, имея в виду не только редкие туристские потоки, но и слабую выраженность туристского имиджа, незначительную притягательность.

КЛАСТЕР

Благодаря кластеру туристское предпринимательство, сформировав взаимосвязанно работающую туристскую инфраструктуру и основу для появления взаимодополняющих разноцелевых турпродуктов, приобретет системный характер. Кластер понимается нами как доминанта на однородном поле деятельности, как иерархически организованное сочетание объектов, которые функционируют самостоятельно, но в сочетании выступают как туристский каркас муниципального района. Таким образом, кластер, выполняя функцию туристской структуры муниципального района, своим формированием инициирует превращение района в эффективно функционирующую территориальную туристско-рекреационную систему, изображенную на рис. 64 [96].

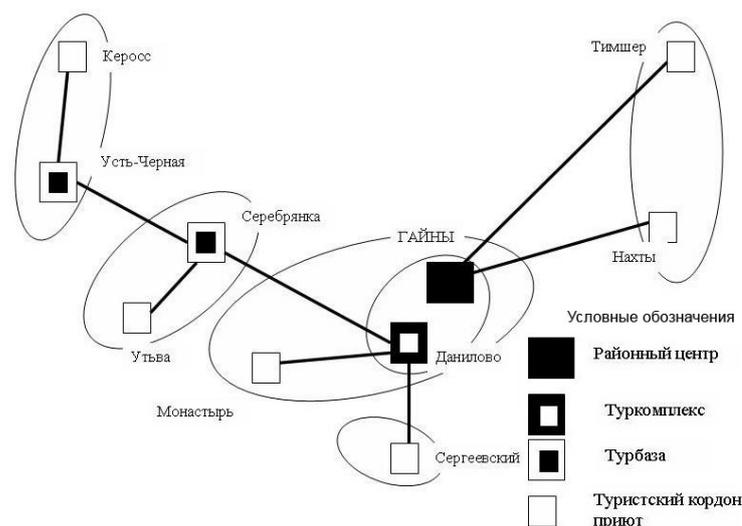


Рис. 64. Туристский кластер Гайнского района

На наш взгляд, иерархия элементов кластера в пределах Гайнского района должна быть как минимум из трех уровней ввиду обширности территории.

Первый уровень туристского предприятия можно назвать районным уровнем – это уровень туристского комплекса. Он должен быть расположен вблизи муниципального райцентра, но необязательно в районном центре. Предприятие должно привязываться к основному транспортному узлу района, если учитывать и перспективы развития транспортной сети. Его следует располагать так, чтобы оно было недалеко от главного транспортного входа в район и удобно для организации маршрутов во все уголки района, предоставляло разнообразный выбор турпродуктов. Оно должно осуществлять координацию работы всех элементов кластера. Обязательным условием являются яркие ландшафтно-эстетические достоинства локальной территории. На эту роль в Гайнском районе может претендовать с. Данилово.

Второй уровень туристского предприятия – кустовой, это уровень туристской базы или специализированного придорожного гостевого комплекса. Здесь предполагается выполнение функций организации конкретных активных участков путешествий или специализированного обслуживания, в том числе транзитного потока. Местом создания туристской базы может быть пос. Усть-Черная. Дорожный сервис с элементами туристской базы удобно расположить в пос. Серебрянке. Предприятие в Гайнах также может играть разнообразные роли второго уровня. Предприятию в пос. Сергеевский следует выполнять совершенно особую функцию в системе, прежде всего стартовую, брендовую. Это, скорее всего, должно быть необычное предприятие придорожного обслуживания со значительной экскурсионной и познавательной доминантой.

Третий уровень предприятий – это местный уровень, уровень туристского приюта. Основная их функция состоит в обслуживании туристов на активных

маршрутах. В настоящее время наиболее подходящими местами создания таких предприятий являются пос. Керос, р. Утьва, р. Тимшер и озеро Нахты.

Кластер увязывает все туристские зоны в единую бизнес-систему, поскольку предприятия кластера находятся в каждой зоне, где участвуют в подготовке специализированных компонентов турпродуктов. Туристская специализация зон выражается в разнообразии элементов кластера.

Достаточно сложным является вопрос выбора конкретного места для предприятий – элементов кластера. С учетом того что Гайнский район для туристской отрасли является новой, неосвоенной территорией, необходимо создать рациональную сеть предприятий. Если каждое из предприятий может работать специализированно и сезонно, рассчитывая на небольшое число туристских прибытий в отдельную зону, вся система при этом будет действовать разнообразно, создавая предпосылки для развития поточного туризма в районе.

Вопросы и задания

1. Определите последовательность этапов создания концепции развития туризма в муниципальном районе.
2. Какие муниципальные районы в Пермском крае относительно слабо туристски освоены?
3. Назовите ресурсы и особенности Гайнского района, на которые следует опереться в туристском развитии.
4. Какие виды туризма являются перспективными в Гайнском районе?
5. Какую территориальную структуру может иметь перспективный туристский кластер в Гайнском районе?

5.5. РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ КАК ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ

В этом разделе рекреация рассматривается как предварительный этап туристского развития территории; обсуждение вопроса проводится на основе совместной работы автора с А.А. Сафарьяном [101]. В технологии развития туризма предлагается первым этапом формирование рекреационной системы, а вторым – создание туристской системы. Обосновывается 100-километровая дистанция объекта в качестве границы, разделяющей его рекреационный и туристский хинтерланды.

Вопросы проектирования туристской инфраструктуры в настоящее время очень актуальны. Они рассматриваются географами и на муниципальном, и на региональном уровне. Превалируют предложения развивать территорию форми-

руя системы туристских объектов – кластеры. Л.Ю. Мажар [144] относит территориальную туристско-рекреационную систему к социально-экономическим целостностям высокого уровня организации.

Приступая к решению задачи развития туризма на той или иной территории, попытаемся ответить на вопросы: что предпринимать сначала, а что потом, на какие этапы следует разделить процесс формирования туристской территории. Попробуем определить логику в этих этапах, наполнить их содержанием, чтобы сделать эти этапы результативными и завершенными. Это необходимо потому, что задача развития туризма сама по себе выглядит с содержательной точки зрения размытой. Можно выдвигать желаемые количественные ориентиры (посещаемости и доходности) и стремиться к ним, но они также будут нуждаться в обосновании. Взглянем на эту задачу с позиции практика – руководителя предприятия сферы туризма, туристского сервиса или администратора территории.

Технология туристско-рекреационного развития территории интересует многих исследователей. Одной из первых моделей, на которой были основаны подходы к исследованию территориальной организации туризма, является модель, разработанная в 1970-е годы В.С. Преображенским [171] с учениками. Она получила развитие в работах Ю.А. Веденина, Н.С. Мироненко, Е.А. Котлярова, В.И. Твердохлебова, В.А. Квартальнова, И.В. Зорина, В.И. Кружалина, А.Ю. Александровой, Л.Ю. Мажар и др. Эволюция рекреационной функции территории раскрывается в работах Ю.А. Веденина [47] и И.В. Зорина [79]. Акцентируется важность исследований путей развития и проектирования территориальных туристско-рекреационных систем (ТТРС) И.М. Яковенко [227], Е.Ю. Колбовским [118], И.А. Дугаренко [73]. Как главный недостаток исследований отмечается отсутствие необходимого внимания к потребностям людей и преувеличение роли рекреационных ресурсов в формировании территориальных рекреационных систем.

Е.Ю. Колбовский [118] в процессах туристского проектирования в России выделяет ряд так называемых теоретических «лакун», одной из которых является «поверхностное представление о составе турпродукта и, как следствие, искаженное понимание взаимосвязи туризма и рекреации».

Рассмотрим предлагаемые подходы к разделению этапов развития ТТРС. Так, М.В. Кузнецов [147] видит два этапа формирования ТТРС: первый – освоение, второй – использование. При этом по отношению ко второму первый может быть и опережающим, и синхронным, и запаздывающим.

В процессе эволюции ТТРС Ю.А. Веденин [47] проводит более детальное разделение, наметив 6 этапов в 3 группах развития туристской территории: I. Формирование: 1) возникновение, 2) становление. II. Зрелость: 3) расцвет, 4) стагнация.

III. Деградация: 5) упадок, 6) исчезновение (с переходом в нерекреационное использование).

И.М. Яковенко [227] рассматривает процесс развития рекреационного природопользования (РП), выделяя следующие уровни: I – рекреационного освоения; II – роста масштабов РП; III – стагнации; IV – деградации (сокращение и исчезновение рекреационных функций).

Польский ученый Б. Владарчик [23] отмечает 5 этапов развития туристского пространства: 1 – дотуристский, 2 – проникновения, 3 – колонизации, 4 – урбанизации и 5 – послетуристское пространство.

Л.Ю. Мажар [144] иерархию свойств ТТРС представляет следующим образом: уровень 1 – система как философская категория (взаимозависимость, наличие внутренних связей, самоорганизация); уровень 2 – интегральная геосистема (мерность, топологичность, наличие территориальной структуры); уровень 3 – общественная геосистема (наличие общественно значимой цели, управляемость, динамические свойства); уровень 4 – территориальная туристско-рекреационная система (демо(антропо)центричность системы за счет рекреационных потребностей человека, полиструктурность, функциональное разнообразие).

По мнению Ю.Д. Дмитриевского [69], не все рекреационно осваиваемые районы становятся действительно туристскими, а потенциально туристский район не всегда превращается в туристский при проведении большой организационной работы даже при условии вложения крупных средств в создание туристской инфраструктуры. Речь идет о развитии гостиничного комплекса (отели, кемпинги, туристские базы и прочее), а также транспорта, включая дорожное строительство. В.И. Кружалин [132] отмечает, что предпосылкой возникновения туристского кластера является необходимость создания технологических связей между предприятиями и секторами экономики, участвующими как в производстве, так и реализации турпродуктов.

Для рассматриваемого аспекта одним из существенных факторов является **географический размах** вовлечения территории или предприятия в туризм. Этот масштаб может быть местный, а может быть значительно больше. Объект может быть востребован в пределах региона, «работать» на соседние регионы, иностранные государства, ближние и дальние. Дальность поездки до дестинации отражает известность объекта, его степень уникальности, влияет на продолжительность пребывания в месте посещения и может быть ключевым индикатором при планировании развития туристской сферы. Исходя из этого можно выделить ярусы туристского развития территории, которые для объекта, расположенного в Пермском крае, определим терминами: местный, региональный, государствен-

ный и международный. Можно провести и более дробное деление, добавив к четырем уровням еще два: ввести межрегиональный (смежно-региональный) ярус и разделить международный на поездки из ближних и дальних стран.

Если попытаться отыскать главную линию разделения в обозначенных ярусах, то особенно следует выделить деление на два этажа: **местный и масштабный** (все, что за пределами местного яруса). Туризм на территории может быть местным, тогда территория «работает» на местных жителей из ближайшего окружения, а может играть важную роль и для жителей более отдаленных мест. Встает вопрос четкого определения понятия «ближнее место».

Ближние места можно оконтурить кольцом 100-км радиуса от туристского объекта. Работу предприятия исключительно на зону стокилометрового окружения условно можно рассматривать как сферу местного туризма. В Европейской части России она соизмерима по размерам с регионами. В больших западно-европейских странах 100-км показатель доступности от центров неплохо соотносится с размерами их крупных регионов (Бавария, Каталония, Ломбардия, Трансильвания) и в целом соответствует малым европейским странам. В этих местах высокая плотность дорог, поэтому показатель в 100 км доступности логичен при разделении местного и масштабного уровней туристских перемещений. В России на Европейском Севере, на Урале, в Сибири и на Дальнем Востоке такой подход обоснован лишь в центральных частях субъектов Федерации. На рис. 65 показано несколько примеров соотношения территорий стран и регионов со стокилометровыми туристскими хинтерландами вокруг главных центров.

Итак, устанавливая географические масштабы участия в туризме объекта, мы выделяем **два кольца, первое – радиусом до 100 км, второе – за его пределами**. При поездке на расстояние до 100 км речь, как правило, идет о посещении мест, географически близких и часто природно похожих, но тем не менее интересных. Поездка на большие расстояния связана с местами далекими и не похожими. Поездки в ближние места и путешествия в дальние, как правило, различаются мотивами, программами и многими компонентами. Говоря о местном и масштабном уровнях, мы можем подразумевать внутренний, с одной стороны, и въездной-выездной типы туризма в традиционном понимании – с другой.

Если база отдыха располагается в Пермском муниципальном районе, где гостями являются жители Перми, то можно сказать, что эта база отдыха специализируется на внутреннем туризме и является туристским объектом местного уровня. Будем считать, что **такой объект выполняет в основном рекреационные функции**.

Таким образом, если ставить задачу развития туризма на территории, то следует условно разделить ее выполнение на два этапа [71]. **Первый этап – ре-**

креационный, когда не предполагается широкой известности объекта и нет работы на въездной поток. При этом решается задача развития рекреационных объектов для местных жителей и ближнего окружения (условно до 100 км), обеспечения необходимых сервисов.

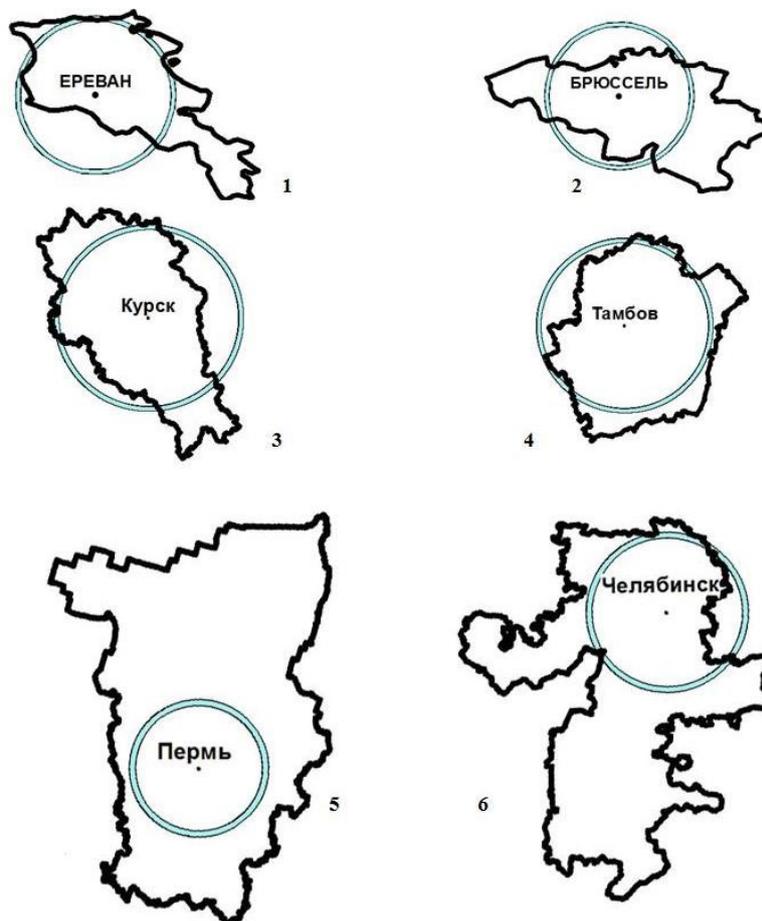


Рис. 65. Соизмеримость рекреационной зоны в 100 км с размерами регионов и стран: 1 – Армения, 2 – Бельгия, 3 – Курская область, 4 – Тамбовская область, 5 – Пермский край, 6 – Челябинская область

Второй этап – туристский, когда ставится задача на базе созданной рекреационной территории обустроить туристскую, т.е. работать не только на местном уровне, но и на более масштабном, привлекая посетителей из-за пределов ближнего окружения, условно из-за пределов 100-км кольца.

Вовлекая объект или местность в туристскую сферу, мы первоначально ставим задачу формирования рекреационной территории с услугами местным жителям и жителям ближнего окружения. После того как эта задача решена, можно выдвигать задачу формирования на базе созданной рекреационной территории туристской территории, которая будет принимать внешних посетителей (из-за пределов региона или из удаленных мест большого региона).

При таком понимании рекреационной и туристской территорий существенных различий по инфраструктурной «начинке» у них немного. В чем же

разница? Отличия есть в географическом масштабе туристского рынка, в туристской информации. В видах туристско-рекреационной активности может быть некоторое увеличение разнообразия деятельности, но остаются основными прежние главные рекреационные занятия.

Какие территории в наибольшей степени подходят для подобного двухэтапного планирования развития туристской сферы? Пригородные ареалы более приемлемы, чем периферийные, поскольку прежде всего окрестности крупных городов выполняют рекреационные функции. Можно сказать, что **внутренний туризм формирует рекреационную территорию.**

Давно замечено, что **туризм внутренний следует в начале туристского развития территории, а международный – является следующим по времени этапом.** Вовлекаются в иностранный туризм именно те объекты, которые хорошо освоены внутренними посетителями. Так, в Пермском крае международным туризмом охвачены такие известнейшие прежде в отечественном туризме места, как Кунгурская ледяная пещера, архитектурно-этнографический музей Хохловка, Белогорский монастырь, архитектурно-исторические комплексы Чердыни, Соликамска, Усоляя.

Иностранные туристские группы сплаваются по таким участкам пермских рек, которые были наиболее популярны в советский период. Это реки Чусовая, Усьва, Койва, Вишера. Случаи путешествий иностранцев по непопулярным в местном туризме участкам рек единичны.

Отметим исключение. Музей политических репрессий «Пермь-36» после его создания стал объектом именно международного туризма, а в составе внутреннего не столь популярен. Таким образом, есть и обратные случаи, но они очень редки и специфичны.

В связи с изложенным можно сделать следующий вывод. **Развивать территорию в туристском отношении следует в два самостоятельных этапа.** Сначала следует поставить цель организации рекреационной территории, а после ее выполнения наметить стратегию организации туристской территории. Особенности этапов показаны на рис. 66 [71].

Первый этап будет завершен, когда в обозначенный ареал направится стабильный местный туристско-рекреационный поток с пространства в пределах условной границы в 100 км, когда в этом ареале появятся надлежащие сервисы и будет создана соответствующая комфортная рекреационная среда.

Второй этап – именно туристский, рассчитанный на широкую известность территории и свидетельствующий о ее готовности к приему посетителей из более удаленных мест.

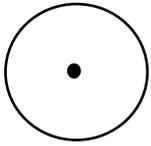
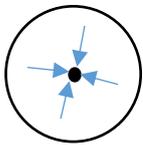
На входе	I этап	II этап
Территория	Рекреационная территория	Туристская территория (дестинация)
Дальность поездки	До 100 км	Свыше 100 км
		
- объект интереса	- рекреационные поездки	- рекреационные поездки
Известность, популярность	Внутри региона	Межрегиональная, национальная
Действия	Развитие рекреационных занятий	Развитие туристских маршрутов

Рис. 66. Этапы развития туристско-рекреационной системы

М.Б. Щепакин и А.С. Басюк [225] в формировании дестинации видят 9 этапов; при этом на первом этапе, по их мнению, территория еще не претерпела изменений туристского характера, на девятом – экономика здесь должна развиваться с мультипликативным эффектом.

Туристская политика стран, особенно таких, которые планируют развивать туризм в большом масштабе, должна базироваться на существующей местной рекреационной практике. После становления рекреаций (туризма на местном уровне) будет легче развивать масштабный туризм благодаря таким предпосылкам, как выявление туристского потенциала, обозначение главных привлекательных объектов, инфраструктурное обустройство, экономические факторы.

Тенденции и приоритеты в туризме меняются быстро ввиду изменения потребностей людей. Н.С. Мироненко [152] отмечает две основные тенденции в эволюции рекреационной деятельности, замеченные в последнем десятилетии прошлого века. Первая – все очевиднее рост популярности видов рекреации, связанных с использованием естественных (непреобразованных или слабо преобразованных) ландшафтов, и вторая – появление новых, рекреационных занятий.

Ф. Бордо из университета Гренобля [3], изучая тенденции в туризме, делает следующее наблюдение. В Западной Европе до Второй мировой войны любимыми местами отдыха являлись курорты с чистым воздухом, а основным видом туризма был культурно-познавательный, в послевоенный период основной поток сориентировался на береговые зоны, а наиболее массовым видом туризма

стал пляжный. Сегодня просматривается возврат к курортному и культурно-историческому туризму. Одной из причин этого является вредное воздействие солнечных лучей на кожу человека.

Таким образом, если по тем или иным основаниям данное географическое место сочли непривлекательным для сферы туризма, то это не значит, что его статус не изменится по прошествии времени. Любое место может стать туристской дестинацией, но поводы для этого могут быть разные. Для туристского развития места можно что-нибудь изменить, построить или же ждать более удобных мировых тенденций. Но если быть реалистом, то для формирования сферы туризма в конкретных местах все же нужны какие-то усилия. Вряд ли кто-либо из читателей этой книги отдыхал в Арабских Эмиратах до 80-х годов прошлого века, а сейчас страна является одним из важнейших направлений. Озеро Лох-Несс прежде посещали как красивый уголок, туристы были малочисленны, место имело в основном значение для рекреантов. С распространением слуха о неизвестном существе ситуация в корне изменилась. Если в одном случае на развитие туризма повлияли инфраструктурные и экономические факторы, то в другом – информационные.

Если считать, что любое место имеет уникальность, то для развития туризма надо выявить эту уникальность и ее выгодно преподнести. Эту задачу решает рекреация, поэтому **одной из самых важных среди ролей внутреннего туризма является открытие места для туризма – *discovery***. Для того чтобы развивать сферу туризма в какой-то местности, нужно, чтобы люди узнали о ней каким-либо образом: с помощью рекламы, агитаций, работы иностранных туркомпаний. Методов много, и они в основном известны, но проблема не в том, как продвигать. Главный вопрос – что рекламировать?

Сфера туризма является отраслью экономики, и для нее характерен своеобразный вид продукта, который состоит в том числе из услуг, и в этом трудность проблемы. Надо ли рекламировать хорошие услуги, инфраструктуру, климат, историю, природу, местные обычаи, что-то отдельное другое или же следует делать это все вместе? Необходимо донести до людей то, что пробудит их интерес, а главное – желание побывать в этом месте, а интерес приезжих – это именно то, что уже разбудило интерес местных жителей. Меньше возможных ошибок встретится впереди, если решение о путях развития туризма в регионе будет основываться на уже существующих приоритетах в рекреационной системе.

Чаще всего местные жители осведомлены о живописных местах и интересных рекреационных занятиях своего региона лучше, чем кто-либо другой. Итак, на первом этапе место становится территорией рекреации, которая будет продвигаться одновременно с обустройством общей функциональной и рекреационной инфраструктуры, с привлечением инвестиций.

Существует большая разница между странами с большой и с малой территориями. Гражданин страны с большой площадью, проживающий далеко, может воздействовать на развитие туризма в регионе и считаться туристом. В малой стране все местные посетители туристского объекта, по сути, могут условно относиться к рекреантам или экскурсантам.

Если обобщить сказанное, то придем к следующему. Во-первых, надо развивать рекреацию, основываясь на интересе и потребностях местных жителей, это не вызовет больших расходов и будет определенной попыткой проверки туристского потенциала территории. Если объекты и территория не пробудят интереса местных жителей, будет наивно полагать, что они станут популярными у дальних отечественных или иностранных туристов, хотя могут быть и исключения. По этому поводу Е.Ю. Колбовский [118] выражает следующее мнение: туристско-рекреационная сфера РФ сможет развиваться только при условии «переворачивания» пирамиды услуг с ног на голову – туризм должен опираться на предварительно развернутые рекреационные возможности.

Приведем два примера влияния рекреации на последующее развитие туризма [101]. Первый связан с популяризацией рек и речных долин Пермского края путем сплавов, а второй – с вовлечением в туризм небольшого местечка в северной горной части Армении с помощью социальных сетей.

Сплавляться по рекам Пермского края популярно и модно. Это тот случай, когда способ рекреационных занятий абсолютно не зависит от величины дохода. Совершенно разные по своим финансовым возможностям люди будут предаваться всю зиму приятным воспоминаниям и гордиться тем, что провели на сплаве по родным речкам летние дни. Сплав относится к устойчивой местной рекреационной традиции. Когда она зародилась – сказать трудно. Ее можно связывать и с перемещением дружины Ермака на стругах на восток по рекам через Урал, и с железными караванами барок с востока на запад. Однако возможна связь и с более ранними временами, если мы представим, сколь давно была изобретена изящная и удобная вишерская лодка. Она, скорее всего, существовала и до прихода русских в Предуралье.

В 50-, 60- и 70-е годы XX века сплав по рекам Пермского края наиболее массовым был в период весеннего половодья. Развивался и школьный водный туризм в летние месяцы, причем его география расширялась, наряду с популярными реками и их отдельными участками, были освоены, изучены и пройдены практически все значительные реки края. Были изданы прекрасные путеводители С.А. Торопова по речным маршрутам (есть мнение, что лучшие в СССР), ставшие классическими. Еще одной формой организации сплавов были плановые маршруты, начинавшиеся от профсоюзных турбаз по рекам Чусовой, Сылве

и Ирени. Основной контингент сплавающих в советский период был местный, но добавлялись и гости из других регионов Союза, прежде всего уральцы.

Сейчас традиция поддерживается и развивается. Это популярное рекреационное занятие все более востребовано, однако есть изменения. Сильно увеличился поток сплавщиков в летние месяцы (перевалив за 100 тысяч участников). Это семьи с детьми, школьные классы, полевые летние лагеря, корпоративные группы. Путешествия, как правило, организуются местными туроператорами, сопровождаются специальными гидами, но и доля самостоятельных путешествий велика. О широте предпринимательства в этой области можно судить по обилию сплавных объявлений в летнее время, по многочисленным предложениям аренды снаряжения. При этом сильно увеличилась нагрузка лишь на несколько стокилометровых участков рек, которые стали предельно популярны. Другие участки уступают массовостью во много раз. Новые места не исследуются. По мнению А.Ю. Королева [125], площади так называемых «туристских полюсов недоступности» в современных условиях хозяйствования увеличиваются. Можно сказать, что при возрастании числа сплавающих пространство их путешествий сильно сжимается.

Иностранные туристы появились на уральских реках с началом перестройки. Им стали организовывать маршруты сплава летом по тем нескольким участкам рек, которые были самыми популярными и для местных жителей. Таким образом, въездной и международный туризм лишь акцентировали туристское значение основных речных участков, не вводя ничего нового географически. Иными словами, международный туризм выбрал путь, проторенный местным туризмом, местными рекреационными занятиями, избрав те маршруты, которые были наиболее популярны на этапе развития внутреннего туризма.

Другой пример. Ластивер – это один из живописных уголков Армении в северо-восточной части страны, в 20 км западнее Иджевана в Тавушском марзе (марз – армянский аналог административного региона). Природа здесь особенно интересна лесами, которые считаются «легкими» Армении. «Ластивер» – название пещеры, которая находится на берегу р. Хачахпюр, притока Агстева. Пешая тропинка, ведущая вверх по долине, проводит до пещеры путешественников, которые весь путь наслаждаются живописным горно-лесным ландшафтом. Достопримечательными являются водопады, где в тёплый сезон принято по пути искупаться в чистых прохладных водах реки. Интерес представляет происхождение названия пещеры, в которой во время монгольских нашествий XIII–XIV веков местное население находило пристанище. Пещера располагается почти на гладкой стене каньона. Чтобы добраться до нее, людям пришлось соорудить длинную лестницу из лежащих бревен. Сооружение походило на плотину, именно поэтому в народе местность стали называть «Ластивер», что в переводе

с армянского – «вверх по плотине». Выше, в 250 м, находится пещера под названием «Анапат», внутри которой на стенах сохранилась наскальная живопись. Археологи считают, что первые люди в этих пещерах поселились в эпоху мезолита. Именно к этому времени сознание первобытного человека стало требовать не просто угла и укрытия для ночлега, а уже какого-то интерьера. Так, люди стали сначала селиться, а затем и благоустраивать пещеры для собственных нужд. Пещеры Ластивер сегодня демонстрируют явные следы обработки человеком: шлифовка внутренних стен, наскальная живопись. Место являлось святилищем, посвященным древнеармянским богиням, потому что рисунки напоминают именно языческих богинь дохристианской Армении [184].

Несмотря на то что это место с историческими загадками и прекрасной природой, люди не посещали его вплоть до последних 5 лет. Все началось с того, что энтузиасты стали бывать здесь довольно часто, познав и оценив достоинства места. Они начали организовывать пешие походы, не преследуя коммерческого интереса. Кроме того, в Интернете появилось много фото, видео и высказываний, отражающих впечатление о походах. На начальном этапе освоения места участие в них принимали не многие, это были в основном молодые люди.

В итоге в течение примерно 5 лет наступил «бум» Ластивера. Основными причинами являлись пешие походы отдельных путешественников и материал, появившийся в Интернете, в частности в соцсетях. Отметим большую роль мировой сети в туристских процессах и особенно для популяризации малоизвестных мест. Вскоре, как только место стало популярным среди местного населения и любимым маршрутом их пеших походов, различные туристские компании и гостиницы начали предлагать его посещение иностранцам. Сегодня место вызывает интерес не только у жителей страны, но и у иностранных гостей, став полноценным туристским объектом. Об этом свидетельствуют как большая посещаемость, так и количество турпрограмм, где посещение Ластивера является одним из главных пунктов.

Другая примечательная сторона этого примера в том, что не были затрачены деньги для популяризации туристского объекта. Все информационное поле оставалось на уровне социальных сетей и разговоров между людьми.

Итак, мы поддерживаем мнение многих специалистов о том, местный туризм предвещает международный. Более того, **территориальная организация иностранных потоков повторяет и акцентирует уже сложившуюся пространственную организацию внутреннего туризма, используя уже появившиеся доминанты на местном уровне.** Развивая туризм на какой-либо территории, стремясь вывести его на более широкий географически или более массовый уровень, следует разделить этот проект технологически на два этапа. **Сна-**

чала необходимо сформировать концептуально рациональную и эффективно работающую рекреационную систему и только затем ставить задачу создания туристской системы [101].

Вопросы и задания

1. Чем отличаются рекреационное развитие территории и туристское развитие территории?
2. Почему рекреационное развитие территории должно предшествовать туристскому развитию?

5.6. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО ПОЯСА

Выделение туристских поясов – важная задача для понимания территориальной организации туризма, для развития отрасли в России. Эти пояса не явны, их следует обосновать теоретически. Покажем наше понимание пояса на примере концептуального проектирования Южной Сибири.

Сибирь – самый большой регион мира; понятием «регион» охватывается часть государства, имеющая собственное природно-историческое название. Яркой физико-географической особенностью Сибири является ее горный пояс в южной части, который географы называют «горы Южной Сибири». Великий, планетарно выраженный пояс, состоящий из нескольких обширных горных областей и множества хребтов, протягивается от Алтая до Приамурья. Эти горные области в течение уже многих десятилетий охвачены в той или иной степени туристско-рекреационными процессами. Целый ряд изолированных географических ареалов и мест специализируются в данной отрасли.

Несмотря на то что **многие местности Южной Сибири очень важны для российского и международного туризма**, современная реализация туристского потенциала имеет здесь в основном локальное, очаговое проявление. Весь пояс, который в природном отношении явно может претендовать не только на общегосударственное, но и на мировое туристское значение, до сих пор не выражен в общем виде как единый контур, пространственно не структурирован, не спланирован стратегически в туризме. Как результат, пояс не играет той глобальной роли, которую может играть для вовлечения в туристскую деятельность населения России и мира.

Если попытаться наметить в России большую территорию, которая была бы целостна в природном отношении, понимаема как единый физико-географический макрорегион, привлекательно насыщена, обладала бы туристскими ресур-

сами мировой известности, была бы климатически комфортна, увязана транспортно и обеспечена инфраструктурно, то признаем, что этими качествами прежде всего обладают горные пространства Южной Сибири. По своим территориальным масштабам и возможностям **полоса гор Южной Сибири может быть главным туристско-рекреационным поясом России**. Задача состоит в создании на пространствах от Алтая до Забайкалья, а возможно, и до Приамурья, пояса, который будет иметь не только внутригосударственное, но и планетарное туристское значение.

Горная территория Южной Сибири складывается из многих горных областей: включает Алтай, Кузнецко-Салаирскую горную территорию, Западные и Восточные Саяны, горы Тывы, хребты Прибайкалья и Забайкалья, горные области Приамурья. На этой территории находится озеро Байкал, множество рек и озер.

Значительная населенность, этническое богатство и хозяйственная насыщенность Южной Сибири выражается в социально-региональной палитре. В пределах этого пояса расположены полностью Республика Алтай, Кемеровская область, Республика Хакассия, Республика Тыва, Республика Бурятия, Забайкальский край, а частью территории в него входят Алтайский край, Новосибирская область, Красноярский край, Иркутская, Амурская области, Республика Якутия, Хабаровский и Приморский края.

Гигантские территориальные масштабы пояса, в несколько миллионов квадратных километров, яркие горные системы, грандиозные природные достопримечательности, узловое транспортно-географическое и геополитическое положение, достаточный уровень экономического и инфраструктурного развития дают **возможность развития нескольких туристско-рекреационных кластеров регионального масштаба**. При стратегической и технологической стыковке региональных кластеров можно рассчитывать на формирование туристско-рекреационного пояса мирового ранга, значимого в международном разделении труда.

В качестве возможных туристско-рекреационных кластеров Южной Сибири в первую очередь можно обозначить следующие: **Алтайский, Кузнецко-Шорский, Тувинско-Хакаский, Красноярско-Саянский, Байкало-Саянский, Северо-Байкальский, Чарско-Кодарский**. В данном случае для будущих кластеров выбраны географически точные территориальные названия, которые можно заменить другими, более отраслевыми или функциональными. Создание других туристских кластеров регионального ранга возможно в Южном Забайкалье, в восточной зоне БАМа, на пространствах, примыкающих к поясу гор Южной Сибири.

На примере Байкало-Саянского кластера раскроем содержание туристско-рекреационного кластера и направление кластерной стратегии развития территории.

Идея кластера регионального ранга состоит в том, что в определенных местах с высоким туристско-рекреационным потенциалом имеющаяся транспортная сеть и сеть популярных туристских маршрутов хорошо связывают ареалы, принадлежащие разным субъектам РФ. Как правило, эти туристско-сцепленные ареалы имеют значительные площади, сопоставимые с размерами субъектов РФ. Они располагаются на границах социально-экономических регионов, хотя нередко включают и их столицы. Таким образом, оконтуривание территории будущего кластера (протокластера) заключается в определении уже существующей туристско-рекреационной территориальной системы, которая не совпадает с территорией субъекта РФ.

Байкало-Саянский туристско-рекреационный кластер, по нашему мнению, сложился в месте встречи Байкала и Саян, в Южном Прибайкалье и Восточных Саянах. Он протягивается от берега озера Байкал на востоке до района пика Топографов на западе. Его транспортными осями служат Транссибирская железнодорожная магистраль, автодороги Иркутск – Улан-Уде, Слюдянка – Орлик. Кластер охватывает южные территории Иркутской области, западные территории Бурятии, восточные территории Тувы. Ключевыми населенными пунктами кластера являются Байкальск, Слюдянка, Аршан, Кырен, Нилова Пустынь, Орлик. Кластер связан со столицами регионов: Иркутском, Улан-Уде и в перспективе с Кызылом. Территория может быть кластером при условии целостности и взаимодействия предприятий туристской сферы, наличия объединяющих программ, проектов, туров, маршрутов, единого позиционирования и легендирования.

Кластер возникает, если на территории, обладающей вышеперечисленными условиями, появляется доминанта, когда пространство структурируется в расчете на эту доминанту и приводит к динамике деятельности всех предприятий территории, их взаимодействию. Такой **основной доминантой кластера может быть Байкальск, а дополнительными доминантами – Аршан и Орлик**. Каждая из доминант возглавляет в непосредственном локальном ареале кластер микроуровня: Байкальск – кластер приозерного, берегового профиля, Аршан – горно-курортного направления, Орлик – активно-туристской специализации. Все три ареала – Байкальский, Аршанский (Тункинский), Орликский (Окинский), отличаясь разнонаправленностью и вместе с тем единством, должны взаимодействовать в туристском отношении, работать как единый туристский кластер регионального (межрегионального) уровня.

Объединение территории в неинституциональное взаимодействующее сообщество туристско-рекреационных предприятий в виде Байкало-Саянского кластера позволяет **за счет небольших транспортных перемещений и разнообразия предложений** не просто получать значительный дополнительный эффект, а с помощью новых проектов и программ вывести туристскую значимость территории на более масштабный уровень. Появляется широкая возможность комбинирования элементов и функций локальных туристских контуров. Программы могут строиться на сочетании рекреации на акваториях и побережьях (Байкал), санаторно-курортного лечения (Аршан, Нилова Пустынь и даже народный курорт Шумак), треккингов (Хамар-Дабан, Саяны), спортивных сплавов (реки Ока, Снежная, Хара-Мурин, Китой, Иркут), экскурсий (Кругобайкальская ж.д.), городского туризма (Иркутск).

Туристско-рекреационные кластеры в пределах пояса должны выстраиваться иерархически. Можно выделить три уровня иерархии.

А. Макроуровень – уровень федеральных программ и государственного координирования. Это туристско-рекреационный пояс гор Южной Сибири. Пояс должен проявлять себя как кластер макроуровня.

Б. Мезоуровень – уровень региональный и межрегиональный. Предполагает региональное и межрегиональное координирование. Образцом может служить Байкало-Саянский туристско-рекреационный кластер.

В. Микроуровень – уровень локальный. Предусматривает муниципальный и межмуниципальный контроль. Примером может быть Орликский (Окинский) туристско-рекреационный кластер.

Структура кластеров предполагает наличие следующих компонентов.

1. Ареал взаимодействия предприятий туристско-рекреационной сферы.
2. Функциональная выраженность всего ареала, проявление определенного туристско-рекреационного профиля.
3. Единство транспортной сети.
4. Завершенность системы туристских маршрутов в пределах кластера.
5. Наличие явной доминанты или двух-трех доминант основных и дополнительных. Так, в кластере горы Южной Сибири на роль основных доминант могут претендовать Новосибирск и Иркутск, на роль дополнительных – Барнаул, Красноярск, Улан-Уде.

Горный характер пояса Южной Сибири предполагает сочетание природно-сохраненной горной полосы и инфраструктурно обеспеченного окружения. Это дает широкую возможность единых проектных предложений для всего пояса, например создание **Большой Сибирской тропы**.

Проект пояса гор Южной Сибири как туристско-рекреационного пространства может транслироваться и распространяться на соседние горные районы – Саур и Тарбагатай, Джунгарский Алатау, Тянь-Шань, Памир, Монгольский Алтай – в **виде международных проектов** с Казахстаном, Кыргызстаном, Таджикистаном, Монголией, Китаем и другими странами.

Вопросы и задания

1. В чем состоит туристская уникальность пояса гор Южной Сибири?
2. Какие туристские доминанты можно выделить в этом поясе?
3. Какое межрегиональное и международное взаимодействие может быть перспективно в Южной Сибири?

5.7. РАЗВИТИЕ ДОСТУПНОСТИ ТУРИЗМА

Регионы России заинтересованы в развитии туризма, для этого разрабатываются концепции, поддерживаются разнообразные инициативы. Есть большая потребность в аргументированном сбалансированном развитии направления. Система туризма в регионе должна стремиться к оптимальной отраслевой и пространственной структуре, к удобному сезонному графику деятельности. Речь идет о поиске основных принципов развития туризма в региональном контексте.

Важной задачей в деятельности по развитию туризма в России является повышение доступности. **Туризм должен быть доступен** жителям городов и сел, центральных мест и периферийных пунктов, на севере и на юге, на западе и на востоке. Для этого туризм должен развиваться не только в популярных местах с природными и культурными шедеврами, а на всей территории России.

Территория России, крупнейшей страны мира, изучалась и осваивалась многими столетиями, но до сих пор открывает новые тайны и способна удивлять. Многочисленные регионы разнородны по ресурсам и должны различаться туристской специализацией, но все же есть сегодня общие задачи и принципы развития туризма в России.

Значимым современным принципом следует признать **принцип развития туризма на всей территории страны.**

Эффективный путь повышения доступности туризма – **микромаршруты**, которые должны быть разработаны и при необходимости обустроены во всех без исключения регионах и муниципалитетах страны. Микромаршруты, по нашему мнению, – это непродолжительные (1–3 дня) и непротяженные путешествия, позволяющие наиболее гибко и персонально вести туристскую деятельность.

Муниципальный туризм необходимо законодательно оформить как понятие и функцию и стимулировать для создания насыщенной сети микромаршрутов, их безопасной эксплуатации. Это будет способствовать формированию правильно организованной туристско-рекреационной среды в стране, оздоровлению и воспитанию людей.

Стягивание в главные города страны и некоторых регионов организующих туристских функций рационально с позиции выездного туризма и точечного формирования туристских зон, но неэффективно для решения задачи равномерного и общедоступного развития туризма на всем пространстве России. Эту задачу не решить без формирования и курирования маршрутной сети на уровне муниципалитетов.

Развитие микромаршрутов **без привлечения специального финансирования позволит:**

- увеличить число занимающихся туризмом в стране;
- повысить туристскую мобильность населения;
- снизить зависимость доступности путешествий от возраста, здоровья и места проживания;
- расширить условия для занятий туризмом людей с ограниченными возможностями;
- развить туристское движение между соседними поселениями, муниципалитетами и регионами.

Такая постановка вопроса диктуется, с одной стороны, стремлением к более полной реализации познавательной-воспитательной и оздоровительной роли туризма, а с другой – его экономическим значением, синергетическими особенностями, способностью к саморазвитию. Муниципальный туризм и микромаршруты необходимы для решения проблемы занятости населения. Это будет стимулировать местную предпринимательскую инициативу и распространение сервисов. Развитие микромаршрутных сетей будет **активизировать развитие атомизированной экономики туризма** в стране, ее антимонополизацию. Максимально будет использован фактор пространственной объективности в организации туризма. Туристские системы регионов будут выстраиваться более полноценно и комплексно.

Положительным результатом развития микромаршрутов должно быть благоустройство мест и ландшафтов страны, создание правильно организованной рекреационной среды. Рекреационное развитие территории может служить первым этапом ее туристского освоения. Иницируя развитие туризма, надо развивать туристско-рекреационную сферу в целом.

Акцент на муниципальный туризм и микромаршруты стимулирует выездной и внутренний туризм, но **приоритет получает внутренний туризм и ту-**

ризм малых расстояний. Поскольку изучение своего края и отдых в нем оказывается более массовым и доступным, то для большинства мест страны внутренний туризм создаст материальную и информационную основу туризма извне.

Не лишним будет изучить **опыт советского массового туризма**, найти пути его применения в новых социально-экономических условиях. Самодеятельный туризм был наилучшей формой организации отдыха и познания своей страны для множества людей. Его можно считать одним из гуманитарных достижений того времени. Были и другие результаты в этой сфере. Можно по опыту советского периода возобновить работу школьной туристско-краеведческой экспедиции «Моя Родина – Россия».

Пермский край действует именно по этим принципам, реализуя туристский проект «Пермь Великая». Край имеет свои уникальные особенности, но в целом его можно считать типичным регионом России, учитывая внутрисосийское расположение, географические и социально-экономические характеристики. В связи с этим опыт края может быть использован многими регионами страны.

В Пермском крае, несмотря на развитые традиции туризма, массово используются только 10–15 маршрутов к туристским объектам (Кунгурская ледяная пещера, архитектурно-этнографический музей «Хохловка», ландшафт «Каменный город» и нек. др.), еще около 10 маршрутов характеризуются малым посещением (Пастернаковские места). Даже эти маршруты в основном не обустроены. При этом в крае только на слуху еще около сотни привлекательных объектов (Дягилевская усадьба, канал Копань), которые могли бы быть целями маршрутов.

Один из принципов проекта «Пермь Великая» – **туризм развивается на всей территории Пермского края** за счет реализации туристских ресурсов всех муниципалитетов.

Проект предполагает следующее.

В Пермском крае создается сеть уникальных рекреационных объектов в виде тематических парков, связанных общей историко-культурологической концепцией.

Парки в перспективе становятся межрегиональными центрами отдыха и входят в число объектов международного культурного туризма.

Специфика каждого парка определяется его географическим месторасположением и характером культурно-исторического наследия, сосредоточенного в окрестностях парка.

Парки, являясь новыми туристскими доминантами, образуют развивающиеся туристские кластеры, которые охватывают всю территорию Пермского края.

Создание парков, как ключей к территориям, дает импульс к синхронному и равнозначному развитию существующих туристских объектов края. Маршрутная туристско-экскурсионная сеть с помощью парков становится более полицентрической и эффективной. Парки направляют потоки на развивающиеся объекты, которые обеспечиваются необходимой инфраструктурой.

Гость, приезжая в край, может останавливаться не в Перми, а в одном из таких парков, а уже из него направляться в Кунгур, Молебку, Звездный, Суксун или разместиться в парке в горах Среднего Урала и охватить экскурсионные объекты горнозаводской территории.

В проекте существующая на данное время линейно-узловая (магистрально-городская) система туризма региона достраивается развитием туристской сферы внегородских пространств, где появляются совершенно новые узлы маршрутной сети. Фактически формируется новая территориальная организация туризма в крае.

В развитии сети туристских микромаршрутов муниципалитеты будут играть важную информационную и координирующую роль. В проекте 16 муниципальных районов, 31 частный инвестор (большинство из которых налоговые резиденты самих этих районов).

В дальнейшем можно будет выстраивать маршруты любых видов туризма: школьного, военно-патриотического, исторического, экскурсионного, спортивного, оздоровительного, экологического и др.

Реализовав первый этап проекта «Пермь Великая», который охватывает восточные, южные и западные муниципалитеты края, можно будет планировать разработку следующих этапов проекта, которые позволят системно развивать север и центр края, а также сделать насыщеннее формирующиеся кластеры.

Необходимо повысить роль муниципалитетов в этой деятельности на законодательном уровне, **расширить полномочия муниципальных образований** в плане развития туризма. Это даст импульс к реализации Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» как дополнительный источник финансовых средств на ее выполнение.

Вопросы и задания

1. В чем выигрывает площадной подход к развитию туризма в регионе по сравнению с точечным?
2. Почему в регионах необходимо развитие сетей туристских микромаршрутов?

В следующих разделах рассмотрены преимущества и возможности инфраструктурного обустройства отдельных туристских объектов.

5.8. «ЭТНОМИР» – НОВОЕ В ТУРИЗМЕ

В этом разделе «Этномир» описывается как уникальный туристско-рекреационный комплекс. Анализируется роль объекта в системе регионального туризма и описываются его особенности в практике туристского проектирования. Обращается внимание на оригинальность концепции рекреационной территории. Изучаются географические факторы и условия создания объекта. Рассматриваются возможности реализации концепции «Этномира» с учетом физико- и экономико-географического положения.

Если кто-то попытается отыскать для «Этномира» имеющиеся в нынешней туристской науке и практике подходящие термины, то, скорее всего, определит его как туристско-рекреационный комплекс или тематический парк. Это скроет его оригинальность, поскольку объект представляет собой совершенно новый феномен на туристской карте России, да и не только России. Выскажем собственные соображения об «Этномире» после его двукратного посещения летом и осенью 2015 году, основанные на предварительном знакомстве, некоторых наблюдениях и общем анализе. Не будем останавливаться на структуре организации, технологии работы, а коснемся концепта и географии объекта.

Это большая рекреационная территория с круглогодичным массовым посещением и большим номерным фондом. Для города и пригорода такие характеристики привычны, но для сельской местности на удалении от больших городов это очень редкое явление, в нашей стране небывалое, если принять во внимание, что здесь не было первоначально ни особенного природного, ни культурно-исторического объекта, как не было какой-либо широкой известности этой географической точки.

Теоретически на удалении от больших городов может быть национальный парк с массовым посещением, но он не будет иметь многочисленных средств размещения и причиной туристского потока будут природные достопримечательности высокого уровня известности. Для него будет характерна сезонность, по крайней мере, в климатических условиях нашей страны.

Оригинальность «Этномира» на фоне множества объектов туристской индустрии заставляет внимательно отнестись к идее его создания. Попробуем разобраться в причинах успеха, обозначим, прежде всего, географические особенности предприятия, подчеркнем объективные факторы уникальности, отметим нетривиальный подход к деятельности.

Географические достоинства места во многом определяют ценность туристского объекта. Это один из всеобщих законов развития туризма. Насколько он действенен в отношении «Этномира»?

Где находится «Этномир»? Его адрес – одна из деревенок Калужской области. Объект располагается противоположно экономическим центрам регионов, почти на стыке трех областей Центральной России. Что это дает? На первый взгляд – ничего. На более пристальный – хорошие перспективы работы на три ближайших региональных туристских рынка при развитии транспортной сети. Вспомним «Теорию центральных мест» Вальтера Кристаллера, которая является хрестоматийной для экономико-географов, и его систему под названием « $K = 3$ » [4]. Согласно теории, оптимизация рыночной структуры происходит в положении пункта на стыке трех дополняющих районов, по-нашему – трех субъектов РФ (Московской, Калужской и Смоленской областей).

Положение по отношению к Москве наиболее важно. Расстояние в 100 км от центра столицы позволяет «Этномиру» работать рекреационным и туристским объектами одновременно, а именно принимать гостей без ночевки и с ночевками. Эта дистанция отделяет обычно зону доступности с рекреационными целями (местных жителей) от зоны с туристскими целями (приезжих издалека).

Ценным в отношении спроса является фактор близости к многомиллионной, да еще и распределяющей всех туристов, Москве. Расположение именно на том направлении, в котором растет Новая Москва, также перспективно. К юго-западу от столицы находится и самый экологически чистый в отношении воздушного бассейна сектор Подмосковья. Позиция в стороне, а именно в небольшом отступе от федеральных трасс на добротной, свободной от трафика дороге, обеспечивает подходящую для рекреационных занятий степень уединенности.

Немаловажно положение «Этномира» вблизи исторического городка Боровск, в экскурсионной доступности многих культурно-исторических мест, что позволяет ему работать в качестве центра маршрутного узла с многодневным пребыванием.

С физико-географической точки зрения место не выделяется особой уникальностью. Если все же более внимательно присмотреться к местности с позиции проектно-туристских задач, то стоит отметить следующее:

– небольшие перепады рельефа, сочетание залесенных и открытых мест позволяют считать ландшафт «интравертным» и «экстравертным» одновременно;

– лесные участки отличаются большим разнообразием древесных пород в связи со смешанным (хвойно-широколиственным) зональным типом, имеют темнохвойные и светлохвойные фации, выделяются другими растительными сообществами, которые характерны для крайнего запада России по сравнению с ее восточными огромными районами, где лесная растительность более однородна;

– контур «Этномира» охватывает в основном большое и ровное наклонное поле южной экспозиции, которое примыкает к асфальтированной дороге местного (внутриобластного) значения, поле сглаженно поднимается в северном направлении, образуя пологую «высоту», которую даже нельзя назвать холмом, поле почти оконтурено лесом, за полем располагаются значительные площади лесов с небольшим озером.

Находясь на дороге, можно видеть хорошо освещенное в солнечный день поле, которое, благодаря закруглению поверхности влево, вправо и вдаль создает впечатление большого натурального глобуса и планеты Земля. Поскольку не все поле видно с дороги, то хочется пройти по нему, заглянуть за горизонт. Наверное, наилучшие ассоциации в связи с этим ландшафтом передаются словами «Русское поле».

Это совершенно новое место, где на бывших сельскохозяйственных угодьях создан и развивается новый туристский объект с насыщенной инфраструктурой «начинкой». Поскольку здесь не было никакого туристского местечка ранее и все начато с нуля на чистом месте, то перейдем к анализу его идеи. Возможно, именно философско-географическая идея и концепция деятельности являются главными факторами, определяющими своеобразие «Этномира».

Цель «Этномира» – показать Землю через страны и народы, а народы – через дома и домашнюю жизнь. Стран в мире не менее двух сотен, народов великое множество, поэтому работа по созданию «Этномира» очень трудоемкая и не может быть спешной. Поскольку дом подразумевает множество деталей, то кроме кропотливого сбора характерных и типичных предметов очень важна концепция всего дома, его архитектура, внутренний вид. Чтобы в каждом из домов хотелось пожить, они должны быть еще и красивыми, романтичными.

Планировка «Этномира» оригинальна, используется опыт разных современных востребованных туристских мест мира: городов, деревень и природных территорий. Одна его часть воспроизводит многолюдную улицу в туристском городе, в пешеходной зоне. Передние фасады домов разных стран вплотную примыкают и продолжают друг друга. Каждый из них для своей страны типичен, очень привлекателен и интересен для осмотра и снаружи, и изнутри. Многие соседние страны не дружны и конфликтуют, но когда человек видит дома, их жителей, мирно живущих бок о бок, то мыслям о конфликтах народов нет места.



Этномир, Калужская область



Вторая часть территории воспроизводит вид традиционной сельской местности разных народов (русских, украинцев, белорусов). Традиционные дома Европейской части России отображаются еще и по регионам, при этом не устаешь удивляться разнообразию ландшафта, климата и уклада на огромных пространствах русских равнин.

Третья часть «Этномира» спланирована в какой-то степени в стиле природной территории с элементами национального парка. Рассматривая жилища коренных народов Сибири и Дальнего Востока, представляешь гигантские просторы наших восточных территорий и проникаешься пониманием повседневной связи их жителей с природой, суровой и нетронутой. Это еще не все интересное, что можно будет увидеть, поскольку «Этномир» развивается, пополняется все новыми идеями.

Это то, что касается объектов экскурсионных, познавательных и воспитывающих, но в «Этномире» оригинальны и средства размещения. Каждая гостиница выражает собой типичную или собирательно созданную гостиницу, представляющую какую-нибудь страну или район мира (Индия, Шри-Ланка, Средняя Азия, Гималаи) и характеризующую ее архитектурно, интерьерно, гастрономически, сервисно. Даже конференционное здание – конгресс-холл – не универсальное, а построено в этническом духе с индо-пакистанскими элементами в архитектуре.

В создании «Этномира» чувствуется не просто оригинальная бизнес-идея, а новая социальная философия, новая парадигма. Проект прежде всего туристский, по содержанию опирается на географию и этнографию, направлен на развитие страноведческих и регионоведческих знаний, формирование интереса к народам и культурам.

«Этномир» уникален идеей и, может быть, именно поэтому уникален географически. Он уверенно располагается вне больших городов, демонстрируя, что его оригинальность и смысловая наполненность способны притягивать к себе туристские потоки вопреки расстояниям. «Этномир» на своем примере показывает необходимость формирования новой территориальной организации туризма в стране, развития внегородских пространств, удаленных и маргинальных территорий, периферии регионов, мест с типичными ландшафтами без широко известных достопримечательностей. «Этномир» – это прекрасная иллюстрация того, что создавать туристский объект можно на чистом месте без ориентации на примеры и стандарты, что для его развития прежде всего важны творчество и энергия людей.

Вопросы и задания

1. Какие географические условия места комплекса «Этномир» являются достоинствами, а какие можно считать недостатками?

2. В чем творческая новизна комплекса «Этномир» как туристского объекта?

5.9. КОНЦЕПТ ОБУСТРОЙСТВА СКАЛЫ ЕРМАК

Береговые скалы, «камни» рек Пермского края – признанные туристские объекты. Это очень красивые и привлекательные места. Некоторые из них посещаются часто и большими группами. Их востребованность обуславливает необходимость рекреационного обустройства. Поскольку концептуальных подходов к решению этой задачи в регионе не сформировано, автором вместе с И.С. Зыряновой и И.О. Щепетковой предлагается подход к ее решению [91]. В разработке рекомендаций принимал участие также весь коллектив кафедры туризма.

Камень Ермак, расположенный на берегу р. Сылвы, является известным и популярным туристским объектом. Скала – главное место тренировок и отдыха пермских альпинистов и скалолазов. Все чаще скала используется как экскурсионный природный объект, обладающий ценными эстетическими свойствами, возможностями обзора местности, интересной в природном и историко-культурном отношении. Это место служит обязательной остановкой или стоянкой туристских групп, сплавляющихся по Сылве. Есть основания считать, что при дальнейшем развитии туризма в Пермском крае Камень Ермак может играть более заметную роль в туристской системе.

Природная уникальность места отмечалась многими биологами, геологами и географами, что было закреплено в природоохранном статусе скалы. Камень Ермак является памятником природы регионального значения. Кроме того, он входит в состав территории учебно-лесного хозяйства «Предуралье», и это усиливает его современную экологическую защищенность. Поэтому при планировании включения скалы в более широкую туристско-экскурсионную деятельность следует учитывать природную уникальность и природоохранный статус места.

Рассмотрим основные свойства скалы Ермак как географического объекта, которые необходимо иметь в виду при создании концепции его туристского использования. Основными туристскими достоинствами данного объекта являются:

1. Географическая доступность и близость к Перми – генератору туристских потоков в крае. Близость к Кунгуру – самому туристскому городу края, который посещают чаще всего с туристскими целями также благодаря природному экскурсионному объекту – Кунгурской ледяной пещере. Возможность добраться до места и автомобильной, и железной дорогой.

2. Обзорность объекта и снизу от р. Сылвы, и сверху со скалы, при этом восхождение несложное и доступно экскурсантам любой категории.

3. «Скалолазные» свойства выражаются в том, что Ермак – излюбленное место и скальных тренировок, и соревнований. Он представляет собой группу –

триаду скал («Ермак», «Ермачиха» и «Ермачонок»). Правда, «Ермачиха» составлена как бы из двух с разными по архитектуре стенами половин. Это позволило функционально разделить скальный массив на две половины, две зоны. Первая – исключенная из туристского использования («Ермак», первая половина «Ермачихи»), где фактически действует заповедный режим и скалолазы не имеют маршрутов, а скалы естественные, нечищенные. Вторая (вторая половина «Ермачихи» и «Ермачонок») – место скалолазных тренировок, где много маршрутов и скалы хорошо почищены от случайных падений камней.

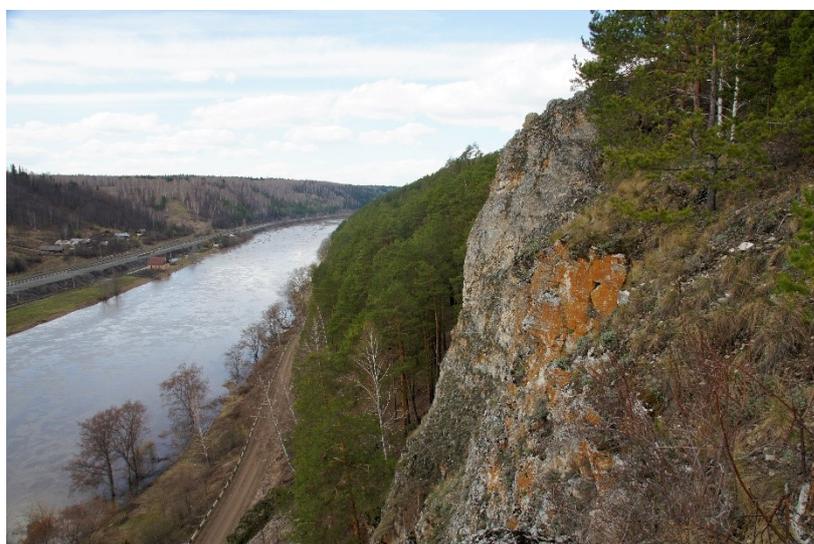
4. Ландшафт в окружении скалы характеризуется минимальным антропогенным нарушением сопоставительно с похожими объектами, несмотря на длительное туристское использование. Это свидетельствует о повышенной экологической культуре любителей скалолазания, которые следят за состоянием ландшафта и не позволяют себе загрязнять его бытовым мусором. Более того, постоянная необходимость для скалолазов поиска дров привела к тому, что окрестность в районе скалы чиста от валежника и бурелома и фактически имеет вид не таежного участка, а леса с парковыми свойствами и высокой рекреационной ценностью.

Нельзя не отметить большую потребность Пермского края в качественно обустроенном природном экскурсионном объекте. Опыт обустройства Камня Ветлан, осуществленного в Красновишерском районе, является пока единственным примером преобразования объекта, посещаемого ранее лишь активными туристами, в экскурсионный объект для более широких масс не столь спортивных категорий людей. После строительства деревянной лестницы на Камень Ветлан ею стали пользоваться жители Красновишерска, возник туристский поток из других городов, даже из Перми при расстоянии в 300 км, т.е. природный туристский объект около города очень востребован.

В целом туристское использование скалы Ермак сбалансированно и на данном этапе относительно эффективно, однако существуют и затрудняющие эту деятельность факторы. Скалолазанию мешает состояние стоянок (деградирование травянистого покрова и грязь на стояночной террасе, особенно в дождливые дни). Экскурсионные группы нуждаются в более безопасной тропе, ведущей на вершину скалы, и обеспечении безопасности при обзоре с вершины, а сплавляющиеся должны иметь около скалы удобное место для причаливания. Есть еще ряд негативных факторов, касающихся уборки бытового мусора и отсутствия туалетов, автостоянки, и нек. др.



Камень Ермак, Кунгурский район



Концепция обустройства скалы Ермак, на наш взгляд, должна разрабатываться исходя из следующих принципов:

1. Устранение мешающих существующей туристской деятельности факторов.
2. Сохранение специализации места на ныне развитых видах туризма и сохранение объекта как особо охраняемой территории.
3. Сохранение внешнего вида территории: скалы с нижнего и верхнего ракурсов и окружающего ландшафта.
4. Использование местных природных материалов: дерево, камень Филипповского карьера.
5. Использование альпинистского стиля в обустройстве тропы.

Учитывая эти принципы, предлагаем следующие мероприятия по обустройству территории скалы Ермак и последовательность действий при этом.

1. Замошение щебенкой вытоптаных участков и ям стояночной террасы и установка костровых принадлежностей (для скалолазов и рекреантов). Преграждение большими камнями возможности съезда автомашин на стояночную террасу.

2. Прокладка тропы из Межевого Лога в пологом варианте на вершину скалы до главной обзорной точки. Тропу выполнить в норвежском стиле со срезкой дерна, проложением подкладочного материала и заполнением щебенкой. Ограждения в крутых и опасных местах сделать из жердевых продолин, прикрепленных к деревьям и стойкам веревками и альпинистскими узлами. Тропу проложить по верху скалы и с аналогично обустроенным спуском ниже по течению Сылвы для кольцевого маршрута (для экскурсантов). Ограждения должны быть не видны со стояночной террасы.

3. Построить из бревен основательную смотровую площадку на вершине скалы. Площадка должна быть не видна снизу и не нарушать естественного вида скалы.

4. Замостить щебенкой пляж-пристань (для сплавщиков).

5. Построить туалеты с выгребными ямами в глубине Межевого Лога.

6. Установить информационные щиты, содержащие сведения о месте, и указатели.

7. Засыпать гравием развилку на дороге для разворота экскурсионного автобуса и стоянки автомашин.

Необходимо ввести ставку дворника и принять на работу одного из жителей станции Чикали.

Возможная дальнейшая деятельность:

Организовать вело- и пешеходную тропу из Кунгура на Ермак.

Выложить камнем путь традиционного подъема на Ермак с площадками для отдыха.

Вывесить дорожные знаки, ограничивающие стоянку около скалы Ермак.

Организовать автостоянку за сотни метров от скалы.

Такая последовательность действий позволит постепенно вовлечь район Ермака в более широкое туристское использование, чтобы отслеживать возникающие запросы посетителей. Фактически, на данном этапе предлагаются только те инфраструктурные элементы, которые требуются с учетом нынешних запросов. Не следует создавать инфраструктуру с расчетом на большой турпоток в будущем. Это даст возможность бережнее относиться к уникальному природному объекту и совмещать экскурсионное дело с задачами сохранения природного наследия.

Расположение Камня очень удачно для создания под ним обустроенных полевых стоянок с целью организации отдыха туристов, но в то же время нужно

предусмотреть обязательную охрану Камня как геолого-биологического памятника. Стоянки должны быть выполнены из антивандальных материалов, в туристском стиле, без излишеств.

Тропы на вершину Камня лучше обустроить в «природном» варианте, укрепив их цементом с крупными камнями, и расположить под шаг человека. Со временем цемент по виду будет напоминать подстилающую поверхность, а шаговые камни приобретут устойчивость.

На вершине Камня может быть установлена смотровая площадка, приподнятая над землей и немного сдвинутая вглубь камня, чтобы не препятствовать установке альпинистского снаряжения. Площадку лучше выполнить из дерева, обработав черно-коричневой морилкой, цвет которой наиболее приближен к цветовой гамме скалы и не изменит ее природных очертаний, если смотреть на нее с реки и дороги.

Ограждающие сооружения должны изготавливаться в одном стиле со смотровой площадкой, быть надежными, но не напоминать мощные оборонительные укрепления. Неплохо бы дать названия отдельным местам на территории с указанием их на табличках («Три скалы», поляна перед началом подъема, «Пятачок»), для различения троп именовать их, например, зеленая, синяя и т.д.).

На щитах с путевой информацией о тропе, истории, растениях и т.д. следует инструктировать об опасностях, о клещах (!). Можно запланировать установку QR-кодов с более подробной информацией.

Для экскурсантов был бы интересен «деревянный городок» в глубине лесного массива на вершине скалы, который отвлек бы посетителей от обрыва. Городок может совмещать две функции: рекреационную (скамейки, а не столы, чтобы избежать замусоривания) и познавательную (деревянные скульптуры с тематикой Ермака).

На туристской стоянке под скалой каждое бивуачное место должно состоять:

- из конструкции под мусор (например, держатель под полиэтиленовый мешок);
- железных основ под костровище (стойки);
- стола и лавок;
- навеса над столом (простая конструкция);
- ровных мест под палатки.

Необходимо обосновать запрет стоянки и остановки автотранспорта под скалой (дорожный знак).

Под Камнем возможна продажа сувениров, печатной продукции образовательной и развлекательной направленности. Стенды с указанием троп по Камню

должны содержать интересную информацию, связанную с теми мифами, которыми будет насыщен данный маршрут.

Путь от Кунгурской ледяной пещеры до Камня Ермак – это идеальное место в Пермском крае для обустройства пешеходно-велосипедной тропы. На входе на маршрут и выходе с него находятся два уникальных природных объекта, овеянные историями по мотивам походов дружины Ермака.

Туристского объекта такого плана, подготовленного для экскурсий, остро не хватает в нашем регионе. В связи с ростом интереса к активному отдыху «тропа» поможет людям осуществить желание пеших прогулок и путешествий. При этом можно не заходить далеко в уральские дебри и одновременно знакомиться с природно-историческим богатством края.

Тропа начинается с гордости нашего края – с Кунгурской ледяной пещеры, одного из самых посещаемых туристских объектов. Маршрут проходит вдоль спокойной р. Сылвы, где в летнее время можно искупаться, следует мимо Филипповского карьера – промышленного объекта, где можно сделать экскурсионные акценты на интересные технологические процессы горной добычи. Тропа продолжается в направлении деревни, где местное население могло бы продавать туристам экологически чистые снеки (например, морковную соломку, тыквенные цукаты). По линии маршрута на другом берегу Сылвы проходит железная дорога, которая также может быть предметом рассказа в историческом ключе. Завершается маршрут геологическим, природным туристским объектом – Камнем Ермак. Вдоль тропы необходимо установить стенды, посвященные как уникальным, так и обыденным объектам. Стенды не только должны быть познавательными, но и привлекать внимание яркими слоганами, юмористическими зарисовками по всему маршруту. Для этого можно объявить о проведении конкурса, например, в социальной сети или предложить посетителям пещеры поучаствовать в нем.

Такой подход к рекреационному обустройству Камня Ермак на Сылве позволит обеспечить достойное развитие туристско-рекреационной деятельности и сохранение места как уникальной особо охраняемой территории.

Вопросы и задания

1. В чем особенности и уникальность скалы «Ермак» как туристского объекта?
2. Каким образом используется скала «Ермак» в туристско-рекреационном отношении, как она должна обустраиваться?
3. Как сочетать задачи охраны природы и ведения туристской деятельности в районе скалы «Ермак»?

5.10. РЕЧНЫЕ УСТЬЯ КАК ТУРИСТСКИЕ ОБЪЕКТЫ

Дифференцируя по важности с точки зрения перспектив развития туризма те или иные объекты Пермского края, замечаешь, что постепенно повышается интерес к разным видам объектов. Примером могут служить горные вершины, береговые скалы, речные пороги. При этом существуют целые категории географических объектов, которые как туристские места не учитываются. Такой категорией географических объектов являются речные устья, места, где соединяются реки. Эти места не показываются как объекты на туристских картах, не являются достопримечательностями, местами экскурсионного интереса, точками, влияющими на вычерчивание нитки маршрута и создание туристской программы. Этих мест нет в путеводителях. Они в понимании регионального туристского сообщества не относятся к туристским ресурсам, не воспринимаются как интересные ландшафты.

Однако речные устья, в отличие от истоков рек, да и от русла рек, показаны на географических картах наиболее четко, и это уже потенциальный туристский ресурс. Человек, планируя маршрут по незнакомой территории, уже при первом знакомстве с географической картой видит особенные точки – места соединения рек, особенно места слияния самых значительных рек региона. При этом истоки больших рек – известный туристский ресурс. Эти места являются притягательными туристскими местечками и даже иногда массово посещаемыми экскурсионными объектами с развитой инфраструктурой.

Устья рек – интересный природный феномен. В месте соединения рек, как правило, ландшафт несколько отличается от ландшафтов и той реки и другой. Здесь могут быть значительные пляжи, песчаные косы, уходящие в воду, красивые речные мысы, обрывы. Здесь можно видеть соединение рек с разным цветом воды и скоростями течения. В этом месте повышенная динамика ландшафта, так как ситуация меняется сильно и относительно быстро в связи с деятельностью рек, наносами, изменениями берегов и дна. Быстро меняется и вид береговой растительности. Это определяет и особенности жизни животного мира. Кроме этого, устья по сравнению с долинными участками часто привлекательнее пейзажно, поскольку ландшафт более открыт. Более широко раскрываются панорамы, перспективы, больше обзоров. Если реки – это энергетические зоны, то устья обладают повышенной энергетикой, поскольку здесь реки соединяются, накладываются природные линияменты. Таким образом, устья – это, должно быть, те места, которые интересно осматривать, наблюдать, изучать и где хорошо отдыхать.

Устья могут быть хорошими дневными стоянками у воды в водных маршрутах, а ночные – проблематичны в случае пойменной устьевой территории. Они

могут быть опасны непредсказуемым резким подъемом воды из-за дождей в верховьях.

Обычно, путешествуя по реке и на теплоходе, и на маломерном судне, и в активном маршруте, люди, проплывая мимо впадения притока, просто констатируют это, отмечают, что река стала полноводнее, шире, стала называться иначе и т.д. Внимание на самом устье не акцентируется; считается, что само по себе оно не стоит внимания и не требует специальной остановки. Однако устья – это те интересные места, которые украсят маршрут, особенно на равнинных реках, где природных достопримечательностей обычно меньше, чем на реках горных.

Некоторые устья труднодоступны с суши, имеют заболоченные и сильно залесенные подходы, и доступ к ним на водном туристском маршруте возможен именно с воды.

Следует отметить, что некоторые устьевые участки замечены пермскими туристами и используются в качестве туристских стоянок, поскольку эти места ландшафтно особенные. На Чусовой при приеме р. Серебрянки существует популярная стоянка (Устье Серебрянки). Ниже по Чусовой при приеме р. Койвы сформировался гигантский галечный пляж около деревни Усть-Койва, являющийся привлекательнейшим местом отдыха в долине горной Чусовой.

Вопросы и задания:

1. Почему устья рек являются особенными местностями?
2. Устья каких рек Пермского края используются в туристско-рекреационных целях и могут использоваться?

5.11. ГОРНОЛЫЖНЫЕ БАЗЫ – ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ДОМИНАНТЫ

Региональный туристский проект «Пермь Великая» направлен на развитие туризма на всей территории Пермского края. Под всей территорией понимаются все муниципалитеты, хотя и имеющие разный потенциал в плане вовлечения в туристские процессы. Он предусматривает развитие интереса к путешествиям в города и сельскую местность, в ближние и дальние места края. С учетом того что более массовый характер имеет туризм (экскурсионный, событийный, деловой) в городах, проект предполагает туристское развитие не только городов, но и, прежде всего, внегородских пространств. Смысл проекта «Пермь Великая» состоит в развитии туризма и рекреационной деятельности в крае путем объединения усилий всех жителей, собирающихся заниматься предпринимательством в

этом направлении, сил и возможностей всех людей, пытающихся создавать новые элементы краевой туристской системы: экскурсионные и рекреационные объекты, новые средства размещения.

Предположительно, в загородной местности края сформируются большие туристские объекты, которые будут располагать значительным гостиничным фондом и смогут быть новыми узлами сети туристских маршрутов. Это будут доминанты меняющейся территориальной организации туризма в регионе и объекты массового посещения, работающие на многие виды туризма, привлекательные для жителей не только края, но и других регионов и стран.

Важный вопрос заключается в том, как выделить те объекты, которые в будущем могут быть туристскими доминантами. На наш взгляд, географические факторы следует учитывать как основные, действующие постоянно.

Создать предприятие отрасли размещения на удалении от города, которое имело бы круглогодичный спрос и относительно массовое рекреационное и экскурсионное посещение, не просто, а в природно-климатических условиях Урала и Прикамья очень сложно.

Среди всех профильных видов из ныне существующих инфраструктурных объектов в загородной местности Пермского края горнолыжные базы имеют наибольшие основания преобразоваться в перспективе в широкопрофильные туристские комплексы и стать узлами маршрутной сети по следующим причинам. Во-первых, они находятся в аттрактивных природных ландшафтах, во-вторых, они обеспечивают массовые зимние рекреационные занятия, что наиболее сложно организовать в климате региона. Перепрофилировать их на летние рекреационные занятия, загрузить комплекс в теплое время года намного легче, нежели сделать это в зимнее время для рекреационного объекта, ориентированного на летний отдых.

Поскольку именно лучшие рекреационные практики (образцовые предприятия) должны работать в качестве доминант региональной организации туризма, то среди оценочных показателей предприятия, кроме фундаментальных географических факторов, должны быть «индикаторы» опыта и современного уровня менеджмента.

Наиболее важными фундаментальными факторами, позволяющими рассматривать тот или иной горнолыжный объект как перспективный для выхода на новый туристский уровень являются аттрактивность места и транспортная разветвленность (узловатость).

Определим факторы – достоинства горнолыжных предприятий как индикаторы оценки потенциала преобразования горнолыжной базы в туристскую доминанту проекта.

Аттрактивность отражает ландшафтное разнообразие, наличие известных природных туристских объектов, особо охраняемых природных территорий. Этот фактор по содержанию физико-географический.

Экология отражает чистоту атмосферы, водных объектов, ландшафтов и почв. Это фактор экологический или геоэкологический.

Транспорт. Фактически это транспортная разветвленность данного места. Она показывает возможности организации туристских маршрутов в разных направлениях, характеризует близость предприятия к транспортному узлу. Это фактор экономико-географический.

Опыт – это характеристика продолжительности работы предприятия, поскольку предполагается, что чем дольше предприятие работает, тем больше у него опыт, который дает большие возможности развития. Это фактор исторический.

Энтузиазм. Это фактор оценки личности в работе предприятия. Характеризуется динамикой объемов работы и ростом предприятия по основному горнолыжному профилю деятельности.

Творчество. Это характеристика также личностная. Оценивается расширение направлений работы, приветствуется выход за пределы узкопрофильной деятельности.

Последние две характеристики являются оценками менеджмента. Среди перечисленных факторов нет классических характеристик горнолыжных предприятий, таких как абсолютная высота места, перепад (превышение) и крутизна склонов, количество и разнообразие трасс, поскольку считается, что если предприятие работает долго, то качество этих характеристик достаточное. Пытаемся дифференцировать горнолыжные предприятия по возможностям и перспективности превращения их в комплексные туристские объекты, которые будут играть множественные доминантные роли в новой территориальной организации туризма края, на что нацелен проект «Пермь Великая».

Оценим горнолыжные базы (табл. 10) согласно предложенным факторам по десятибалльной шкале, каждый из которых примем равноценным.

Если рассматривать первые три фактора как базовые, то результаты подсчета выразятся следующим образом: Полазна – 26, Такман – 23, Губаха – 18, Иван-гора – 18, Жебреи – 23, Гора – 22, Ашатли – 22. Принимая во внимание два фактора (аттрактивность и транспорт) как самые, на наш взгляд, наиболее важные географические, приходим к следующей оценке: Полазна – 18, Такман – 16, Губаха – 15, Иван-гора – 14, Жебреи – 14, Гора – 14, Ашатли – 13.

**Оценка перспективности развития горнолыжных баз Пермского края
как туристских объектов**

Название	Аттрак- тивность	Эколо- гия	Транс- порт	Опыт	Энтузи- азм	Творчество	Сумма
Полазна	9	8	9	10	10	6	52
Такман	8	7	8	7	10	7	47
Губаха	9	3	6	9	10	8	45
Иван-гора	7	4	7	4	7	6	35
Жебреи	8	9	6	4	10	6	43
Гора	8	8	6	4	10	5	41
Ашатли	8	9	5	5	6	5	38

Автор предлагает подход и методику сравнения существующих рекреационных предприятий, чтобы оценить возможности их участия в региональном проекте «Пермь Великая» при формировании ключевых туристских объектов, но не считает, что количественные результаты по конкретным пермским предприятиям горнолыжной сферы, приведенные в таблице, очень точны. Оценка каждого конкретного фактора за неимением многих данных в значительной мере субъективна и в большей мере экспертна. Это лишь пример применения методики, но он явно свидетельствует о том, что одной из туристских доминант в территориальной организации туризма Пермского края может быть горнолыжная база «Полазна» и ряд других, а также показывает направления улучшения деятельности этих предприятий.

Проект «Пермь Великая» будет способствовать созданию в Пермском крае разветвленной системы предприятий размещения. При этом средства размещения будут приближены ко многим природным туристским объектам и актуализированным ресурсам. Все предприятия должны иметь возможности круглогодичной загрузки и поэтому обязаны обеспечивать 4-сезонную туристско-рекреационную активность. Каждое из этих многочисленных предприятий должно быть спроектировано с учетом географических подходов и технологий.

Вопросы и задания

1. Какие объективные и субъективные факторы определяют потенциал развития горнолыжных комплексов?
2. Почему сложно, но перспективно развивать многие горнолыжные базы Пермского края в круглогодичные туристские комплексы?

ГЛАВА 6. РЕГИОНАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИЗМА

6.1 . РЕГИОНЫ-АНАЛОГИ КАК ОРИЕНТИРЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

При планировании развития туристской сферы региона, разработке стратегии и программы встает задача поиска образцов, к которым следует стремиться. Требуется выделить регионы, с которыми можно было бы соотносить собственные изменения в туристской отрасли. Надо найти такие территории, у которых следует поучиться и откуда было бы целесообразно заимствовать удачные туристские «находки». Необходимо определить регионы, которые соответствуют Пермскому краю не по единичным параметрам, а по многим характеристикам, чтобы с полным основанием сравнивать системы регионального туризма.

Сравнение – один из главных исследовательских методов в географии. Определение региональных различий является основным географическим приемом. Более того, в туризме местные, региональные и страновые различия мотивируют путешествия, лежат в основе всей системы туризма. Путешественник сравнивает территорию посещения с районом постоянного проживания и, находя различия, удивляется, восхищается, а порой и разочаровывается и снова воодушевляется, получая множество новых впечатлений и знаний. В туризме полезным является сравнение любых регионов между собой. Но это касается туризма в целом, во всем его многообразии.

Для каждой конкретной задачи следует подбирать подходящие территории для сравнения, чтобы сопоставление было наиболее обоснованным и результативным. Можно, например, сравнивать Якутию и Индию на том основании, что они имеют почти одинаковые размеры территорий, но это будет, по-видимому, полезным только для каких-то очень специфичных задач. Сравнить Украину и Чукотский автономный округ на основании площадной равновеликости также малорезультативно. Однако для задач применения поясного времени это интересно. В туризме же разные территориальные сравнения полезны, поскольку между любыми регионами возможны туристские контакты.

Если решается задача развития туристской сферы региона, то выбор территорий для сравнения следует обосновать. Подходить к этой задаче механистически нельзя. Например, в Приволжском федеральном округе есть регионы, относительно хорошо сравнимые с Пермским краем и трудносравнимые. То же самое можно сказать и о регионах, исторически входящих в состав Урала. Несмотря на то что как географическая задача сравнение любых двух регионов всегда интересно, для выбора ориентиров в деятельности и соотнесения уровня развития туристской сферы следует искать наиболее подходящие для этого регионы.

Скорее всего, для решения этой задачи надо подыскивать регионы-аналоги, исходя из географических комплексных критериев. К этому следует добавить необходимость выделения в кругу регионов-аналогов территорий, сравнимых именно в туристском контексте. Другими словами, нужно определить регионы, которые целесообразно сравнивать с Пермским краем с позиции развития туризма. Выявлять такие регионы можно, по-видимому, в следующих территориях:

- среди регионов – соседей Пермского края первого и второго порядка (т.е. имеющих с нашим краем общую границу или общую границу с ближайшим нашим соседом);

- среди регионов – аналогов края в России (при этом аналоги понимаются в обобщенном физико-географическом и социально-географическом аспектах, т.е. с точки зрения территориальной организации общества в целом: схожесть географического положения, размеров регионов, природных ландшафтов и ресурсов, системы расселения, особенностей людей и культуры, хозяйственного профиля и т.д.);

- среди регионов – аналогов края в крупных зарубежных странах;

- среди средних по размерам зарубежных стран, которые можно рассматривать в качестве аналогов Пермского края;

- среди регионов – лидеров по достигнутому уровню туристского развития, с хорошей динамикой и яркими «шагами» в развитии туристской сферы, при этом с похожим применительно к Пермскому краю составом туристских ресурсов и профилем.

Назовем территории, подходящие для сравнений с Пермским краем, с учетом указанных типов:

- **соседи первого порядка**, а именно имеющие границу с Пермским краем, поскольку их территории похожи на прилегающие территории нашего региона ввиду территориальной близости (Свердловская область, Республика Башкортостан, Республика Удмуртия, Кировская область, Республика Коми);

- **соседи второго порядка** также имеют много оснований для сравнения в связи со схожестью природно-зональных и социально-экономических характеристик (Республика Татарстан, Челябинская область, Ханты-Мансийский автономный округ, Республика Марий-Эл, Нижегородская область, Самарская область);

- **регионы – аналоги Пермского края в России**, т.е. схожие по многим географическим и туристским характеристикам (Свердловская область, Республика Татарстан, Республика Башкортостан, Челябинская, Омская, Кировская, Нижегородская, Самарская области, Республика Марий-Эл, Республика Карелия, Архангельская, Тверская, Вологодская, Костромская области, Алтайский край, Томская область, Хабаровский край);

– **регионы – аналоги Пермского края** в зарубежных странах (провинция Альберта и территория Юкон в Канаде, штаты Аляска, Вермонт, Нью-Гемпшир, Западная Вирджиния, Огайо, Кентукки и Теннесси в Соединенных Штатах Америки, область Патагония в Аргентине, Шотландия в Соединенном Королевстве);

– **страны – аналоги Пермского края** (Финляндия, Швеция, Норвегия, Дания, Эстония, Латвия, Литва, Беларусь);

– **регионы и страны – лидеры в туризме** (Татарстан, Башкортостан, Карелия, Ярославская, Свердловская, Иркутская области, Республика Бурятия, Норвегия, Финляндия);

– **регионы и страны с конкретными яркими достижениями в туризме** (Ханты-Мансийский автономный округ, Алтайский край, Самарская, Вологодская области, Эстония);

– **регионы с высокими современными темпами в развитии туристской инфраструктуры и туристской среды** (Удмуртская Республика, Челябинская область).

Все эти названные территории в том или ином плане можно соотносить с Пермским краем, отслеживая уровень и динамику туристского развития, а также воспринимать их достижения как определенные ориентиры в развитии туристской сферы.

Наиболее целесообразно сравнивать уровень развития туризма в Пермском крае со следующими регионами Российской Федерации:

1. Свердловская область.
2. Кировская область.
3. Челябинская область.
4. Самарская область.
5. Республика Башкортостан.
6. Республика Татарстан.
7. Омская область.

Относительно зарубежных стран, на наш взгляд, наиболее продуктивным видится сравнение развития туризма в регионе с аналогичным развитием в Финляндии, Швеции, Норвегии, Эстонии и Латвии.

Вопросы и задания

1. Почему метод сравнения – один из самых главных в географии?
2. Постарайтесь предложить регион – аналог Пермского края среди регионов одной из крупнейших стран мира.

6.2. РЕГИОНАЛЬНАЯ ТОПОЛОГИЯ И ТУРИЗМ

Топология – это изучение пространственных свойств земной поверхности, географических и иных объектов, это область формализованных и генерализованных географических знаний, сведения о геометрических свойствах территориальных объектов.

Региональная топология исследует пространственные свойства региона в абстрактном понимании и конкретных проявлениях и предполагает выявление главных территориальных особенностей региона.

Среди вопросов, которые имеют отношение к региональной топологии, можно назвать следующие:

1. Конфигурация региона. Ее соответствие геометрическим формам.
2. Положение главного города по отношению к территории региона, к его геометрически центральной точке.
3. Рисунок и иерархия ландшафтных рубежей контрастности (текстура ландшафтной контрастности).
4. Рисунок гидрографической (речной) сети. Бассейновость региона. Центростремительность (центробежность) речной сети региона. Гидрографическое разнообразие.
5. Функционально-территориальное (секторно-концентрическое) строение региона.

Нынешняя востребованность разработок региональной топологии связана с актуализацией задач регионального маркетинга и позиционирования; определения конкурентных преимуществ региона, регионального управления и стратегического планирования; районирования территории, районной планировки; совершенствования системы образования, поскольку образовательные специальности и направления подготовки с региональной тематикой множатся.

Свое место как область знаний региональная топология, по-видимому, находит при наложении предметных полей географии, регионоведения, а также геометрии, а в географической науке – на стыке физической и социально-экономической географии.

Региональная топология дает туризму понимание наиболее общих пространственных свойств региона. Благодаря региональной топологии проявляется территориальная организация туризма, сетевое строение системы туристских маршрутов, туристское районирование.

Одним из направлений изучения туризма в регионе с топологических позиций может быть исследование различий в туристской специализации в направлении от центра к границам региона. Рассмотрим секторно-концентрические туристские зоны, сложившиеся в Пермском крае.

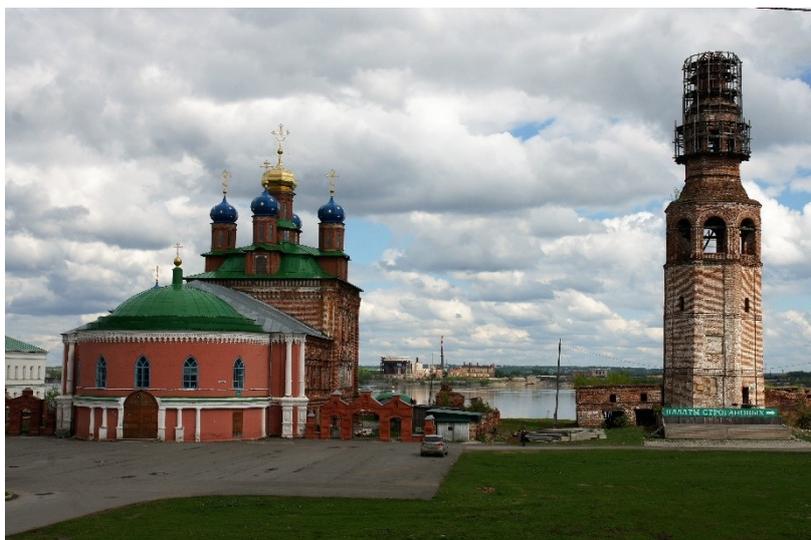
Региональный центр (Пермь)

Это зона, где в наибольшей степени проявляется туризм культурный и экскурсионный, зрелищный и событийный (театральный, культурный, массовый и спортивный), научный и конгрессный, деловой, рекреационно-парковый, шопинговый. Люди, занимающиеся рекреационной деятельностью, пользователи туристско-рекреационных услуг на этой территории – это жители регионального центра, пользующиеся услугами ежедневно, жители региона, прибывающие на один день или на выходные дни, а также туристы из соседних регионов и зарубежных стран, прибывающие на разные сроки.

Окружение регионального центра

Прицентральная зона. Близкая окраина центра (спутники, пригороды, сельские предместья, лесное окружение). В Пермском крае это Краснокамск, Нытвенский, Ильинский, Добрянский, Оханский, Пермский районы. Здесь развиваются следующие виды туризма и отдыха:

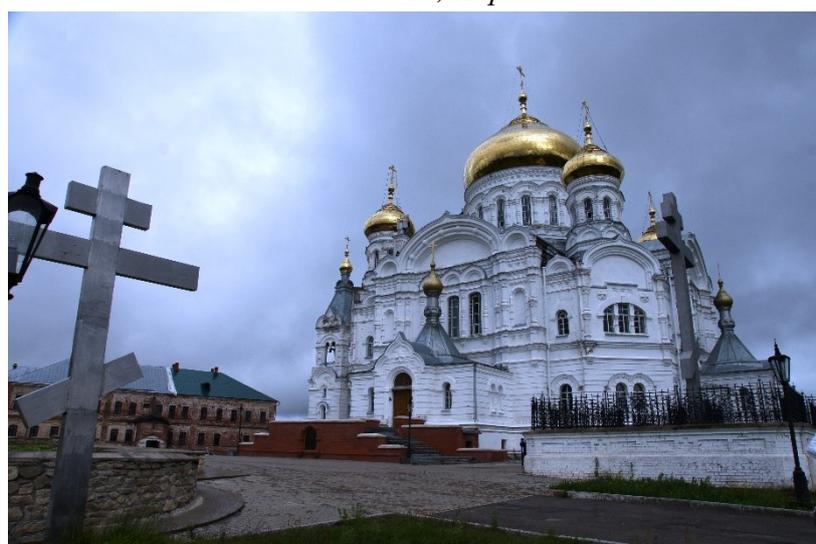
- бальнеологический туризм (курорты, санатории, дома и базы отдыха);
- горнолыжный и другие виды зимнего отдыха. Здесь сочетается геоморфологическое разнообразие с инфраструктурной обеспеченностью. Ландшафт, как правило, контрастен, часто находятся места с большими абсолютными отметками. Повышенное гидрографическое разнообразие способствует разнообразию рельефа. Важным фактором является высокая потребность в этом виде отдыха жителей регионального центра;
- дачная рекреация. Для зоны характерна высокая транспортная освоенность и легкая доступность нескольких секторов, плотность транспортных путей и лучшая пропускная способность дорог, благополучное экологическое состояние межмагистральных пространств, эстетичность ландшафтов;
- рыболовство, иногда охота. Этот вид деятельности ориентируется и на охотничье-рыболовные ресурсы, и на развитую инфраструктуру (рыболовные общества, клубы, базы, услуги егерей, охотничьи хозяйства и заказники). В рыболовном туризме распространены места массового лова, зимняя подледная рыбалка;
- экскурсионный туризм. Здесь создаются архитектурно-этнографические музеи и музеи под открытым небом. Распространены массовые экскурсии; к тому же есть места, привлекательные для культурного туризма, развиваются музейные экскурсии;
- активные походы выходного дня, бытовой, грибной и ягодный туризм.



Усолье



Эспланада, Пермь



Белогорский монастырь



Музей Соли, Соликамск

Ближняя маргинальная зона – внутренний изолят, труднодоступное окружение регионального центра

Зона представляет собой отдельные участки сельского и лесного окружения регионального центра, которые благодаря особенностям конфигурации гидрографической сети, дорог, качеству и наличию транспортной связи менее труднодоступны, чем местности второй зоны. В Пермском крае к туристско-перспективным местам на внутренних маргинальных территориях можно отнести г. Чермоз, пос. Пожву, с. Серьгу.

В этой зоне туризм и рекреация представлены охотой и рыбалкой, культурным и активным туризмом (походы выходного дня). Интересные места с точки зрения культурно-исторического наследия посещаются небольшими группами специалистов, творческих людей, в том числе художниками, фотографами.

Зона вторых центров и сельских территорий между ними – «серебряное кольцо»

Эта зона насыщена городами и другими интересными туристскими объектами. В Пермском крае таким «серебряным кольцом» является «ожерелье» из городов: Соликамск, Березники, Александровск, Кизел, Губаха, Гремячинск, Горнозаводск, Чусовой, Лысьва, Кунгур, Оса, Очер, Верещагино, Кудымкар. Между этими городами тянутся сельскохозяйственные, таежные или горно-лесные территории. К ним относятся части районов Сивинского, Карагайского, Юсьвинского, Усольского, Березовского, Бардымского и др.

Насыщенность туристскими ресурсами в этой зоне подталкивает многие регионы к выстраиванию кольцевых круизных маршрутов.

В зоне «серебряного кольца» распространены многие виды туризма: культурный и экскурсионный, деловой, событийный, зрелищный (ярмарки, музыкальные фестивали, национальные праздники), научный, конференционный, активный (водный, пешеходный, лыжный, спелеологический, скалолазание), горнолыжный, охотничий, рыболовный, сбор ягод, грибов, трав и других дикоросов, бытовой туризм, бальнеология.

Транзитная периферия – немаргинальная окраина

Зона представлена частями региона, расположенными на периферии или в тех местах, через которые проходят оживленные транспортные потоки между регионами. Сюда можно отнести полностью или частично Чайковский, Чернушинский, Куединский, Октябрьский районы, примагистральные части Горнозаводского, Кишертского, Суксунского, Большесосновского, Верещагинского, Сивинского районов.

Территории здесь значительно отличаются друг от друга по рекреационному направлению, поскольку местности различаются в ландшафтном и культурно-историческом отношении. Так, в г. Чайковском и Чайковском районе развиваются деловой, горнолыжный, круизно-речной, спортивно-зрелищный, усадебный виды туризма; в Чернушинском, Куединском, Октябрьском – охота, в Горнозаводском – активный (водный, спелеологический), минералогический – экскурсионный, экологический, охотничье-рыболовный, собирательский.

Дальняя окраина – маргинальная территория

Наиболее удаленные и труднодоступные территории региона, как правило, не транзитные. Этот пояс формируется обязательно под влиянием конфигурации региона, зависит от наличия ее выступов, клиньев, а также под влиянием сложившейся сети (транспортной, гидрографической). Сюда следует отнести Гайнский, Косинский, Кочевский, Чердынский, Красновишерский районы, а возможно, приграничные части территорий, подчиненных городам Александровск, Кизел, некоторые окраинные местности Усольского, Соликамского, Горнозаводского и Лысьвенского районов и предположительно, некоторые периферийные и труднодоступные места Кудымкарского и некоторых других районов.

Районы здесь различаются по туристско-рекреационному профилю: Гайнский – охотничье-рыболовный, ягодно-грибной; Красновишерский – активный пешеходный и водный, лыжный, экологический, охотничье-рыболовный, сбор грибов, ягод, кедровых орехов, трав; Чердынский – культурно-исторический, экскурсионный, водный, спелеологический, охотничье-рыболовный, ягодно-грибной.

Секторность туристско-рекреационной сферы в Пермском крае связана с наличием разных ландшафтов в разных направлениях от Перми: лесной север, сельский и сельскохозяйственный юг, горный и предгорный восток. При этом в

современном туризме большее значение имеет деление территории Пермского края на горную и равнинную и гораздо менее значимо деление на лесную и сельскохозяйственную.

Таким образом, туристско-рекреационная сфера региона выстраивается концентрически и секторно в согласии с топологией края.

Вопросы и задания

1. Что означают термины «топология», «региональная топология»?
2. Почему туристскую структуру региона можно представить в секторно-концентрическом виде?

6.3. РЕГИОНАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИЗМА

Изучая региональную организацию туризма, можно формировать основу концепции и программы развития туризма региона. Базовыми задачами являются оценка туристских ресурсов, туристское районирование и зонирование региона.

Под термином «региональная организация туризма» мы понимаем отраслевую и территориальную структуру туризма в регионе. Это понятие ассоциируется с изучением туристских ресурсов, маршрутов, центров и зон, с туристским районированием. Анализ региональной организации туризма необходим для принятия проектных туристских решений, для формирования концепции и программы развития туризма.

Пермский край имеет топологические, природные, историко-культурные и социально-экономические предпосылки развития туризма, которые в той или иной степени реализуются на протяжении более чем 100 лет. К достоинствам следует отнести то, что регион формирует значительные внешние туристские потоки, выделяется высокими потребностями во внутреннем туризме и спросом на услуги рекреации.

Для выявления основных конкурентных туристских преимуществ Пермского края следует найти то, что отличает его от других, прежде всего российских, регионов. Расположим основные компоненты туристского потенциала региона по значимости, начав с самых важных.

1. Речное богатство бассейна Камы (разветвленность речной сети, чистая вода верховьев, скульптурные долины, водохранилища, навигационная связь с речной системой Волги и реками европейской части страны).
2. Многоотраслевой характер хозяйства региона (множество промышленных предприятий различной специализации), стимулирующий деловой туризм.
3. Ландшафты Горного Урала (ненарушенность и заповедность).

4. Карстовые формы, прежде всего пещеры.
5. Геология, минералогия и пермский геологический период (ящеры, минералы, окаменелости, соляные шахты).
6. Исторические города, поселения и места (древность и сохранность культурно-исторической среды).
7. Относительно развитая сеть гостиниц, предприятий общественного питания, транспорта и санаторно-курортных учреждений.
8. Транспортно-географическое положение внутри России, внутри Евразии, на Транссибе, транзитных автодорогах, авиалиниях и на Каме.
9. Близость к главному ареалу расселения России, к Москве, столицам макрорегионов (Екатеринбургу, Нижнему Новгороду, Самаре, Новосибирску), миллионным городам (Челябинску, Уфе, Казани).
10. Леса и растительность, дары леса.
11. Возможности зимнего отдыха, горнолыжные ресурсы (высота снежного покрова, геоморфология).
12. Охотничье-рыболовные ресурсы.
13. Гостеприимство населения и стабильная политическая ситуация в регионе.
14. Высокий внутренний спрос и емкость внутреннего рынка.
15. Положение около и на границе Европы и Азии. Имеет туристское значение и такая географическая линия, как шестидесятая параллель.
16. Исторические пути (путь Ермака, декабристов, Бабиновская дорога, старые тракты).

Многие регионы Сибири и Дальнего Востока не менее природно-аттрактивны, чем Прикамье. Однако Пермский край расположен более выгодно по отношению к густонаселенным ареалам страны, где проживает основное количество потребителей туристско-экскурсионных услуг. Регионы, которые пространственно ближе к центру европейской части, часто уступают Пермскому краю по природным туристским достоинствам. Таким образом, основным туристским конкурентным преимуществом Пермского края является *удачное сочетание природной аттрактивности, основанной на ландшафтном разнообразии, и внутрисреднероссийского транспортного положения.*

Особенно важным обстоятельством является ландшафтная контрастность и пограничное расположение Пермского края. Ландшафтные и культурологические рубежи разнообразны. Граница Европы и Азии, граница планетарного Севера и средних широт, стык Русской равнины и Уральских гор, тектонические и геологические пороги, граница главной полосы расселения, стык Урала и Поволжья, граница таежной зоны и пояса благодородных сельскохозяйственных почв,

соседство финно-угорской, тюркской и славянской культур способствуют формированию большого разнообразия туристских ресурсов. Бассейновость региона, его речная сеть увеличивают разнообразие и являются объединяющим компонентом географической композиции. На этом понимании может формироваться основной концепт туристской политики региона.

В связи с таким подходом стратегия развития туризма в Пермском крае должна быть выработана не только на принципах уникальности туристских объектов, но и на принципах контрастности территории, многообразия туристских ресурсов.

Для планирования развития туризма в регионе необходимо, помимо определения главных туристских ресурсов, изучить пространственную организацию туризма, которая, в частности, находит выражение в туристском районировании.

При туристском районировании Пермского края должны быть интегрированы подходы и принципы природного и социально-экономического районирования. Нужно учитывать зонирование и районирование компонентов ландшафта (рельеф, климат), ландшафтные рубежи контрастности. Важно принимать во внимание подобластное административное деление и транспортные связи. В районировании должна быть учтена и такая особенность именно Пермского края, как бассейновость региона и большинства его частей. Кроме того, специфика туризма как деятельности способствует тому, что районы будут сохранять свои географические названия, исторически принятые, известные и понятные людям, географически верные.

Если попытаться разделить Пермский край на специфические в природном, историческом и хозяйственном отношении территории, имеющие и свой особый туристский потенциал и направления его реализации, то можно выделить шесть особенных частей: **Вишера с Колвой, Горнозаводское Прикамье, Парма, Предуралье, Среднекамье и Нижнекамье** (рис. 67). При этом из района Горнозаводское Прикамье можно выделить район Верхнекамья.

Территории в административном отношении представляют собой группы муниципальных образований и автономный округ. Они могут рассматриваться как туристские районы, соединяющие в себе свойства дестинаций (с качествами специализации), с одной стороны, и свойства управляемых территориальных образований (с завершенностью системы маршрутов) – с другой.

Региональная организация туризма может быть раскрыта в виде сочетания «центр – периферия». Система региона применительно к Пермскому краю в туристском аспекте выделяется следующими концентрическими и секторно-концентрическими функциональными зонами:

1. Региональный центр (Пермь).

2. Окружение регионального центра (Краснокамск, Нытвенский, Ильинский, Добрянский, Оханский, Пермский районы).

3. Ближняя маргинальная зона (части территорий Нытвенского, Добрянского и других прицентральных районов).

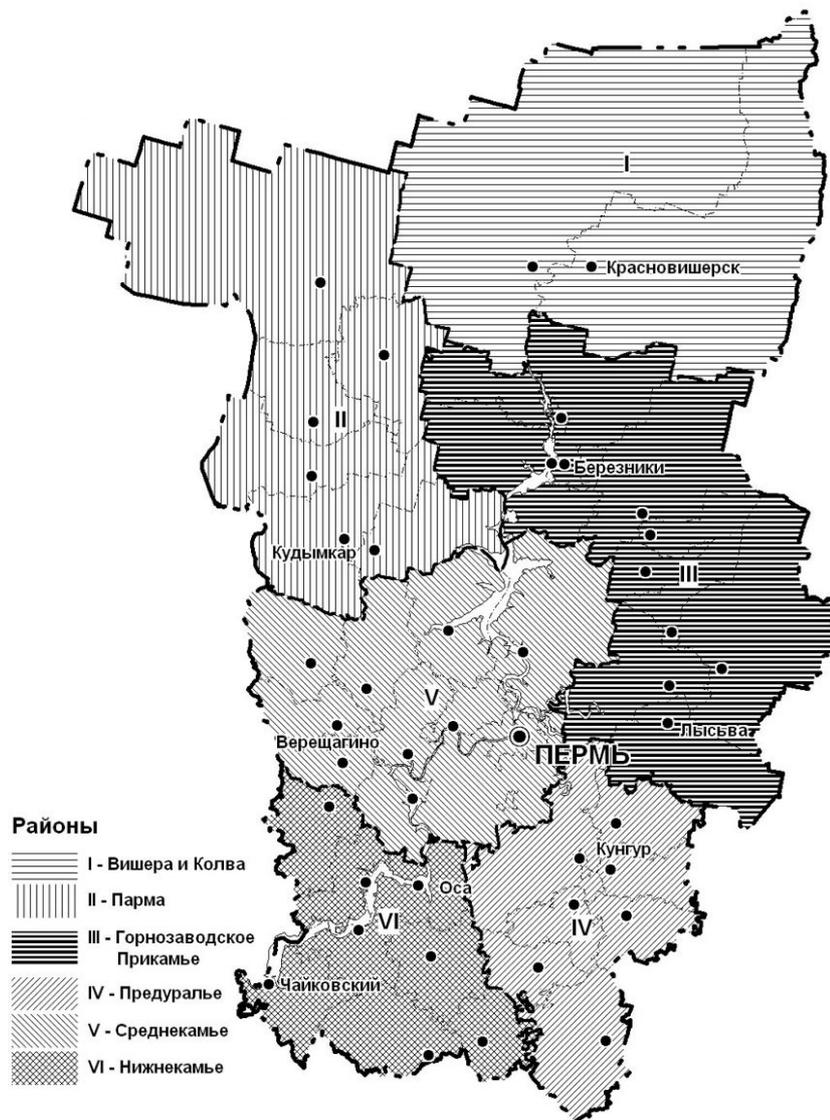


Рис. 67. Туристско-географическое районирование Пермского края

4. Зона вторых центров и сельских территорий между ними – «серебряное кольцо». В Пермском крае таким серебряным кольцом является «ожерелье» из городов Соликамск, Березники, Александровск, Кизел, Губаха, Гремячинск, Горнозаводск, Чусовой, Лысьва, Кунгур, Оса, Очер, Верещагино, Кудымкар. Между этими городами тянутся сельскохозяйственные, таежные или горно-лесные территории. К ним относятся части Сивинского, Карагайского, Юсьвинского, Усольского, Березовского, Бардымского и других районов.

5. Транзитная периферия, которая включает полностью или частично город Чайковский, Чернушинский, Куединский, Октябрьский районы, примагистральные части Горнозаводского, Кишертского, Суксунского, Большесосновского, Верещагинского, Сивинского районов.

6. Дальние окраины. К ним следует отнести Гайнский, Косинский, Кочевский, Чердынский, Красновишерский районы, приграничные части территорий, подчиненных городам Александровск, Кизел, окраинные местности Усольского, Соликамского, Горнозаводского Лысьвенского и некоторых других районов.

Туризм нередко рассматривается как средство преодоления бедности, как способ развития поселений на региональных окраинах.

Маргинальные территории соседних регионов (например, Пермского края и Свердловской области) смыкаются и в туристском отношении часто представляют собой один район, на котором должна осуществляться согласованная политика региональных властей. Граница Пермского края и Свердловской области, проходя по горным местностям Северного и Среднего Урала и Предуралья, пересекается редкими транспортными путями, да и то только на южном отрезке границы. Эти территории имеют многолетнюю туристскую специализацию. При транспортной полуизолированности граница обладает высокой степенью туристской проницаемости. Активные туристские маршруты направлены преимущественно из Свердловской области в Пермский край, они чаще ориентируются на сплавы по рекам Камского бассейна.

На транзитных окраинах туристско-рекреационная деятельность имеет разветвленный и многопрофильный характер, поскольку эти места инфраструктурно обустроены и более доступны по сравнению с остальной периферией. Транзитная окраина может иметь разнообразные виды рекреации, так как здесь действует много положительных факторов: 1) транспортная доступность, туристский сервис; 2) расположение на пути круизного межрегионального маршрута; 3) близость к потребителям из центров, по крайней мере, двух соседних регионов.

Территории транзитной периферии, как и всякой периферии, часто между собой транспортно разобщены, ландшафтно и природно-ресурсно различны и могут иметь очень индивидуальный туристско-рекреационный профиль (Суксунский район – санаторный, бальнеологический, Чайковский – круизно-речной, Горнозаводский – спортивный, водный).

На изолированных окраинах, которые транспортно связаны в одном направлении, туризм более природно-ориентированный, менее массовый, более индивидуальный. Он здесь активный, а именно самодеятельный, спортивный, походный, приключенческий, экстремальный. Рекреация связана с добычей охотничьих и рыболовных трофеев, заготовкой грибов и ягод, орехов, лечебных

трав. Туризм более молодежный (школьники, студенты). Для территорий характерен экологический туризм.

На изолированной периферии развивается и культурно-исторический туризм. Привлекают малые исторические города с древней архитектурой, сохранившаяся культурно-историческая среда, места проживания малых народов, традиции, места исторических событий, древние пути, археология. Посетителей отличает высокий уровень образования. Это учащиеся и специалисты – историки, филологи, фольклористы, этнографы, художники, фотографы.

Туризм на депрессивных окраинах имеет свои особенности. В этой связи интересны перспективы хозяйственной переспециализации одной из приграничных территорий Пермского края, для которой характерна социально-экономическая депрессивность, вызванная закрытием угольных шахт. Это г. Кизел и территория, подчиненная городу. На этой территории в 50 км от Кизела находится высшая горная вершина Среднего Урала гора Ослянка (1119 м). Такое «взаиморасположение» бедствующего населения города и окружающих поселков и выдающейся горной вершины дает повод искать туристско-рекреационные перспективы района.

Кизел – один из наиболее выдвинутых к осевой части Уральских гор городов Прикамья. Располагаясь ближе других городов непосредственно к горным вершинам, поднимающимся выше границы леса, Кизел имеет значительную абсолютную высоту городской площадки. Это своеобразное Пермское «высокогорье». По своему экономико-географическому положению, исторической, хозяйственной и управленческой роли – один из кустовых городов Пермского края, который образует полицентрическую городскую агломерацию. Сложный для хозяйствования горный рельеф сыграл положительную роль в защите окружения Кизела от промышленной экспансии, обеспечив сосуществование нагруженного индустрией Кизеловско-Губахинского ареала с почти нетронутыми территориями в его окружении.

Необходимо отметить, что Кизел имеет «горную» репутацию в стране. Он известен как город горнодобывающей отрасли. При этом Кизел, находясь на десятом месте по численности населения в Пермском крае, по известности не опускается ниже пятого. Широка его известность и среди уральских городов. Имидж горнопромышленного города не является препятствием для формирования образа города-центра горнолыжного спорта и горного отдыха и туризма.

Гора Ослянка – фактически – самый южный выступ девственной части Горноуральского пояса, протянувшейся до Северного Ледовитого океана. Этот горный пояс с первозданной природой в районе горы вдается в населенный район. В относительной близости находятся крупные и средние по размерам го-

рода Пермского края и Свердловской области. Население этого района составляет около 3,5 млн. Туристско-рекреационные услуги в районе Осянки, без сомнения, будут востребованы жителями этого промышленного региона.

Отметим, что депрессивная территория – это обычно район, где должна происходить вынужденная смена специализации ввиду невозможности прежней, но новый хозяйственный профиль по ряду причин ясно не выстраивается. Здесь толчком к развитию могут быть амбициозные, большие проекты, в том числе и в туристской сфере.

Выявив конкурентные преимущества, сформулировав концептуальные положения, на основе изучения региональной организации туризма в регионе можно планировать конкретные программные мероприятия. В настоящее время многие регионы России ставят задачу разработки региональных программ развития туризма. На наш взгляд, подходы к ее решению могут быть следующими.

Идеи и технология разработки программы развития туризма в регионе должны опираться на географическую и отраслевую основы. Если выразить цель программы кратко, то она состоит в оживлении туризма как отрасли экономики и как вида деятельности в регионе. Отметим ключевые моменты в разработке такой программы применительно к Пермскому краю.

Туризм технологически специфичен. В отличие от многих других видов деятельности, туризм – это процесс, это передвижение по маршрутам. Поэтому следует зафиксировать, оценить основные туристские процессы, маршруты в крае, выделить пункты и зоны, куда направляются современные туристские потоки. На рис. 68. отражены основные пункты и зоны туристских посещений Пермского края.

Пермь является особым центром. Главная роль в Прикамье, наибольшая величина, геометрически прицентральное расположение в регионе – факторы, определяющие узловое значение города в туристских процессах края. Преобладающие туристские маршруты по Пермскому краю в настоящее время имеют малоинтересный радиальный рисунок.

Формируя туристскую планировочную геометрию края, следует развивать преимущественно кольцевую форму маршрутов из Перми и других узловых городов края. Радиальные маршруты рациональны лишь как небольшие ответвления (выезды и выходы) от основных кольцевых или линейных трасс.

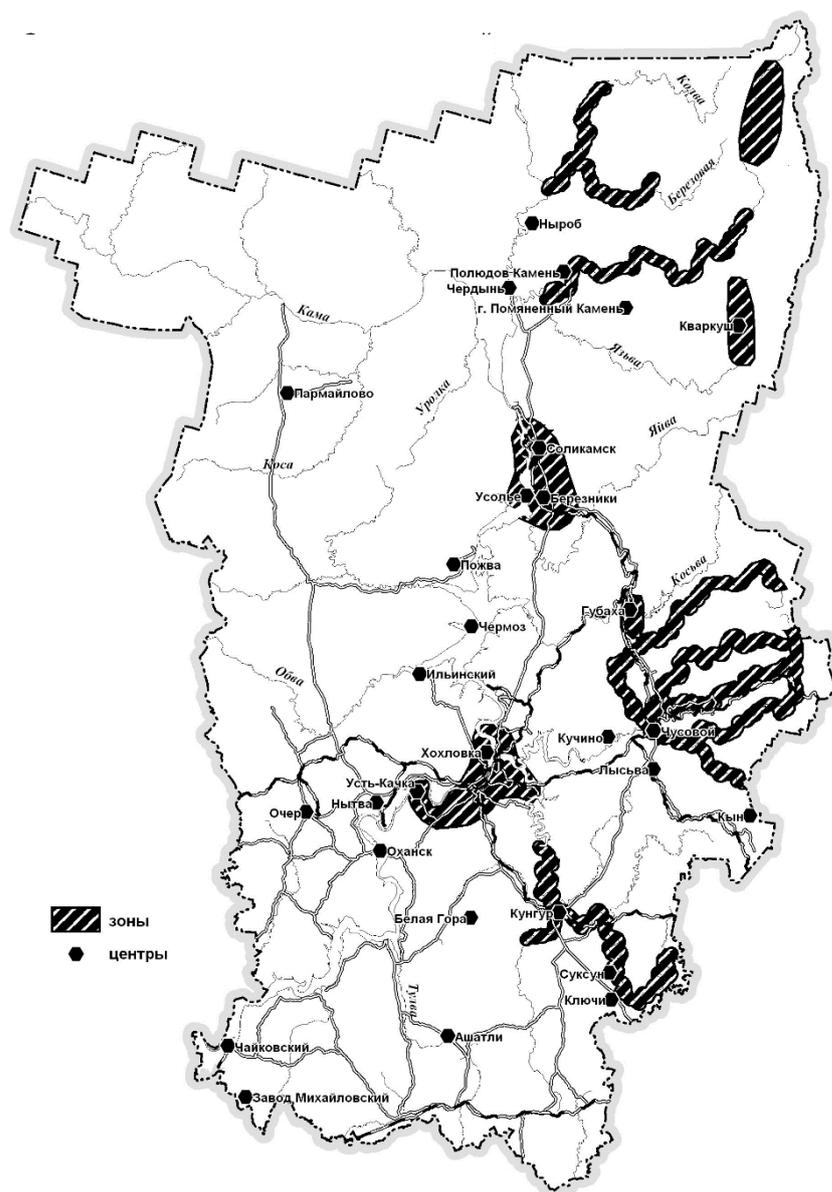


Рис. 68. Зоны и центры туристских посещений Пермского края

Программа должна давать идейный «посыл» туристскому и нетуристскому бизнесу в плане наиболее перспективных географических точек, линий, узлов, нацеливая на местности, которые являются наиболее приоритетными. Она должна прояснять, какие места будут поддерживаться региональной властью, например, с точки зрения инфраструктуры, в первую очередь, а какие – во вторую и т.д.

Если попытаться наметить главную приоритетную туристскую трассу региона, исходя не только из сложившихся туристских зон и пунктов, не только из существующей транспортной сети, но и из основных базовых географических особенностей Пермского края, то следует ориентироваться на главные ландшафтные рубежи контрастности и учитывать свойство бассейновости региона.

Пермский край сложился на стыке Русской равнины и Уральских гор. Граница предгорий сложная, состоит из двух рубежей (равнины и Предуралья, Предуралья и гор). Первый ландшафтный рубеж контрастности проходит по линии вблизи городов Чердынь, Соликамск, Березники, Кунгур, второй – около городов Красновишерск, Александровск, Кизел, Губаха, Гремячинск, Чусовой, Лысьва.

Практически абсолютная бассейновость Пермского края выражается в высокой согласованности системы расселения с речной сетью и проявляется в туризме и рекреации многообразно. Одним из главных меридиональных и субмеридиональных поясов городов является Кама.

Если говорить о главной «географической привязке» региона, то Пермского край исторически сформировался в том месте и вокруг того места, где судоходная и полноводная Кама коснулась горного Урала. Поэтому основной *туристский маршрутный каркас* должен строиться на основе двух ландшафтных рубежей и того участка Камы, который ближе всего подходит к Уральским горам. Желательно, чтобы он включал и равнинную, и предуральскую, и горную местности края. Он должен охватывать наибольшее количество сформировавшихся туристских зон, центров и пунктов и учитывать ключевую роль Перми в регионе. Каркас должен иметь кольцевую форму, преимущественно меридионально вытянутую согласно конфигурации Пермского края. Кроме того, каркас должен включать по возможности наибольшее число городов «серебряного кольца».

Таким образом, первое туристское кольцо Пермского края географически вырисовывается по следующему маршруту: Пермь – Кунгур с ответвлением на Белую гору – Чусовой с ответвлением в Лысьву – Гремячинск – Губаха – Кизел – Александровск – Березники с ответвлением в Соликамск – Усолье и далее вниз по Камскому водохранилищу, на берегах которого расположены привлекательные в историко-культурном отношении поселения – Орел, Пожва, Чермоз, Ильинский, Добрянка, Полазна, Хохловка (рис. 69).

Это кольцо охватывает города Пермь, Березники и 14 административных районов, в которых, по расчетам Ю.А. Худеньких [213], сосредоточено 48,8 % туристского потенциала Пермского края.

Это первоочередное туристское кольцо края включает территории, различные по положению относительно центра и периферии. Здесь находится и главный город Пермь, и его сельское окружение (Пермский, Ильинский, Добрянский районы), и города «серебряного пояса» (Кунгур, Чусовой, Александровск, Соликамск). В него втянуты и периферийные местности региона (Суксунский, Горнозаводский районы). Сюда входят и относительно благополучные, быстро развивающиеся в социально-экономическом отношении населенные пункты (Доб-

рянка, Полазна), и депрессивные места (Кизел, Гремячинск), и внутренние «изоляты» (Чермоз, Майкор), и маргинальная окраина (Кын). Объединение в такое кольцо будет способствовать подтягиванию отстающих в развитии поселений. К ним относятся бывшие угледобывающие населенные пункты (Усьва) и поселения на правом берегу водохранилища (Чермоз, Пожва, Орел).

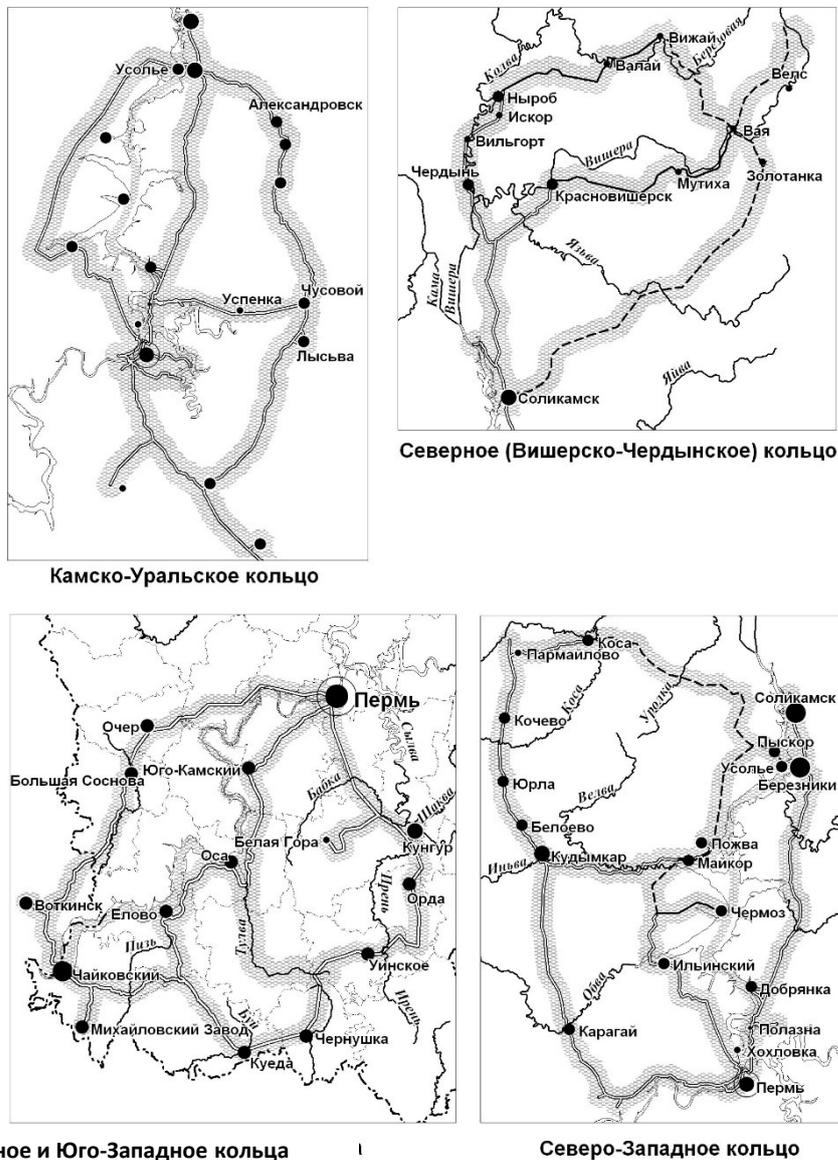


Рис. 69. Туристский маршрутный «каркас» Пермского края

Такой вид главного маршрутного кольца Пермского края согласуется с представлениями многих пермских экспертов о современных туристских процессах. П.С. Ширинкин [222] тоже указывает на данный маршрут как на главное кольцо. С.И. Минаев [149] считает, что южная часть кольца (Пермь – Кунгур – Чусовой – Пермь) к настоящему времени сложилась как маршрут для въездных туристов.

На рис. 68 отображены очередные кольцевые элементы туристского маршрутного каркаса Пермского края как следующие этапы реализации программы развития туризма.

Второе кольцо может быть сформировано на севере и северо-востоке Пермского края, включить две туристские зоны – Соликамско-Березниковскую и Чердынско-Вишерскую – и соединить следующие пункты и местности: Березники – хребет Кваркуш – Золотанка – Вая – Красновишерск – Чердынь – Соликамск – Березники с полукольцом Вая – р. Березовая – Нырб – Покча – Чердынь. Кольцо имеет ответвления к Вишерскому государственному заповеднику. Оно ориентировано на туристские ресурсы бассейна р. Вишеры, туристские объекты наиболее высокой горной части Пермского края и яркий историко-культурный потенциал территории. Требуется достройка транспортной сети, а именно ускорение строительства автодороги Березники – Золотанка.

Третье и четвертое кольца связаны с Камой в направлении на юг и юго-запад от Перми на участке Воткинского водохранилища. Пятое кольцо охватывает районы запада Пермского края, Коми-Пермяцкого округа и территории по течению Камы на участке Камского водохранилища. Эти кольца должны опираться на первое, которое следует рассматривать как первостепенной значимости по срокам организации и обустройства в информационном и инфраструктурном отношении.

Описанный нами подход к формированию программы развития туризма в Пермском крае условно можно назвать *ресурсным*, поскольку он разрабатывался с учетом туристских ресурсов региона, размещения туристских зон и центров, конфигурации транспортной сети.

Несмотря на комплексность и географичность данного подхода, в целях эффективного развития туристской отрасли он должен быть дополнен вторым подходом, который выражал бы интересы туриста, потребителя услуг, отражал бы экономический и маркетинговый аспекты задачи. Этот второй подход связан с анализом транспортной доступности от потребителя до туристских объектов. Его условно можно именовать *маркетинговым*. Хотя география потребителя многополярна, основной вопрос состоит в том, в какой степени туристские объекты региона удалены от Перми.

Необходимо определить степень доступности с учетом затрат времени, например, получасовая, часовая, полуторачасовая и двухчасовая. В такой последовательности убывает приоритетность включения в программу тех или иных мест. По-видимому, двухчасовая доступность туристских объектов от центра города Перми будет сильно ограничивающим фактором туристского роста и явится, за редким исключением, крайней границей территории, которая может быть включена в первый этап программы, в основное кольцо.

Доступность от вторых центров с населением более 100 тыс. человек (Березники), возможно, следует ограничивать часовой или даже 45-минутной изохроной, а от меньших по размерам (Чайковский) – получасовой. Исходя из такой постановки вопроса в первом кольце именно Кизел оказывается на пределе или за пределами критерия удаленности от Перми и других городов. И это еще раз подтверждает факт сложной ситуации относительно социально-экономического развития города и путей ее разрешения. Кизел может быть включен в программу в виде элемента основного кольца в настоящее время в виде исключения как наиболее депрессивная пермская территория, нуждающаяся во всестороннем развитии. Важно иметь в виду, что предельная удаленность Кизела от Перми требует особого подхода к этому городу, особых туристских проектов.

Географические особенности Пермского края дают понимание его конкурентных туристских преимуществ. В то же время туристская топология, региональная организация также должны учитываться при формировании концепции и программы развития туризма в регионе.

Вопросы и задания

1. Как конкурентные туристские преимущества Пермского края связаны с его географическими особенностями?
2. В чем недостатки туристского маршрутного каркаса Пермского края?
3. Какие элементы туристской системы Пермского края составляют туристскую структуру региона?

6.4. ЗОНИРОВАНИЕ ТЕРРИТОРИИ РЕГИОНА ДЛЯ ТУРИСТСКИХ ИНВЕСТИЦИЙ

Программы развития туризма в регионах РФ предполагают их совместное финансирование со стороны как государства, так и бизнеса. При этом обычно на бюджетные средства планируется улучшение транспортной и другой инфраструктуры, а сами туристско-рекреационные проекты предполагается осуществлять на средства частных инвесторов. Сложной географической задачей является поиск оснований, позволяющих определить очередность вовлечения территорий региона в туристско-рекреационные проекты. Приоритетность инвестиций в туристскую отрасль в территориальном аспекте определяется исходя из нескольких основных предпосылок. Среди них – различия в туристском ресурсном потенциале, особенности общей и туристской топологии региона, маршрутный туристский каркас и транспортная доступность краевого центра. Анализ этих пред-

посылок лег в основу географического зонирования Пермского края, которое показывает перспективную территориальную последовательность в туристских инвестициях [100].

Интегральная оценка ресурсного туристского потенциала территории – сложная задача, поскольку для его оценивания нет общепризнанной методики. Кафедрой туризма Пермского государственного национального исследовательского университета разработано несколько различных подходов к количественной оценке ресурсного туристского потенциала и проведены расчеты по территориям муниципальных образований. На основе сведения нескольких рядов результатов, полученных Ю.А. Худеньких [213], Е.С. Вopilовой [51] и В.П. Расковаловым [176], и экспертного анализа проведено ранжирование территорий Пермского края и выделено шесть категорий с разной величиной туристско-рекреационного потенциала. На рис. 70 [100] цветом показаны группы муниципальных районов, разделенных по категориям потенциала, от первой – где выявлен самый высокий потенциал, до шестой – где потенциал при современном туристском спросе пока не проявляется, не выяснен.

В первую категорию объединены территории с самым высоким потенциалом для развития туризма, а именно: Пермь, Чердынский район, Соликамск и Соликамский район, Усольский район и Березники, Кунгур и Кунгурский район, Красновишерский и Пермский районы. На первый взгляд, это очень различные по географическому положению и экономическому развитию города и районы. Однако отметим, что это территории с наиболее высокими значениями ландшафтного и природно-ресурсного разнообразия. Это территории, где последовательно на протяжении истории освоения и хозяйственного развития края располагались его социально-экономические центры – своеобразные столицы – и где особенно значимо и разнообразно культурно-историческое наследие.

Изучая пути развития туристско-рекреационной сферы региона, необходимо учитывать абстрактные модели региональной организации туризма. Рассматривая модель гипотетического региона, можно выделить ареалы и зоны, которые будут выполнять туристские и рекреационные функции и занимать определенное место в регионе. В Пермском крае формируются следующие туристские зоны, сменяющие друг друга от центра к периферии: региональный центр (Пермь), окружение регионального центра, ближняя маргинальная зона, зона вторых центров и сельских территорий между ними – «серебряное кольцо», транзитная периферия – немаргинальная окраина, дальние окраины – маргинальные территории.

Туризм технологически имеет одну яркую особенность. В отличие от многих других видов деятельности, туризм – это процесс, это движение по маршрутам. Поэтому следует зафиксировать, оценить основные туристские процессы,

маршруты в крае, выявить пункты и зоны, куда направляются современные туристские потоки. В регионе в настоящее время можно наметить пять туристских зон (Пермская центральная, Кунгурская, Усьвинско-Чусовская, Соликамско-Березниковская, Чердынско-Вишерская) и более десятка туристских пунктов, расположенных отдельно от зон. Это города или районные центры (Губаха, Ильинский, Очер, Кудымкар, Чайковский, Оханск, Оса, Чермоз), а также села и небольшие поселения (Завод Михайловский, Ашатли, Пармайлово). Некоторые туристские пункты находятся в пределах туристских зон (Ныроб, Суксун, Кучино, Хохловка, Усть-Качка). В зонах выделяются города – центры зон, являющиеся узлами туристских маршрутов (Пермь, Кунгур, Чусовой, Березники и Соликамск, Чердынь и Красновишерск).

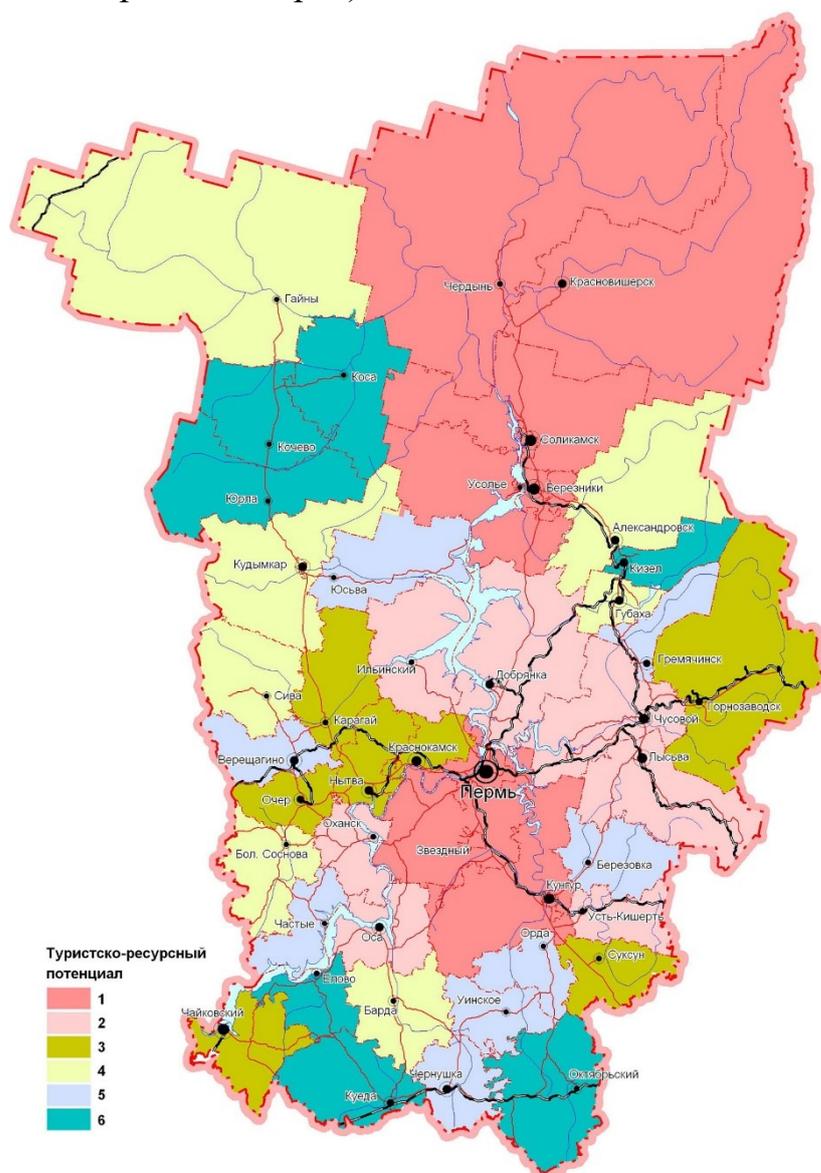


Рис. 70. Туристско-ресурсный потенциал муниципальных районов Пермского края

Пермь является особым центром. Главная роль, наибольшая величина, геометрически центральное расположение в регионе – факторы, определяющие узловое значение города в туристских процессах края. Туристские маршруты по большей части начинаются и завершаются в краевом центре. Формируя туристскую планировочную геометрию края, целесообразно развивать преимущественно кольцевую форму маршрутов из Перми и других узловых городов края.

Пытаясь наметить главную приоритетную туристскую трассу региона, следует исходить не только из сложившихся туристских зон и пунктов, из существующей транспортной сети, но и из основных базовых географических особенностей Пермского края, а именно – необходимо ориентироваться и на следующие факторы: главные ландшафтные рубежи контрастности и бассейновость региона.

Если говорить о главной «географической привязке» региона, то Пермский край исторически сформировался в том месте и вокруг того места, где судоходная и полноводная Кама коснулась горного Урала.

Поэтому основное кольцо туристского маршрутного каркаса должно строиться на основе двух ландшафтных рубежей и того участка Камы, который находится ближе всего к Уральским горам. Желательно, чтобы кольцо включало и равнинную, предуральскую, и горные местности края. Оно должно охватывать наибольшее количество сформировавшихся туристских зон, центров и пунктов и учитывать ключевую роль Перми в регионе. Кроме того, кольцо должно включать по возможности наибольшее количество городов «серебряного кольца».

Принимая во внимание особую роль Перми в территориальной организации туризма региона, учитывая особую значимость фактора удаленности для развития туристской отрасли, следует осуществить зонирование территории Пермского края по критерию транспортной удаленности от краевого центра. При этом удаленность определяется преимущественно по автодорогам, но с учетом других видов пассажирского транспорта, в основном железнодорожного. На территории края выделяются пять зон доступности.

Приоритетность туристского развития тех или иных местностей вытекает из дифференциации туристского ресурсного потенциала Пермского края, особенностей туристского каркаса региона и действия фактора доступности краевого центра. Указанные ресурсные, инфраструктурные, технологические и пространственные предпосылки легли в основу географического зонирования для задачи определения приоритетности туристских проектов [100].

Зоны обуславливают очередность реализации туристских проектов. Зонирование служит своеобразным отражением этапов или стадий перспективного развития туристской отрасли в регионе от территории к территории (рис. 71).

Положение территории в составе той или иной зоны может рассматриваться в качестве одного из критериев оценки туристско-рекреационного проекта.

В зоне 1 объединены местности, включенные в Камско-Уральское туристское кольцо, а также территории высокой транспортной доступности краевого центра. В эту зону включены: Пермь, Пермский район, Краснокамский район, а также отдельные населенные пункты и окружающие их территории Ильинского района (д. Чуманы, с. Васильевское, с. Филатово, с. Слудка, д. Посер, пос. Ильинский, с. Сретенское, с. Дмитриевское, г. Чермоз). Территории Юсьвинского района – с. Пожва, с. Майкор, Кама; Усольского района – Орел, д. Пыскор, Усолье; г. Соликамск, г. Березники. Территории Добрянского района – с. Полазна, г. Добрянка; территории Александровского района – с. Всеволодо-Вильва, г. Александровск; г. Кизел, Губаха, территории Гремячинского района – пос. Усьва; Чусовского района – Чусовой, Кучино, Успенка, Верхне-Чусовские городки; г. Лысьва, населенные пункты Горнозаводского района – Горнозаводск, пос. Пашия, пос. Кусье-Александровский; Березовского района – Березовка; Кунгурского района – г. Кунгур, Белая Гора, Калинино; Кишертского района – Усть-Кишерть, с. Посад, д. Красный Яр; Суксунского района – Суксун, с. Ключи.

Кроме того, в зону первой очереди включены побережья Камского водохранилища, а также участки рек: Усьва (от пос. Усьвы до г. Чусового), Койва (от пос. Кусье-Александровский до д. Усть-Койва), Чусовая (от д. Усть-Койва до г. Чусового), Сылва от устья р. Иргины до места впадения в Чусовую). В эту зону входят транспортные пути, соединяющие города кольца, например, автодороги Березники – Пермь, Чусовой – Пермь, железная дорога Чусовой – Пермь, а также примагистральные территории.

Зона 2 охватывает районы второго транспортного кольца, а также территории, выделяющиеся ресурсным туристским потенциалом. Сюда включаются местности по берегам Воткинского водохранилища, Чайковский район, Очер, Павловский, Кудымкар, Чердынь и населенные пункты Чердынского района: Покча, Вильгорт, Ныроб, территории по рекам Колвы и Березовой, Красновишерск и местности (по р. Вишере вверх до 71-го квартала и р. Улсу, горные территории района к югу от заповедника Вишерский), территории Гремячинска и Горнозаводского района (участок р. Усьвы от д. Средняя Усьва до пос. Усьва, участок р. Койвы от Теплой горы до Кусье-Александровского), Лысьвенского района (по р. Чусовой от пос. Кын до д. Усть-Койва), Кишертского и Суксунского районов (р. Сылва до устья Иргины).

Зона 3 включает территории районов третьего транспортного кольца, а также местности и населенные пункты в более удаленных зонах, но с весомым туристским потенциалом (Гайны, долина р. Камы в Гайнском и Косинском районах, д. Монастырь).

Зона 4 охватывает территории районов четвертого транспортного кольца.

Зона 5 объединяет окраинные территории районов пятого транспортного кольца.

Проведенное зонирование устанавливает своеобразные этапы перспективного развития туристской отрасли в регионе. Намеченные зоны определяют очередность предполагаемых туристских проектов. Таким образом, при равнозначных по эффективности и целесообразности проектах предпочтение должно быть отдано тому проекту, который относится к более приоритетной зоне. Проект, локализуемый в непервоочередной зоне, может выиграть только в том случае, если его социально-экономическая значимость намного превышает остальные проекты.

При проведении инвестиционного зонирования региона важно его согласование с территориальной организацией туризма на муниципальном уровне. Так, в Ильинском районе Пермского края выделяется несколько перспективных с туристской точки зрения зон [100].

Вокруг Ильинского по обоим берегам Обвы и Обвинского залива сформировалась Обвинско-Ильинская туристско-рекреационная зона со специализацией на историко-культурном, активном, агротуризме и рыбалке.

На севере района располагается потенциальная туристско-рекреационная зона Чермозская, которая может сформироваться на основе исторического г. Чермоз, Чермозского пруда, берегов и акваторий.

С востока к Обвинско-Ильинской зоне примыкает Слудско-Филатовская туристско-рекреационная зона со специализацией на водных видах туризма летом, организации горнолыжного отдыха зимой и агротуризме.

На юге района может сформироваться Васильевско-Чуманская туристско-рекреационная зона со специализацией на горнолыжном туризме зимой и активном отдыхе летом. Выделенные территории могут явиться туристско-рекреационным каркасом Ильинского района. Необходимо, чтобы эти зоны были учтены и на уровне региональных схем.

Важно вписать предложенную модель и в более масштабную территориальную систему. Туризм трансграничен. Вдоль границ Пермского края формируются зоны, которые следует рассматривать как территории межрегиональных туристских интересов соседних субъектов Федерации, где могут появиться проекты, охватывающие территории смежных регионов. Есть необходимость вписать региональную модель и в туристские проекты федерального интереса. Такой зоной государственного туристского интереса, по-видимому, является горный пояс Урала, где могут взаимодействовать в туристских проектах сразу несколько регионов.

Вопросы и задания

1. Какие географические подходы можно применить при решении задачи выделения приоритетов в поддержке туристских проектов?
2. Если учесть перспективное межрегиональное взаимодействие, то какие места в Пермском крае следует развивать в туристских проектах?

6.5. ГОРОДА РЕГИОНА КАК ТУРИСТСКИЕ ТОЧКИ РОСТА

Чтобы успешно развивать туризм на всей территории Пермского края без исключения, следует понять, каким местам будут отведены ключевые роли в будущей региональной организации туризма. Основную узловую функцию будет выполнять Пермь как центральный город края. Это связано и с въездным туризмом, поскольку Пермь – главный транспортный узел региона. Ведущую роль играет Пермь и во внутреннем туризме, поскольку генерирует потоки в регион и привлекает жителей края. По словам С.И. Минаева, «Пермь – самое аттрактивное из доступных мест для жителей Пермского края» [149].

Попытаемся определить, какие города могут быть туристскими точками роста в Пермском крае. Сделаем это на основе анализа важных для развития туризма свойств городов и по разнообразию и качеству этих свойств определим города – точки роста (табл. 11–13). В каждой колонке таблицы приведем один из значимых факторов и представим в убывающей последовательности города, которым соответствует тот или иной фактор.

Таблица 11

Города, выделяющиеся определенными факторами развития туризма

Транспортный узел (хаб)	Транзитное положение	Ворота в район активных путешествий	Ворота в район с древним архитектурно-историческим наследием	Ворота в этнически интересные районы
Кунгур	Очер	Красновишерск	Чердынь	Кудымкар
Чусовой	Краснокамск	Чусовой	Березники	Барда
Березники	Кунгур	Чердынь	Соликамск	Оса
Кудымкар	Чусовой	Соликамск		
Оса	Нытва	Горнозаводск		
	Горнозаводск	Лысьва		



Пермь



Красновишерск

Таблица 12

Города, выделяющиеся определенными факторами развития туризма

Комфортная для пребывания и пешеходных прогулок среда города	Экскурсионные историко-культурные объекты в городе	Музеи в городе	Близость к городу природных экскурсионных объектов
Чайковский	Соликамск	Соликамск	Кунгур
Лысьва	Чердынь	Кунгур	Красновишерск
Оса	Усолье	Очер	Губаха
Александровск	Оса	Оса	Чусовой
Чердынь	Кунгур	Чердынь	Кизел
		Лысьва	

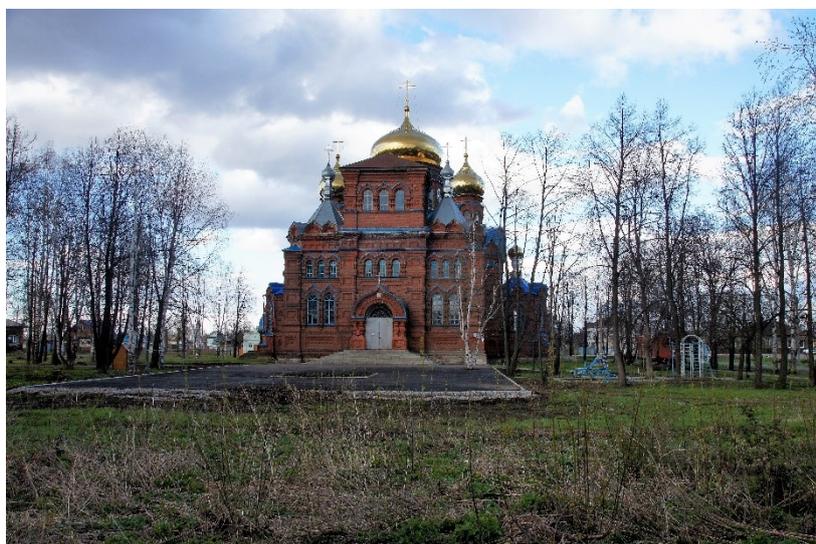
Таблица 13

Города, выделяющиеся определенными факторами развития туризма

Эстетичность окружения, обзорные точки	Пруды и горнозаводские памятники	Объекты образования и высокой культуры	Размеры города
Чердынь	Очер	Чайковский	Березники
Красновишерск	Александровск	Соликамск	Соликамск
Чайковский	Нытва	Кудымкар	Чайковский
Добрянка	Лысьва	Лысьва	Кунгур
Оса		Березники	Лысьва

Оценив каждый из показателей в баллах, получим итоговые значения для городов Пермского края исходя из их возможностей стать точками роста в туристской сфере:

- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| 1. Кунгур (19 баллов) | 10. Лысьва (10 баллов) |
| 2. Соликамск (18 баллов) | 11. Оса (10 баллов) |
| 3. Чайковский (16 баллов) | 12. Александровск (6 баллов) |
| 4. Чердынь (15 баллов) | 13. Барда (4 балла) |
| 5. Березники (13 баллов) | 14. Нытва (4 балла) |
| 6. Красновишерск (13 баллов) | 15. Губаха (3 балла) |
| 7. Очер (13 баллов) | 16. Добрянка (2 балла) |
| 8. Чусовой (12 баллов) | 17. Горнозаводск (1,5 балла) |
| 9. Кудымкар (10 баллов) | 18. Кизел (1 балл) |



Оса



Кунгур

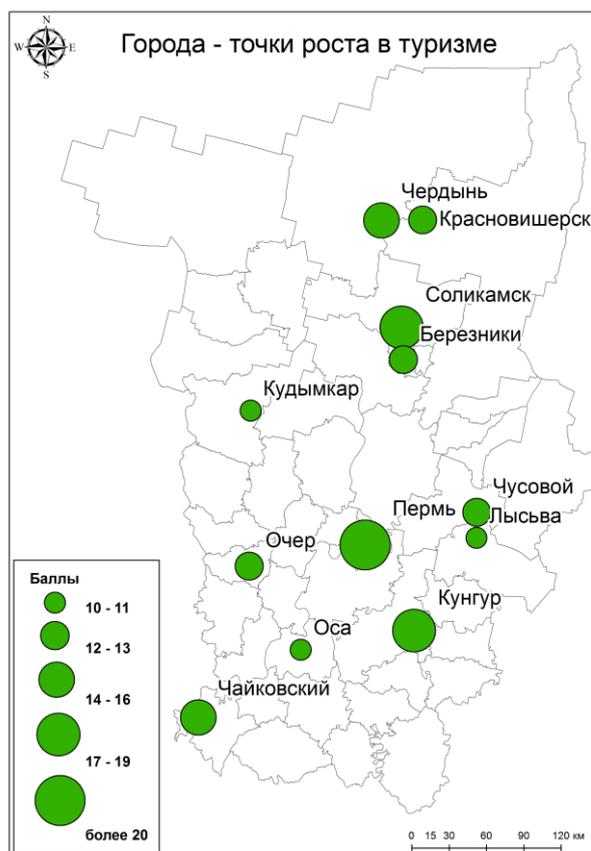


Рис. 72. Города – точки роста в туризме

На рис. 72 показаны города, играющие ключевую роль в современном и перспективном туризме. Они выделены на основе представленных в табл. 8–10 критериев. Различаются пять групп городов – основных точек роста. Пермь, как региональный центр, относится к первой группе. С учетом обозначенных критериев самыми перспективными туристскими городами внутри региона являются Кунгур и Соликамск, они относятся ко второй группе, к третьей группе – Чайковский и Чердынь, к четвертой – Березники, Красновишерск, Очер и Чусовой, к пятой – Кудымкар, Лысьва и Оса.

Вопросы и задания

1. Какие факторы оказались не учтенными в предложенном подходе при выделении туристских точек роста?
2. Какие малые города Пермского края имеют большой потенциал туристского развития?

6.6. ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ ТЕРРИТОРИЙ АКТИВНОГО ТУРИЗМА НА УРАЛЕ

Понимание того, что территории, наиболее интересные в природном отношении, должны рационально использоваться в туристском направлении и охраняться от других, особенно «неэкологических», видов деятельности достаточно тривиально и в настоящее время в мире практически общепринято. Это в первую очередь касается красивых, уникальных мест, приводящих в изумление и восторг путешественников шедеврами природы. Такие территории должны иметь определенную систему организации для стимулирования туристской деятельности в виде национальных или природных парков и других подходящих форм совмещения охраны природы и туризма. Если для конкретной территории не подходят традиционно применяемые организационные формы, то следует придумать оригинальную «конструкцию», приемлемую только для этой территории.

Рассмотрим пространственное планирование активного туризма в Пермском крае по совместной работе автора с А.Ю. Королевым, С.Э. Мышлявцевой и А.А. Сафаряном [95].

Наиболее популярной в мире формой организации территории для активных видов туризма является национальный парк, однако богатый отечественный опыт развития активных видов туризма позволяет разрабатывать и свои модели организации территории. Национальные парки созданы и действуют в соседних с Пермским краем регионах: в Свердловской и Челябинской областях, в республиках Коми и Удмуртии. Причем в Свердловской области парк «Оленьи ручьи», в Челябинской области парки «Таганай» и «Зюраткуль» сформированы в близких к густонаселенным зонам местам, там, где в течение многих десятилетий развивался спортивный туризм в виде походов выходного дня и даже категорийных путешествий. Эти парки похожи по многим свойствам. Они занимают небольшие площади и созданы вокруг ярких природных объектов (одно из самых высокогорных значительных озер Урала – Зюраткуль, скалистые вершины хребта Таганай, уральская река Серьга с живописными скалами и пещерами по берегам).

Парк «Нечкинский» в Удмуртии создавали по иной концепции. Похожим с перечисленными национальными парками является только фактор близости к большим городам. Здесь нет богатой истории самодетельного туризма. Главным природным достоинством парка является река Кама на том ее участке, где нет водохранилищ, что уникально для Прикамья. Логика создания парка «Нечкинский» состоит в выделении ландшафтно наиболее разнообразного участка камской долины с сохранившейся природной и хозяйственной средой,

где рекреационная деятельность постепенно превращается в ведущую. Поэтому для этого парка более характерен не активный туризм, а рекреационные занятия.

Несмотря на то что Уральские горы характеризуются внутриматериковым положением и далеки от пляжно-морских местностей, не слишком высоки, не имеют таких достопримечательностей, как вулканы и гейзеры, далеки от столиц и границ государств, это явно выраженный туристский пояс России и один из самых удобных туристских поясов мира в будущем. Урал в широком понимании, т.е. как Уральские горы с прилегающими территориями, насыщен природными достопримечательностями. В связи с этим на протяжении нескольких десятилетий здесь сложился пояс районов активного туризма, пояс, где концентрируются туристские маршруты разного плана и прежде всего связанные с природно-ориентированными видами туризма.

Эталонные маршруты разных категорий сложности по многим видам спортивного туризма разработаны и длительное время практикуются на Урале. Сочетание сложных по рельефу и ненаселенности с простыми по техническим трудностям и соседствующими с «населенкой» маршрутов позволяет обеспечить массовость и индивидуальность – то, что возможно в очень редких случаях в восточных районах России и заманчиво для развития туризма.

Уральские горы и примыкающие к ним пояса Предуралья и Зауралья в период развития массового самодеятельного туризма в СССР можно было считать «туристской страной». Урал имеет такую уникальную особенность – многие туристы пытаются пройти его вдоль на возможно большее расстояние, и даже целиком с севера на юг или наоборот. Немало людей это сделали за один длительный маршрут, одну экспедицию. Чаще всего туристы посещают один район Уральских гор за другим. Побывав в походе на Среднем Урале, они отправляются на Южный, Северный, а затем Приполярный и Полярный Урал. Особенно увлеченные люди стремятся посетить и уральские продолжения к северу – хребет Пай-Хой и к югу – горы Мугоджары в Казахстане. В Екатеринбурге даже был клуб, куда входили те, кто прошел вдоль всех Уральских гор, а горы тянутся на расстояние более 2000 км.

Много активных туристских маршрутов проложено и поперек простирающихся Уральских гор, так как горы не протяжены в ширину. С обеих сторон гор в южной половине пояса располагаются населенные районы, и поперечные маршруты часто имеют межрегиональный характер.

Урал похож на Сьерру-Неваду и Скалистые горы (в западной части США) по возможностям и роли в туристских системах крупных стран, а может быть, имеет даже лучшие перспективы. В США система охраняемых территорий ту-

ристского профиля в горах Сьерра-Невада имеет вид сплошного пояса. На подобный пояс из особо охраняемых территорий, в том числе туристского профиля, Уральские горы имеют все основания.

Горы занимают в Пермском крае около четверти площади, его северо-восток вместе с предгорным поясом Предуралья – около половины территории. В Пермском крае Уральские горы и Предуралье – наиболее притягательный природный район в туристском отношении. Если подыскивать территорию для организации национального парка из соображений развития активного туризма, то следует прежде всего обратить внимание на эту восточную половину региона.

Наиболее важные туристские достоинства природы Пермского края связаны с многочисленными реками, горными и лесными ландшафтами. Восток края – главный район водных путешествий по рекам. Пермские горные и предгорные реки наиболее удобны для массового сплава. Традиции летнего туристского сплава в регионе очень сильны. Пермская часть Уральских гор – район пешеходных путешествий, в недалеком прошлом массовых. Теперь это район охоты, рыбалки, пеших экскурсий к скалам, поездок на снегоходах зимой и зона горнолыжных баз.

От Горнозаводского района до бассейна Вишеры тянется горная местность – один из наиболее перспективных туристских полигонов на Урале, требующий разработки целесообразной формы организации. Этот пояс внутренне различный по инфраструктурной плотности. Его южная часть более инфраструктурно освоенная – населенная, горнолыжная, достаточно массовая по посещаемости. Северная половина пояса ненаселенная, походная, не столь массовая. В южной и северной частях пояса перспективно создание туристских территорий в форме национальных или туристских парков: в северной – парк «Северный Урал», в южной «Средний Урал».

Весь этот пояс находится между тремя государственными заповедниками – «Вишерский», «Денежкин Камень» и «Басеги» – и даже тянется южнее третьего заповедника, охватывая его с разных сторон. Соседство с государственными природными заповедниками – это достоинство для туристских территорий. Рассматриваемый пояс соседствует с популярными туристскими местами в Свердловской области и по ту сторону хребта. Наиболее посещаемым местом спортивных путешествий здесь является массив Конжаковского камня.

Перспективная для развития активных видов туризма местность продолжается на юг от Горнозаводского района в долину Чусовой, в долины Сылвы и Ирени, в Предуралье, по всей южной полосе Пермского края. В этом направлении туристские парки имеют продолжение на юг и становятся туристско-рекреационными и рекреационными парками. При этом вся восточная половина края,

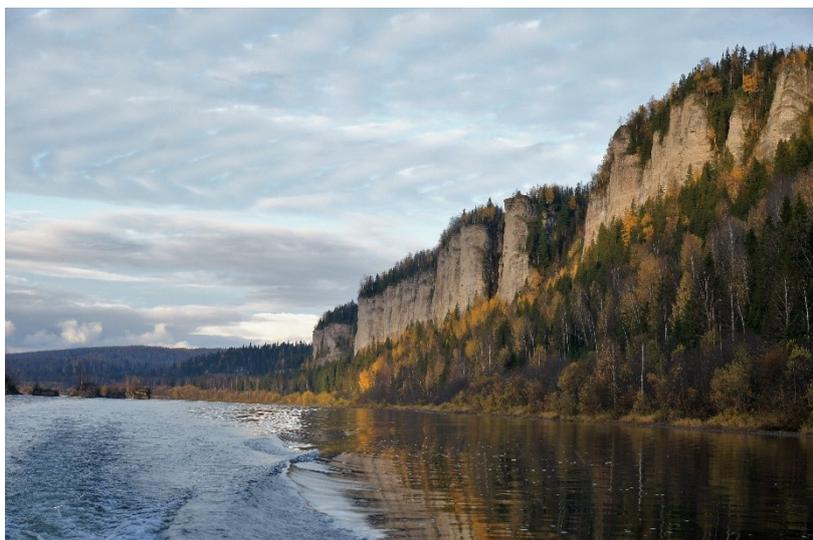
пермский пояс активного туризма, может стать частью единого Уральского туристского пояса. Многие окраинные населенные пункты в восточной части Пермского края сейчас играют роль узловых пунктов туристских маршрутов.

Главными природными достоинствами территорий Северного и Среднего Урала в Пермском крае являются горы с разными формами рельефа. Встречаются резкие выразительные формы рельефа (вершины, скалы, выходы коренных пород), а также спокойные выровненные. Для Северного Урала типичны сглаженные хребты, древние поверхности выравнивания. Это удобно для организации пешеходных путешествий по горам. Тропа по хребту Хоза-Тумп – классика туристского пути по Северному Уралу.

На рассматриваемой территории находится несколько бассейнов рек, подходящих для сплава (Вишеры, Яйвы, Косьвы, Чусовой с Усьвой и Сылвой). Здесь возможно освоение новых для водников рек или участков рек. Яркими природными объектами на этой территории являются: г. Шудья Пендыш, вдп. Жигалан, озеро Неизвестное, субальпийские луга и горные тундры Кваркуша, резкий гребень Главного Уральского хребта, камни Писанный, Говорливый, Ветлан, Еран, Усьвинские столбы, вершины Полюда, Каменного города и Колпаков. Природная эстетическая выразительность Урала будет и впредь множить туристский интерес и рождать новые туристские инициативы.

Урал – это ближайшая к центральной части России территория, где проживает многочисленное население страны и где возможна организация высококатегорийных туристских путешествий, по различным видам спортивного туризма: пешеходному, лыжному, водному, спелео, велосипедному, автомобильному, мотоциклетному, конному. Относительная доступность высокоаттрактивных категорийных туристских объектов сочетается с развитой транспортной инфраструктурой. Маршруты путешествий довольно разнообразны по сложности – от самых простых и массовых, доступных новичкам и безопасных, но в то же время очень интересных, до сложных, особенно на Приполярном и Полярном Урале, где возможны пешеходные и лыжные путешествия максимальной (шестой) категории сложности. Некоторые из пройденных маршрутов в этих районах занимали первые места на чемпионатах России по спортивному туризму.

Урал отличается от Сибири тем, что здесь интересные природные объекты доступнее, при их относительной близости довольно высокая плотность населения, а рядом находится густонаселенная центральная Россия, бедная привлекательными туристскими объектами.



Камень Ветлан, река Вишера



Камень Столбы, река Усьва

На Урале, особенно на Среднем и Южном, есть много крупных городов с населением даже более 1 млн жителей, что может обеспечить близлежащие природные территории постоянными посещениями туристов. С этой целью нужно создать условия для людей с разными возможностями, например, выделить несколько охраняемых природных территорий, ориентированных на туристов, которым необходима облегчающая их путешествие организация, а также улучшить транспортную доступность.

В Пермском крае в настоящее время наиболее развиты два вида природоориентированного туризма – водный и спелео. Причем по водному туризму осуществляется огромное количество плановых коммерческих путешествий, в основном в летнее время. При этом задействованы только четыре маршрута: по Вишере, Усьве, Койве и Чусовой. Эти маршруты несложные, довольно легкодо-

ступные, живописные, непродолжительные и возможны для эксплуатации в течение всего водного сезона – с мая по сентябрь. Вот поэтому они и пользуются большим спросом. За сезон по ним проходят десятки тысяч туристов.

В Пермском крае очень популярен майский сплав по большой воде. Большинство рек на Среднем и Северном Урале проходимы только в большую воду. При этом повышается их категория сложности. Она становится второй, а на некоторых реках с элементами третьей. Наиболее популярны для такого спортивного майского сплава четыре реки: Усьва, Вильва, Вижай и Койва. Несложно добраться к началу маршрутов по этим рекам и несложно выехать с них. Сплав осуществляется за несколько дней, а время подъезда к началу маршрута от краевого центра занимает всего несколько часов. Весной по этим рекам в основном путешествуют самостоятельные туристы и незначительное количество организованных туристскими компаниями групп. Всего в общей сложности – до нескольких тысяч человек на каждую реку в течение мая, пока река проходимая и имеет определенную «спортивность».



Река Яйва



Река Колва

В Пермском крае есть и другие реки, проходимые весь водный сезон, но более труднодоступные и с весьма продолжительными маршрутами ввиду отсутствия населенных пунктов на реке на большом расстоянии от начала маршрута, что, соответственно, мешает выходу с реки раньше. Это реки Косьва, Яйва, Улс, Колва, Березовая и др.

Есть реки, проходимые только в половодье, очень интересные, но мало посещаемые из-за труднодоступности, причем у некоторых из них даже более высокая категория сложности – третья. Это реки Губь, Молмыс, Акчим, Чикман, Кадь, Чаньва и др.

Заслуживают также внимания реки, довольно легкодоступные и проходимые весь сезон, но тоже менее посещаемые из-за меньшей известности и привлекательности. Это Ирень, Обва, Иньва и др. Самая легкодоступная река от краевого центра – Сылва. Она находится в пределах двухчасовой доступности автотранспортом. По ней наиболее популярны 1-, 2-, 3-дневные походы выходного дня.

Такое массовое развитие водного туризма приводит к тому, что в разгар сезона популярные маршруты приобретают неприятный вид, в первую очередь из-за мусора и отсутствия туалетов. Есть смысл на этих реках создавать ООПТ, которые бы контролировали эти процессы и не допускали такого развития событий.

Что касается спелеотуризма в Пермском крае, то, с одной стороны, он менее массовый, чем водный, а с другой стороны, если учитывать организованных туристов, – более массовый. Так, Кунгурскую ледяную пещеру посещает до 130 тыс. туристов каждый год. Это более чем в два раза больше, чем население города Кунгура.

Вообще в Пермском крае можно выделить 4 самые главные пещеры.

Это – самая длинная обводненная пещера Евразии – Ординская, 5200 м; самая сложная пещера Пермского края – Темная – 3Б категории трудности; самая длинная пещера в Пермском крае – Дивья, длиной более 10 км; и самая посещаемая и единственная в мире пещера в гипсах, где проводится экскурсионное обслуживание, – Кунгурская ледяная.



Кунгурская ледяная пещера



Гора Колпаки, Пермский край

Кроме вычперечисленных, есть еще множество очень популярных и довольно легкодоступных крупных пещер, причем имеющих категорию сложности: Российская, Геологов 1, 2 и 3, Пашийская, Кизеловская, Чудесница, Чаньвинская, Кичменская, Зуятская, Октябрьские пещеры, пещера Тайн и др. Все они в основном проходятся туристами за один день и являются массовыми для организации походов выходного дня. Причем наиболее благоприятный сезон для посещения пещер – с ноября по март, когда минимальное количество грунтовых вод и пещеры более сухие. В пещере Геологов 2 в конце зимы даже частично освобождаются от воды сифоны и можно пройти в более красивую и труднодоступную засифонную часть, не ныряя и не задерживая дыхания.

Положительная сторона в отношении посещения пещер именно зимой связана еще и с тем, что в это время очень короткий световой день и другие виды

туризма, в первую очередь лыжный, не особенно удобны для организации. Во все пещеры Пермского края, кроме Кунгурской и Ординской, где развит спелеодайвинг, нет организованных коммерческих туристских маршрутов. Их посещают только самостоятельные и самодеятельные туристы, но общее количество посещений всех пещер неорганизованными туристами тоже достигает нескольких тысяч в год.

Кроме водного и спелеотуризма, в Пермском крае развит еще пешеходный туризм. Он в основном затрагивает легкодоступные объекты, для посещения которых требуется 1–2 дня. Это гора Колпаки, 614 м, Каменный город около станции Усьва, скалы Большие Глухие на р. Чусовой, скала Ермак и камень Клещевой на р. Сылве, скалы Большие Воронки на р. Вижай, скалы Столбы на р. Усьве, гора Помянный камень, с огромными скалами-останцами на вершине, и др. Общее количество туристов на этих объектах – несколько десятков тысяч человек каждый год. Самыми доступными и посещаемыми из них являются: Каменный город, в районе станции Усьва, и скала Ермак. Более продолжительные и сложные пешеходные маршруты в Пермском крае осуществляются редко, хотя они возможны даже до 4-й категории сложности.

Наиболее популярные места для туристов-пешеходников, куда можно более-менее легко добраться и где не очень продолжительные маршруты, но уже, возможно, категорийные, – это платообразный хребет Кваркуш, с самым высоким водопадом в Пермском крае на р. Жигалан, хребет Чувальский камень – на границе «Вишерского» заповедника, хребет Ослянка, 1119 м. – высшая точка Среднего Урала. Самые интересные и сложные туристские объекты Пермского края находятся на территории «Вишерского» заповедника, где резко ограничено посещение для туристов. Это высшая точка Пермского края – хребет Чувальский камень, самый технически сложный, 1Б к.т., с перепадом высоты 1200 м, и высотой 1469 м.

Здесь же в заповеднике расположено множество других живописных хребтов, образующих целые горные системы, причем имеющие альпийские очертания. Это хребты Муравьиный, Молебный, гора Ишерим, хребет Ольховочный, красивейшая гора Мунинтумп, с несколькими каменными городами на вершине, хребет Ошньер, хребет Поясовый камень, с горой Саклаимсоричахль – самой северной точкой Пермского края, по которой проходит граница трех регионов России: Пермского края, Свердловской области и Республики Коми, трех бассейнов великих рек – Волги, Оби и Печоры и, соответственно, еще более крупных бассейнов – Северного Ледовитого океана и Каспийского моря.

В России имеется собственное понимание спортивного туризма, отличающееся от мирового [65]. Дело в том, что спортивный туризм в России – вид

спорта с 1949 года, по которому проводятся соревнования разного уровня, присваиваются спортивные разряды и звания. В спортивном туризме выделяют два направления – классическое – спортивные походы и спортивное туристское многоборье. Многоборье – это соревнования по определенному виду туризма. Команда спортсменов должна пробежать конкретную дистанцию с полосой препятствий, наиболее характерных для данного вида туризма. Нужно пробежать как можно быстрее, соблюдая правила техники безопасности, не совершить никаких ошибок и не потерять снаряжения. Обычно такая дистанция пробегается в течение 1 часа по большинству видов спортивного туризма. Дистанции бывают разных уровней сложности. Соответственно, по итогам соревнований присваиваются разряды и звания.



Водопад Жигалан

Спортивные походы бывают шести категорий сложности. Минимальная продолжительность маршрутов почти по всем видам туризма – 6 дней на первую категорию и 20 дней на шестую категорию сложности. Это минимальные нормы по дням, верхних пределов нет. Смысл спортивного туризма – прохождение маршрута в девственной природной среде, с преодолением препятствий с максимальной степенью безопасности. Выделяют десять видов спортивного туризма: пешеходный, горный, лыжный, водный, спелео, велосипедный, автомобильный, мотоциклетный (здесь могут участвовать спортсмены и на квадрациклах, и на снегоходах), парусный и конный.

Спортивный туризм является организованным туризмом, но не коммерческим. Для того чтобы совершить спортивный поход, нужно оформить соответствующие документы в маршрутно-квалификационной комиссии, а после завершения путешествия написать отчет по специальной форме, который должна принять эта же комиссия. Только тогда возможно участие данного маршрута в каких-либо соревнованиях и присвоение разрядов. Этот отчет фиксирует также опыт, который приобретают участники путешествия, он необходим, чтобы пойти в следующий раз на более сложный маршрут. В нашей стране существует крупная главная организация – Федерация спортивного туризма России (ФСТР), а в каждом регионе страны – своя региональная федерация. В региональные федерации, в свою очередь, входят различные клубы туристов, ассоциации, секции и другие организации. В общей сложности в спортивный туризм в России сейчас вовлечено несколько сотен тысяч человек, а в Пермском крае, который занимает третье место в России по уровню развития спортивного туризма, – до десяти тысяч человек.

Активный туризм – более широкое понятие, чем спортивный, и включает его в качестве составной части. К активным туристам относятся все, кто путешествует, используя активные способы передвижения в слабоизмененной природной среде, а к спортивным – только те, кто официально выпущен на маршрут какой-либо спортивно-туристской организацией. К активному туризму относятся и некатегорийные маршруты, и даже 1-дневные и 2-дневные походы. Конечно, таких путешествий осуществляется намного больше, чем категорийных. Вообще, большинство активных туристов являются неорганизованными, самостоятельными. Они совершают путешествия, нигде не зарегистрировавшись, даже в поисково-спасательных службах регионов.

В России изначально выделялся еще самодеятельный туризм, к которому относится и туризм спортивный. Самодеятельный туризм, в отличие от самостоятельного, является организованным, поскольку его курируют различные общественные организации, но не коммерческие, потому что у этих организаций, в

отличие от турагентств и туроператоров, нет цели получения прибыли. Люди здесь работают для собственного интереса, ради идеи.

Природоориентированный туризм – еще более широкое понятие, чем активный. В нем необязательно прохождение маршрута, а самое главное – пребывание на природе, возможно даже в одном месте. Например, рыбалка, сбор ягод и грибов, купание и т.д.

В плане развития природоориентированного туризма важна вся территория Пермского края, потому что природоориентированный туризм включает в себя не только прохождение маршрута, но и рекреацию на природе, причем максимально приближенную к местам проживания населения региона. Что касается активного и спортивного туризма, то наиболее подходящей для этой цели будет северо-восточная территория края, где наибольшее количество горных хребтов с категорийными препятствиями по разным видам спортивного туризма: пешеходному, горному, лыжному, водному, спелео, велосипедному и др.

Самыми привлекательными местами являются территория заповедника «Вишерский» и расположенные южнее его участки, до хребта Кваркуш включительно. Здесь имеет смысл создать охраняемую природную территорию по типу национального парка, что будет способствовать развитию природоориентированного туризма, как организованного, так и самостоятельного, облегчать туристам организацию своих путешествий и препятствовать разрушению хрупкой северной природной среды хозяйственной деятельностью человека [65].

Вопросы и задания

1. Какие географические особенности горного пояса Урала важно учитывать в туристском развитии?

2. Туристские проекты какого типа следует поддерживать на территории горного пояса Урала?

6.7. ГОРНОЗАВОДСКОЕ ПРИКАМЬЕ: СИСТЕМА ГОРОДОВ И ТУРИСТСКИЕ МЕСТНОСТИ

На нынешней географической карте Пермского края, на общем фоне относительно равномерного размещения населенных пунктов, хорошо заметна концентрация городских поселений на востоке в горной части. Это Александровск, Кизел, Губаха, Гремячинск, Чусовой, Горнозаводск и Лысьва, а именно семь из 25 городов региона. Пять из них малые, хотя Кизел и Губаха еще 30 лет назад относились по размерам к средним городам. Сейчас в категорию средних по размерам городов относятся Лысьва и Чусовой. Вокруг этих семи городов располагаются 22 поселка – в недавнем прошлом поселков городского типа. Учитывая, что общее число таких населенных пунктов на территории региона 54, можно сказать, что на востоке края сложилась разветвленная и многочисленная система городских поселений.

Территория, где располагаются рассматриваемые города и поселки, относится к Горнозаводскому Прикамью. Эта система городов имеет структурные черты, проявляющиеся в ее геометрии. Шесть городов и многие поселки располагаются в едином поясе, простирающемся с севера на юг на 200 км. Не входящие в этот пояс поселения также часто представляют локализованные меридионально вытянутые ареалы. Это связано с меридиональными особенностями ландшафтов Урала.

Городская специфика восточной пермской окраины – насыщенность городскими поселениями – наталкивала географов на обозначение городских агломераций. П.Н. Чепкасов и М.Д. Шарыгин выделяли Кизеловско-Губахинскую и Лысьвенско-Чусовскую агломерации как полицентрические, конурбационного типа. Кизеловско-Губахинская группа городских поселений более всего в крае сократила население, поскольку основная отрасль территории – угледобыча – исчезла. Несмотря на общность истории, сейчас города Горнозаводского Прикамья довольно различны по экономической специализации и благополучию производственных предприятий.

Что связывает поселения Горнозаводского Прикамья в единую городскую систему?

1. Пространственная близость. Расстояния между городами в 20–30 км – это небольшие дистанции для Пермского края и Урала.
2. Транспортные связи автомобильные и железнодорожные. Название наиболее старой железной дороги на Урале – Горнозаводская – также дает основание для наименования территории.

Вся многочисленная группа городских поселений Горнозаводского Прикамья представляет собой единый социально-экономический подрайон. Что придает единство этой системе? Что эти городские поселения объединяет, выделяет, идентифицирует как некую особую территорию?

Выделяет Горнозаводское Прикамье как единую территорию ее физико-географическая принадлежность. Система рассматриваемых городов почти полностью располагается в горах Среднего Урала. На юге пояса Лысьва, Кын, Калино и Лямино находятся в ближайшей к горам предгорной полосе. Города Горнозаводского Прикамья – почти единственные горно расположенные города края. Только Красновишерск имеет горное тяготение, располагается «на входе» в горы Северного Урала. С позиции природной географии эта территория относится к Среднему Уралу, с позиции природного районирования это горная южная тайга.

Единство рассматриваемого пояса городов создает и туристско-рекреационная система. Вместе с концентрацией городских поселений Горнозаводское Прикамье выделяется совокупностью туристских мест, причем даже во внегородской местности. Здесь можно выделить несколько ареалов, представляющих собой сезонные или круглогодичные места массового туристско-рекреационного посещения:

1. Голубое озеро в Александровском районе.
2. Гора Крестовая и горнолыжный комплекс «Губаха» около города Губаха.
3. Широковское водохранилище на реке Косьва.
4. Скальные останцы и лабиринты «Каменный город» на вершине хребта Рудянский Спой.
5. Участок долины реки Усьва от пос. Шумихинский Гремячинского района до пос. Мыс Чусовского района с группой береговых скал Усьвенские Столбы.
6. Горнолыжный комплекс «Такман».
7. Горнолыжный комплекс «Огонек» и музей Реки Чусовой.
8. Участок долины рек Койва и Чусовая от пос. Кусье Александровский Горнозаводского района до города Чусовой.
9. Участок долины реки Чусовая выше пос. Кын Лысьвенского района.

Кроме перечисленных, особенно популярных туристских территорий, выделяются места, куда поток не такой значительный, но нарастающий или же с коротким сезоном. К ним можно отнести:

1. Музей Бориса Пастернака в пос. Всеволодо-Вильва.
2. Гора Ослянка в Кизеловском районе.
3. Государственный заповедник «Басеги».

4. Долины рек Вижай и Вильва.

Перечисленные туристские территории окружают пояс городов Горнозаводского Прикамья, тем самым выделяя его как единую городскую систему, где возможно общее социально-экономическое планирование, синхронное развитие. Наличие туристско-рекреационного контура свидетельствует о том, что весь рассматриваемый пояс городов можно рассматривать как городскую агломерацию. Эта агломерация имеет необычную форму (слишком вытянутую) и структуру (отсутствие в системе явно доминирующих городов). Тем не менее для северной части Урала, для удаленной от региональных столиц местности такая группа городов выглядит взаимосвязанной совокупностью с чертами полицентрической агломерации.

Туристско-рекреационная сфера в Горнозаводском Прикамье имеет свою специализацию. Это прежде всего речные сплавы и горнолыжный отдых.

Сплавы по рекам характерны для всей территории Горнозаводского Прикамья, абсолютно всех его районов, конечно, с разной «нагрузкой» на те или иные участки рек. Этими рекреационными занятиями охватывается реки Яйва и ее притоки, Косьва, Усьва, Вильва, Вижай, Койва и Чусовая. Сплавы являются рекреационной традицией жителей края. Кроме того, это вид туризма, который привлекает в регион жителей других субъектов Российской Федерации и даже иностранных граждан.

Горнолыжная рекреация в зимний период основывается на больших ресурсах снега, поскольку ареал горного Урала к северу от Горнозаводска является одним из снежных полюсов Европы. Самые крупные горнолыжные комплексы с самыми протяженными трассами Пермского края располагаются именно в Горнозаводском Прикамье. Это горнолыжные предприятия посещаются и жителями других регионов, особенно Свердловской области.

Почему Горнозаводское Прикамье активно, хотя почти стихийно, развивается как туристская территория? Есть много этому противодействующих факторов. Среди них следующие. Это нецентральная территория в Пермском крае, удаленная от Перми, от аэропорта. Эта территория уступает Чердынско-Соликамскому направлению наследием древней истории, древней архитектурой. В Горнозаводском Прикамье нет такого доступного, популярного в России экскурсионного объекта, как Кунгурская пещера. Этот район располагается далеко от Камы, где есть возможность развития круизов. Это район, испытавший наибольший кризис в связи с закрытием шахт Кизеловского угольного бассейна, характеризуется наибольшей в крае депопуляцией. Тогда на чем основывается туристское и рекреационное развитие, какие географические особенности территории создают благоприятные условия для этого? Можно выделить следующие благоприятствующие факторы:

1. Аттрактивность ландшафтов, поскольку это область Уральских гор, низкогорий и даже среднегорий, с повышенным относительно всего края геолого-геоморфологическим разнообразием.

2. Горно-таежное хозяйственно освоенное пространство, т.е., с одной стороны, это интересные природные территории, с другой – это территории хотя и стагнирующие, но жилые. Контрастность ландшафтов умножается пестротой многоэтапного хозяйственного освоения, заселения.

3. Отсутствие больших городов ослабляет воздействие на природные территории. Малые города не отпугивают тех, кто стремится в природную среду. Малые города вписываются в горно-таежные ландшафты как естественные объекты горного Урала.

Единство всей группы городов Горнозаводского Урала необходимо полноценно использовать для развития туристско-рекреационной сферы, которая должна использовать конурбационные преимущества. Прямые транспортные связи позволяют проектировать сквозные маршруты, охватывающие большинство городов и муниципалитетов Горнозаводского Прикамья. Автомобильная дорога Пермь – Чусовой обладает пейзажными достоинствами. Дорога Чусовой – Александровск является пейзажной трассой. Это дает возможность развития дорожно-эстетического туризма, самостоятельного автотуризма. Хорошее состояние дорожного полотна, красивые горно-таежные декорации должны дополняться разнообразной экскурсионной программой в каждом из горнозаводских городов.

Вопросы и задания

1. С чем связана концентрация туристских объектов в поясе горнозаводских городов Пермского края?
2. Какие виды туризма актуальны и перспективны в Горнозаводском Прикамье?

6.8. РЕКРЕАЦИОННЫЕ ТРАДИЦИИ И НАУЧНЫЙ ТУРИЗМ

Прибытия на научные форумы (конференции, конгрессы, семинары, симпозиумы и т.д.) следует считать научным (точнее, научно-событийным) туризмом. Туристский сервис обеспечивает обслуживание конференций: это и размещение, и питание, и экскурсионно-развлекательная программа. На этой, третьей, функции и сосредоточим внимание. Рассмотрим форму проведения научных конференций, связанную с маршрутными туристскими программами, описанную в публикации в соавторстве с И.О. Щепетковой [106].

Конференции с участием иногородних ученых, как правило, включают полноценные экскурсионные программы, в свободное от работы время позволяющие ознакомить гостей с городом и даже регионом, с разного рода достопримечательностями и интересными событиями. Чем плотнее график конференции, чем утомительнее аудиторная работа, тем желаннее познавательные экскурсии и культурно-развлекательные мероприятия за пределами рабочего времени.

Программы конференций географов, по-видимому, из-за любви к путешествиям и профессионального интереса организаторов обязательно содержат внеаудиторную часть. Это могут быть городские и полевые экскурсии, путешествия, как однодневные, так и многодневные. Список некоторых научных конференций, организованных на географическом факультете Пермского университета в течение последних нескольких лет, иллюстрирует географию экскурсий для приезжих участников.

1. Конференция по русловым процессам (каф. физ. географии) – экскурсия в г. Осу и Бардымский район со сплавом по р. Тулве.

2. Конференция по русловым процессам (каф. физ. географии) – экскурсия в Чусовской район, в Успенский монастырь.

3. Конференция по проблемам транспорта (СЭГ) – экскурсия в Пермский район, архитектурно-этнографический музей «Хохловка».

4. Конференция по проблемам социально-экономической географии (СЭГ) – экскурсия в пос. Ильинский.

5. Конференция школьников «Географические исследования и открытия» (факультетская) – Кунгур, Кунгурская ледяная пещера.

6. Конференция школьников «Географические исследования и открытия» (факультетская) – Кунгурский район, Белогорский монастырь.

7. Конференция школьников «Географические исследования и открытия» (факультетская) – г. Очер.

8. Конференция «100 лет экскурсионной работы в Кунгурской пещере» (каф. туризма) – сплав по Сылве, экскурсия по Кунгуру и Кунгурскому району.

9. Конференция «Геокарта» – полевое путешествие – сплав по р. Чусовой (3 дня).

Все организованные на факультете конференции, как правило, предусматривали пешеходные экскурсии по г. Перми и посещение театров. Включение сплавов по пермским рекам рассматривается как часть экскурсионно-развлекательной программы конференций, хотя надо признать, что очень трудозатратно организовывать такие выезды на короткие периоды, поскольку они связаны со сборкой и разборкой большого количества судов одновременно и с незначительным временем сплава сопоставительно с этапом подъезда, инструктажем, комплектацией экипажей, походной притиркой. Для сплава по Сылве в 2014 году

были подготовлены суда из расчета трехэтапной смены экипажей на 15-километровом маршруте для проведения на катамаранах 150 участников конференции.

Неоднократно географы Пермского университета организовывали научные конференции в форме путешествий. Это следующие форумы:

1. Конференция по гидрологии водохранилищ (кафедра гидрологии) проходила во время путешествия на теплоходе по Воткинскому водохранилищу.

2. Конференция по гидрологии водохранилищ (кафедра гидрологии) проходила во время путешествия на теплоходе по Камскому водохранилищу.

3. Конференция «Геокарта» (кафедра картографии и геоинформатики) проходила во время путешествия на теплоходе по Каме и Волге с посещением университетов Казани, Самары и Саратова.

При организации конференций и их экскурсионно-развлекательных программ учитываются рекреационные традиции регионов, т.е. гостям-участникам предлагается лучшее и интереснейшее из достопримечательностей и возможностей региона. Так, в Пермском крае гостей везут в Кунгурскую пещеру не потому, что посетитель – спелеолог или не против побывать в пещере. Объясняется это тем, что пермяки воспитаны на уважении к этому уникальному объекту, гордятся им. А если предлагается конференция в форме теплоходного путешествия по Каме, то только потому, что жители края сами любят теплоходные путешествия и свою могучую реку. Каждый регион имеет свои рекреационные традиции, благодаря которым обеспечивается наиболее интересный отдых в данном климате и в сложившихся социально-экономических условиях.

Можно ли совместить традиционные рекреационные занятия, путешествие и конференцию или так изменить ее форму, чтобы подстроить под занятие и путешествие? Как полнее использовать местную рекреационную традицию для научного туризма? Географический факультет Пермского университета накопил в этом отношении определенный опыт. Опишем практику проведения конференций в форме путешествий, когда привычную аудиторную форму сменяет рекреационная традиция, диктующая оптимальную форму работы. Это можно считать новшеством в технологии проведения научных форумов.



Камень Красный, река Чусовая



Река Яйва

Кафедра туризма Пермского университета организовала и успешно провела в течение десяти лет пять всероссийских научных семинаров с международным участием «Туризм в глубине России» (2010, 2012, 2014, 2016, 2018). Оригинальность научных форумов в том, что они проводились не в аудиториях университета, а в настоящих активных туристских путешествиях. Семинары состоялись в форме сплавов по рекам Пермского края.

Идея таких семинаров появилась следующим образом. Занимаясь практическими задачами развития туризма в Пермском крае, выявлением новых ресурсов, обустройством экскурсионных объектов, проектированием туристских комплексов, сотрудники кафедры задумались о проведении научного форума, где бы обсуждались сами эти проблемы, на который собирались бы заинтересованные специалисты, лидирующие в данной области знаний. Определив тему как «Туризм в глубине России», мы решили изменить традиционную форму конференции, сделав ее более комфортной и более эффективной. Аудиторная форма, облегчая работу организаторам, создает неудобства участникам в виде закрытого

пространства, этической необходимости прослушивания подчас малоинтересных докладов, соблюдения регламента пребывания в аудитории с ее духотой или сквозняками, а также из-за усталости от единообразия и плотного графика выступлений.

Конференции решено было проводить в теплый период года. Поскольку в Пермском крае в середине лета наиболее комфортным проведением времени считается сплав на надувных или каркасных судах (чаще всего катамаранах или байдарках) по рекам Урала и Приуралья, было задумано совмещать спортивное водное путешествие с научной конференцией со всеми ее атрибутами (издание сборников трудов, техническая организация конференционной обстановки, применение соответствующего сервиса и т.д.).

Как организаторы, мы понимали, что важно обеспечить сочетание идеальных ландшафтно-погодных условий и впечатлений от процесса путешествия не только с научным и профессиональным общением, но и с выступлениями докладчиков, и с результативными дискуссиями. При этом требовалось организовать одновременное перемещение по многодневному маршруту в ненаселенной среде большой группы людей (до 50 человек), имея в виду, что многие участники могут быть без опыта активных путешествий, иметь весьма приличный возраст или не очень крепкое здоровье.

Основания для ожидания успеха были, поскольку опыт таких и подобных путешествий на кафедре накоплен большой, водное и бивуачное снаряжение хорошего уровня имеется в достаточных объемах, есть и оборудование, позволяющее создать удобную обстановку дискуссионной площадки в абсолютно девственной природной среде. Главное заключается в том, что на кафедре большинство сотрудников обладают опытом сложных спортивных путешествий, воспитаны на принципах взаимопомощи и коллективизма; к тому же есть возможность привлечения к организации и проведению таких мероприятий подготовленных студентов, интересующихся наукой и туристской практикой, способных выполнять задачи капитанов судов, сборки оборудования и решения походно-бытовых вопросов.

Сплав по уральским рекам – популярное рекреационное занятие в Пермском крае. Это тот редкий случай, когда интерес к виду досуга абсолютно не зависит от «величины кармана» и статуса человека. Пермьяк может за год пропутешествовать по нескольким странам, но особенно будет гордиться совершенным коротким сплавом по пермской реке с семьей или друзьями. Эта укоренившаяся традиция показывает, что такое времяпровождение является наиболее ценным в Пермском крае в летние месяцы. Поэтому не было сомнений в том, что если научную конференцию попробовать организовать на фоне традиционного рекре-

ационного занятия, то она будет очень эффективной. Хотелось не просто включить сплав в качестве элемента в экскурсионно-развлекательную программу, а по существу совместить сплав и конференцию, т.е. провести **конференцию-сплав**.

Отметим, что результаты работы и атмосфера семинаров превзошли ожидания. Удобство такой формы оценили все. Распорядок дня, как правило, был следующим: первую половину дня участники сплавления, в обед становились на стоянку, организовывали лагерь и обстановку семинара, слушали доклады и обсуждали. Оказывается, в природной обстановке выступления слушаются легче, причем и докладчиков никто не торопил, и обсуждения длились долго, однако ощущения усталости не было.

Конференции проводились на разных реках с разными подъездами, но сохранялась длительность четырехдневного сплава. Первая состоялась на Усьве в Гремячинском и Чусовском муниципальных районах по маршруту от урочища Громовой до пос. Мыс, вторая – по р. Чусовой в Лысьвенском районе Пермского края и Шалинском районе Свердловской области от урочища Журавлик до пос. Кын. Маршрут третьей конференции проходил по р. Яйве от дер. Верх. Яйва до пос. База в Александровском районе. Четвертый семинар проходил на реке Койва и Чусовая от пос. Кусье-Александровский до г. Чусовой, в Горнозаводском и Чусовском районах. Пятая конференция проводилась на реках Акчим и Вишера от пос. Мутиха до пос. Вишерогорск в Красновишерском районе.

Конференции состоялись при разной погоде, при разном уровне воды в реках. В 2010 году была жаркая погода и очень низкий уровень воды в Усьве, поэтому часто приходилось прыгивать с катамаранов и проводить их пешком. В 2012 году погода была переменчивая и не жаркая, а уровень воды в Чусовой не препятствовал движению. Конференция на Яйве в 2014 году проходила в холодную и дождливую погоду, но по достаточно полноводной реке. Она потребовала определенных усилий и всего имеющегося опыта выживания в сложной погодной обстановке, создания условий для конференции. В 2016 и в 2018 годах уровень воды в реках соответствовал средним значениям. Основной проблемой пятой конференции было обилие оводов.



Планируя форум по туризму в глубине России, сочли целесообразным называть его семинаром, поскольку участники непосредственно на маршруте наблюдают за процессами туризма и обсуждают их ежедневно. Кроме того, семинар как форма подразумевает ограниченное, не очень большое число участников, а в данном мероприятии для безопасного активного путешествия и комфортной дискуссии оптимально работать в составе 30–40 человек.

Вопросы и задания

1. Как рекреационные традиции населения региона используются в конференционном туризме?
2. Какие участки рек Пермского края подходят для конференционного туризма?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Alberta Regions. URL: <http://www.comeexplorecanada.com/alberta/> (дата обращения: 04.01.2018)
2. Baum, T., Lundtorp, S. Seasonality in Tourism. Oxford: Elsevier Science Ltd, 2001. 194 p.
3. Bourdeau P. Mountain Tourism in a Climate of Change // Alpine space – man & environment. 2009. Vol. 7. P. 39–52.
4. Christaller W. Die zentralen Orte in Süddeutschland: Eine ökonomisch-geographische Untersuchung über die Gesetzmässigkeit der Verbreitung und Entwicklung der Siedlungen mit städtischen Funktionen. Jena, 1933. 340 s.
5. Chun-Hung (Hugo) Tang, SooCheong (Shawn) Jan Weather risk management in ski resorts: Financial hedging and geographical diversification // International Journal of Hospitality Management. June 2011. Vol. 30, Iss. 2. P. 301–311.
6. Henna Konu, Tommi Laukkanen, Raija Komppula Using ski destination choice criteria to segment Finnish ski resort customers // Tourism Management. October 2011. Volume 32, Iss. 5. P. 1096–1105.
7. Kristian A. Hvass and Ana M. Munar. The takeoff of social media in tourism // Journal of Vacation Marketing. Vol. 18(2). P. 93–103.
8. Manitoba's Tourism Regions. URL: <https://www.gov.mb.ca/watchable-wildlife/regions/index.html> (дата обращения: 03.01.2018).
8. Martin Falk Gains from horizontal collaboration among ski areas // Tourism Management. June 2017. Vol. 60. P. 92–104.
9. Martin Falk, Eva Hagste Importance of early snowfall for Swedish ski resorts: Evidence based on monthly data // Tourism Management. April 2016. Vol. 53. P. 61–73.
10. Morgan Nigel J., Pritchard A. and Piggott R. Destination branding and the role of the stakeholders: The case of New Zealand // Journal of Vacation Marketing. July 2003. Vol. 9, no. 3. P. 285–299.
11. Nova Scotia com. Road map. 2017.
12. Pierre Spandre, Hugues François, Emmanuelle George-Marcelpoil, Samuel Morin. Panel based assessment of snow management operations in French ski resorts // Journal of Outdoor Recreation and Tourism. December 2016. Vol. 16. P. 24–36.
13. Québec's tourist regions. URL: <http://www.easterntownships.org/quebec-tourist-regions/> (дата обращения: 05.01.2018).
14. Saskatchewan Regions. URL: <http://www.comeexplorecanada.com/saskatchewan/> (дата обращения: 05.01.2018).
- 15.. Tear-out map of New Brunswick. Irving com. 2017.

16. Teodoro Lasanta, María Laguna, Sergio M. Vicente-Serrano. Do tourism-based ski resorts contribute to the homogeneous development of the Mediterranean mountains? A case study in the Central Spanish Pyrenees // *Tourism Management*. October 2007. Vol. 28, Iss. 5. P. 1326–1339.
17. Tourist regions. Newfoundland and Labrador. URL: <https://www.bbcanda.com/newfoundland> (дата обращения: 04.01.2018).
18. Tourist regions. Ontario. URL: <https://www.bbcanada.com/ontario> (дата обращения: 04.01.2018)
19. Tourism Regions of BC (Regional Partners). URL: <https://www.destinationbc.ca/Programs/Regions-Communities-and-Sectors/Regional-Tourism-Programs/Regional-Partners.aspx> (дата обращения: 03.01.2018) .
20. True island flavour. Prince Edward Island. Canada. Per highway map. Northumberland Ferries Limited. 2017.
21. Алаев Э.Б. Социально-экономическая география. Понятийно-терминологический словарь. М., 1983. 350 с.
22. Александрова А.Ю. Москва в системе глобальных городов как туристских дестинаций // *География и регион: материалы междунар. науч.-практ. конф.* Пермь, 2015. С. 9–15
23. Александрова А.Ю. Современные особенности пространственного развития туризма // *География и туризм*. 2018. № 2. С. 12–16.
24. Александрова А. Ю. Территориальная организация социально-экономической системы международного туризма: автореф. дис. ... д-ра геогр. наук. М., 2002. 55 с.
25. Александрова А.Ю. Типология стран мира по уровню развития международного туризма // *География и природные ресурсы*. 2014. № 1. С. 43–46.
26. Александрова А.Ю. Фактор сезонных колебаний в развитии туристско-рекреационной сферы // *Вестн. Тверского гос. ун-та. География и геоэкология*. 2013. Вып. 1 (11). С. 99–110.
27. Анисимов В.Ю., Прудникова Н.Г. Проект развития туризма в горнолыжном комплексе «Шерегеш» // *Наука и туризм: стратегии взаимодействия*. 2014. № 1. С. 32–35.
28. Арефьев В.Е. Теоретические основы туризма: учеб. пособие. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2014. – 298 с.
29. Армянское бюро путешествий. URL: <http://www.atb.am/ru/armenia/sights/caves/lastiver/> (дата обращения: 08.2015).
30. Атлас Таджикской ССР / под ред. К.В. Станюковича. Душанбе; М.: ГУГК при Совете министров СССР, 1968. 200 с.

31. Бакланов П.Я. Территориальные структуры хозяйства в региональном управлении / отв. ред. П.А. Минакир; Тихоокеан. ин-т географии ДВО РАН. М.: Наука, 2007. 239 с.
32. Баранский Н.Н. Избранные труды. Научные принципы географии. М.: Мысль, 1980. 239 с.
33. Баранов П.А., Райкова И.А. Дарваз и его культурная растительность // Известия Общества для изучения Таджикистана и иранских народностей за его пределами. Т. 1. Ташкент, 1928.
34. Батоцыренов Э.А. Географические особенности развития активного туризма в Республике Бурятия: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Улан-Удэ, 2010. 23 с.
35. Безуглова М.С. Культурно-исторический туристско-рекреационный потенциал Астраханской области и его использование: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Воронеж, ВГУ, 2007. 23 с.
36. Бероев Б.М. Географические основы оценки состояния природной среды и освоения горных территорий (на примере Северного Кавказа): автореф. дис. ... д-ра геогр. наук. М., 1996. 45 с.
37. Бероев Б.М. Горы служат людям. М: Мысль, 1983. 125 с.
38. Блинова Ю.М. Роль геоморфологических памятников России в рекреационной деятельности: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. М., 2015. 27 с.
39. Блинова Ю.М., Бредихин А.В. Системообразующая роль геоморфологических памятников в рекреационной деятельности // Вопросы географии. 2014. № 139. С. 347–372.
40. Большаков А.И. Формирование и развитие приграничных туристских кластеров: дис. ... канд. экон. наук. М., 2014. 149 с.
41. Борисенкова А.Е. Пространственная организация международного рекреационного туризма в странах Европейского Союза): автореф. дис. ... канд. геогр. наук. М., 2012. 25 с.
42. Бочарников В.Н. Геопространство «дикой природы» России // Социально-экономическая география. Вестник Ассоциации российских географов-обществоведов. 2016. №5. С. 165–175.
43. Бредихин А.В. Организация рекреационно-геоморфологических систем: автореф. дис. ... д-ра геогр. наук. М., 2008. 31 с.
44. Бредихин А.В. Рекреационно-геоморфологические системы. Смоленск; М.: Ойкумена, 2010. 329 с.
45. Бэкон Ф. Опыты, или наставления нравственные и политические. 1598–1612 // Бэкон Ф. Соч.: в 2 т. Т. 2. М.: Мысль, 1978. 575 с. (Философское наследие)
46. Васильева А.Е. Территориальная организация рекреационного хозяйства Башкирии: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Пермь, 2007. 26 с.

47. Веденин Ю. А. Динамика территориальных рекреационных систем М.: Наука, 1982. 190 с.
48. Веденин Ю.А. К изучению эволюции рекреационных функций территории // Изв. АН СССР. Сер. География. 1977. № 4.
49. Ветитнев А.М., Ашкинадзе Я.А. Социальные сети: новые возможности для управления организациями туристско-рекреационного комплекса // Вестн. Нац. академии туризма. 2011. № 1. С. 57–60.
50. Владарчик Б. Цикл развития туристского пространства // Туризм и региональное развитие. Смоленск: Универсум, 2006. Вып. 4. С. 225–234.
51. Вопилова Е.С. Туристский потенциал Пермской области: дипломная работа. Пермь, 2007. 98 с. [На правах рукописи.]
52. Воронина А.Б. Территориальная структура рекреационной деятельности на особо охраняемых природных территориях Крыма и пути ее оптимизации: дис. ... канд. геогр.наук. Симферополь, 2016. 244 с.
53. Выставочный центр «Пермская ярмарка». О выставочном центре. URL: http://www.exporperm.ru/ru/about/about_company/ (дата обращения: 08.04.2015).
54. Гвоздецкий И.А., Михайлов Н.И. Физическая география СССР, азиатская часть. М.: Высш. шк., 1987. 448 с.
55. Гезгала Я. Туризм в народном хозяйстве. М.: Прогресс, 1974.
56. Географический энциклопедический словарь. Понятия и термины/ гл. ред А.Ф.Трешников; ред. кол.: Э.Б. Алаев, П.М. Алампиев, А.Г. Воронов [и др.]. М.: Сов. энциклопедия, 1988. 432 с.
57. География туризма: учебник / под ред. А.Ю Александровой. М.: КНО-РУС, 2009. 592 с.
58. Геологические памятники Пермского края: энциклопедия / под общ. ред. И.И.Чайковского; Горн. ин-т УрО РАН. Пермь, 2009. 616 с.
59. Гировка Н.Н. Рекреационные ресурсы: географические аспекты, свойства: монография / Нижегород. гос. архит.-строит. ун-т. Нижний Новгород, 2011, 478 с.
60. Гладкий Ю.Н. Гуманитарная география. СПб., 2010.
61. Голубчиков Ю.Н. Естественно-гуманитарная парадигма географической науки М.: ООО «Издательский сервис», 2016. 224 с.
62. Голубчиков Ю.Н., Кружалин В.И. Арктический туризм // Вестник Московского университета. Серия 5: География. 2017. № 3. С. 96–98.
63. Государственный природный заповедник «Басеги». Экскурсионные маршруты. URL: <http://www.basegi.ru/poseshchenie-territorii> (дата обращения: 02.06.2015).
64. Губская К.В., Зырянов А.И. Сезонность туризма в Пермском крае // Геогр. вестн. 2016. № 2 (37). С. 119–127.

65. Гудковских М.В. Туризм в Тюменской области: потенциал и территориальная организация: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Пермь, 2018. 23 с.
66. Гудковских М.В., Зырянов А.И. Туризм на равнине // Вестн. Тюмен. гос. ун-та. Экология и природопользование. 2015. Т. 1, № (3). С. 30–42.
67. Гулин В.Г., Назаров В.Л. Горнолыжные комплексы Свердловской области // Педагогическое образование в России. 2014. № 9. С. 39–44.
68. Гущина М.В. Рекреационный потенциал и региональная дифференциация индустрии туризма (Океании): автореф. дис. ... канд. геогр. наук. СПб., 2016. 23 с.
69. Дмитревский Ю.Д. Туристские районы мира. Смоленск, 2000. 224 с.
70. Долженко Г.П. Опыт разработки классификации современного российского туризма // Труды Международной туристской академии. Вып. 5. М., 2010.
71. Долженко Г.П. Основы туризма: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся туристским профессиям. М., 2009. 319 с.
72. Дорофеев А.А., Дорофеева А.А. Дестинация – новый концепт географии туризма // Вестник Тверского университета. Серия: География и геоэкология. 2017. № 2. С. 70–80.
73. Дугаренко И.А. Подходы к географическому исследованию эволюции рекреационных функций территории // Учен. зап. Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия: География. 2012. Т. 25 (64), № 2. С.121–130.
74. Дунец А.Н. Туристское пространство как научная категория в исследованиях туризма // Ползуновский альманах. 2015. № 3. С. 86–90.
75. Дунец А.Н. Туристско-рекреационное пространство горного трансграничного региона: теория организации и развитие: автореф. дис. ... д-ра геогр. наук. СПб, 2011. 38 с.
76. Дунец А.Н. Туристско-рекреационные комплексы горного региона. Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2011. 201 с.
77. Ермавлетов С.Р. География туризма: история, теория, методы, практика. Алматы, 2000. 336 с.
78. Ермавлетов С.Р., Артемьев А.М. Туристско-рекреационные ресурсы регионов Казахстана // География и туризм: сб. науч. тр. / Перм. гос. ун-т. Пермь, 2010. Вып. 8. С. 22–55.
79. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М.: Финансы и статистика, 2004. 368 с.
80. Зырянов А.И. Географические технологии туристского проектирования / Перм. гос. ун-т. Пермь, 2010. 119 с.
81. Зырянов А.И. География туризма: от теории к практике / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. Пермь, 2018. 416 с.

82. Зырянов А.И. География и туризм: различие и общность интересов /Современные проблемы сервиса и туризма. 2014. № 1. С. 10–15.
83. Зырянов А.И. Дробное районирование и площадное развитие туризма // Вестник Московского университета. Серия 5: География. 2018. № 5. С. 44–51.
84. Зырянов А.И. Регион: пространственные отношения природы и общества / Перм. гос. ун-т. Пермь, 2006. 372 с.
85. Зырянов А.И. Систематизация туристских таксонов // Вестник Московского университета. Серия 5: География. 2014. № 3. С. 16–22.
86. Зырянов А.И. Туристская география Пермского края: учеб. пособие / Перм. гос. ун-т. Пермь, 2005. 128 с.
87. Зырянов А.И., Емельянова Н.А. Равнинный туризм // Геогр. вестн. 2012. №4 (23). С. 85–88.
88. Зырянов А.И., Зырянова И.С. Самостоятельные путешествия. Маршрутное планирование / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. Пермь, 2015. 154 с.
89. Зырянов А.И., Зырянова И.С. Туристская актуальность инструкций Френсиса Бэкона // География и туризм: сб. науч. тр. / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. Пермь, 2015. Вып. 14. С. 3–11.
90. Зырянов А.И., Зырянова И.С. Туристское районирование Италии // Учен. зап. КрYM. федер. ун-та. География. Геология. 2016. Т. 2(68), № 3. С. 59–66.
91. Зырянов А.И., Зырянова И.С., Щепеткова И.О. Концепт обустройства скалы Ермак // Туризм в глубине России: сб. тр. III Междунар. науч. семинара. (21–26 июля 2014 г.) / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. Пермь, 2014. С.144–148.
92. Зырянов А.И., Королев А.Ю. Логика туристского путешествия и разработка эталонных маршрутов // Географический вестник. 2009. № 2. С. 78–88.
93. Зырянов А.И., Королев А.Ю. Пешком на Север // Welcome to Perm (журн. о Пермском крае). Лето 2015. С. 4–14.
94. Зырянов А.И., Королев А.Ю. Туристское районирование горных территорий // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 5. География. 2009. С. 19–25.
95. Зырянов А.И., Королев А.Ю., Мышлявцева С.Э., Сафарян А.А. Особенности и перспективы экологического туризма на Урале и в Пермском крае // Учен. зап. ЕГУ. Геология и география. 2016. № 3. С. 47–55.
96. Зырянов А.И., Мышлявцева С.Э. Технология развития туризма в новом районе // Региональные исследования. Смоленск, 2011. Вып. 4. С. 50–63.
97. Зырянов А.И., Мышлявцева С.Э. Туристские кластеры и доминанты (на примере Пермского края) // Изв. РАН. Серия географическая. 2012. № 2. С. 15–22.
98. Зырянов А.И., Мышлявцева С.Э. Туристские кластеры Пермского края // Туризм в глубине России: сб. тр. I Междунар. науч. семинара (19–25 июля 2010 г.) / Перм. гос. ун-т. Пермь, 2010. С. 3–10.

99. Зырянов А.И. Тенденции в развитии видов туризма в Пермском крае / А.И. Зырянов, С.Э. Мышлявцева, З.В. Болдарева, А.С. Воробьева, Л.Ю. Дмитренко // Геогр. вестн. 2012. № 3. С. 96–100.
100. Зырянов А.И., Мышлявцева С.Э., Резвых В.В. Зонирование территории для инвестирования в туристскую отрасль (на примере Пермского края) // Геогр. вестн. 2009. № 1. С. 88–93.
101. Зырянов А.И., Сафарян А.А. География и туризм как этапы развития территории // Региональные исследования. 2015. № 3 (49). С. 140–145.
102. Зырянов А.И., Слащёв Д.Н. Виды туристско-рекреационной деятельности на особо охраняемых природных территориях Пермского края // Вестник Удмуртского университета. Серия: Биология. Науки о Земле. 2018. Т. 28, № 3. С. 314–320.
103. Зырянов А.И., Шарыгин М.Д. Район как географическое поле в задаче туристского проектирования // Социально-экономическая география // Вестн. Ассоциации российских географов-обществоведов. 2016. № 5. С. 16–24.
104. Зырянов А.И., Шилова Д.И. Структура и размещение сети горнолыжных комплексов Большого Урала // Известия РАН. Серия географическая. 2020. Т. 84, № 2. С. 272–281.
105. Зырянов А.И., Шилова Д.И. Горнолыжные комплексы – предприятия ландшафтного сервиса // Географический вестник. 2019, №2 (49), С.115-126.
106. Зырянов А.И., Щепеткова И.О. Рекреационные традиции и научный туризм // Туризм в глубине России: сб. тр. IV Всерос. науч. семинара (24–28 июля 2016 г.) / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. Пермь, 2016. С. 112–117.
107. Зырянова И.С. Аренда автомобилей как отрасль сервиса: географические и организационные аспекты // Региональные исследования. 2018. № 1 (59). С. 156–165.
108. Зырянова И. С. Самостоятельный туризм // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. 2016. № 1. С. 186-189.
109. Ивлиева О.В., Нечипорова Т.П. Туристско-рекреационный потенциал горной Адыгеи: учеб. пособие для студентов направления 43.03.02. Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2017.
110. Информационно-аналитический дайджест Nexplorer.ru. Рыбалка. Календарь рыболова. URL: http://www.nexplorer.ru/news__13320.htm (дата обращения: 22.11.2015).
111. Казенина Т.В. Феномен международного выездного туризма России (территориальные уровни исследования): автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Пермь, 2010. 25 с.
112. Каледин В.Н. Территориальная организация въездного туризма Индии): автореф. дис. ... канд. геогр. наук. СПб., 2010. 18 с.

113. Калущкова Н.Н, Тушинская Г.С.. Проблемы развития горнолыжного туризма в Тирольских Альпах // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. Труды межд. науч.-практ. конф. М.: РИБ «Турист», 2007. С. 234–238.
114. Карасев А.С. Территориальная структура туристско-рекреационного потенциала финно-угорских регионов России: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. М., 2015. 25 с.
115. Кашин А. А. Ландшафтные границы как фактор расселения населения (на примере Удмуртии) // Россия и ее регионы в полимаштабных интеграционно-дезинтеграционных процессах: материалы междунар. науч. конф. в рамках VIII Ежегодной научной ассамблеи Ассоциации российских географов-обществоведов. 2017. С. 225–230.
116. Киприна Е.Н. Рекреационный потенциал природного парка «Кондинские озёра»: картографическая инвентаризация, оценка и использование: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. СПб. 2011. 19 с.
117. Козырева К.С. Территориальные уровни доступности туристских услуг (на примере Забайкальского края): автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Пермь, 2012. 22 с.
118. Колбовский Е., Морозова В. Рекреационная география и территориальные аспекты формирования туристского продукта в России // Ярослав. пед. вестн. 2010. Т. 3, № 3. С. 100–105.
119. Колесникович В.П. Геоэкологический анализ туристско-рекреационного потенциала Белорусского Полесья): автореф. дис. ... канд. геогр. наук. М., 2009. 21 с.
120. Кольцова А.А. Природные рекреационные ресурсы лечебно-оздоровительного туризма: геоэкологический анализ использования в Хабаровском крае: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Хабаровск, 2015. 26 с.
121. Комаров А.И. Северо-восточная часть Волго-Ахтубинской поймы: природные особенности и рекреационное использование: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Астрахань, 2012. 22 с.
122. Конноспортивный клуб «Престиж». Услуги. <http://www.ksk-prestige.ru/uslugi.html> (дата обращения: 25.11.2015).
123. Королев А.Ю. Вопросы организации туризма в альпинистских зонах России // Вестник Удмуртского университета. Серия: Биология. Науки о Земле. 2015. Т. 25, № 2. С. 180–185.
124. Королев А.Ю. Полюсы недоступности Пермского края // Региональные исследования. 2014. № 1 (43). С. 130–133.
125. Королев А.Ю. Полюс недоступности России как экологический эталон дикой природы // Вестник Удмуртского университета. Серия Биология. Науки о Земле. 2013. № 6-4. С. 106–111.

126. Королев А.Ю. Эталонные маршруты и оценка туристских возможностей горных территорий: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Пермь, 2010. 23 с.
127. Костяев А.И. Территориальная дифференциация сельскохозяйственного производства: вопросы методологии и теории. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2006. 240 с.
128. Котляков В.М., Комарова А.И. Туризм: природа – культура – путешествия. Русский (с краткими дефинициями), английский, французский, испанский, немецкий. М.: Кодекс, 2013. 672 с.
129. Кошкимбаева У.Т. Пути активизации сельских территорий посредством туризма: (на примере Южного Казахстана): автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Алматы, 2010. 23 с.
130. Кропинова Е.Г., Митрофанова А.В. Кластер как экономико-географическое понятие в региональных исследованиях туризма // Теория социально-экономической географии: современное состояние и перспективы развития: материалы Междунар. науч. конф. (Ростов н/Д, 4–8 мая 2010 г.) / под ред. А.Г. Дружинина, В.Е. Шувалова.: Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2010. С. 284–287.
131. Кропинова Е.Г., Митрофанова А.В. Региональный туристский кластер как туристско-рекреационная система регионального уровня // Региональные исследования. 2011. № 1(31). С. 40–46.
132. Кружалин В.И. Научные основы формирования туристско-рекреационных кластеров на принципах государственно-частного партнёрства // Устойчивое развитие туризма: стратегические инициативы и партнёрство: междунар. науч.-практ. конф. Улан-Удэ, 2009. С. 308–316.
133. Кружалин В.И. Теоретические и практические аспекты развития туризма и рекреации в России // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: тр. VI Междунар. науч.-практ. конф. 2011. М., С. 16–23.
134. Кружалин В.И. Экологическая геоморфология суши. М.: Науч. мир, 2001. 176 с.
135. Крыстев В.К. Туристское районирование: дискурс о методе // Вестник Московского университета. Серия 5: География. 2019. № 5. С. 50–59.
136. Кудухов В.А., Бероев Б.М. Будущее горнолыжного Мамисона // Доклады Адыгской (Черкесской) Международной академии наук. 2009. Т. 11. № 1. С. 154–157.
137. Кузнецов М.В. Анализ рекреационно-географического процесса как один из подходов к исследованию территориальной организации рекреационной деятельности // Проблемы территориальной организации туризма и отдыха: Тезисы III Всесоюзного совещания. Ставрополь, 1978.
138. Кузнецов М.В., Крук Т.М. Географические особенности развития туризма на равнинных территориях // Учен. зап. Крымского федер. ун-та им. В.И. Вернадского. География. Геология. 2014. Т. 27(66), №1. С. 29–38.

139. Куприна Л.Е. Технология разработки туристских маршрутов. Тюмень, 2013. 176 с.
140. Кутлусурин Е.С. Оценка бальнеоресурсов аридной зоны (на примере Астраханской области): автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Астрахань, 2012. 22 с.
141. Лазаревская С.В. Туристско-рекреационный потенциал Забайкальского края: информационно-аналитический подход к управлению туризмом в регионе: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Чита, 2010. 20 с.
142. Лёш А. Географическое размещение хозяйства: пер. с англ. М., 1959. 456 с.
143. Лимонина И.Г. Региональные различия туристского инфраструктурного потенциала Ленинградской области: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Пермь, 2010. 17 с.
144. Мажар Л.Ю. Теоретические основы анализа условий и факторов формирования территориальных туристско-рекреационных систем // Региональные исследования. 2008. № 3(18). С. 17–29.
145. Мажар Л.Ю. Территориальные туристско-рекреационные системы: геосистемный подход к формированию и развитию: автореф. дис. ... д-ра геогр. наук. СПб., 2009. 31 с.
146. Мажар Л.Ю. Территориальные туристско-рекреационные системы. Смоленск: Универсум, 2008. 212 с.
147. Макунина А.А. Ландшафтная карта Урала // Ландшафтное картографирование и районирование горных местностей. М., 1972. С. 119–154.
148. Мильков Ф.Н. Физическая география: современное состояние, закономерности, проблемы. Воронеж, 1981. 400 с.
149. Минаев С.И. Пермские аттрактанты (публичное выступление) // География и туризм: сб. науч. тр. / Перм. ун-т. Пермь, 2006. Вып. 4. С. 165–174.
150. Миненкова В.В., Волкова Т.А. Развитие курорта Красная поляна на современном этапе. // География и туризм: сб. науч. тр. Пермь, 2017. С. 142–150.
151. Мирзеханова Д.Г. Формирование туристического продукта в пределах трансграничных территорий (на примере Хабаровского края): автореф. дис. ... канд. геогр. наук / КГУ им. Канта. Калининград, 2013. 26 с.
152. Мироненко Н. С. Рекреационная география. М., 1987. 280 с.
153. Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационная география М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981. 207 с.
154. Митрофанова А.В. Региональный туристский кластер как форма пространственной организации туризма (на примере Калининградской области): автореф. дис. ... канд. геогр. наук / КГУ им. Канта. Калининград, 2010. 20 с.
155. Мичурин С.Б. Безопасность в туризме: методологический и пространственный аспекты: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Пермь, 2012. 22 с.

156. Мозгунов Н.А. Географические факторы развития сельского туризма в Центральной России: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. М., 2010. 23 с.
157. Мышлявцева С.Э. Активный туризм в регионах Урала (маршрутный принцип территориальной организации): автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Пермь, 2007. 20 с.
158. Мышлявцева С.Э. Сеть туристских маршрутов и охраняемые природные территории в регионах Урала // Геогр. вестн. Пермь, 2007. № 1–2. С. 193–198.
159. Мышлявцева С.Э. Туризм в Пермском крае: учеб.-метод. пособие / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. Пермь, 2012. 140 с.
160. Назаров Н.Н. Физико-географическое районирование Пермского Прикамья // Вопросы физической географии и геоэкологии Урала. Пермь, 1998. С. 12–21.
161. Назарчук М.К., Гировка Н.Н. Ресурсная картография для индустрии туризма // Географический вестник. 2019. № 2 (49). С. 126–134.
162. Наумов В.А. Пармийское море. Туристский потенциал Гайнского района: материалы регион. науч.-практ. конф. (29–30 октября 2009 г.) / Перм. гос. ун-т. Пермь, 2009. С. 105–111.
163. Некрасова М.Л. Стратегический подход к формированию территориальных туристско-рекреационных систем Российской Федерации: автореф. дис. ... д-ра геогр. наук. Краснодар, 2013. 34 с.
164. Николаева К.А., Королев А.Ю. Туристское районирование Италии // География и туризм. Пермь, 2011. Т. 10. С. 88–92.
165. Панасен В.Э., Дикусар Е.А., Подлиских В.Е. Вертикальная Беларусь: справочник-путеводитель по 125 уникальным и самобытным туристско-экскурсионным объектам Беларуси. Минск: Право и экономика, 2013. 164 с.
166. Панченко П.В. Пути совершенствования горнолыжных комплексов Юга России // Вестник Волгоградского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Строительство и архитектура. 2011. № 23. С. 156–161.
167. Пирожник И.И. Туристические горнолыжные комплексы Логойской возвышенности – новое направление природопользования // Земля Беларуси. 2009. № 4. С. 42–48.
168. Погорелов А.М. Влияние информационных технологий на развитие международного туризма // Изв. Тульского гос. ун-та. 2014. № 1-1. С. 122–126.
169. Подвалов А.Ю. Эволюция и перспективы развития туризма в Жамбылской области: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Жамбыл, 2011. 20 с.
170. Преображенский В.С. Теоретические основы рекреационной географии / отв. ред. В. С. Преображенский. М.: Наука, 1975. 222 с.

171. Преображенский В.С. Территориальная рекреационная система как объект изучения географических наук / В.С. Преображенский, Ю.А. Веденин, И.В. Зорин, Л.И. Мухина // Изв. АН СССР. Серия географическая. 1974. № 2. С. 34–42.
172. Прокопенко Т.А. Экономико-географический и исторический аспекты развития религиозного туризма (на примере Русской Православной Церкви): автореф. дис. ... канд. геогр. наук. СПб., 2010. 18 с.
173. Прудникова Н.Г. Эколого-географическое зонирование рекреационных территорий (на примере участка долины р. Катунь): автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Томск, 2009. 22 с.
174. Развитие туризма и рекреации в Ильинском районе Пермского края: отчет о науч.-исслед. работе / Перм. гос. ун-т. Пермь, 2007.
175. Разработка концептуальной основы комплексного развития туристско-рекреационной сферы Гайнского муниципального района: отчет о науч.-исслед. работе / Перм. гос. ун-т. Пермь, 2009.
176. Расковалов В.П. Оценка и географический анализ ресурсного потенциала природно-ориентированного туризма (на примере Пермского края): автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Пермь, 2012. 23 с.
177. Региональный сайт Пермского края. Охотничий портал. Энциклопедия русской охоты. Стоимость путевок. URL:<http://www.hunter.perm.ru/stoimostprohim/> (дата обращения: 02.05.2015).
178. Родоман Б.Б. Вдохновляющие заречья (начало) // География. 2010. № 13. С. 3–12.
179. Родоман Б.Б. Вдохновляющие заречья (окончание) // География. 2010. № 14. С. 12–20.
180. Родоман Б.Б. Поляризация ландшафта как средство сохранения биосферы и рекреационных ресурсов // Ресурсы, среда, расселение. М.: Наука, 1974. С. 150–162.
181. Родоман Б.Б. Поляризованная биосфера: сб. ст. Смоленск: Ойкумена, 2002. 336 с.
182. Саранча М.А. Из размышлений о развитии туристских систем // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2014. Т. 8, № 3. С. 103–110.
183. Сафарян А.А. Территория и дестинация // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2-2. С. 730.
184. Сафарян А.А. Туризм в Армении: дестинация, аттрактивность, информационные ресурсы: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Пермь, 2015. 24 с.
185. Сединкина О.Н. Экономико-географический анализ развития тематических парков в мире: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. М., 2009. 23 с.
186. Семенов-Тян-Шанский В.П. Район и страна. 2-е изд., стер. М.: Пеликан. 2017. 314 с. (Золотой фонд Русского географического общества.)

187. Середина Е.В. Изменение концепции развития спортивного туризма на примере российских горнолыжных центров // Вестник РМАТ. 2016. № 3. С. 122–127.
188. Сиротина Д. Чемоданное настроение. Правило самостоятельных путешествий. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. 160 с.
189. Сиченко Н.С. Культурологическая модель развития туризма Ленинградской области: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. СПб., 2012. 23 с.
190. Смиреникова Е.В. Туристический потенциал Архангельской области: геоинформационная оценка: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. М., 2011. 23 с.
191. Смирнягин Л. В. Безграничное районирование и плавающие признаки как средство познания географической реальности // Проблемы географической реальности. М., 2012. С. 191–201.
192. Смолякова Ю.И. Туризм в Республике Адыгея: ресурсы, структура, уровень развития, перспективы: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Краснодар, 2009. 23 с.
193. Соболев И.Б. Геокультурное пространство как основа развития туристской специализации региона (на примере Алтайского края): автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Пермь, 2012. 18 с.
194. Соболев И.Б., Редькин А.Г. Геокультурное пространство как основа развития туристской специализации региона. Барнаул, 2012. 144 с.
195. Средняя Азия / под общ. ред. И.П. Герасимова. М.: Наука, 1968. 484 с. (Серия: Природные условия и естественные ресурсы СССР.)
196. Ступина О.Г. Процессы региональной интеграции на мировом туристском рынке): автореф. дис. ... канд. геогр. наук. М., 2012. 25 с.
197. Супруненко Ю.П. Горы зовут... (Горно-рекреационное природопользование). М.: Тривант, 2003. 368 с.
198. Суслов С.П. Физическая география СССР, азиатская часть. М.: Гос. учеб.-пед. изд-во, 1954. 712 с.
199. Сухов Р.И. Гостиничное хозяйство международных туристских дестинаций: учебник; Южный федеральный университет. Ростов н/Д: Изд-во Южного федерального университета, 2016. 96 с.
200. Сухоева Н.И. Концепция стратегического развития спортивных комплексов на примере горнолыжного центра «Чекерил» в Удмуртской Республике // Фотинские чтения. 2015. № 2 (4). С. 300–304.
201. Тархов С.А. Пространственный подход в географии туризма // Географический вестник. 2019. № 4 (51). С. 172–178.
202. Трейвиш А.И. Город, район, страна и мир. Развитие России глазами страноведа. М.: Новый хронограф, 2009. 369 с.

203. Трейвиш А.И. Географические факторы модернизации общества: некоторые уроки всемирной и российской истории XIX–XX веков // Вестник Московского ун-та. Серия 5. География. 2017. № 6. С. 3–8.
204. Третьякова Т.Н. Особенности проектирования горнолыжных туров в учебном процессе. Челябинск: Изд-во УралГУФК, 2008. – 252 с.
205. Туристско-рекреационный потенциал Республики Крым и г. Севастополь / под ред. И.М. Яковенко. Симферополь: ИТ «Ариал», 2015. 408 с.
206. Устойчивая региональная туристско-рекреационная система Кировской области: теория и практика: монография / С.В. Герасимов, Ю.А. Колесова, Е.В. Коньшев, Е.В. Митягина, С.В. Ситников, О.М. Пахомова; под общ. ред. Е.В. Коньшева. Киров: Радуга-ПРЕСС, 2015. 254 с.
207. Физико-географическое районирование СССР. Характеристика региональных единиц / под ред. Н.А.Гвоздецкого. М., 1968. 576 с.
208. Фирсова А.В. Географическое пространство в литературных произведениях как ресурс развития туризма (на примере Пермского края): автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Пермь, 2013. 22 с.
209. Фирсова А.В. Литературный туризм как продукт культурного картирования // Вестник Удмуртского университета. Серия: Биология. Науки о Земле. 2012. № 2. С. 142–148.
210. Форум Velo.Perm.ru. URL: <http://velo.perm.ru/forum/index.php?showtopic=21604&st=0> (дата обращения: 17.10.2015).
211. Хаггет П. Пространственный анализ в экономической географии. М.: Прогресс, 1968.
212. Хаггет П. География: синтез современных знаний. М.: Прогресс, 1979.
213. Худеньких Ю.А. Пермский туризм: территориальная организация и региональное развитие / Перм. гос. ун-т. Пермь, 2006. 191 с.
214. Худеньких Ю.А. Туризм в Пермском крае: территориальная организация и региональное развитие: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Пермь, 2006. 22 с.
215. Циренова И.Ж. Сравнительная оценка туристско-рекреационного потенциала национальных парков Байкальского региона: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. М., 2012. 23 с.
216. Чазов Б.А. Физико-географическое районирование Пермской области // Природное и сельскохозяйственное районирование СССР. Вопросы географии. М., 1961. Сб. 55. С. 55–67.
217. Чикишев А.Г. Природное районирование // Урал и Приуралье. М., 1968. С. 305–349.
218. Чистобаев А.И., Семенова З.А. Медицинский туризм – новая отрасль экономики // Государство и бизнес. Современные проблемы экономики: материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. СПб., 2017. С. 160–164.

219. Шабалина С.А. Пространственная организация туристско-рекреационной сферы (на примере Республики Татарстан): автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Калининград, 2009. 20 с.
220. Шарыгин М.Д., Зырянов А.И. Введение в теоретическую географию: учеб. пособие / Перм. гос. ун-т. Пермь, 1984. 84 с.
221. Шарыгин М.Д., Зырянов А.И. Морфологический уровень географического поля // Природные и социально-экономические системы Тюменского Приобья, 1981. С. 30–47.
222. Ширинкин П.С. Региональный туризм в Пермском крае: проблемы, направления и перспективы // География и туризм: сб. науч. тр. / Перм. гос. ун-т. Пермь, 2006. Вып. 3. С. 233–244.
223. Шпилько С.П. Классификация видов туризма: от теории к практике // Вестн. Нац. академии туризма. 2012. № 1. С. 9–15.
224. Шпилько С.П. Туризм и разделение труда (Структурное развитие отрасли) // Вестник Национальной академии туризма: журнал. Некоммерческое партнерство «Национальная академия туризма», Балтийская академия туризма и предпринимательства, 2006. Ноябрь (№ 1). С. 14–19.
225. Щепакин М.Б., Басюк А.С. Туристская дестинация: характерные черты и этапы развития / КубГАУ. Краснодар, 2014. № 97(03).
226. Щепеткова И.О. Территориальная организация садово-дачных образований Пермской городской агломерации»: автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Пермь, 2019. 20 с.
227. Яковенко И.М. Рекреационное природопользование: методология и методика исследований. Симферополь: Таврия, 2003. 335 с.

Учебное издание

Зырянов Александр Иванович

Теория и методология рекреационной географии

Учебное пособие

Редактор *Е. И. Герман*

Корректор *Л. И. Семицетова*

Компьютерная верстка и дизайн: *А. И. Зырянов*

Объем данных 19,3 Мб

Подписано к использованию 09.04.2021

Размещено в открытом доступе

на сайте www.psu.ru

в разделе НАУКА / Электронные публикации
и в электронной мультимедийной библиотеке ELiS

Издательский центр

Пермского государственного

национального исследовательского университета

614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15