

УДК 330.332

## Структурированный подход к типологизации туристских территорий

<sup>1</sup> Татьяна Павловна Левченко

<sup>2</sup> Михаил Юрьевич Макаров

<sup>1-2</sup> Сочинский государственный университет, Российская Федерация  
354000, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Советская, 26 а

<sup>1</sup> Доктор экономических наук, профессор

E-mail: lekonst@mail.ru

<sup>2</sup> Аспирант

E-mail: mikemakarov@mail.ru

**Аннотация.** В статье представлен структурный подход к типологизации туристских территорий. Критически рассмотрены существующие мнения различных ученых к определению основных понятий туристских территорий. Приведены классификационные признаки структурирования территориальных образований туристско-рекреационного типа.

**Ключевые слова:** типология, туристский район, туристский регион, дестинация, туристский центр.

**Введение.** Для туризма как явления характерны большая глубина проникновения и сложный характер взаимосвязей между его компонентами. Индустрия туризма состоит из организаций, которые должны быть интегрированы в единую локальную, региональную, национальную управленческие системы, главной задачей которой является поддержание длительной конкурентоспособности на рынке.

Туристы потребляют комплекс услуг на некоторой территории, которая из-за своей привлекательности (аттрактивности) постепенно становится центром туризма. Весь комплекс туристских услуг реализуется на территории, обладающей соответствующей туристской и сопутствующей инфраструктурой, но ее границы не всегда четко определены. Следовательно, в целях совершенствования системы управления туризмом необходимо установить административные и территориальные границы объекта управления, учитывая имеющиеся специфические особенности.

**Материалы и методы.** В качестве основных источников исследования были использованы материалы статистических сборников и научные издания. Системный подход послужил методологической основой исследования. При проведении исследования применялись методы систематизации и обобщения.

**Обсуждение проблемы.** Отечественные и зарубежные ученые в своих исследованиях терминологии, посвященной вопросам административно-территориального деления туристской сферы, двояко трактуют некоторые термины. К числу наиболее часто используемых можно отнести туристский район, туристский регион, туристско-рекреационная зона, туристская территория, туристско-рекреационная система, туристская зона, центр туризма, туристский центр, дестинация. Проанализируем генезис терминов, приведенных выше, в целях определения их значения, взаимосвязей и понимания сущности.

В своих работах Александрова А.Ю. выделяет различные факторы, воздействующие на формирование районов в туризме [1]. Кроме того необходимо отметить, что факторы способны воздействовать разнонаправленно, комбинируясь друг с другом.

Первоначально в качестве базовой единицы в российской теории и практике рассматривался именно конкретный район, обладающий административными и территориальными границами. Иностранная наука применяет другой термин, «дестинация», и в территориальном понимании самой крупной единицей считается регион, после которого идет страна как более крупная единица туристского районирования.

Международная туристская организация UNWTO предлагает выделение 6 туристских макрорегионов мира: Америка, Европа, Ближний и Средний Восток, Африка, Юго-Восточная Азия и Океания, Южная Азия [10]. В рамках указанных макрорегионов

выявляют туристские субрегионы, состоящие из стран или групп стран. Более низшие уровни включают в себя туристские районы, туристские зоны и субзоны.



Рис. 1. Основные факторы, определяющие развитие туризма территорий

Регион представляет собой сложную систему взаимосвязанных элементов, влияющих друг на друга. Степень взаимодействия и характер определяются ресурсным потенциалом региона – экономическим, ресурсным, политическим. Каждый регион обладает рядом особенностей, формирующих особые потребности, интересы, цели, модели и стратегии регионального развития.

Некоторые определения регионов или районов обладают рядом общих характеристик, таких как: уникальность и целостность туристской территории, генетическое единство, взаимная обусловленность и связь образующих компонентов, существование процессов функционирования и развития, устойчивые внутренние связи. Рассматриваемое определение исходит из того, что конкретизация появляется в случае установления определенных границ, а без этого оно является довольно абстрактным. При этом понятие «регион» является типологическим понятием. Некоторые исследователи исходят из того, что регионы целесообразно выделять в рамках одной территории, основываясь на определенных конкретных целях и задачах, например, с точки зрения специализации обычно рассматривают сельскохозяйственные, промышленные, туристские, рекреационные регионы и т.д. [2]

Уточним понятие «туристский регион». В соответствии с определением, предлагаемым UNWTO, туристским регионом является территория, которая обладает крупной сетью специальных объектов и услуг, необходимых для осуществления рекреации, отдыха и оздоровления [10].

Российский исследователь Кабушкин Н.И. характеризует «туристский регион» как географическую территорию, определенное место или регион, которые турист

рассматривает как место для путешествия [5]. Эта территория должна быть обеспечена инфраструктурой, позволяющей организовать пребывание, размещение, транспорт, питание и досуг, кроме того могут быть и различные пересекающиеся уровни туристских регионов.

Современный менеджмент считает туристский регион самостоятельной конкурентной единицей, поэтому, определяя продукт туристского региона, необходимо учитывать потребительские предпочтения. Промышленность в рамках региона производит только те продукты и услуги, на которые существует потребительский спрос, и уже этот комплекс услуг возможно рассматривать как некоторую цепь или последовательность услуг.

Цепь услуг является аналитическим инструментом, который с позиции потребителя дает возможность подразделить полную услугу на составляющие процессы и даже элементы. Получая услугу, потребитель не стремится удовлетворить спрос у конкретных организаций, он ассоциирует как саму услугу, так и ее качество с определенным регионом как с единым целым. Следовательно, регионы должны учитывать все элементы цепи услуг, планируя перспективное развитие.

В итоге, регион представляет собой единство конкурентоспособной единицы и туристского продукта, что накладывает особенность на управление регионом уже не как простым территориальным образованием, а стратегической коммерческой единицей. Современная наука управления должна принимать во внимание особенности «туристского региона», потому что он является объектом конкурентного рынка туристских услуг.

Степень проявляемого туристского интереса к получению услуг дает возможность выделения туристских районов с широкой и узкой специализацией. В том случае, если посещение некоторого региона представляется для туриста способом достижения цели, следовательно, такой туристский регион возможно определить как регион с широкой специализацией (например, регион, обладающий транспортными, образовательными, промышленными или административными центрами). Если посещение региона превращается для туриста в самоцель, то этот туристский регион возможно считать регионом узкой специализации (существуют регионы, имеющие места отдыха и регионы, обладающие туристскими достопримечательностями) [5].

Туристские регионы, обладающие узкой специализацией, разделяются на места с туристскими достопримечательностями и места отдыха. Места отдыха – понятие, имеющее собирательное значение, это все виды мест, которые возможно использовать для отдыха. К таким местам можно отнести курорты, места, где можно провести отпуск, а также места вблизи территории проживания, используемые для краткосрочного отдыха. Места с туристскими достопримечательностями с узкой специализацией включают исторические, архитектурные, религиозные, паломнические места, а также различные развлекательные центры [8].

Таким образом, туристский регион – это территориальное образование, которое имеет ярко выраженные границы, располагает набором объектов туристского показа и предлагает комплекс услуг, соответствующий запросам туристов. Туристский регион должен соответствовать наличию следующих элементов: природно-климатический комфорт; историко-культурные достопримечательности, отлаженную туристскую инфраструктуру; экскурсионные и культурно-развлекательные туристские продукты; доступность информации о данной территории; социальную, экономическую и политическую стабильность, личную безопасность; раскрученный бренд и международную известность [8]. Особое значение при этом имеет система управления туристским регионом. Система управления – это организация туристской деятельности в регионе, позволяющая контролировать развитие туристской сферы в регионе.

Понятие «туристский регион» сопряжено с родственным ему понятием «туристский район», хотя и меньше встречающееся в аналитических исследованиях туристской деятельности. В типологии туристских регионов в соответствии с классификацией UNWTO, встречается и термин «туристский район», что можно объяснить многозначностью английского перевода термина [10].

Под туристским районом понимается территориальное образование или определенная местность, которая обеспечена развитой туристской инфраструктурой, обладает множеством аттракторов и имеет эффективную систему управления и организации туристской сферы [8]. Туристские районы могут быть классифицированы по ряду признаков, например: время их возникновения, виды аттракторов, уровень развития коллективных средств размещения и других предприятий инфраструктуры, виды туризма и пр.

В материалах современных исследований, к примеру, у Ябровой О.А., прослеживается также определенная корреляция туристских районов и туристско-рекреационных комплексов, которые представляют собой открытые системы производства туристско-рекреационных услуг [9].

Туристско-рекреационный комплекс как открытая система состоит из определенных элементов, таких как туристско-рекреационная инфраструктура (гостиницы и иные коллективные средства размещения, специализированные санаторно-курортные учреждения, предприятия общественного питания, транспорт и пр.), а также рекреационные зоны, туристские центры и другие объекты.

Зачастую в некоторых странах, где туристской сфере уделяется большое внимание с точки зрения финансирования ее объектов, существуют туристские зоны. Данное понятие связывают с территориями, наиболее интенсивно посещаемыми туристами. По нашему мнению, туристская зона это:

-структурный элемент территории, на котором располагаются несколько центров, связанных с приемом туристов более чем на 5000 мест размещения;

-элемент территории, где туризм имеет приоритетное развитие и пользуется государственной поддержкой;

- элемент территории, на которой имеются не только объекты показа, пользующиеся спросом у туристов, но и достаточная емкость коллективных средств размещения.

Обобщая сказанное, можно дать следующую трактовку туристской зоны: это территориальное образование с приоритетным развитием туристско-рекреационной деятельности, с развитой сетью соответствующих организаций, деятельность которых направлена обслуживание туристов [8].

Кроме того, характеризуя территориальные образования, не следует забывать дефиницию «дестинация» или «туристская дестинация», которая определяется наличием аттракторов, привлекательных для туристов, наличием транспортной доступности, а также инфраструктурными компонентами.

Согласно исследованиям Боголюбова В.С., дестинация характеризуется в качестве территории, имеющей в наличии все необходимые инструменты и механизмы обслуживания туристов. Ряд ученых дифференцируют понятия «туристская дестинация» и «курортная территория», вкладывая в понятие «дестинация» более широкий смысл по отношению к курортной территории [2].

Исследуя типологию туристских территорий, следует более подробно остановиться на структуризации самих дестинаций в зависимости от определенных классификационных признаков.

К примеру, в зависимости от емкости и пропускной способности дестинации можно подразделить следующим образом:

- крупные территориальные центры, которые имеют возможность принимать туристов, не нанося экономического, социального и экологического ущерба местности и ее туристской привлекательности;

- территориальные образования, которые могут допустить только некоторую определенную емкость для посещения туристов, не оставляя негативных последствий для социума и экологии [5].

С точки зрения от размера и степени развития туристской деятельности, дестинации возможно подразделить на следующие типы:

- крупные территориальные образования, к которым можно отнести как столичные города, так и приравненные к ним территории;

- территории, где туристская деятельность является приоритетным направлением, с высокой долей доходов в соответствующие бюджеты [2].

В зависимости от времени туристского путешествия дестинация может быть первичной и вторичной. К первичной дестинации можно отнести такую территорию, где ее туристская привлекательность направлена на интерес повторного ее посещения на длительный (не менее недели) период времени. Вторичную дестинацию позиционируют с остановкой во время путешествия к первичной. Основной ее задачей является удовлетворение туристского спроса краткосрочного характера. По сути дела, вторичная дестинация является транзитным пунктом, на котором также могут быть достопримечательности, вызывающие определенный интерес у туристов, то есть помимо остановки в пути туристов ожидают краткосрочные посещения аттракторов, экскурсий и прочие туристские интересы. Поэтому вторичная

дестинация может привлечь гораздо больше туристов, чем первичная, однако лишь на короткий период времени.

Структурированный подход к типологизации территорий в качестве нижнего уровня предполагает такое территориальное образование, как туристский центр, под которым понимают город или населенный пункт, то есть какую-то территорию, где сосредоточены туристские ресурсы с полным комплексом туристско-экскурсионного обслуживания, включая объекты коллективного размещения и предприятия общественного питания, сувенирной продукции, торговли и другие организации сферы обслуживания [3]. То есть, туристский центр представляет собой комплекс туристско-рекреационных объектов, которые имеют компактную расположенность, объединены единой целью качественного туристского обслуживания при соответствующем уровне инфраструктуры и сервиса [5].

Ряд экономистов связывают туристский центр только с местом отдыха туристов, однако не исключают при этом его рекреационный потенциал по всем структурным элементам, начиная от материально-производственного, историко-культурного до экологического, этнического и пр. Формируя туристский продукт, организаторы путешествий в обязательном порядке относят туда и туристский центр как объект туристского интереса. Выбирая туристский объект, путешественник не выбирает масштаб территории, а выбирает конкретное место отдыха с соответствующим качеством обслуживания, рекреационным потенциалом, культурным и этнографическим наследием местности.

Таким образом, туристский центр ориентирован в большей степени на ресурсную составляющую территории, чего не скажешь о такой схожей с ним дефиниции, как «центр туризма». Центр туризма, в нашем понимании, также имеет ресурсную компоненту потенциала, однако цель его в большей степени заключается в организации процесса информированности о нем туристов.

Обобщая изложенный подход в теории типологизации туристских территорий, можно сделать вывод, что центр туризма представляет собой территорию, на которой сформирован туристско-экскурсионный комплекс с соответствующими рекреационными ресурсами, а туристский центр – это привлекательная для туристов территория с удобным транспортно-географическим положением, специфическими рекреационными ресурсами, а, что самое главное, имеющая доступную о ней информацию.

Структуризацией туристских территорий, особенно относительно типологии туристских центров, занимаются многие исследователи-экономисты, такие как А.И. Зорин, А.Ю. Александрова и ряд других. А.И. Зорин, в частности, определяет различные виды туристских центров в зависимости от циклов рекреационной деятельности, и соответственно, видов туризма, таких как этнокультурный, паломнический, масс-туризм, деловой, экстремальный, пляжный и многие другие [4].

Опираясь на методику А.И. Зорина о типологии туристских центров, можно выделить ряд их специфических характеристик, в зависимости от которых возможно определить виды туристских центров:

- познавательные туристские центры, в основе которых находятся различные виды промыслов, религиозные святыни, мероприятия, связанные с проведением знаковых событий;

- экологические туристские центры, которые направлены на изучение национальных парков и заповедников, привлекательных акваторий, естественных ландшафтов, дольменов, то есть в них развит, как правило, экологический туризм;

- рекреационные (велнес-СПА) туристские центры, которые опираются на сложившуюся инфраструктуру курортных территорий, имеющиеся рекреационные ресурсы: морские, грязелечебные, минеральные;

- горные туристские центры, располагающихся в горных территориях, характеризующиеся компактным сочетанием разнообразных и противоречивых друг другу ресурсов.

Структурирование туристских центров предполагает еще один классификационный признак – размер самой местности. В зависимости от данного признака туристские центры можно подразделить: крупные, средние, малые. Подобное деление редко встречается в научной литературе, поскольку существует дефиниция «крупный туристский центр», под которым понимают крупную территорию или даже просто крупный город, где развита туристская инфраструктура, имеются различные аттракторы, а туристские потоки

характеризуются определенной стабильностью (авторы данного подхода – Коль О.Д., Карпова Е.Г. и ряд других) [6, 7].

Таблица 1

**Идентификационные признаки туристских центров [6]**

Идентификационные признаки	Величина туристского центра		
	Крупный	Средний	Малый
Размер туристских потоков	От 2,5 млн. туристов за год	От 500 тыс. до 2,5 млн. туристов за год	Меньше 500 тыс. туристов за год
Приоритетность туристских видов деятельности	Вклад туризма в ВВП более 10%	Вклад туризма в ВВП от 5% до 10%	Вклад туризма в ВВП менее 5%
Наличие аттракторов	Свыше 100 шт.	От 50 до 100 шт.	Меньше 50 шт.
Численность местного населения	Свыше 2 млн. чел.	От 400 тыс. до 2 млн. чел.	Меньше 400 тыс. чел.

В исследованиях Карповой Е.Г. определены типы туристских центров, такие как крупные, средние и малые [6]. В основе такого деления заложены критерии и основные признаки, а именно их величина, размер туристского потока, количество местного населения в туристском центре, уровень инвестиционной привлекательности, пропускная способность и рекреационная емкость самой территории и туристской инфраструктуры, туристские аттракторы, качество туристских услуг. Карпова Е.Г. предлагает также идентификационные признаки и критерии туристских центров, пример которых представлен в таблице 1.

**Результаты.** Типологизация туристских территорий является в настоящее время весьма актуальной задачей, поскольку позволяет наиболее оптимально и эффективно использовать имеющиеся ресурсы территориальных образований, устанавливать точки роста отдельных, перспективных видов туризма, а также задействовать опыт ведения туристской деятельности других территорий с аналогичными условиями.

**Заключение.** Таким образом, проведенное исследование типологизации туристских территорий с целью развития туризма позволяет сделать вывод, что в настоящее время отсутствует единый подход к их структурированию. Зачастую отдельные понятия и термины дублируют друг друга, внося определенный дисбаланс в теорию и практику научного познания туристской деятельности.

**Примечания:**

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. Учеб. пособие для ВУЗов. М.: Аспект-Пресс, 2007. 464 с.
2. Боголюбов В.С., Боголюбова С.А., Крыга А.В. Туризм как большая социально-экономическая система региона: управление развитием (методологические аспекты): монография. СПб.: СПбГИЭУ, 2012. 230 с.
3. Загорин Н.Д. Инвестиционное развитие туристского потенциала региона. Монография. СПб.: Д.А.Р.К., 2005. 264 с.
4. Зорин И.В., Зорин А.И., Ирисова Т.А. и др. Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы. М.: Финансы и статистика, 2001. 272 с.
5. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. Минск.: Новое знание, 2007. 479 с.
6. Карпова Е.Г. Развитие сферы туристских услуг КТЦ: проблематика кластерной организации // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Сер.: Экономические науки. 2012. Вып. №4 (151). С. 51-56.
7. Коль О.Д. Формирование интегрального потенциала туристских предпринимательских структур мегаполиса. // Экономические науки, 2010. выпуск 3(99).
8. Литвин Ю.Ю. Доступность туристских услуг как основной фактор развития

региональной экономической деятельности / Научный журнал «Вестник национальной академии туризма». 2007. №3. С. 15-17.

9. Яброва О.А. Стратегические мероприятия по развитию рекреационного комплекса Краснодарского края // Проблемы современной экономики, № 2 (26), 2008.

10. A Practical Guide To Tourism Destination Management. WTO: Madrid, Spain, 2007.

UDC 330.322

### **Structural Approach to Typology of Tourism Territories**

<sup>1</sup> Tatyana P. Levchenko

<sup>2</sup> Mikhail Y. Makarov

<sup>1-2</sup> Sochi state university, Russian Federation  
Sovetskaya Str., 26 a, Sochi city, Krasnodar region 354000

<sup>1</sup> Doctor of Economic Science, Professor

E-mail: lekonst@mail.ru

<sup>2</sup> Post-graduate student

E-mail: mikemakarov@mail.ru

**Abstract.** Structural approach to typology of touristic territories is presented in article. Current opinions of different scientists on the definitions of tourism territories are critically analyzed. Criteria of classifications for structuring tourism territories are presented.

**Keywords:** typology, tourism district, tourism region, destination, touristic center.