

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Національний університет «Запорізька політехніка»**

**ОПОРНИЙ КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ**  
**з дисципліни «Рекреаційна географія міжнародного туризму»**

для студентів спеціальності 242 «Туризм»  
усіх форм навчання

Запоріжжя  
2019

Опорний конспект лекцій з дисципліни «Рекреаційна географія міжнародного туризму» для здобувачів вищої освіти усіх форм навчання спеціальності 242 «Туризм», освітня програма «Туризмознавство» ОС «Бакалавр» / Д.Д. Гурова. – Запоріжжя, НУ «Запорізька політехніка», 2019. – 60 с.

Укладачі: Д.Д. Гурова к.геогр.н. доцент

Рецензент: В.М. Зайцева, к.п.н., професор

Відповідальний за випуск: Д.Д. Гурова.

Затверджено  
на засіданні кафедри  
«Туристичного, ресторанного  
та готельного бізнесу»

Протокол № 1 від 29.08.2019

НМК факультету  
Протокол № 1  
від «30» серпня 2019 р.

## ЗМІСТ

Вступ	4
Тема 1. Рекреаційна географія як наука	6
Тема 2. Класифікація рекреаційної діяльності	13
Тема 3. Картографічний метод дослідження в рекреаційній географії	23
Тема 4. Рекреаційні ресурси	27
Тема 5. Рекреаційне районування	33
Тема 6. Стандарти рекреаційної діяльності	40
Тема 7. Географія сучасного міжнародного туризму	51
Рекомендована література	60

## ВСТУП

Об'єктивною особливістю сучасного світу є постійний і випереджальний розвиток рекреації і туризму як галузі господарства. Розвиток цивілізації приводить до збільшення вільного часу і намагання людей використовувати його для відпочинку та оздоровлення. **Рекреаційна географія міжнародного туризму** – комплексна географічна наука і навчальна дисципліна, яка вивчає територіальну організацію рекреаційного господарства.

Рекреаційна географія міжнародного туризму є географічною наукою, яка, входячи до складу суспільної (екополітичної і соціальної) географії, тісно пов'язана з усім комплексом географічних наук (фізичною географією і геоекологією, медичною географією, метеорологією і кліматологією, гідрологією й океанографією, геоморфологією, картографією тощо). Разом з тим вона має нерозривні зв'язки з такими науками, як розміщення продуктивних сил і регіональна економіка, рекреалогія, соціологія, міжнародна економіка, екологія та ін.

**Мета дисципліни** – ознайомлення студентів з основними поняттями рекреаційної діяльності, формування уявлення про роль рекреаційних ресурсів в сфері рекреаційних послуг, необхідності їх раціональної експлуатації та охорони, формування поняття сутності сучасного рекреаційного природокористування.

**Завдання:** Методичні – викласти теоретичні основи та методологічні особливості застосування системного підходу у вивченні географічних закономірностей розташування рекреаційних ресурсів та районів світу, формування стандартів рекреації.

Пізнавальні – сформувані уявлення про сучасний стан розвитку рекреації. Викласти основні теорії та періодизацію розвитку туризму та рекреації, висвітлити принципи, методи оцінки рекреаційних територій та механізми функціонування соціокультурних систем. Виокремити роль рекреаційних ресурсів в організації різних форм рекреаційної діяльності.

Практичні – формувати практичні навички роботи студентів зі спеціальною літературою, орієнтувати їх на інтенсивну роботу, критичне осмислення здобутих знань, ознайомити з основними географічними об'єктами світу (географічна номенклатура).

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен отримати

**загальні компетентності:** Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісні взаємодії при вирішенні поставлених завдань; здатність підтримувати загальний рівень фізичної активності й здоров'я для ведення активної соціальної та професійної діяльності; здатність до сприйняття культури та звичаїв інших країн і народів, толерантного ставлення до національних, расових, конфесійних відмінностей, здібність до міжкультурних комунікацій у готельно-ресторанній сфері;

**фахові компетентності:** – Здатність аналізувати туристичний потенціал територій; орієнтуватись в організації рекреаційно-туристичного простору; розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів, процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування; здатність застосування теоретичних положень та практичних навичок з організації туризму на різних ієрархічних рівнях та в різних туристських регіонах світу та в Україні; здатність до організації принципово нової форми рекреаційної діяльності, орієнтованої на пізнання природи, мінімізацію шкоди довкіллю та підтримку етнокультури; здатність інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.

### **Очікувані програмні результати навчання:**

1. Знання теоретико-методологічних засад географії туризму, особливостей методології та методики проведення географічних досліджень у сфері туризму, туристичного ресурсознавства та застосуванні регіонального підходу до географічної характеристики природних та культурно-історичних ресурсів туризму.

2. Уміння визначати туристичну привабливість природних, культурно-історичних ресурсів та оцінювати якісні і кількісні характеристики ресурсів туризму і використовувати її в практичній роботі щодо формування конкурентоспроможного туристичного продукту та підвищення якості туристичного обслуговування споживачів.

## ТЕМА 1. РЕКРЕАЦІЙНА ГЕОГРАФІЯ ЯК НАУКА

План:

1. Історія рекреації.
2. Чинники рекреації.
3. Визначення об'єкта, предмета рекреаційної географії.
4. Методи вивчення рекреаційної географії.
5. Місце рекреаційної географії серед наук.
6. Функції рекреації.

Рекреація – явище достатньо давнє. Історики свідчать про велику любов до подорожей єгиптян, фінікійців та еллінів. Відомо, що кожен Олімпійський рік сотні суден відправлялися від пристаней численних міст – колоній Древньої Греції на берегах Середземного і Чорного морів, щоб прибути в Олімпію до початку відкриття ігор і літературних фестивалів. Давні греки залюбки відвідували Єгипет, де можна було милуватися численними храмами та пірамідами. Заможні римляни робили поїздки з метою лікування на термальних джерелах. Відвідування завойованої Греції, що вважалася центром світової культури, для знатного римлянина було обов'язковим. У середньовіччі широко поширюється паломництво. У кінці XVII століття представників заможних класів європейських країн, які відвідували інші країни з цікавості і з метою розваг, почали називати туристами.

Після промислової революції з появою залізниць і пароплавів великої популярності здобувають європейські курорти – на морському узбережжі Італії і Франції, у горах Швейцарії й біля мінеральних джерел. Стають жвавими такі відомі курорти, як Ніцца, Монте-Карло, Віші, Баден-Баден, Карлсбад (Карлові Вари). Відпочинок на цих курортах був привілеєм англійських лордів і банкірів, німецьких баронів і фабрикантів, російських дворян, індійських магараджів й американських плантаторів, тобто заможних шарів населення.

Подальше розширення міжнародних економічних зв'язків, що виражалися в першу чергу в розвитку світової торгівлі, призвело до збільшення світової рухливості населення. Ще великим зростанням рухливості населення супроводжувалося посилення міжрайонних господарських і культурних зв'язків усередині окремих країн. Активізація як світових, так і внутрішньодержавних господарських зв'язків сприяла зародженню такої форми подорожей, що в

майбутньому (у період після Другої світової війни) стануть називати масовим туризмом..

За твердженням більшості дослідників туризму, перші туристські подорожі було організовано англійським підприємцем Томасом Куком спочатку територією Англії, а потім і за її межами. Однак і в цей час закордонні туристські поїздки були через свою дорожнечу доступні лише обраним.

Поява автомобіля значно збільшує рухливість населення і “скорочує” відстані. Традиційні курорти у двадцять років минулого століття стають тісними. З’являються нові курорти в Італії, Франції, США – Ріміні, Сан-Ремо, Канни, Сен-Троpez, Майамі.

Якісне зрушення в характері рекреації відбувається в період між Першою і Другою світовими війнами: поїздки тепер відбуваються не тільки заради розваги й лікування, але й із пізнавальною метою. Підсилюється тяга до безпосереднього знайомства з природними, культурно-історичними, архітектурними й іншими скарбами своєї й інших країн світу. І все ж туризм ще не мав масового характеру, хоча вже й не був туризмом одинаків. До туризму залучаються досить широкі шари інтелігенції.

Після Другої світової війни, у кінці 40-х років ХХ сторіччя, починається сучасний етап у розвитку внутрішнього й міжнародного туризму. Правда, не у всіх країнах він почався саме в 40-х роках. У країнах, які значно потерпіли від війни, початок цього етапу відсунувся фактично на кінець 50-х років. У цілому ж у цей період настільки стрімко розвивається як внутрішній, так і міжнародний туризм, що не тільки журналісти, але й учені стали говорити про туризм як про феномен ХХ століття, проводячи паралель між зростанням туризму і темпами науково-технічної революції.

Які ж були головні причини настільки динамічного зростання туризму? Їх багато. Головна причина – стрімке зростання продуктивності суспільної праці у сфері матеріального виробництва, що було викликано науково-технічною революцією, яка збігається за часом з етапом масового туризму.

Високий рівень загального економічного розвитку суспільства спричиняє зміни структури необхідних потреб людини. Підвищення матеріального, а слідом за ним і поступове зростання культурного рівня населення спричиняє істотні зрушення в структурі споживання, які виражаються в тому, що в населення швидше зростають запити в

послугах, ніж у матеріальних благах. Це пов'язане з тим, що елементарні потреби людини (харчування, одяг і житло) мають відносну межу насичення порівняно з підвищеними потребами, що належать інтелектуальним запитам людини. Високі економічні показники – це не самоціль, а засіб задоволення людських потреб, засіб підвищення рівня життя населення.

Матеріальною передумовою масовості рекреації був *прогрес на транспорті*. При цьому справа не тільки в різкому збільшенні швидкостей, але й у значному зниженні транспортних тарифів і різкому збільшенні числа перевізних засобів у суспільному секторі, а також у наявності великої кількості особистих транспортних засобів. Природно, коли говорять про транспорт, не випускається з уваги й значно розвинена транспортна інфраструктура, у географічному плані вона перетворюється в транспортну систему, що з'єднує найбільш віддалені райони світу й населені пункти в межах країни. Збільшення швидкостей при цьому дозволяє різко скоротити час перебування в дорозі й за цей рахунок збільшити час перебування в рекреаційному районі або центрі, а також відвідати віддалені від місця проживання райони. На сьогоднішній день на надзвуковому літаку з Європи в будь-яке місце Земної кулі можна потрапити в межах 24 годин. Зниження трансферних тарифів зробило доступним туризм і для населення з невисокими грошовими доходами.

Істотним фактором росту рекреаційних міграцій є також *негативні наслідки концентрації населення у великих індустріальних центрах і сучасних виробничих умов*. Механізація й автоматизація виробничих процесів скорочують фізичні навантаження, що саме по собі непогано, але відсутність фізичних навантажень й у вільний час призводить до хвороби ХХ століття – гіподинамії (недостатності руху). У зв'язку із цим збільшується роль активної рекреаційної діяльності, що компенсує недостатній рух.

Гіподинамія супроводжується “емоційною втомою”, що має негативний вплив на здоров'я. “Емоційна втома” викликається складністю сучасного виробництва й специфічних умов невиробничої діяльності. Йдеться про надлишок швидко мінливих зорових і звукових подразників, забруднення повітря, велику кількість інформації, періодичну теплову дискомфортність (літній перегрів). Рекреаційна діяльність – це віддушина, що задовольняє природний потяг людини до природи.

У ХХ ст. у деяких регіонах світу туризм перетворився в настільки масове явище, що феномен рекреації став особливим предметом уваги. Рекреаційна географія розвивається одночасно з розвитком географічного пізнання, що у свою чергу тісно пов'язано з процесами освоєння територій різного типу соціокультурних утворень.

Для того щоб зрозуміти, що собою являє рекреаційна географія, розглянемо спочатку, що ж таке рекреація. З Російського Енциклопедичного Словника (т. 2, 2000) маємо таке визначення:

**Рекреація** (у перекладі з польської мови *rekreasja* – відпочинок, із латині *recreation* – відновлення) – це:

- 1) свята, канікули, зміна в школі (застаріле);
- 2) приміщення для відпочинку в навчальних закладах;
- 3) відпочинок, відновлення сил людини, витрачених у процесі праці.

*Рекреація – це розширене відтворення фізичних, інтелектуальних й емоційних сил людини.*

Оскільки просторовими аспектами рекреації й рекреаційної діяльності займається саме рекреаційна географія, отже, можна дати визначення: **рекреаційна географія** – наука, що вивчає географічні закономірності функціонування й розвитку територіальних систем організації діяльності людей поза робочим часом.

В Україні **об'єктом** дослідження рекреаційної географії є об'єкти й суб'єкти рекреації в різних соціокультурних утвореннях.

Під *об'єктами* рекреації розуміють матеріальні предмети, системи, процеси і явища, а також стандарти, що є умовами реалізації різноманітної рекреаційної діяльності людини. Це свого роду тло для безпосередньої рекреаційної діяльності.

Під *суб'єктами* рекреації розуміють людей, які ведуть рекреаційну діяльність.

Під *рекреаційною діяльністю* розуміють різноманітну діяльність людей, орієнтовану на відновлення власних сил.

При визначенні *предмета* дослідження необхідно уточнювати, про який час і соціокультурне утворення йдеться.

Із самого початку свого виникнення рекреаційна географія при невеликому й добре скоординованому науковому співтоваристві фахівців мала чіткий об'єкт дослідження – територіальні рекреаційні системи. На ТРС було сконцентровано основну увагу фахівців. Усі публікації недавнього минулого з вражаючою одностайністю

називають ТРС предметом дослідження рекреаційної географії.

Відмінною рисою радянської рекреаційної географії можна вважати тверду практичну орієнтацію й те, що вона була, ймовірно, найбільш конструктивною з усіх географічних дисциплін. Розробки з рекреаційної географії реально використовувалися на практиці, що було справою не досить звичайною.

**Предметом** дослідження рекреаційної географії є вивчення просторових закономірностей й особливостей поведінки людей у процесі рекреаційної діяльності й розміщення рекреаційних об'єктів.

Рекреаційна географія – фундаментальна географічна дисципліна. Вона не займається тільки вузьким аспектом літнього відпочинку біля теплого моря. Дуже великий пізнавальний аспект рекреаційної географії.

Під час аналізу місця рекреаційної географії в системі географічних наук потрібно враховувати, що сама ця система не носить універсального характеру. Залежно від того, в якій соціокультурній системі (СКС) розвивається географічна наука й про яку СКС йдеться, структура географічної науки може істотно розрізнятися. Наприклад, у китайській географічній науці кількість складових її дисциплін та їхній характер істотно відрізняються від того, що має місце в західній або українській географічній науці.

Географічна наука в Україні має досить складну структуру й нараховує до 20 дисциплін. Найбільш загальний і розповсюджений поділ географічної науки полягає у виділенні блоків природних і суспільних географічних дисциплін. Поєднує їх те, що вони орієнтовані на дослідження просторових процесів і систем. У них чимало спільного й у зв'язку з дослідженням географічної оболонки Землі в цілому.

Необхідно виділити три блоки географічних дисциплін, які формують систему географічних наук:

1) *суспільні (гуманітарні)* географічні дисципліни (економічна географія, соціальна географія, географія населення й міграцій, географія сфери обслуговування, географія культури, рекреаційна географія та інші дисципліни);

2) *природничі* географічні дисципліни (фізична географія, географія ґрунтів, географічна кліматологія, геоморфологія, біогеографія й інші дисципліни);

3) *теоретичні й методологічні* географічні дисципліни

(теоретична географія; метагеографія, що включає історію й методологію географічної науки; картографія).

Рекреаційна географія – частина блоку гуманітарних географічних дисциплін. Вона тісно пов'язана з іншими гуманітарними географічними дисциплінами, а також із природничо-географічними й теоретико-методологічними географічними дисциплінами. Залежно від дослідницьких і практичних завдань, що стоять перед рекреаційною географією, формується такий альянс географічних дисциплін і підходів, що найбільше сприяє їхній правильній постановці й рішенню.

**Функції рекреації.** Хоча в науці дотепер не існує загальноприйнятої класифікації суспільних функцій рекреації, їх можна було б розділити на 3 основні групи:

- 1) медико-біологічну;
- 2) соціально-культурну;
- 3) економічну.

*Медико-біологічна функція* полягає в курортно-санаторному лікуванні й оздоровленні. Оздоровлення через туризм – один зі шляхів рішення проблеми зняття виробничого й позавиробничого психологічного стомлення людини. Але це не єдиний, зрозуміло, шлях. Так, наприклад, ученими ведуться пошуки оптимального територіального планування міст майбутнього, які б врівноважили взаємодію людини з навколишнім середовищем у міських умовах.

*Соціально-культурна функція* – це провідна функція рекреації. Культурні, або духовні, потреби – це потреби пізнання в найбільш широкому аспекті, пізнання навколишнього світу і свого місця в ньому, пізнання сенсу й призначення свого існування. Туризм відкриває великі можливості для духовного спілкування людини з природними, культурно-історичними й соціальними цінностями не тільки своєї країни, але й усього світу.

Серед *економічних функцій* рекреації головне місце належить такий із них, як просте й розширене відтворення робочої сили. Рекреація зберігає суспільно необхідний час. З погляду політичної економії, праця у сфері відпочинку й туризму накопичується, потім упредметнюється опосередковано через працівників матеріального виробництва. Завдяки рекреації підвищується здатність трудящих до праці, збільшується тривалість періоду збереження повноцінної працездатності, що веде до збільшення фонду робочого часу внаслідок

скорочення захворюваності, підвищення життєвого тону. З економічної точки зору, важлива роль рекреації як нової форми споживчого попиту товарів і послуг, що спричиняє формування цілої сфери господарської діяльності, яка розширює асортименти продукції, що випускається традиційними галузями промисловості й сільського господарства.

Рекреація виконує й інші економічні функції. Це, наприклад, такі як:

- 1) прискорений розвиток господарської структури певної частини території країни;
- 2) розширення сфери застосування праці, тобто збільшення зайнятості населення за рахунок рекреаційного обслуговування й у галузях, пов'язаних із рекреацією посередньо;
- 3) істотний вплив на структуру балансу грошових доходів і витрат населення по території країни на користь рекреаційних районів;
- 4) підвищення ефективності іноземного туризму як джерела одержання іноземної валюти.

#### **Питання до самопідготовки:**

1. Розвиток рекреаційної географії як наукової дисципліни.
2. Передумови становлення й розвитку рекреації.
3. Об'єкт і суб'єкт рекреації.
4. Визначення предмета рекреаційної географії.
5. Місце рекреаційної географії в системі географічних наук.
6. Функції рекреації.

## ТЕМА 2. КЛАСИФІКАЦІЯ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

План:

1. Пасивна та активна рекреація.
2. Цикли рекреації.
3. Класифікація рекреації за цілями подорожі.
4. Класифікація кількістю та віком учасників.
5. Класифікація за використанням транспортних засобів.
6. Класифікація за характером організації.
7. Класифікація за правовим статутом тощо.

Розглянемо більш детально структуру рекреаційної діяльності, виходячи з викладених теоретичних основ. У науковій літературі зустрічаються різноманітні класифікації й угруповання рекреаційної діяльності. Частіше за все в їхній основі лежать: мета подорожі, характер організації, правовий статус, тривалість подорожі й перебування в певному місці рекреанта, сезонність, характер пересування рекреанта, його вік, активність занять тощо.

Із **просторової точки зору** виділяються два стандарти рекреації – *пасивний* та *активний*. Під “пасивною рекреацією” ми розуміємо відпочинок за місцем свого основного проживання; “активна рекреація” пов’язана з переміщеннями за межі свого основного місця проживання.

На підставі **критерію повторюваності** рекреаційної діяльності виділяються п’ять типів рекреації:

1. *Добовий відпочинок* – цикл 24 години. Безпосередній час, що відводиться для відпочинку, можна умовно визначити у 8 годин – це сон.

2. *Тижневий відпочинок* – цикл у 7 діб. Безпосередній час, що відводиться для відпочинку, можна умовно визначити в 6-8 годин. Звичайно цей час пов’язаний із відвідуванням прилеглих місць, приємних для відпочинку (парки тощо).

3. *“Квартальний” відпочинок* – цикл 65–90 діб. Безпосередній час, що відводиться для відпочинку, можна умовно визначити у 8 годин. Звичайно виражається в одноденних відвідуваннях не дуже віддалених від основного місця проживання привабливих для відпочинку місць. Квартальний відпочинок може виражатися й у перебуванні на місці постійного проживання, але тоді змінюється

регулярний стандарт проведення часу (приклад – свята з пишними застіллями). Відсутність переміщень у просторі ще нічого не говорить про відсутність квартального циклу рекреації – це тільки особливість його конкретного прояву.

4. *Щорічний відпочинок* – цикл 365 діб. Безпосередній час, що відводиться для відпочинку, можна умовно визначити в 10–14 діб. Він звичайно пов'язаний із досить тривалим перебуванням у віддалених від основного місця проживання місцях.

Щорічний відпочинок може виражатися й у перебуванні на місці постійного проживання, але при цьому, як і при квартальному відпочинку, істотно має змінюватися звичайний стандарт проведення часу. Відмінність щорічного циклу від квартального просторово пасивного циклу рекреації – у його тривалості.

5. *Життєвий відпочинок* – цикл, що охоплює 10–15 років. Безпосередній час, що відводиться на відпочинок, можна умовно визначити в 10–30 діб. Звичайно виражається в досить тривалих відвідуваннях гранично віддалених від основного місця проживання місць, максимально привабливих за тими або іншими ознаками, або в гранично відмінних стандартах проведення часу в місці свого постійного проживання. Часто пристосовується до унікальних подій життя. На відміну від інших типів рекреації, цей тип проявляється не у всіх людей, і на це є випадкові причини (особисті, соціальні та інші).

Існує класифікація туризму, заснована на **цілях подорожі**. Вона має дискусійний характер. Дослідники розходяться в думці про галузеву структуру туризму. Більшість авторів одностайна в головному й розрізняє подорожі з метою розваги й відпочинку, з одного боку, і діловий туризм – з другого, котрим відповідають різні моделі поведіння відвідувачів. Також виділяється релігійний і лікувально-оздоровчий туризм, хоча цілей подорожей набагато більше.

Подорожі з метою розваги й відпочинку становлять основу міжнародного туристського обміну. На їхню частку припадає близько 70% світового туризму.

Як і раніше, підвищеним попитом у населення користуються поїздки до сонця й моря. *Купально-пляжний* відпочинок традиційно вважається кращим засобом зняття нервового й фізичного стомлення, регенерації сил та енергії. Наприклад, головним мотивом приїзду до Греції або Іспанії, за даними опитування, є літній приморський

відпочинок – 70% туристів.

Відпочинок біля води й на воді включає різні рекреаційні заняття: купання, сонячні ванни, прогулянки берегом, грав м'яч на пляжі, водні ліжкі.

*Прогулянковий і промислово-прогулянковий відпочинок* включає такі заняття, як прогулянки на свіжому повітрі, огляд пейзажів, збір грибів і ягід, морських моллюсків, коралів й інших дарунків природи.

*Маршрутний туризм* часто ототожнюють із туризмом взагалі. Він може бути спортивним (кваліфікаційним), а може носити аматорський, тобто просто оздоровчий характер. За характером подоланих перешкод найчастіше він поділяється на рівнинний та гірський. За характером засобів, що використовуються, він може бути пішохідним, моторизованим тощо. Різний і радіус його дій: місцевий (на околицях), обласний, державний.

Великий розвиток одержав *водний туризм*, як прогулянковий, так і спортивний. Ці види включають водно-моторний спорт, воднолижний спорт, веслування на каное, вітрильний спорт тощо. Як правило, ці види туризму пов'язані з купально-пляжним туризмом у рекреаційних комплексах, що динамічно зводяться на берегах морів, озер і рік.

Усе більш популярним стає *підводний спортивний туризм* із метою фотополювання й підводного полювання на морських тварин. Підводні види спортивного туризму включають не тільки елементи спорту, але й елементи пізнавального інтересу. Пізнавальний аспект має, наприклад, археологічний підводний туризм, що розвивається в середземноморських країнах, де туристів приваблюють руїни античних міст-портів під водою. Великі перспективи підводного туризму є в тропічних країнах на коралових рифах.

Відома популярність *рибальського туризму*. Про його роль говорить частка витрат на придбання населенням США рибальського й мисливського спорядження в загальних витратах на рекреаційні товари – 26%.

*Мисливський туризм*. Полювання пов'язане з подорожжю й переслідує як головну мету відпочинок на природі, а не матеріальне збагачення. Такі види туризму, як фото- і кінополювання, належать до пізнавальної форми туризму. Мисливський туризм усе більше регламентується у зв'язку із проблемами охорони тваринного світу. Це також один із найдорожчих видів іноземного туризму. Особливо

дорогі сафари в Африці. У багатих іноземців викликають інтерес зони полювання в Африці, Азії, США, Канаді, Європі й Австралії, більша частина мисливців-туристів у ці країни прибуває з густонаселених країн зі збіднілими мисливськими угіддями: із Франції, Італії, Бельгії, Швеції, Великобританії, США.

Великою популярністю користуються джип-сафари. Організується колона автомашин, у якій, крім власне джипів із туристами й провідниками, використовують транспорт супроводу з наметами, продовольством, паливом, харчуванням тощо. У програму туру входить не тільки відвідування визначних пам'яток місцевої природи й полювання, але й навчання водіння машини у важких умовах, подолання перешкод, устрою табірнього життя, вивчення техніки виживання в екстремальних умовах.

*Гірничо-лижний туризм* в останні роки одержує стрімкий розвиток. Створюються спеціалізовані гірничо-лижні курорти з розвиненою системою обслуговування. *Альпінізм* також стає більш масовим.

*Екологічний туризм* – нова галузь туризму, що одержала другу назву “природний туризм із м'яким дотиком до природи”, тобто туризм, що забезпечує мінімальний вплив людини на природу. Програми екотурів передбачають звичайно відвідування екологічно чистих місць, природних резервацій і заповідників (субтропічні болота Еверглейдс у США, акваторії Галапагоських островів, Національний парк Какаду в Австралії, антарктичний півострів тощо).

Також організуються тури історії природи (подорожі, пов'язані з пізнанням навколишньої природи й місцевої культури). Вони являють собою сукупність навчальних, науково-популярних і тематичних екскурсій, що пролягають спеціально обладнаними екологічними стежками, найчастіше в заповідниках і національних парках.

До туризму з метою відпочинку й розваг можна також віднести *пригодницькі подорожі*. Звичайно це нестандартний тур в екзотичні й екологічно чисті природні резервації, пов'язані з незвичайними подорожами, нетрадиційними транспортними засобами. В окремих випадках такий тур пов'язаний із ризиком і серйозними фізичними навантаженнями, наприклад: сплав річкою Колорадо на надувних човнах, подорож Кольським півостровом узимку на собачих запряжках, сходження на Кіліманджаро або Еверест. Такий туризм близький до спортивного, однак маршрути краще підготовлені й

умови істотно комфортніші, ризик зводиться до мінімуму за рахунок забезпечення провідниками, проміжними таборами, туристським спорядженням.

Також аматорам гострих відчуттів пропонується загадковий пригодницький тур, учасники якого не ознайомлені заздалегідь із його програмою, і все, придумане організаторами, є для туристів несподіваним, але приємним сюрпризом.

*Тури на місця катастроф, на погаслі вулкани, на затонулі судна.* Улітку 1998 р. науково-дослідне судно “Академік Келдиш”, оснащене глибоководними підводними апаратами, доставило групу ентузіастів в Атлантику й організувало спуски на дно на місце загибелі легендарного “Титаніка”. Затонувий корабель розбухує уяву туриста й викликає великий інтерес. Якщо поблизу від туристського центру затонулого корабля немає, його затоплять спеціально на потребу туристам. Кубинці для цих цілей закупили старий радянський есмінець і затопили біля берега для організації підводних експедицій. Популярністю користується також огляд Чорнобильської АЕС із вертольота.

*Тури з метою пошуку скарбів* також належать до розважального туризму. Розрізняються професійні експедиції в пошуках скарбів й аматорські – пригодницькі, з наданням можливості помити золотий пісок у відходах золоторудного виробництва, пошуку дорогоцінних каменів. Наприклад, авіакомпанія “Пан-Американ” організує 24-денну подорож до Австралії й Нової Зеландії з метою пошуку дорогоцінних мінералів. На островах Індійського океану пропонують туристам лопату й карту з приблизним місцем розташування закопаного скарбу – такий вид занять входить у перелік острівних розваг туристів.

*Секс-тури*, головною метою яких є участь у розвагах сексуального характеру. Такі тури бувають декількох видів, наприклад, тури для чоловіків (рідше жінок) у спеціальних цілях для розваг із місцевими жінками (чоловіками), відвідування публічних будинків тощо. Такі тури (неофіційно) пропонують до Нідерландів, Таїланду, на острови Карибського моря тощо. Також розробляються тури на спеціальні заходи для представників сексуальних меншостей. Усі секс-тури пропонуються неофіційно і, по суті, є протизаконними.

*Пізнавальна рекреація.* Пізнавальні аспекти властиві значній частині рекреаційних занять. Невід’ємною частиною будь-якого відпочинку є ознайомлення з історико-культурними визначними

пам'ятками, відвідування театрів, музеїв, тобто розширення загального кругозору.

Один із пізнавальних видів рекреаційної діяльності – *спостереження за тваринами*. Так, у світовій практиці є прецедент використання котикового лежбища як видовища для туристів. На острові Св. Павла (острова Прибилова, Берингове море, США) перебувають 10 котикових лежбищ. На одному з них улаштована галерея й оглядова вежа для туристів. Туристи роблять фотографії й кінофільми про життя котиків.

З деякою натяжкою до пізнавальних турів можна віднести *військові тури* на місця боїв й історичних боїв для ветеранів і родичів загиблих воїнів; відвідування військових об'єктів і полігонів, бойових морських кораблів і підводних човнів; катання на військовій техніці; стрільянину з військової зброї на полігонах й у тирах; участь туристів як глядачів у військових маневрах і навчаннях, запуску космічних кораблів на космодромах, а також відвідування концтаборів і в'язниць, хоча такий захід є лише складовою частиною туру.

*Ностальгічний (етнічний) тур* на місця історичного проживання, для зустрічі з родичами або ознайомлення з особливостями культури й побуту певної етнічної групи теж можна віднести до пізнавального туризму. Сюди ж можна віднести й *ритуальний тур* на місця поховання родичів або загиблих у війнах. Багато туристів відвідують місця свого історичного проживання саме з метою побачити могили своїх предків.

*Діловий туризм* пов'язаний із розширенням міжнародних науково-технічних контактів між фахівцями й ученими. До ділового туризму належать поїздки в службовими справах без одержання прибутків у місці перебування. Діловий туризм підрозділяється на бізнес-поїздки, конгресно-виставковий та інсентив-туризм (поїздки, якими фірми нагороджують своїх працівників за високі показники в роботі).

В економіці розвинених країн діловий туризм за прибутковістю можна порівняти з нафтовим бізнесом. Багато держав культивують у себе конгресний туризм. Так, на Європу припадає 56% усіх міжнародних форумів, у США конгресні бюро є в кожному невеликому місті. За статистикою, щоденні витрати ділової поїздки бізнесмена в середньому втричі перевищують витрати звичайного туриста.

Подорож із релігійними цілями – найдавніший вид туризму. Релігійний туризм включає паломництво, пізнавальні поїздки з метою ознайомлення з релігійними пам'ятниками або історією релігії, наукові поїздки релігійних діячів і вчених-релігієзнавців.

У зв'язку з релігійними переконаннями або цікавістю щодо своєї або чужої віри люди в усьому світі подорожують, щоб відвідати Святу Землю, Ватикан, Мекку, монастирі та інші святі місця. Паломництва відбувалися й відбуваються, щоб позбутися хвороби, уникнути нещастя, спокутувати гріх. Багато віруючих їде до Єрусалима поклонитися Гробу Господню. Прихильники ісламу їдуть у Мекку, щоб сім разів обійти навколо Кааби й доторкнутися до чорного каменя. Центри буддійського паломництва розташовані в азіатських країнах (Китай, Індія, Шрі-Ланка тощо). Православні прагнуть відвідати Афон, Валаам, Києво-Печерську лавру тощо.

Участь у релігійних церемоніях як глядачів також привертає увагу туристів. Різдво, Масляна, Великдень та інші свята активно відзначаються в Україні навіть тими, хто не є віруючими цієї конфесії. На туристському ринку пропонується безліч турів на Різдво й барвисті свята різдвяного тижня в країни Західної й Північної Європи, де ці свята яскраві й показні.

Лікувально-курортна рекреація розрізняється за основними лікувальними природними факторами: клімат, мінеральні джерела, лікувальні грязі. Відповідно до них вона ділиться на три основні групи: *кліматолікування, бальнеолікування, грязелікування*. Умови лікувально-курортної рекреації мають строго відповідати медико-біологічним нормам.

Лікувально-курортна рекреація має ряд відмінних рис. По-перше, перебування на курорті, незалежно від типу останнього й захворювання, має бути тривалим, не менше трьох тижнів. Тільки в цьому випадку досягається бажаний оздоровчий ефект. По-друге, лікування на курортах коштує дорого, хоча останнім часом стали розроблятися порівняно дешеві тури. Цей вид туризму розраховано переважно на заможних клієнтів.

Останнім часом, зберігаючи лікувальну функцію, курорти роблять більш різноманітну програму перебування пацієнтів, проводять культурні й спортивні заходи. Вони пропонують широкий вибір комплексів оздоровчих і відновлюючих сили послуг.

За **характером організації** рекреація ділиться на *планову*

(регламентовану) і самодіяльну. *Планова рекреація* – це подорож і перебування за точним, заздалегідь оголошеним регламентом. Рекреанти забезпечуються комплексом послуг згідно із заздалегідь придбаною путівкою на певний строк (ті, хто відпочиває в санаторіях, будинках відпочинку й на турбазах). Під *самостійною неорганізованою рекреацією* розуміється самостійна подорож рекреанта, не зв'язаного ніякими взаємними зобов'язаннями з рекреаційними підприємствами. Саме цей вид рекреації виступає на цьому етапі індустрії туризму як найгостріша проблема. Так, у сезон-пик у Причорномор'ї на частку неорганізованих рекреантів доводиться близько 50–75% загальної чисельності туристів, що створює особливу напруженість у функціонуванні транспорту й сфери обслуговування.

За **числом учасників** розрізняють *індивідуальний* і *груповий туризм*. Індивідуальний туризм – це подорож не тільки однієї людини, але й родини.

Поняття групи туристів, тобто її мінімальної чисельності, залежить від виду туристської послуги. На деяких видах транспорту груповий квиток і, відповідно, групову знижку в ціні можна одержати при чисельності групи туристів від 5–6 осіб. При розміщенні готелі надають групові знижки для групи, починаючи з 11 осіб. Однак, якщо це дорога бізнес-група, то мінімальна чисельність може бути визначена як 7 осіб.

Індивідуальний тур завжди дорожчий за груповий. Наприклад, вартість обслуговування в тризірковому готелі у двомісному номері для індивідуалів – 55–60 USD на особу, для груп туристів ціна буде значно нижчою – 18–20 USD на особу. Аналогічні групові знижки може бути встановлено на обслуговування в ресторанах, музеях, розважальних центрах тощо.

За **ознакою рухливості** туризм поділяється на *стаціонарний* і *кочовий*. Це досить умовний розподіл, оскільки туризм, по-перше, обов'язково пов'язаний із переміщенням з місця проживання в місце відпочинку, а, по-друге, туристи навіть у так званих місцях відпочинку відзначаються великою рухливістю. У Приазов'ї лише 10% відпочиваючих проводять увесь свій час на території установ відпочинку. При виділенні стаціонарного туризму підкреслюється, що в цьому випадку подорож здійснюється заради перебування на певному курорті. До стаціонарних форм туризму належать лікувальний туризм й окремі види оздоровчо-спортивного туризму.

Кочовий туризм припускає постійне пересування, зміну місцеперебування. Тут перебування носить підлеглий характер. Зі зростанням технічних можливостей транспорту підсилюється тенденція до кочового туризму, схильність туриста до “споживання простору”.

Багато видів рекреації мають сезонний характер як за природними, так і соціально-економічними причинами. За **сезонністю** виділяють *активний туристський сезон, міжсезон і несезон*. Сезонність породжує багато соціальних й економічних проблем. Насамперед сезонність знижує рентабельність експлуатації рекреаційної інфраструктури, створює піки й “провали” у зайнятості трудових ресурсів і навантаженні сфери обслуговування й транспорту. Так, зайнятість у приморських рекреаційних районах у зимові місяці знижується в 4 рази порівняно з липнем–серпнем.

Ряд видів рекреації, особливо лікувально-курортного типу, функціонують цілий рік, хоча й тут спостерігається нерівномірність рекреаційного потоку.

За **характером наданих транспортних послуг** туризм поділяється на автомобільний (індивідуальний), автобусний, авіаційний (рейсовий або чартерний), залізничний, водний (морський, річковий, озерний).

Практикуються й такі *специфічні* форми туристських подорожей, як пересування на оленях і собачих запряжках у районах Півночі, а також обльоти вулканів на вертольотах, подорожі на дирижаблях, повітряних кулях.

За **правовим статусом** туризм поділяється на *національний* (внутрішній), тобто туризм у межах власної країни, і *міжнародний*, або іноземний, туризм. Міжнародний туризм підрозділяють на *активний* і *пасивний* залежно від його впливу на платіжний баланс країни. Для кожної країни подорож її громадян до інших держав називається пасивним туризмом, а приїзд іноземців – активним туризмом.

За **тривалістю перебування** міжнародний туризм поділяється на *короткостроковий* і *тривалий*. Якщо тривалість туристської подорожі або перебування становить не більше трьох діб, то його відносять до короткострокового туризму, а більше трьох діб – до тривалого.

За **віковим складом учасників подорожі** туризм ділиться на дитячий (у середньому до 14–18 років), молодіжний (18–26), туризм

осіб середнього віку (26–65) і туризм людей похилого віку (понад 65 років).

За **принципом формування ціни** виділяють *комерційний* і *соціальний туризм*.

За **кількістю витратних засобів** туризм поділяється на *масовий* та *елітарний*.

### **Питання до самопідготовки:**

1. Класифікація рекреації. Цикли рекреації
2. Дайте характеристику видів рекреаційної діяльності, що виділяються за:
  - а) мотивацією рекреації;
  - б) за тривалістю перебування;
  - в) за характером організації;
  - г) за правовим статусом;
  - д) за характером використання транспорту тощо.

### ТЕМА 3. КАРТОГРАФІЧНИЙ МЕТОД ДОСЛІДЖЕННЯ В РЕКРЕАЦІЙНІЙ ГЕОГРАФІЇ

План:

1. Поняття «карта». Значення карт.
2. Елементи карти.
3. Властивості карти.
4. Картографічні проекції.
4. Класифікація карт.
5. Використання карт.
6. Картоїди та уявні карти.

Під картою розуміється математично певне, зменшене, генералізоване зображення поверхні Землі, іншого небесного тіла або космічного простору, що показує розташовані або спроектовані на них об'єкти в прийнятій системі умовних знаків. При цьому під об'єктами розуміються будь-які предмети, явища або процеси, зображені на карті.

**Елементи карти.** Під елементами карти розуміється саме картографічне зображення, математична основа карти, її легенда, допоміжне оснащення й додаткові дані.

Основним елементом карти є картографічне зображення, що передає зміст карти, тобто сукупність відомостей про об'єкти, нанесені на карту, їх розміщення, властивості, взаємозв'язки і динаміка. Залежно від тематики карти основне зображення може бути зовсім різним.

Карта завжди супроводжується *легендою*. Під цим терміном розуміється система умовних знаків і пояснень, що розкривають її зміст і які використовуються на карті.

Основна відмінність карти від інших зображень простору полягає у використанні математичної основи. Карта – це зменшене зображення реальності, і таке зменшення можливе лише при використанні строгої математичної основи. Математична основа карти знаходить вираження в сітці меридіанів і паралелей. У випадку топографічних карт – це прямокутна координатна мережа, масштаб і геодезична основа.

**Властивості карти.** Виділяються наступні властивості карт:

*Просторово-тимчасова подоба* картографічного зображення й

об'єкта: строга відповідність реальних поверхонь і того, що відбивається на карті. При коректному використанні масштабу аркуш карти «розвертається» до розмірів реальної поверхні.

*Властивості вибірковості* й синтетичності карти дозволяють вичленувати й відбити фактори, процеси і явища, які в реальній дійсності проявляються спільно. На картах вони можуть відбиватися роздільно. Разом з тим спільно можуть зображуватися явища й процеси, які в реальній дійсності існують і проявляються роздільно.

*Метричність* – властивість карти, що забезпечується математичними правилами побудови карти. Наявність на карті масштабу, шкал, градацій дозволяє робити численні виміри кількісних показників і визначати характеристики описуваних явищ.

*Однозначність* – властивість карти як моделі мати лише єдине значення в кожній точці й у межах прийнятої системи умовних позначок. Однозначність проявляється у вигляді просторової й знакової однозначності. Зміст просторової однозначності полягає в тому, що кожній точці карти з координатами  $X$  і  $Y$  поставлене у відповідність тільки одне значення  $Z$  параметра, що картографується. Знакова однозначність проявляється в тому, що кожний умовний знак на карті має єдине, однозначно зафіксоване в легенді значення.

*Безперервність* означає, що на карті немає порожнеч і розривів і картографічне зображення присутнє у всіх точках карти.

*Наочність* – можливість зручного зорового сприйняття просторових форм, розмірів, розміщення, зв'язків об'єктів. Ця властивість забезпечується строгим відбором елементів змісту карти. З наочністю зв'язана читаність карти. Її зміст – у візуальному розрізненні елементів і деталей картографічного зображення.

*Оглядовість* карти – здатність представити єдиному погляду читача як завгодно великі простори, головні закономірності розміщення й взаємозв'язки об'єктів, основні елементи їх структури.

### **Картографічні проекції.**

Картографічна проекція – спосіб переходу від реальної, геометрично складної земної поверхні до площини карти.

Існує кілька основних видів картографічних проекцій – циліндрична, конічна, азимутальна, але в спеціальних цілях використовуються й багато інших. Картографічні проекції вибираються залежно від того, яка частина реальної поверхні повинна знайти відбиття на карті.

**Масштаб карти** – відношення довжини лінії на карті до довжини відповідної лінії на земній поверхні.

Масштаб показує, у скільки раз зменшене картографічне зображення й скільки сантиметрів місцевості втримується в одному сантиметрі на карті. Наприклад, масштаб 1:1000000 означає, що 1 сантиметр на карті відповідає 1000000 сантиметрів (тобто 10 кілометрам) на місцевості.

### **Критерії класифікації карт**

За тематикою виділяються загальногеографічні й тематичні карти.

За масштабом карти діляться на наступні категорії:

- плани – 1:5 000 і крупніше,
- великомасштабні карти – 1:10 000 – 1: 200 000,
- середньомасштабні карти – 1: 200 000 – 1:1 000 000,
- дрібномасштабні карти – дрібніше 1:1 000 000.

За просторовим охопленням виділяються карти Сонячної системи й зоряного неба, карти планет, карти материків і океанів і т.д. Можливі класифікації карт по територіальних адміністративних одиницях різної площі, економічним і природним районам.

Також використовується поділ карт за призначенням. Особливу групу становлять технічні карти, куди входять космічні навігаційні, морські навігаційні, автодорожні карти і т.д. До спеціальних належать навчальні карти; вони звичайно використовуються в якості наочних приладдя при вивченні різних курсів. Окремий тип становлять туристичні карти.

Виділяються наступні групи використання карт:

(1) опис за картами – словесна (письмова або усна) інтерпретація інформації карти для певних цілей;

(2) графічні засоби – побудова на підставі карт різного роду профілів, графіків, діаграм та ін.;

(3) графоаналітичні засоби – вимір за картами координат, довжин, висот, площ, різних показників форм і розмірів об'єктів і т.п.;

(4) засоби математико-картографічного моделювання – побудова й аналіз моделей на підставі даних, знятих з карти.

Окрім класичних карт існують картоїди та уявні карти.

**Картоїди.** Картоїд – це просторова теоретична модель, застосування якої розумно в тих випадках, коли мова йде про генералізований аналіз й відбиття масштабних просторових явищ.

**Уявні карти** – фіксовані образи простору, що зберігаються у свідомості людей. Уявна карта – це образ, уявний образ, а не карта в буквальнім значенні.

Для дослідження уявних карт застосовуються різні методики. Найбільш традиційні наступні:

- поглиблене інтерв'ю з респондентом, під час якого з'ясовуються уявлення людини про певне місце. Підсумком може бути словесний опис, який потім переводиться в графічну або картографічну форму самим дослідником;
- складання респондентом планів-образів певного простору. У такому варіанті дуже мало слів, але є персональне графічне відбиття образу певного простору;
- опитування методом семантичного диференціала, тобто вивчення асоціацій того або іншого місця з відповідними словами, почуттями, емоціями.

#### **Питання до самопідготовки:**

1. Картографічний метод дослідження в рекреаційній географії. Значення карт.
2. Елементи карти, властивості карт.
3. Критерії класифікації карт.
4. Картографічні проекції.
5. Засоби використання карт.
6. Картоїди, їхні особливості та переваги.
7. Особливості “уявних” карт.

## ТЕМА 4. РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ

План:

1. Рекреаційні ресурси та їх типи.
2. Природні рекреаційні ресурси.
3. Методи оцінювання природних рекреаційних ресурсів.
4. Класифікація історико-культурних рекреаційних ресурсів.

Найважливішою складовою частиною рекреаційного потенціалу є **рекреаційні ресурси**, під якими розуміються *компоненти природного середовища, об'єкти господарської діяльності, що характеризуються унікальністю, оригінальністю, естетичною привабливістю, цілющо-оздоровчою значимістю, що можуть бути використані для організації різних видів і форм рекреаційних занять.*

Рекреаційні ресурси впливають на територіальну організацію рекреаційної діяльності, на формування рекреаційних районів і центрів, на їхню спеціалізацію й економічну ефективність.

У наукових публікаціях цих років поняття “природні ресурси”, як правило, супроводжує поняття “природні умови”. **природні умови** – це різноманітні природні явища, тіла або природні процеси, істотні на цьому рівні розвитку технології виробництва туристського продукту, але такі, що безпосередньо не беруть участі в цьому процесі.

Це значить, природні рекреаційні ресурси, з одного боку, входять до складу природного середовища як його компонентів (водні ресурси – частина гідросфери, мінеральні ресурси – частина літосфери), з іншого боку, вони – складова частина соціально-економічного життя суспільства. При цьому природні тіла, явища, процеси й окремі елементи рельєфу часто виступають то як умови рекреаційної діяльності, то як ресурси. Це має вирішальне значення для розуміння механізму перетворення природних умов у ресурси.

Так, наприклад, виходячи з визначення “природні ресурси” взагалі, говорити про кліматичні ресурси зокрема можна лише в тому випадку, якщо відома тривалість періоду з комфортними для рекреаційної діяльності погодними умовами, що проявляються на конкретній площі. Тільки в цьому випадку ми можемо вважати, що

перейшли від поняття “кліматичні умови” рекреаційної діяльності до поняття “рекреаційно-кліматичні ресурси”.

**Природні рекреаційні ресурси** – це природні тіла, явища, процеси або окремі елементи рельєфу, які проявляються на певній площі протягом певного часу і які можуть бути використані для цілей рекреації й туризму.

Оскільки оцінка відбиває відносини між об'єктом і суб'єктом, процедура оцінювання складається з таких обов'язкових етапів:

- 1) виділення об'єкта оцінки – природних комплексів, їхніх компонентів і властивостей;
- 2) виділення суб'єкта, з позиції якого ведеться оцінка. У перших спробах оцінювання рекреаційних ресурсів суб'єктом оцінки виступав часто туризм взагалі або фіктивний “середньостатистичний” турист, що й було головною причиною декларативності оцінок та їхньої практичної обмеженості;
- 3) формулювання критеріїв оцінки, які визначаються як масштабом і метою дослідження, так і властивостями суб'єкта;
- 4) розробка параметрів оцінних шкал градацій. Вона має синтетичний характер, тому що в цих шкалах і полягає оцінка. Шкали показують оцінні відносини між суб'єктом й об'єктом.

Відповідно до трьох основних позицій суб'єкта оцінки в рекреаційній географії існують три основних типи оцінювання природних ресурсів: медико-біологічний, психолого-естетичний і технологічний.

*Медико-біологічний тип.* Цей тип оцінки відбиває вплив природних факторів на організм людини. При цьому оцінюється їхня комфортність для організму рекреанта.

Провідну роль при медико-біологічних оцінках відіграє клімат. Під кліматом розуміють багаторічний режим погоди, властивий тому або іншому району. Його вплив на людину може проявлятися через конкретну погоду, під якою розуміється комплекс взаємозалежних і взаємообумовлених метеорологічних елементів та явищ. У центрі уваги оцінки перебуває стан організму людини як відповідна реакція на комплексний вплив погоди. Отже, рекреаційна оцінка клімату – це вивчення залежності стану людини від впливу метеорологічних факторів.

У процесі пошуків нових методів вимірів було розроблено система умовних (ефективних) температур. Ними характеризується

комплексний вплив метеорологічних елементів: температури повітря, відносної вологості, швидкості вітру, сонячної радіації й довгохвильового випромінювання.

Комплексний показник, що характеризує вплив температури й вологості, називається ефективною температурою – ET; температури, вологості й швидкості вітру – еквівалентно-ефективною температурою – EET; температури, вологості, швидкості вітру й сонячної радіації – радіаційно-еквівалентною температурою – PET.

В останні роки застосовуються оцінки контрастної мінливості погоди. Контрастна мінливість погоди – це така мінливість, що спричиняє істотну зміну у фізіологічних функціях організму. Вона спостерігається як при проходженні активних атмосферних фронтів, які обумовлюють різку зміну багатьох елементів погодного комплексу, так і в умовах специфічних форм місцевої циркуляції.

Залежно від значення контрастної мінливості погоди (у відсотках) виділяються такі режими погоди: дуже стійкий (25%), стійкий (25–34%), мінливий (35–50%) і сильно мінливий (50%). Чим більше мінливість погоди, тим важче відповідати на питання, на яку погоду під час відпустки може розраховувати рекреант.

*Психолого-естетичний тип.* Естетичний початок у психіці людини, або потреба в красі, – один із найсильніших проявів духовного світу людини. У цьому зв'язку під час оцінювання природних рекреаційних ресурсів істотно важливо дати їм психолого-естетичну оцінку, тому що краса в будь-якому її прояві облагороджує й виховує людину. Не випадково території, що володіють великою естетичною цінністю, за умов рівності інших властивостей, користуються підвищеним попитом у рекреантів. При психолого-естетичній оцінці оцінюється емоційний вплив провідних рис природного ландшафту або його компонентів на людину. Методика цієї оцінки відрізняється надзвичайною складністю й мало розроблена. Вона зводиться до визначення емоційної реакції людини на той або інший природний комплекс.

В останні роки психологами, соціологами й географами запропоновано ряд показників для вимірювання естетичних властивостей ландшафтів. Так, дослідження показали, що найбільш високий притягальний ефект мають крайові зони (особливо в рівнинних зонах) і фокусні пункти. Під крайовими зонами розуміють прикордонні смуги між двома різнорідними середовищами: вода –

суша (сильний ефект), ліс – галявина (середній ефект), пагорб – рівнина (слабкий ефект). Відразливий ефект мають однорідні деревні насадження, заболочені чи перезволожені території або ділянки зі спотвореним ландшафтом.

Серед інших методів психолого-естетичної оцінки природних комплексів останнім часом розробляються міри екзотичності й унікальності. Екзотичність визначається як ступінь контрастності місця відпочинку стосовно місця постійного проживання, а унікальність – як ступінь зустрічальності або неповторності об'єктів й явищ.

*Технологічний тип.* Технологічна оцінка показує взаємодію людини й природного середовища за допомогою технології рекреаційної діяльності й техніки. Отже, цей тип оцінки охоплює два аспекти. З одного боку, оцінюються можливості для того або іншого виду й цілої системи рекреаційних занять, з іншого – можливості інженерно-будівельного освоєння території. Зі сказаного видно, що в цьому випадку як суб'єкт оцінки з позицій рекреанта виступає рекреаційна галузь. Із погляду рекреаційної галузі, природний ресурс повинен мати високі якості (комфортність, цілющі властивості тощо), достатні для організації відпочинку й санаторного лікування деякого масового контингенту населення, запаси й площі, тривалий, з економічного погляду, період експлуатації.

**Культурно-історичні рекреаційні ресурси** – складова частина рекреаційних ресурсів; матеріальні об'єкти, які містять семантичну й естетичну інформацію та можуть бути використані в екскурсійній діяльності для забезпечення специфічних потреб людини в спілкуванні з культурною спадщиною суспільства.

Культурно-історичні об'єкти підрозділяються на матеріальні й духовні. Матеріальні охоплюють сукупність засобів виробництва й інших матеріальних цінностей суспільства на кожній історичній стадії його розвитку, а духовні – сукупність досягнень суспільства в освіті, науці, мистецтві, літературі, в організації державного й громадського життя, у праці й побуті.

Серед культурно-історичних об'єктів провідна роль належить пам'ятникам історії й культури, які відрізняються найбільшою привабливістю й на цій основі служать головним засобом задоволення потреб пізнавально-культурної рекреації.

*Пам'ятками історії й культури є споруди, пам'ятні місця й*

предмети, пов'язані з історичними подіями в житті народу, з розвитком суспільства й держави, твори матеріальної й духовної творчості, що становлять історичну, наукову, художню або іншу культурну цінність.

Залежно від їхніх основних ознак пам'ятки історії й культури підрозділяються на п'ять основних видів: історії, археології, містобудування й архітектури, мистецтва, документальні пам'ятки. Так, до пам'яток історії можуть бути віднесені будинки, споруди, пам'ятні місця й предмети, пов'язані з найважливішими історичними подіями життя народу, розвитком суспільства й держави, а також із розвитком науки й техніки, культури й побуту народів, із життям видатних політичних, державних, військових діячів, народних героїв, діячів науки, літератури й мистецтва.

Пам'ятки археології – це городища, кургани, залишки давніх поселень, укріплень, виробництв, каналів, доріг, стародавні місця поховань, кам'яні статуї, наскальні зображення, старовинні предмети, ділянки історичного культурного шару стародавніх населених пунктів.

Найбільш характерні для пам'яток містобудування й архітектури такі об'єкти: архітектурні ансамблі й комплекси, історичні центри, квартали, площі, вулиці, залишки стародавнього планування й забудови міст та інших населених пунктів; споруди цивільної, промислової, військової, культової архітектури, народного зодчества, а також пов'язані з ними витвори монументального, образотворчого, декоративно-прикладного, садово-паркового мистецтва, природні ландшафти.

До пам'яток мистецтва належать витвори монументального, образотворчого, декоративно-прикладного та інших видів мистецтва.

Документальні пам'ятки – це акти органів державної влади й органів державного керування, інші письмові й графічні документи, кінофотодокументи й звукозаписи, а також стародавні й інші рукописи та архіви, записи фольклору й музики, раритетні друковані видання.

До культурно-історичних передумов рекреаційної галузі можна віднести й інші об'єкти, пов'язані з історією, культурою й сучасною діяльністю людей: оригінальні підприємства промисловості, сільського господарства, транспорту, наукові установи, вищі навчальні заклади, театри, спортивні споруди, ботанічні сади, зоопарки, океанарії, етнографічні й фольклорні визначні пам'ятки, кустарні промисли, а також збережені народні звичаї, святкові обряди тощо.

Усі об'єкти, які використовуються в пізнавально-культурній рекреації, підрозділяються на дві групи – *нерухомі* й *рухомі*.

За *ступенем організації* об'єкти підрозділяються на спеціально організовані, наприклад музеї, монументи тощо, і неорганізовані для показу, наприклад панорама міста, перспектива вулиці тощо. Організовані об'єкти вимагають більше часу огляду, тому що вони є метою огляду й становлять основу екскурсії. Неорганізовані об'єкти служать супровідним для екскурсії загальним планом, тлом, що охоплюється одним поглядом без детального розгляду.

За *місцем положення екскурсантів* об'єкти підрозділяються на інтер'єрні (екскурсант усередині об'єкта, внутрішній огляд) і екстер'єрні (екскурсанти поза об'єктом, зовнішній огляд). Сумарний час огляду екстер'єрних об'єктів, як правило, завжди більше часу огляду інтер'єрних об'єктів.

#### **Питання до самопідготовки:**

1. Поняття «рекреаційні ресурси», їхні види.
2. Природні передумови рекреації.
3. Основні положення рекреаційної оцінки природних ресурсів.
4. Методичні прийоми і способи медико-біологічного типу оцінювання природних рекреаційних ресурсів.
5. Психолого-естетичний тип оцінювання природних рекреаційних ресурсів.
6. Технологічний тип оцінювання природних рекреаційних ресурсів.
7. Культурно-історичні рекреаційні ресурси.
8. Класифікація культурно-історичних рекреаційних ресурсів.

## ТЕМА 5. РЕКРЕАЦІЙНЕ РАЙОНУВАННЯ

План:

1. Поняття «рекреаційний район», його характерні риси.
2. Процес районоутворення.
3. Поняття і принципи рекреаційного районування.
4. Туристсько-рекреаційне районування світу за О.О. Бейдиком.

**Рекреаційний район** – територіальна сукупність економічно взаємозалежних рекреаційних підприємств, які спеціалізуються на обслуговуванні рекреантів, що дозволяє щонайкраще задовольнити їхні потреби, використовуючи існуючі природні й культурно-історичні комплекси території і її економічні умови.

Рекреаційні райони мають ряд характерних рис:

1. Рекреаційний район – соціальне за своїм характером і кінцевим продуктом утворення. Його продукція – рекреаційні послуги, що забезпечують розширене відтворення фізичних і духовних сил населення.

2. На відміну від інших можливих галузевих районів як виробничої, так і невиробничої сфер, де процеси відтворення протікають в окремих стадіях, для рекреаційних районів характерний поєднаний процес суспільного відтворення: виробництво, обмін, розподіл і споживання. У рекреаційних районах між двома крайніми фазами – виробництвом і споживанням – як правило, немає тимчасового розриву. Це стосується головної продукції – рекреаційних послуг, які не можуть накопичуватися про запас.

3. Для розміщення рекреаційних районів, що виконують функції тривалого (щорічного) відпочинку, характерне яскраво виражене орієнтування на ресурси, у цьому – їхня подібність до галузевих районів гірничодобувної, рибної, лісової промисловості й дещо із сільськогосподарськими районами.

4. Багатьом рекреаційним районам властива сезонність функціонування, обумовлена як природною ритмікою, так і рядом аспектів організації громадського життя.

Процес рекреаційного районоутворення в загальному вигляді можна описати в такий спосіб:

**Перший етап.** Існує не освоєна, але стратегічно важлива для держави територія з потенційними рекреаційними ресурсами (для

цього досить елементарної природної відмінності від заселеної території). Як правило, такі території, найчастіше розташовані на периферії, на історично короткий час потрапляють у простір державного контролю.

**Другий етап.** Починається швидкий ріст нового рекреаційного району. У масовій свідомості затверджується установка, що його рекреаційні ресурси унікальні. Часто піонерне рекреаційне освоєння починається з розвитку курортів, орієнтованих на лікувальні цілі, і район, що недавно був периферією, стає модним курортом, який збирає привілейованих представників цієї держави. Рекреація залучає велику кількість населення зі староосвоєних районів, що поступово освоюється в новому районі й залишається постійно жити там. У регіон інвестуються великі кошти, створюється спеціалізована рекреаційна інфраструктура, орієнтована на обслуговування населення всієї країни. Як типовий приклад можна навести рекреаційне освоєння Криму наприкінці XIX ст.

**Третій етап.** Коли район досягає високого рівня соціокультурного освоєння, настає період зниження його рекреаційної популярності. Здавалося б, парадокс: у регіон інвестовано колосальні кошти, створена прекрасна рекреаційна інфраструктура, у населення вже є фіксовані образи цього місця саме як центру рекреації, люди, не замислюючись, указують на цей район як на найбільш бажаний варіант щорічного відпочинку, але причини занепаду можуть бути дуже різними.

У межах третього етапу найбільш істотне переростання вузькоспеціалізованого рекреаційного району в поліфункціональний район. Парадоксальна ситуація: рекреація, що дала поштовх бурхливому розвитку району, перестає відігравати в ньому провідну роль, усе більше починає переважати промислове й сільськогосподарське освоєння. Рекреацію тепер зневажають навіть місцеві органи влади й суб'єкти економічної діяльності. У регіоні достатньо інших, цілком розвинених економічних функцій, і навіть повне зникнення рекреації не знищить його економіки. Регіон стає самодостатнім.

**Четвертий етап.** Стабілізація й переорієнтація рекреаційного району. Рекреаційні райони дуже рідко повністю втрачають свої первісні функції, і поліфункціональність, що розвивається згодом, ніколи остаточно не витісняє рекреацію. Однак зберегти колишню

популярність їй вдається рідко. Кількість рекреантів у районі драматично скорочується, і їхні потоки на довгий час стабілізуються.

Особливість рекреаційного районоутворення полягає в тому, що воно зачіпає і природні, і суспільні явища й об'єкти. У цілому це інтегральний процес, що протікає на їхньому стику: певні передумови у вигляді сприятливих природних умов накладаються на відповідні соціальні й економічні потреби освоєння, що за деяких умов веде до формування рекреаційного району.

**Районування** – процедура, пов'язана з вивченням процесу районоутворення. Рекреаційне районування – вид галузевого районування, що відбиває тільки один аспект (рекреацію), який може бути адекватно описаний на загальній теоретичній основі.

**Рекреаційне районування** – *поділ території на певні таксономічні одиниці, які відрізняються спеціалізацією рекреаційного обслуговування, структурою рекреаційних ресурсів і напрямом їхнього освоєння й охорони.*

Рекреаційне районування є комплексним. Воно базується на таких основних принципах: *генетичному* (райони виділяють на основі історичного аналізу територіальної організації рекреаційного господарства й прогнозу його розвитку); *соціально-економічному* (головною метою є максимальне задоволення рекреаційних потреб суспільства, раціональне використання рекреаційних ресурсів, підвищення ефективності територіального розподілу праці й інтеграції рекреаційних функцій, зниження витрат суспільної й індивідуальної праці на виробництво рекреаційно-туристських послуг); *єдності рекреаційного районування з економічним й адміністративно-територіальним укладом.*

За О.О. Бейдиком, при **туристсько-рекреаційному районуванні світу** (материки й частини світу → субконтиненти й групи держав → окремі країни й інші територіально-політичні утворення) враховуються такі районоутворювальні фактори й ознаки:

1. Геополітичне положення (включає 5 основних “стовбурів”):

а) географічний (розташування території або акваторії щодо материків, частин світу, морів й океанів, сторін світу та ін.);

б) економічний (положення країни щодо джерел сировини, енергії, наявність трудових ресурсів, транспортних

комунікацій тощо);

в) політичний (внутрішньо- і зовнішньополітична ситуація, близькість або далекість країн-“друзів”, партнерів, “ворогів”, “гарячих місць” тощо);

г) історичний (історія розвитку території, традиції тощо);

д) державно-правовий (інституційно-правова система, ступінь її адекватності міжнародно-правовим канонам тощо).

2. Рекреаційні ресурси (природні й культурно-історичні).

3. Чинники, що лімітують рекреацію й туризм (природні й соціально-економічні).

4. Стан туристської інфраструктури.

5. Попит на рекреацію й туризм (внутрішній і зовнішній).

6. Транспортна доступність.

7. “Туристсько-рекреаційна політика” держави.

У цьому зв’язку в основу рекреаційно-туристського районування покладено таку систему таксономічних одиниць: макрорайон → район (мезорайон) → підрайон → мікрорайон.

Макрорайони – найбільші ієрархічні одиниці рекреаційно-туристського районування світу. Їх усього 8: Європа, Азія, Африка, Північна Америка, Центральна Америка і країни Карибського басейну, Південна Америка, Австралія й Океанія, Антарктида.

Райони (мезорайони) – складові частини макрорайону, що охоплюють як окремі країни (наприклад Греція), так і групи країн (наприклад Альпійський район Європи, у який входять Швейцарія, Австрія, Ліхтенштейн).

Підрайони – складові частини районів (мезорайонів) – це, в основному, окремі держави (наприклад Чехія, Словаччина або Угорщина є підрайонами Центральноєвропейського району).

Мікрорайонами є складові частини підрайонів – адміністративно-територіальні, економіко-географічні, етноісторичні та інші одиниці (або частини) тих або інших державних утворень (наприклад Гавайські острови в США, Моравія в Чехії, Волинь в Україні).

У **Європейський** макрорайон входить 13 районів:

1. Прибалтійський (Польща, Латвія, Литва, Естонія, Калінінградська обл. Росії).

2. Центральний (Чехія, Словаччина, Угорщина).

3. Причорноморський (Румунія, Болгарія, Україна, Молдова, частково Туреччина).

4. Адріатичний (Сербія, Хорватія, Боснія й Герцеговина, Словенія, Північна Республіка Македонія, Албанія, Чорногорія).

5. Піренейський (Іспанія, Португалія, Андорра – незалежні країни, Гібралтар – колонія Великобританії, нейтральна зона між Гібралтаром й Іспанією).

6. Апеніно-Мальтійський (Італія, Ватикан, Сан-Марино, Мальта).

7. Греція.

8. Франція й Монако.

9. ФРН і країни Бенілюксу (Бельгія, Нідерланди, Люксембург).

10. Альпійський (Швейцарія, Австрія, Ліхтенштейн).

11. Великобританія й Ірландія.

12. Країни Європейської Півночі (Швеція, Норвегія, Данія, Фінляндія, Ісландія).

13. Росія й Беларусь.

**Азіатський** макрорайон поєднує 7 районів:

1. Південно-Західна Азія (азіатська частина Туреччини, Кіпр, Іран, Афганістан, Бахрейн, Ірак, Єменська Республіка, Йорданія, Катар, Кувейт, Ліван, Об'єднані Арабські Емірати, Оман, Саудівська Аравія, Сирія, частково Єгипет, Ізраїль, нейтральна зона між Іраком і Саудівською Аравією).

2. Південна Азія (Індія, Бутан, Пакистан, Бангладеш, Шрі-Ланка, Непал, Мальдівська Республіка).

3. Південно-Східна Азія (Сінгапур, Малайзія, Бруней, Таїланд, Камбоджа, В'єтнам, Лаос, Філіппіни, М'янма, частково Індонезія).

4. Центральна й Східна Азія (Японія, Китай, Монголія, КНДР, Південна Корея).

5. Закавказзя (Азербайджан, Грузія, Вірменія).

6. Середня Азія (Казахстан, Узбекистан, Туркменістан, Киргизстан, Таджикистан).

7. Росія (азіатська частина).

В **Африканський** макрорайон входить 6 районів:

1. Середземноморський (Північна Африка) (Марокко, Туніс, Алжир, частково Єгипет, Лівія, іспанські колонії Сеута, Мелілья).

2. Приатлантичний (Західна Африка) (Мавританія, Сенегал, Гвінея, Сьєрра-Леоне, Ліберія, Кот-д'Івуар, Гана, Камерун, Демократична Республіка Конго, Республіка Конго, Габон, Того, Бенін, Нігерія, Західна Сахара, Екваторіальна Гвінея, Гамбія, Гвінея-Бісау, Кабо-Верде, Конго, Сан-Томе й Принсіпі).

3. Східний (Східна Африка) (Кенія, Танзанія, Уганда, Сомалі, Руанда, Бурунді, Судан, Ефіопія, Джибуті, Еритрея).

4. Внутрішній (Малі, Буркіна-Фасо, Нігер, Чад, Центрально-Африканська Республіка).

5. Південний (Південна Африка) (Ангола, Замбія, Малаві, Зімбабве, Мозамбік, Ботсвана, Намібія, ПАР, Свазіленд, Лесото).

6. Острівний (Мадагаскар, Сейшельські острови, Коморські острови, Маврикій).

**Північноамериканський** макрорайон включає 2 райони:

1. Канада й США (до нього належать о. Гренландія, що є автономною провінцією Данії, колонія Франції – острова Сен-П'єр і Мікелон, колонія Великобританії – Бермудські острови).

2. Мексика.

У **Центральноамериканський** і **Карибський** макрорайон входять 2 райони:

1. Центральна Америка (Гватемала, Беліз, Сальвадор, Нікарагуа, Гондурас, Коста-Ріка, Панама).

2. Країни Карибського басейну й Вест-Індія (Куба, Багамські острови, Ямайка, Домініканська Республіка, Гаїті, Тринідад і Тобаго, Антигуа й Барбуда, Барбадос, Гренада, Домініка, Сент-Вінсент і Гренадіни, Сент-Крістофер і Невіс, Сент-Люсія, країна, що вільно приєдналася до США, – Пуерто-Ріко, колонії Нідерландів – о. Аруба, Нідерландські Антильські острови, колонії Великобританії – Віргінські Британські острови, Кайманові острови, Монтсеррат, Теркс й Кайкос).

**Південноамериканський** макрорайон поєднує 4 райони:

1. Північний (Венесуела, Колумбія, Гайана, Суринам, заморська територія Франції – Гвіана).

2. Центрально-Східний (Бразилія, Уругвай, Парагвай).

3. Західно-Андійський (Перу, Еквадор, Болівія).

4. Південно-Андійський (Чилі, Аргентина, спірна між Великобританією й Аргентиною територія – Фолклендські, або Мальвінські, острови).

В **Австралійсько-Океанійський** макрорайон входить 2 райони:

1. Австралія й Нова Зеландія.
2. Океанія (Вануату, Західне Самоа, частково – Індонезія, Кірибаті, Науру, Папуа-Нова Гвінея, Соломонові острови, Тонга, Тувалу, Фіджі, Палау, Каролінські острови, Маршаллові острови, заморські території Франції – Нова Каледонія, Французька Полінезія, опіка США – Маріанські острови).

**Антарктичний** макрорайон:

Материк Антарктида (14,1 млн. км<sup>2</sup>) має інтернаціональний статус освоєння і є нейтралізованою територією. Освоєнням континенту займаються високорозвинені (США, Бельгія, Франція, Великобританія, Австралія та ін.), або такі, що перебувають у відносній географічній близькості (Чилі, Аргентина, ПАР, Нова Зеландія), країни, а також держави з “північними” традиціями (Норвегія та ін.). У 1994 р. Великобританія передала Україні науково-дослідну станцію “Фарадей”, яка носить тепер ім’я академіка В.І. Вернадського.

### **Питання до самопідготовки:**

1. Районування як наукова процедура.
2. Етапи процесу рекреаційного районування.
3. Роль природного середовища в рекреаційному районуванні.
4. Рекреаційний район, його характерні риси.
5. Ознаки рекреаційних районів і методика їхнього виявлення.
6. Таксономічні одиниці рекреаційного районування (за О.О. Бейдиком).

## ТЕМА 6. СТАНДАРТИ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

План:

1. Поїздки у великі міста.
2. Відвідування невеликих міст, що пережили свою славу й розквіт та мініатюрних держав.
3. «Торгівельний» туризм.
4. Поїздки до теплого моря, а також відпочинок і відновлення здоров'я на курортах зі світовим ім'ям.
5. Тематичні рекреаційні парки в США та тематичні рекреаційні парки й великі розважальні центри за межами США.
6. Поїздки до унікальних природно-географічних об'єктів і екскурсії в екзотичні місця із розкішною природою.
7. Подорожі в екзотичні географічні регіони з екстремальними природними умовами.
8. Відвідування унікальних історичних і культурних об'єктів інших соціо-культурних систем.
9. «Винні»/«кулінарні» тури: відвідування відомих виноробних регіонів, знайомство з місцевими винами й кухнею.
10. Сафари в Африці, круїзи й туристичні потяги.

Світовий рекреаційний ринок багато в чому базується на існуванні фіксованих образів «місце-функція». Тобто існують строго певні напрямки рекреаційної діяльності людей, які зв'язані зі строго певними місцями на земній кулі. Наприклад, літній відпочинок для західного європейця – це Греція або Іспанія, екзотичний Схід – це королівство Марокко або Єгипет і так далі. Наявність такого роду фіксованих образів, які склалися протягом тривалого часу, винятково важлива для виявлення й регуляції напрямків рекреаційних потоків і оцінки можливості включення нового регіону в ці потоки.

Потрібно розуміти, що в кожній соціо-культурній системі існують свої фіксовані образи щорічного й квартального відпочинку й немає ніякої необхідності копіювати й орієнтуватися тільки на західні стандарти. Найбільш популярними видами щорічного й квартального відпочинку туристів західної СКС є наступні переміщення з метою рекреації:

- поїздки у великі міста (такі як Лондон, Париж, Нью-Йорк) з метою здійснення покупок і відвідування, що володіють світовою

популярністю культурно-історичних об'єктів, виставок, театрів і розважальних шоу, а також ресторанів, казино й т.п.;

- відвідування невеликих міст, що пережили свою славу й розквіт;

- відвідування мініатюрних держав;

- «торговельний» туризм;

- поїздки до теплого моря;

- тематичні рекреаційні парки в США («Мир Діснея» у штаті Флорида, «Диснейленд» у штаті Каліфорнія) і великі розважальні центри (Атлантик-Сіті, Лас-Вегас);

- тематичні рекреаційні парки й великі розважальні центри за межами США;

- поїздки до унікальних природно-географічних об'єктів;

- екскурсії в екзотичні місця із розкішною природою;

- подорожі в екзотичні географічні регіони з екстремальними природними умовами;

- відвідування унікальних історичних і культурних об'єктів інших соціо-культурних систем;

- «винні»/«кулінарні» тури: відвідування відомих виноробних регіонів, знайомство з місцевими винами й кухнею;

- сафари в Африці;

- відпочинок і відновлення здоров'я на курортах зі світовим ім'ям;

- круїзи й туристичні потяги.

Можна бачити, що рекреація квартального й річного циклів не зводиться тільки до відпочинку у теплого моря. Існує чимала кількість альтернатив, значна частина яких може бути реалізована в будь-яку пору року.

**Відвідування великих міст.** Візити у великі міста залучають мільйони західних туристів. Цей факт цікавий з того погляду, що рекреація, виявляється, далеко не завжди втеча від стресів міського життя: з рідного, великого або маленького, міста з досить стресовими умовами західні туристи спрямовуються в ще більш великі міста, щоб потрапити в ще більш стресові умови. Однак така поведінка дуже стійка, і, імовірно, зміст її полягає в збільшенні різноманітності, тимчасовій зміні основного місця проживання на нове місце й пов'язаної із цим зміні видів діяльності й вражень.

Характерної й, не виключене, найпривабливішою рисою

відвідування великих міст є те, що велике місто надає масу можливостей для проведення часу. З'являється реальний вибір видів діяльності, і навіть якщо цей вибір має найстандартніший характер, він не виявляє занадто твердого тиску на туриста: немає тієї твердої зумовленості, як у випадку відпочинку на березі теплого моря, удалечині від великих населених пунктів.

**Відвідування невеликих міст, що пережили свою славу й розквіт.** Невичерпний західний туристичний напрямок пов'язаний з поїздками невеликими історичними населеними пунктами. Це, як правило, міста, що пройшли пік своєї слави. Такого роду туристичні поїздки для західних туристів асоціюються як із власним хоумлендом у Західній Європі, так і з територіями інших СКС.

До цього ж типу туристичних поїздок можна віднести й відвідування палацово-паркових комплексів. Класичний приклад їх – Версаль, найбільший архітектурний шедевр, всесвітньо відомий і найпопулярніший туристичний об'єкт Франції. Версаль – концентрація найцікавішої історії, яка стає набагато більш зримою після його відвідування. Тут перебуває палац XVII ст., побудований для Людовика XIV, що й представляє собою неперевершений утвір архітектури. У палаці чудові добутки живопису й скульптури. Чарівний палацовий парк – світовий стандарт ландшафтної архітектури, що породив безліч наслідувань. Саме тому палац і парк Версаля видадуться дивно знайомими: туристи могли бачити аналогічне в Санкт-Петербургові, Відні, на півдні Німеччини й у багатьох інших місцях миру, але у Версалі вони знайомляться з оригіналом. Відвідування Версаля – обов'язковий пункт у програмі перебування всіх іноземних туристів у Парижі.

**Відвідування мініатюрних держав.** Не менш популярним серед західних туристів є відвідування мініатюрних держав. Вони займають мізерну площу, але, як правило, мають багату й непросту історію. Особливо цікаво те, що, незважаючи на незначні розміри, вони тривалий час зберігають свою державність.

Для всіх невеликих держав доходи від туризму відіграють дуже важливу роль. Ці країни виявляють собою рідкий приклад того, як іноземний туризм дійсно формує значиму частину валового національного продукту. Завдяки ігорному бізнесу це особливо стосується Монако.

**«Торговельний» туризм.** Особливий напрямок західного

туризму пов'язаний з торговельними поїздками. Найчастіше це короткочасні, одне-дводенні візити у великі торгові центри. Так, досить популярне відвідування Мюнхена, особливо в дні проведення там міжнародних і національних ярмарків і «пивних фестивалів», до яких звичайно пристосовуються масові розпродажі в магазинах і торговельних комплексах міста. Аналогічного роду екскурсії часто бувають прив'язані до прикордонних населених пунктів. Прикордонні міста Нідерландів усе більше спеціалізуються на торгівлі продуктами харчування й повсякденними товарами для німецьких туристів. Основна торговельна активність тут припадає на суботу – неділю.

Жителі практично всіх штатів США в грудні спрямовуються в Нью-Йорк, щоб запитися різдвяними й новорічними подарунками для друзів і близьких на гігантських розпродажах гігантського міста (благо дешевина авіатранспорту виправдовує всі тяготи цих трохи дивних, на перший погляд, подорожей).

Інший варіант торговельних турів – це відвідування далеких країн і територій. Класичний приклад таких поїздок дає Сянган (Гонконг) – китайське місто-держава, величезний магазин-банк. Туристи звичайно не зневажають відвідуванням так званого Маєтку Кайзера, де розмістилася одна із самих більших в Азії ювелірних фабрик, а також ринку Стенлі (Stanley Market), де можна знайти абсолютно все, що виробляється в Південно-Східній Азії. Багатоповерхові сучасні торговельні комплекси, з'єднані один з одним скляними переходами (щоб потрапити в сусідній, не потрібно навіть виходити на вулицю), і нічні вуличні ринки Гонконгу є обов'язковою складовою таких турів.

**Поїздки до теплого моря.** Великий і стійкий потік західних туристів пов'язаний з відпочинком на березі теплих морів у літню пору. Він доводиться, як правило, на літні місяці – червень, липень і серпень. Для західних європейців найбільш привабливі курорти середземноморського узбережжя Греції, Італії, Іспанії й атлантичного узбережжя Португалії, а також острова Атлантичного й Індійського океанів. Залежно від моди, деякі з них можуть мати перевагу перед іншими, однак у цілому орієнтація саме на ці регіони дуже стійка.

Для жителів Північної Америки (США й Канади) відпочинок у теплого моря асоціюється із Флоридою, Мексикою, островами Карибського басейну й Тихого океану. Істотна відмінність поведінки північноамериканських туристів полягає в тому, що в їхньому річному

рекреаційному циклі немає настільки яскраво вираженого піка поїздок до теплих морів саме в літню пору. У ці місяці погодні умови в традиційних місцях їх приморського відпочинку занадто жаркі й вологі, що створюють реальний дискомфорт. Особливо популярні поїздки на острови Карибського басейну в зимовий час, на різдвяні й новорічні канікули. В основному це стосується туристів з північно-східних штатів США й Канади, які насолоджуються чудовим контрастом сніжної холодної зими рідних місць і м'якої теплої зими Карибського басейну.

На західному ринку літнього приморського відпочинку має місце тверда боротьба між різними регіонами й безпосередніми виробниками рекреаційних послуг. Список традиційних центрів приморського відпочинку дуже обмежений і не дуже росте. Рядовому західному туристові чи навряд прийде в голову ризикувати своєю літньою відпусткою і їхати в нове, незнайоме місце: вибір падає тільки на добре відомі місця. Фактично ринок літнього приморського відпочинку досить стабільний і давно поділений.

У цьому зв'язку важливо враховувати, що включення в нього нових територій – найвищою мірою складна справа, що припускає довгочасні масштабні інвестиції, у тому числі й у наполегливу пропаганду (рекламу) нових центрів.

**Тематичні парки США.** Гігантський і вкрай цікавий напрямок туристичних поїздок у США пов'язаний з тематичними парками. Більшість парків розташована у внутрішніх буферних зонах західної СКС у Північній Америці – Каліфорнії й Флориді. Щорічно через них проходять десятки мільйонів туристів. Ніде більш у світі немає аналогів подібного роду рекреації. Вона фактично має місце тільки в США, а вже із цієї країни в окремих випадках поширюється на деякі інші регіони світу.

Флорида й Каліфорнія – найбільші у світі рекреаційні центри. В основному, штати відомі як популярні місця літнього відпочинку й містом унікальних тематичних парків. «Світ Уолта Діснея», дійсно, є найбільшим, найзнаменитішим, найпопулярнішим парком розваг у світі. «Світ Діснея» ділиться на кілька тематичних парків, які будувалися в різний час і кожний з яких цікавий по-своєму.

Центр космічних досліджень імені Джона Ф. Кеннеді розташований на мисі Канаверал, в 70 км до сходу від Орlando і є найбільшим у Північній Америці з міжпланетних досліджень. У

Центрі Кеннеді туристи звичайно відвідують гігантський ангар, у якому збираються американські космічні кораблі, а також центр підготовки американських астронавтів, космічний музей і Меморіал, споруджений на честь загиблих астронавтів.

«Морський Світ» – величезний, ультрасучасний морський зоопарк із акулами, білими китами, морськими левами й черепахами, виставами дельфінів і косаток, безліччю інших унікальних видовищ, подивитися які щорічно приїжджають 3 млн. туристів. В «Морському Світі» можна також розважитися на водних атракціонах, покататися на водних лижах або просто відпочити в одного з басейнів зі штучними хвилями.

**Тематичні парки за межами США.** За аналогією зі США, тематичні парки в останні роки створюються й у деяких інших країнах. Вони не обов'язково у всьому повторюють американський стандарт: щоб вижити й залучити іноземних туристів, такі парки повинні враховувати місцеву специфіку. Міккі-Маус гарний тільки в «Диснейленді», і лише там за задоволення спілкування з ним туристи готові викладати чималі гроші. В інших місцях окрім Міккі-Мауса є багато інших національних героїв.

Ніша тематичних рекреаційних парків за межами США не дуже велика й досить уразлива. Вона звичайно існує як доповнення до інших рекреаційних об'єктів. Так, комбінація традиційного африканського сафари з тематичним парком Сан Сіті в ПАР робить ці два напрямки туристичного бізнесу країни більш стійкими на світовому рекреаційному ринку й залучає більше число додаткових західних туристів саме за рахунок такої комбінації.

**Поїздки до унікальних природно-географічних об'єктів.** Важливий напрямок західного туризму пов'язаний з поїздками до унікальних природно-географічних об'єктів. Такого роду об'єктів задіяно в туристичному бізнесі не настільки вже багато. Існують і фіксовані образи того, що є «реальним природним унікумом». Вибір відвідуваних об'єктів визначається не тільки й не стільки їхньою унікальністю, скільки наявністю системи туристичного обслуговування. Без неї навіть самий чудовий природний об'єкт – порожнє місце для західного туристичного бізнесу. До теперішнього часу освоєний певний набір унікумів, які успішно рекламуються: на різні лади. Включення нового природного об'єкта в існуючий ряд вимагає колосальних інвестицій, але в поповненні списку, схоже,

немає реальної необхідності. Важливо, що унікальні природні об'єкти дуже розкидані по земній кулі. Це не тільки Ніагарський водоспад або Великий каньйон Колорадо, розташовані неподалік від великих міст США й Канади, – це й Австралія з її дивними неземними ландшафтами, і південь Африки з казкової краси горами, озерами й водоспадами. Характерно, що всі місця такого роду відрізняються високим ступенем доступності й налагодженою системою сервісу: як би гарні не були навколишні ландшафти, сервіс повинен відповідати самим вимогливим західним стандартам.

**Експерсії в екзотичні місця із розкішною природою.** Західні туристи, як правило, люди помірних широт. Природа помірних широт сприятлива для життя, але не вражає своєю екзотичністю. У підсумку відвідування місць із незвичними для західної людини формами рослинності й тваринного миру утворював стійкий напрямок рекреації. Рекреація – це, багато в чому, контраст. Західні туристи шукають такі контрасти в південних широтах. Для туристичного бізнесу надто важливо, щоб екзотика сполучалася з іншими формами рекреації.

**Подорожі в екзотичні географічні регіони з екстремальними природними умовами.** Протилежністю відвідувань «земного раю», з достатком екзотичної рослинності й незвичайних для західної людини тварин і птахів, є відвідування місць, які відрізняються екстремальними природними умовами. Щодо цього чим більш екстремальні умови, тем привабливіше місце. Обов'язковим залишається лише одне – західний стандарт сервісу.

**Відвідування унікальних історичних і культурних об'єктів інших соціо-культурних систем.** Дуже великий і стійкий ринок щорічних західних туристичних поїздок – це відвідування унікальних історичних і культурних об'єктів інших соціо-культурних систем. Залежно від моди, найбільш популярними можуть бути китайська, індійська, російська або інші соціо-культурні системи. В останні роки особливо привабливою для західних туристів стала китайська СКС. Китай періодично закривається від миру, і тому в часи «відкритих дверей», як правило, спостерігається справжній туристичний бум.

**«Винні» тури.** Особлива, стійка й дуже більша ніша західного туристичного бізнесу пов'язана з винними турами. Історія винних турів іде коріннями в другу половину XIX ст. У Західній Європі вони вперше з'явилися у Франції, а потім поширилися й на деякі інші

країни, зокрема Німеччину й Італію. Звичайні клієнти для такого роду туристичних поїздок – люди середнього й старшого віку, серед відвідувачів чимало жінок. Винні тури займають важливу нішу «ледачої» рекреації, орієнтованої на людей, не схильних до стресових перевантажень у великих містах типу Лондона й Нью-Йорка або неймовірним пригодам на африканські сафарі.

Винні тури як складова західного туристичного бізнесу – це не тільки походи на винні заводи з метою дегустації виробленої там продукції. Це знайомство з місцями самої багатой і своєрідної історії, із прекрасними природними умовами й оригінальними кулінарними традиціями, високою якістю туристичного обслуговування. Вино – лише привід для таких поїздок і ніяк не самоціль. Саме тому винні тури існують уже дуже довгий час і анітрошки не втрачають у своїй популярності.

**Сафарі.** Інший стійкий напрямок туристичного бізнесу – африканське сафарі. Традиції африканського сафарі для західних туристів сходять до другої половини ХІХ ст., до колоніальних захоплень Африки західними державами. Найбільш популярні щодо цього два регіони: Східна Африка (зокрема, Кенія й останнім часом – Танзанія) і Південна Африка (ПАР). Існують устояні стандарти, що розглядають сафарі як значимий і досить престижний вид відпочинку річного циклу. Цей вид носить, безсумнівно, елітарний характер і орієнтований не на «середнього» туриста.

Своєю популярністю сафарі багато в чому зобов'язані західному телебаченню, що транслює програми, присвячені дикій природі Африки систематично й у великій кількості. Однак реальне відвідування материка носить часом імітаційний характер: це не тільки й, може бути, не стільки подорож у мир дикої природи чорного континенту, скільки імітація розваг багатих колонізаторів минулого століття. Завдяки різниці курсів валют, рядовий західний турист із середніми доходами почуває себе в Африці багатієм. Імовірно, це досить важлива причина стійкості даного виду туризму. Особливістю сприйняття західних туристів, що відправляються на африканське сафарі, є безумовна романтизація природи й ідеалізація «примітивності» чорного населення Африки. Наслідком такого стереотипу часто стає розчарування: виявляється, Африка – це не тільки й не стільки дикі тварини й мальовничі чорношкірі «діти природи».

Важливо, що фіксовані місця сафарі – це фактично тільки Кенія й ПАР. Західному мандрівникові не варто хвалитися, що він розважався на сафарі в якійсь іншій країні: це може бути не цілком оцінене його слухачами. Африканське сафарі – це престижно, це працює на зміцнення власного соціального статусу західного туриста й тому повинне повністю відповідати фіксованим образам цього виду відпочинку.

У реальності, сафарі – досить важке заняття, яке з теплою згадується лише із закінченням значного часу, коли в пам'яті залишаються тільки сцени «дикого африканського життя», досить екзотичні, у без численних деталей, зовсім не звичних для більшості людей. Справжнє африканське сафарі дуже утомливе, вимагає гарного тренування, спеціальної підготовки (у вигляді серйозної вакцинації від холери, жовтої лихоманки, малярії) і встаткування (у тому числі зброї). Найчастіше західним туристам пропонується не самий романтичний, але в той же час і не настільки стомлюючий і небезпечний варіант: коротка (усього один – три дні) подорож на комфортабельному автобусі. У ПАР багато національних парків, цікавих по-різному й у різну пору року, де в природних умовах живуть різні тварини. Залежно від сезону, на який доводиться туристичний візит, і вибирається самий оптимальний варіант.

Характерно, що сафарі – це не тільки дикі тварини, але й додаткові розваги у вигляді знайомства з культурою й історією Африки, а також особливий вид торговельного туризму; дерев'яні маски й прикраси, плетені кошики й глиняний посуд, рукодільні тканини, навіть списа й щити – усе це незмінно присутнє в багажі західних туристів, що вертаються з Африки.

**Світові курорти.** Історія курортів, особливо заснованих на терапевтичних властивостях води, нараховує сторіччя, і підтвердження тому – Романські лазні в Англії, вік яких оцінюється в більш ніж 2 000 років. Історики затверджують, що публічні лазні римлян були свого роду розкішними місцями для зустрічей і відпочинку: до басейнів, оточених доглянутими садами, примикали бібліотеки й мармурові альтанки, де відпочиваючі могли усамітнюватися для філософських бесід, відновлюючи в такий спосіб не тільки фізичне, але й духовне здоров'я.

Курорти Віші й Баден-Бадена по кишені далеко не кожному, навіть досить забезпеченому західному рекреанту (тижневий

відбудовний курс у Віші обходиться в кілька тисяч доларів США), тому в останні десятиліття в Західній Європі й Північній Америці активно розвивається альтернативна мережа невеликих курортів, що розташовуються, як правило, у досить ізольованих від великих міст гірських і лісових районах.

**Круїзи й туристичні потяги.** Чимале число західних туристів вибирає в якості щорічного відпочинку круїзи й подорожі на туристичних поїздах. Круїзи також досить популярні серед молодих північних американців як весільні подорожі. Туристичні потяги - розвага елітарна (через її ціну), тому основні клієнти тут – люди середнього й старшого віку.

Круїзи можна розділити на річкові, морські й океанські, із двома видами маршрутів: «порт А – порт Б» або «порт – об'єкт – порт». Як правило, круїзи цікаві не стільки самі по собі, скільки в комбінації з іншими формами рекреації. Так, круїз Рейном – найчастіше річковий винний тур із зупинками в невеликих німецьких городках з давніми традиціями виноробства. Круїз Нилом – поїздка з Каїра для огляду унікальних пам'яток історії й культури Прадавнього Єгипту – пірамід і сфінксів. Круїзи Середземним морем обов'язково припускають заходи у великі порти й огляд культурно-історичних визначних пам'яток; у чималому ступені це ще й форма торговельного туризму. Океанські круїзи – це нерідко подорожі до екзотичних тропічних островів із двох-триденним відпочинком на пляжах під час зупинок. Круїзи в антарктичних водах, що з'явилися в останні роки – яскравий приклад подорожей у район із самими екстремальними природними умовами.

Не можна не згадати, що крім подорожей на величезних круїзних судах типу «Морської Принцеси», яка вміщає більш тисячі відпочиваючих, досить популярні й міні-круїзи на приватних яхтах – власних або орендованих на кілька днів або тижнів. Такі міні-круїзи розвинені практично у всіх місцях, де тільки є відповідні водні простори: і на півдні Німеччини (Боденське озеро), і на Блакитному узбережжі Франції, і в Іонічному й Егейському морях.

Подорожі на туристичних поїздах – досить дороге задоволення через фіксовані образи подібних поїздок. Як правило, такий поїзд являє собою «готель на колесах» найвищого класу. Купе для пасажирів складаються з декількох відсіків – «гостинного», спального й гігієнічного. Обов'язковим є вишукано прибраний вагон-ресторан, де

часто працюють кращі місцеві кухарі. Так зложилося, що цей вид відпочинку розвинений в основному в колишніх колоніях Великобританії – Індії, на півдні Африки. Відповідно й оздоблення поїздів: ностальгічний колоніальний шик кінця XIX – початку XX століть. Розклад харчування також відповідає самим консервативним британським стандартам: перший сніданок, другий сніданок, обід, чай в 17.00, вечерея – усе супроводжується давно забутими ритуалами й атрибутами у вигляді коктейлів, ароматних гаванських сигар, смокінгів і вечірніх убрань дам.

Поїздки на турпотягах звичайно короткочасні – від одного до трьох днів – і є складовою частиною інших, більш довгих турів. Так, при відвідуванні Південної Африки західні туристи часто користуються послугами «Синього» турпотягу (Blue Train), що регулярно курсує між Преторією й Кейптауном: подорож займає рівно добу; маршрут його проходить через наймальовничіші місця ПАР.

Останні описані види рекреації – круїзи й турпотяги, а також відпочинок на відомих курортах – важлива складова ніші західного туристичного бізнесу. Їхня стійка популярність у найбільшому ступені базується на тому, що пропонувані рекреаційні послуги максимально відповідають фіксованим образам зазначених видів відпочинку, що склалися в масовій свідомості, а також очікуванням і вимогам безпосередніх споживачів цих послуг.

### **Питання до самопідготовки:**

1. Назвіть найпопулярніші види квартального та річного відпочинку туристів.
2. Охарактеризувати поїздки у великі міста, невеликі міста та міні-держави.
3. Дати визначення “торговому” туризму та поїздок до моря.
4. Тематичні рекреаційні парки США та за його межами.
5. Визначити типи поїздок у місця, пов’язаних з природою.
6. Розкажіть про винні/кулінарні тури.
7. Африканські сафари: розміщення та особливості проведення.
8. Круїзи та туристські потяги.

## ТЕМА 7. ГЕОГРАФІЯ СУЧАСНОГО МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

План:

1. Географія туризму з метою відпочинку та розваг.
2. Географія ділового туризму.
3. Географія релігійного туризму.
4. Географія лікувально-оздоровчого туризму.

Туристські потоки, що представляють собою реалізований туристичний попит в натуральному вираженні, характеризуються великою різноманітністю. Ділові поїздки робляться поряд з етнічними, а рекреаційні тури сусідять з паломницьким рухом. Кожен вид туризму формує свої потоки, які мають цілком конкретні, напрямки і розрізняються просторовим розподілом.

*Географія туризму з метою відпочинку і розваг*

Особливості географії туризму з метою відпочинку і розваг. Туристські потоки з метою відпочинку і розваг є найбільш масовими і визначають географічну структуру міжнародного туризму в цілому. Вони зароджуються в країнах Європи, Північної Америки, Азіатсько-Тихоокеанського регіону і одночасно тяжіють до них.

Важлива особливість туризму з метою відпочинку і розваг полягає в тому, що внутрішньорегіональні поїздки, головним чином в сусідні країни, переважають над міжрегіональними. Протягом 1990-х років їх співвідношення в виїзному туристському потоці не змінювалося і становило 82:18. В Європі на внутрішньорегіональні туристські потоки доводиться до 90% всіх від'їздів, в Америці і Азіатсько-Тихоокеанському регіоні до 75%. Лише в Південній Азії в сфері виїзного туризму домінують міжрегіональні поїздки.

За даними ЮНВТО, на початку третього тисячоліття співвідношення внутрішньо- та міжрегіональних туристичних потоків в світі дещо змінилося. Туристський обмін між регіонами розвивається інтенсивніше, ніж усередині регіонів. Прогнозуються відносно високі темпи приросту числа туристських від'їздів з Азіатсько-Тихоокеанського регіону в Європу і Америку, які багато в чому визначають загальну картину. В результаті, частка міжрегіональних туристських поїздок зросте у 2020 р. до 24%.

Крім домінуючої ролі внутрішньорегіональних обмінів, слід

виділити ще дві особливості міжнародного туризму з метою відпочинку і розваг. Одна з них полягає в меридіональній спрямованості туристичних потоків. Туристи з північних країн воліють відпочивати на березі теплого моря.

Американці і канадці є основними відвідувачами курортів країн Карибського регіону. В Європі купальні-пляжний туризм концентрується в Середземномор'ї. Тут проводять відпустку норвежці, датчани, фіни, шведи, ірландці.

Останнім часом відзначається розширення зустрічних туристичних потоків з півдня на північ. Привабливість Північної Європи як туристичного напрямку багато в чому пояснюється репутації, що закріпилася за ними, - безпечних країн з екологічним природним середовищем.

Нарешті, розвивається обмін туристами між колишніми метрополіями та їх колоніями при явному домінуванні перших. Відсутність мовного бар'єру і зміцнення традиційних зв'язків, перш за все в економічній і культурній сферах, є важливими передумовами розширення туристських відносин між ними. Екзотика, що зачаровує красою природи, своєрідність і неповторність місцевої культури - ось що приваблює в настільки віддалені райони європейців.

Туризм з метою відпочинку і розваг в Європі. Найбільший ринок туризму з метою відпочинку і розваг склався в Європі. Особливо виділяються два її субрегіони - Західний і Південний. На них припадає понад 60% всіх туристських прибуттів в регіоні. Тут формуються головні європейські потоки туристів, і сюди ж вони прямують. За даними ЮНВТО, частка внутрішньорегіональних поїздок у в'їзному туристському потоці в Європу трохи нижче, ніж у виїзному. Величини цих часток не збігаються і в інших туристських регіонах.

Внутрішньорегіональний характер туризму в Європі виражений яскравіше, ніж в інших регіонах світу. Велика кількість держав на відносно малій за площею території, між якими існують тісні економічні, культурні та етнічні зв'язки, чудова мережа наземних транспортних комунікацій, спрощення туристських формальностей при великій різноманітності природних рекреаційних ресурсів і культурно-історичних пам'яток і розвиненою туристською інфраструктурою - все це сприяє інтенсивному внутрішньоєвропейському туристському обміну. На його частку припадає 4/5 всіх прибуттів в Європу.

Міжрегіональний туристичний обмін розвинений слабкіше. Важливу роль в ньому грає Америка, особливо США. Вони є єдиною неєвропейської країною, що входить в першу десятку за кількістю прибуттів в Європу.

Найбільш відвідувана туристська країна Європи і світу - Франція. Вона приймає кожного п'ятого відпочиваючого на старому континенті, в основному з країн ЄС. Найбільш інтенсивний туристичний обмін існує з Німеччиною, Великобританією і країнами Бенілюксу.

Крім Франції, головними приймаючими країнами Європи є Іспанія і Італія.

Географія виїзного туризму в Європі подібна до просторової картини в'їзного туризму з тією лише різницею, що в міжрегіональному обміні знижується частка Америки і зростає частка периферійних регіонів - Африки, Близького Сходу і Південної Азії.

Найбільший ринок виїзного туризму не тільки в Європі, але і в світі склався в Німеччині.

Туризм з метою відпочинку і розваг в Америці. Американський регіон, який займає третє місце за прибуттям після Європи, приваблює туристів з усього світу. В'їзний туристичний потік розподіляється між чотирма субрегіонами Північної Америки, острівні держави і території Карибського басейну, Південна Америка і Центральна Америка. Сім з кожних десяти туристських прибуттів в Західну півкулю припадає на Північну Америку. Вона залишається лідером, незважаючи на повільне зниження її частки. Одночасно збільшується питома вага країн (територій) Карибського басейну, Центральної Америки і особливо Південної Америки.

Південна Америка швидко нарощує кількість туристських прибуттів. Вона володіє унікальними природними об'єктами і пам'ятками історії та культури, завдяки яким американський напрямок стає все більш популярним серед американських і європейських туристів.

В Америці, так само як і в Європі, переважна частина туристичних потоків зосереджена усередині регіону. Особливо інтенсивно обмін туристами здійснюється між трьома країнами Північної Америки: США, Канади і Мексики.

Пріоритетним напрямком міжрегіонального обміну протягом багатьох років залишається Європа. Туристські потоки з США

прямують до Великобританії, Франції, Італії, Німеччини, Іспанії. Кожна четверта поїздка американців за кордон припадає на європейські країни, однак частка Старого Світу в їх відбуття неухильно скорочується.

Серед інших напрямків туристичних потоків, що формуються в США, виділяється Азіатсько-Тихоокеанський регіон. Він користується популярністю у американців, так само як і у європейців. Але розподіл туристських прибуттів з Америки країнами (територіями) регіону дещо інший. Найчастіше американські туристи відвідують Китай, включаючи Сянган (Гонконг), Японію, а також Республіку Корею і Сінгапур. Східна Азія приваблює для американців, ніж Південно-Східна.

В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, як і в Америці, туристські прибуття зосереджені переважно в одному субрегіоні. Однак рівень їх концентрації нижче. Вони більш рівномірно розподіляються територією Східної, Південно-Східної Азії і Океанії.

Основні туристські потоки направляються в Східну Азію. Більше половини всіх прибуттів доводиться на цей субрегіон. Другий за значимістю субрегіон - Південно-Східна Азія та Південна Азія. Разом вони реєструють 90% туристських прибуттів. Австралазія і Океанія мають незначну ринкову частку.

Просторова структура туристських прибуттів в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні в значній мірі залежить від стану ринку міжнародного туризму в Китаї. На його частку припадає третина всіх прибуттів в регіон, а включаючи території Сянган (Гонконг) і Тайвань - понад 50%.

Крім Китаю, популярними туристичними напрямками в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні є нові індустріальні країни (території) Азії: Сянган (Гонконг), Малайзія, Сінгапур, Таїланд, Республіка Корея, Індонезія і Тайвань. Економічний ривок, здійснений ними останнім часом, призвів до різкого збільшення ділових поїздок в регіон. Саме діловий туризм дав поштовх розвитку готельної справи, індустрії розваг.

#### *Географія ділового туризму*

Географія бізнес-поїздок. Щорічно в світі реєструється понад 500 млн. бізнес-поїздок. Їх територіальний розподіл характеризується крайньою нерівномірністю. Велика частина туристичних потоків зі службовими цілями прямує до Європи. У структурі ділових поїздок на

європейському континенті переважають відрядження бізнесменів, конгресні тури, поїздки на виставки та ярмарки, інсентив-тури для службовців фірм.

Займаючи перше місце в світі за кількістю прибуттів і витрат на діловий туризм, Європа поступово втрачає лідируючі позиції на цьому сегменті туристського ринку. За темпами зростання ділового туризму вона відстає від інших регіонів світу, причому розрив між ними збільшується.

Основний "постачальник" ділових туристів в Європі - Німеччина. Щорічно понад 5 млн. німців відправляються у відрядження, з них 3% виїжджають за кордон, 21% подорожують за кордон і всередині своєї країни, 76% роблять службові поїздки Німеччиною.

Середня тривалість службової поїздки в країни, розташовані на іншому континенті, складає 12-13 днів, всередині регіону - 5-6 днів, а по своїй країні - 3-4 дня.

Серед європейських держав, які приймають потоки ділових людей, виділяються Німеччина, Великобританія, Франція, Нідерланди, Італія, Іспанія, Швеція, Швейцарія. Особливе місце займає Бельгія з головним містом Брюсселем, що є одночасно і столицею ЄС.

Стрімко розвивається бізнес-туризм на американському континенті. Кожна восьма поїздка в Новому Світі відбувається зі службовими цілями. Основні потоки ділових людей направляються в США, Канаду і Мексику, які лідирують на всіх сегментах туристичного ринку в Західній півкулі. Потік ділових туристів набирає силу в Латинській Америці, підйомом в економіці, розширенням і зміцненням торговельних зв'язків багато країн цього регіону зміцнили свої позиції на ринку ділового туризму.

В Африці і на Близькому Сході діловий туризм розвивається нерівномірно. Підйоми і спади в динаміці прибуттів залежать головним чином від політичної ситуації в регіоні.

Географія конгресно-виставкового туризму. Найбільш динамічний сегмент ринку ділових подорожей – конгресно-виставковий туризм. У світі зростає інтерес до симпозіумів, конференцій, нарад, семінарів, а також виставок і ярмарків. Бізнесмени та вчені беруть участь у форумах, щоб отримати останню інформацію, побачитися з колегами і змінюватися з ними думками, провести переговори, відволіктися від звичної обстановки і

долучитися до пропонованої культурної програми.

Найбільшими центрами конгресно-виставкової діяльності в Європі та Америці є Амстердам, Барселона, Брюссель, Вашингтон, Відень, Женева, Копенгаген, Лондон, Мадрид, а також Париж і Страсбург. Щорічно державні та ділові особи з'їжджаються до Давосу (Швейцарія), де проходять форуми з актуальних питань розвитку світового господарства. Ці міста мають відповідну матеріально-технічну базу і мають у своєму розпорядженні широкі можливості для організації дозвілля іноземних гостей.

Конференції проходять в конгрес-центрах, готелях, театрах і концертних залах, університетах та інших навчальних закладах. В останні роки міжнародні заходи все частіше проводяться в будівлях, що мають історичне значення, в замках і нетрадиційних спорудах. Користуються популярністю конгреси на борту суден.

Географія інсентив-туризму. Поряд з поїздками на конгреси і виставки діловий туризм включає інсентив-тури. Початок використання поїздок у вигляді заохочення за успіхи в роботі покладено в 60-ті роки ХХ ст. в США. На відміну від інших видів туризму, які, не встигнувши оформитися, ставали надбанням багатьох країн в різних регіонах світу, інсентив досить довго "не покидав" Новий Світ. Лише в 1970-1980-е роки з розширенням потоку премійованих туристів з Америки на старий континент він охопив Європу, а потім був запозичений і Азією.

Географія інсентив-туризму з тих пір практично не змінилася. США як і раніше є основним "постачальником" премійованих туристів. На їх частку припадає 60% груп, що прибувають до Європи за лінією інсентива. Про популярність інсентив - турів в США говорить випереджаюче зростання витрат американських компаній на заохочувальний туризм в порівнянні з витратами на матеріальне стимулювання праці працівників. Збільшується тривалість інсентив-турів. Кращими напрямками заохочувальних турів в США вважаються Мексика, Великобританія, країни Азії і Тихоокеанського басейну.

Винагорода поїздкою набуває все більшого поширення в Європі. Практика показує, що інсентив-тури є кращим стимулом до праці в порівнянні з будь-яким споживчим товаром. У Великобританії на них доводиться 2/5 загальної суми витрат фірм на винагороду своїх співробітників, у Франції та Німеччині - майже половина. Вартість інсентив-турів варіюється від 500 до 1500 дол. і вище на людину, а

тривалість - від трьох до семи днів. Маршрути заохочувальних поїздок пролягають переважно територією європейських країн: Франції, Іспанії, Швейцарії, Австрії, Кіпру, а так же США (Нью-Йорк, Флорида і західне узбережжя) і островах Карибського басейну.

*Географія релігійного туризму.*

Сьогодні, як і багато століть назад, релігійні переконання є одним з головних мотивів подорожей. Віруючі мандрують для поклоніння святиням в надії знайти душевний спокій, позбутися від тяжкої недуги, відчутти єднання з духовно близькими людьми. Вони вирушають в дорогу, щоб виконати накладену покуту, віддати хвалу вищим силам за знайдену благодать або просто висловити подяку вірі, яка наповнює їх життя сенсом.

Для географічного вивчення широкої і досить строкатої картини паломництва використовується районування. У світі виділяються 11 макрорегіонів паломництва:

християнська Європа,

Північна Америка з домінуючим становищем християнства і численними іншими релігіями,

Латинська Америка з переважанням християнства і місцевими традиційними релігіями,

Північна Африка з переважанням ісламу,

Західна і Східна Африка, де панує іслам і існують окремі центри християнства і традиційних релігій,

Західна Азія з домінантою ісламу і анклавами християнства і іудаїзму,

Південна Азія, де набули поширення індуїзм і буддизм, а також є центри християнства, джайнізму, сикхізму і ісламу,

Південно-Східна Азія з переважанням буддизму, ісламу, християнства і анклавами індуїзму,

Східна Азія з пануючими буддизмом, конфуціанством, синтоїзмом і ділянками ісламу і християнства,

Центральна Азія з домінантою буддизму (в основному ламаїзму), Середня Азія з пануванням ісламу.

Кожен макрорегіон відомий перш за все світовими центрами паломництва. Вони приймають міжнародні потоки віруючих і нерідко поєднують релігійну спеціалізацію з функціями адміністративного, промислового, культурного і туристичного центрів. Крім того, в тут існують об'єкти релігійного поклоніння національного і місцевого

значення.

Географія екскурсійного туризму релігійної тематики. Близько паломництву формуються потоки екскурсійного туризму релігійної тематики. Такі поїздки зазвичай не настільки тривалі, як мандри віруючих, розраховані на дітей і дорослих, організуються в будь-який час року і не прив'язані до культових свят. Якщо для прочанина важливий духовний момент, то турист відправляється в подорож Святими місцями з культурно-пізнавальною метою. У деяких турах одночасно можуть брати участь як паломники, так і туристи. По маршруту вони відвідують культові святині і архітектурні пам'ятники минулого, що дозволяє світським людям долучитися до духовних традицій. Проведення подібних турів вимагає скрупульозної підготовки. Група підбирається особливо ретельно, щоб у неї не потрапили люди, яким абсолютно чужі віра і повага до церкви. Її супроводжують екскурсовод, бажано людина віруюча, і представник церкви. За допомогою останнього присутні отримують уявлення про духовні цінності.

#### *Географія лікувально-оздоровчого туризму*

Подорожі з лікувальними цілями мають давню історію. Ще стародавні греки і римляни використовували цілющі джерела і місця зі сприятливим кліматом для того, щоб поправити своє здоров'я.

Лікувально-оздоровчий туризм має ряд відмінних рис. По-перше, перебування на курорті, незалежно від типу останнього і захворювання, повинно бути тривалим, не менше трьох тижнів. Тільки в цьому випадку досягається бажаний оздоровчий ефект. По-друге, лікування на курортах коштує дорого. Хоча останнім часом стали розроблятися порівняно дешеві тури, цей вид туризму розрахований в основному на заможних клієнтів, які все більше орієнтуються не на стандартний набір медичних послуг, а на індивідуальну програму лікування. Ще одна особливість полягає в тому, що на курорти їдуть люди старшої вікової групи, коли загострюються хронічні хвороби або слабшає організм не в силах справлятися з щоденними стресами на роботі і в побуті. Відповідно ці туристи роблять вибір між курортами, що спеціалізуються на лікуванні конкретного захворювання, і курортами змішаного типу, які надають загальнозміцнюючу дію на організм і сприяють відновленню сил.

Останнім часом ринок лікувально-оздоровчого туризму зазнає змін. Традиційні санаторні курорти перестають бути місцем лікування

і відпочинку осіб похилого віку, становляться поліфункціональними оздоровчими центрами, розрахованими на широке коло споживачів.

Сучасні трансформації курортних центрів обумовлені двома обставинами. Перш за все зміною характеру попиту на лікувально-оздоровчі послуги. В моду входить здоровий спосіб життя, і в усьому світі зростає число людей, які намагаються підтримувати хорошу фізичну форму і потребують відновних антистресових програм. В основному це люди середнього віку, які віддають перевагу активному відпочинку і часто обмежені в часі. На думку багатьох експертів, споживачі типу будуть головними клієнтами санаторних курортів і гарантією процвітання лікувально-оздоровчого туризму в ХХІ ст.

Друга причина переорієнтації курортів полягає в тому, що традиційна їх підтримка, в тому числі фінансова, з боку муніципалітетів і держави скорочується. Здравніці змушені диверсифікувати свій продукт, щоб вийти на нові сегменти споживчого ринку та залучити додаткових клієнтів.

Зберігаючи лікувальну функцію, курорти роблять більш різноманітною програму перебування пацієнтів, проводять культурні та спортивні заходи. Вони пропонують широкий вибір комплексів оздоровчих і відновлюючих послуг. Дуже популярна останнім часом в приморських готелях таласотерапія, користуються підвищеним попитом також програми "Антицелюліт", "Фіто-Краса-Омолодження". Більш гнучкою стає тривалість курсів лікування і оздоровлення.

### **Питання до самопідготовки:**

1. Особливості географії міжнародних туристських потоків.
2. Загальна характеристика турпотоків рекреаційних регіонів світу.
3. Характеристика Європейського туристського макрорегіону.
4. Американський туристський макрорегіон.
5. Азіатсько-Тихоокеанський макрорегіон.
6. Африканський туристський макрорегіон.
7. Близько-Східний туристський макрорегіон.
8. Перспективи розвитку туристських регіонів світу

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Рекреаційна географія: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Д.Д. Гурова, М.О. Фролов, С.М. Журавльова, Т.С. Кукліна, О.М. Сердюк. – Запоріжжя: ТОВ «ЛПКС» ЛТД, 2010. – 92 с.
2. Бейдик О.О. Рекреаційна географія: навч.-метод, комплекс дисципліни. – К.: Обрії, 2012. – 96 с.
3. Горшкова Л.Ю., Крысанова Т.Д., Пичугина Н.В., Ушакова О.В. Рекреационная география. Словарь-справочник. – Саратов, 2013. – 84 с.
4. Масляк П.О. Рекреаційна географія: навчальний посібник. – К.: Знання, 2014. – 343 с.
5. Мироненко Н.С. Рекреационная география / Н.С. Мироненко, И.Т. Твердохлебов. – М. : МГУ, 1981. – 208 с.
6. Николаенко Д.В. Рекреационная география. – М., 2001. – 321 с.
7. Покоłodна М.М. Рекреаційна географія: навч. посібник. – Х.: ХНАМГ, 2012. – 275 с.
8. Салищев К.А. Картоведение. – М., 2012. – 134 с.
9. Смаль І.В. Основи географії рекреації та туризму: навч. посіб. – Ніжин: НДПУ, 2014. – 105 с.
10. Стафійчук В.І. Рекреалогія. – К.: Олді-плюс, 2017. – 264 с.
11. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія. – К.: Центр навчальної літератури, 2013. – 312 с.

**Інформаційні ресурси:**

1. Рекреаційна географія. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: <<http://www.bibliofond.ua/view.aspx?id=9914>>. [Посилання дійсне на 17.06.2019 р.]
2. Рекреаційні ресурси. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: <<http://www.eao.ua/?p=76>>. [Посилання дійсне на 12.06.2019 р.]
3. Рекреаційна географія. Підручник. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: <<http://topreferat.znate.ua/docs/index-19632.html?page=3>>. [Посилання дійсне на 17.06.2019 р.]
4. Рекреаційні ресурси. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: <[http://ua.wikipedia.org/wiki/Рекреаційні\\_ресурси/](http://ua.wikipedia.org/wiki/Рекреаційні_ресурси/)>. [Посилання дійсне на 10.06.2017 р.]
5. Рекреація і природні рекреаційні ресурси. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: <<http://stenus.ua/statia.php?id=86/>>. [Посилання дійсне на 14.06.2019 р.]
7. Рекреаційне районування. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: <<http://school.xvaıt.com/index.php?title>>. [Посилання дійсне на 13.06.2019 р.]