

ТУРИЗМ

УДК 338.48

А.А. Сафарян

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИИ

Рассматриваются терминологические проблемы, возникшие в туристско-рекреационной науке. Одна из них связана с весьма расплывчатыми смысловыми различиями между терминами «туристский», «рекреационный» и «туристско-рекреационный». Не менее проблематичным является вопрос относительно понятий «туристский ресурс» и «туристский потенциал». Проведен анализ разных подходов к оценке туристских ресурсов и потенциала как отечественных, так и зарубежных ученых.

Ключевые слова: туристский потенциал, туристский ресурс, объекты аттрактивности, туристское обслуживание.

Развитие сферы туризма и его становление как одной из важных отраслей экономики многих стран вызывает необходимость оценивания туристского потенциала конкретных территорий и стран. Поскольку «туризм» как научное направление сформировалось сравнительно недавно, нередко возникают терминологические проблемы. Одна из них связана с терминами «туристский», «рекреационный» и «туристско-рекреационный», смысловые различия между которыми весьма расплывчаты. Многие ученые объясняют это тем, что туристская терминология зародилась в среде рекреационной географии, где термин «рекреация» использовался весьма часто, а у туристов (точнее, работников турсферы) более «ходовым» был термин «туризм», поэтому совместное употребление двух терминов (через дефис), встречающееся довольно часто, является своего рода компромиссным вариантом (И.В. Зорин, В.А. Квартальнов, Н.А. Кумова, А.В. Дроздов).

Исходя из анализа материала русскоязычных источников, интересна трактовка смысла терминов «рекреация» и «туризм» в книге «Worldwide Destinations». Для их объяснения вводится термин «досуг» («Leisure»). Досуг — это отрезок времени, которое обычно остается после окончания работы и которое человек тратит на сон, персональные и домашние нужды. Другими словами, время досуга — это свободное время, которое человек может потратить по своему усмотрению. Под рекреацией понимается разнообразная деятельность, которая возможна во время досуга. И поскольку досуг — это свободное время, а рекреация — деятельность во время досуга, то туризм, если говорить упрощенно, это — один из видов рекреации [41]. Несмотря на кажущееся простым объяснение названных терминов, авторы признаются, что на практике их довольно трудно дифференцировать.

А.И. Зырянов и А.А. Сафарян, авторы статьи «Рекреация и туризм как этапы развития территории» [12], анализируя процесс развития туризма на какой-либо территории, выделяют два этапа, первый из которых называют рекреационным, когда очевидна нацеленность сферы отдыха на нужды местного населения, а второй — туристским, когда создаются условия привлечения туристов из дальних краев и даже из других стран. Отсюда следует, что основное различие этих терминов определяется степенью удаленности отдыхающих от конкретного места. То есть одна и та же территория может служить как местом туристского времяпровождения приезжих из дальних регионов и других стран, так и местом рекреации для людей, живущих поблизости.

Обобщая имеющуюся информацию, можно сказать, что понятие «рекреация» широко используется только в научных кругах и при этом не имеет четкого отграничения от смежных понятий, но при этом традиционно под термином «рекреация» понимается сфера отдыха и обслуживание близко находящихся мест в определенном контексте применительно к конкретным территориям.

© Сафарян А.А., 2015

Сафарян Азат Арменович, ассистент, аспирант кафедры туризма географического факультета Пермского государственного национального исследовательского университета; Россия, 614990, Пермь, ул. Букирева, 15; azatsafaryan@mail.ru

Не менее проблематичным является вопрос относительно понятий «туристский ресурс» и «туристский потенциал». С экономической точки зрения ресурсы – это совокупность материальных и нематериальных факторов и средств, которые могут быть использованы в производственных и не производственных сферах для удовлетворения потребностей людей. «Потенциал» – понятие физическое, но в переносном на другие сферы значении — это совокупность всех имеющихся возможностей и средств, необходимых для чего-либо. **Под экономическим потенциалом** понимается совокупная способность отраслей народного хозяйства производить продукцию, осуществлять капитальное строительство, оказывать услуги населению и т.д. Иными словами, ресурс — это фактор и средства, а потенциал — способность к чему-либо.

В туризме под туристскими ресурсами понимаются природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворять духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил» [35].

В связи с этим интересное мнение высказывает А. В. Дроздов [9], считая, что термин «потенциал» в отличие от термина «ресурс» всегда подразумевает совокупность характеристик, предметов и явлений, а «рекреационный потенциал» предполагает оценку потенциала и вместе с тем сравнение с потенциалом других регионов или стран или потенциалом эталонного участка.

С этих позиций следует согласиться со следующим определением туристского потенциала: рекреационный потенциал территории — это совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации рекреационной деятельности на определенной территории; главной составной частью рекреационного потенциала являются рекреационные ресурсы [25]. А.С. Кусков в книге «Туристское ресурсоведение»[17] отмечает, что выяснить конкретное содержание, которым различные авторы нагружают термин «потенциал», весьма сложно, поскольку широко известных и общепринятых профессиональных трактовок этого термина не существует, и используют его чаще всего как термин общеупотребительный, очевидный. Вместе с тем содержание этого термина далеко не элементарно и в туристике должно быть ограничено более или менее отчетливыми рамками. Понятие «туристский потенциал» по отношению к понятию «туристский ресурс» выступает как более широкое, в некотором смысле как собирательное.

Анализируя многие другие определения туристских ресурсов и потенциалов (В.Г. Гуляев, Т.В. Николаенко, Н.В. Святохо, С.А. Севастьянова, Т.Д. Бурменко, Е.И. Богданов, Д.С. Ушаков и т.д.), можно констатировать, что у большинства авторов различие между этими терминами таково: туристский ресурс определяется как уже используемое или наиболее вероятное к использованию в ближайшем будущем средство конкретного места в целях туризма, а потенциал представляется как оценка этих же ресурсов или в совокупности, или как разных компонентов потенциала конкретной местности. Такой подход позволяет сравнивать одни ресурсы с другими похожими ресурсами или ресурсным совокупным потенциалом похожих регионов или стран.

Исходя из разных определений туристских ресурсов, они делятся на группы, в которые входят разные компоненты.

В.Г. Гуляев [6] делит их на две группы: 1) природные объекты 2) искусственно созданные (инфраструктурные) объекты.

С точки зрения В.Г. Прудских и др. [23], которые в своей классификации делают акцент на удовлетворении мотивов путешественников, туристские ресурсы можно представить следующим образом:

- 1) основные ресурсы — те, ради которых путешественник посетил данную местность;
- 2) дополнительные (обеспечивающие) ресурсы — те, которые выполняют поддерживающую функцию.

Интересную точку зрения встречаем у И.В. Зорина и В.А. Квартальнова [10], которые считают, что рекреационные ресурсы — часть туристских ресурсов, представляющая собой природные и антропогенные геосистемы, тела и явления природы, артефакты, которые обладают комфортными свойствами и потребительской стоимостью для рекреационной деятельности и могут быть использованы для организации отдыха и оздоровления определенного контингента людей в фиксированное время с помощью существующей технологии и имеющихся материальных возможностей. Ученые предлагают следующее разделение туристских ресурсов:

- 1) аксиологический (от греческого «axia» — «ценность») тип-фактор;

- 2) природный;
- 3) оздоровительный;
- 4) горный.

В вышеназванном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [35] дается иное деление туристских ресурсов:

- 1) объекты туристского показа;
- 2) объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов;
- 3) оздоровительные объекты.

Имеются и другие представления о видах туристских ресурсов. Так, исследователи, основываясь на своем видении таких объектов и субъектов, разрабатывают разные схемы туристских ресурсов. Рассмотрим некоторые схемы компонентов туристской сферы. На примере комплекса туристских ресурсов Н.П. Крачило [16] выделяет три основные группы ресурсов: природные, культурно-исторические и социально-экономические. Недостатком этой схемы, на наш взгляд, является трудность разделения таких объектов, где природный и культурно-исторические факторы дополняют друг друга.

Интересной представляется схема туристического потенциала, разработанная Т.Д. Бурменком и др. [2], где определяющим является потенциал сферы услуг, а разные комплексные виды ресурсов взаимосвязаны и дополняют друг друга, например, как трудовые ресурсы, природные ресурсы.

Е.И. Богданов и др. [1] считают, что туристский потенциал территории определяют туристско-рекреационные ресурсы как основа для устойчивого развития туризма, и дают следующее определение: «Туристско-рекреационные ресурсы представляют собой совокупность природных и созданных человеком объектов, вызывающих интерес и мотивацию к путешествию, готовых для создания турпродукта» [1, с. 24]. Они включают в себя следующие компоненты:

- Природно-климатические ресурсы, включающие ландшафты, биоклимат, гидроминеральные и уникальные природные ресурсы.
- Историко-культурные ресурсы, к которым относятся памятники (культовой и светской архитектуры, археологические, этнографические и др.), народные промыслы, научные и технические комплексы и сооружения, современные культурно-зрелищные и развлекательные учреждения.
- Специализированная туристская и общая инфраструктура.
- Трудовые ресурсы.

Д.С. Ушаков [29] рассматривает туристский потенциал территории как совокупность следующих компонентов:

- туристские ресурсы территории (их суммарный объем, качество, уровень современного использования и перспективы их вовлечения в процесс туристского производства в будущем);
- факторы туристского производства территории (собственные и привлекаемые), в числе которых — капитал, трудовые ресурсы туризма, а также средства производства туристского продукта (инфраструктура туристской индустрии).

С.А. Севастьянова [27] туристский потенциал понимает как совокупность природных, природно-антропогенных и антропогенных ресурсов региона, которые используются или могут быть использованы в индустрии туризма с учетом тенденций их развития для удовлетворения меняющихся потребностей клиентов.

Н.Н. Лысенко в своей диссертационной работе «Совершенствование оценки потенциала туристского комплекса: на примере Сахалинской области» [20] элементы потенциала делит на две группы исходя из факторов их формирования.

1. Группа внутреннего потенциала, в которую входят ресурсный (историко-культурный, рекреационно-ресурсный, экологический), экономический, административный (организационный), обусловливаемый влиянием государственной политики относительно развития туризма на всех уровнях государственной власти.

2. Группа внешнего потенциала (инновационный, информационный, демографический, потенциал потребности туристов, социальный потенциал и др.).

Автор считает, что такое группирование позволяет рассматривать внутренний потенциал рекреационно-территориального комплекса как важнейшую предпосылку его развития.

Следующую схему туристского ресурсоведения предлагают А.С. Кусков и Е.И. Арсеньева [18]. Их система имеет более сложный характер, поскольку кроме основных групп, которыми являются туристские ресурсы и туристская инфраструктура, в ней представлены производные, например,

социально-экономические, а также подгруппы природные и культурно-исторические, которые входят в группу туристских ресурсов. Это система, по нашему мнению, более полнее представляет туристскую сферу, однако ее недостаток заключается в сложности и отделении социально-экономических ресурсов от туристской инфраструктуры.

Среди многочисленных схем туристского потенциала, на наш взгляд, следует обратить внимание на схему С.Л. Сычева. В ней он четко отделяет компоненты обслуживания от аттрактивных объектов местности, что облегчает оценивание потенциалов разных туристских ресурсов [17, с. 37].

Дж. Крипендорф определяет значение рассматриваемого нами термина следующим образом: туристский потенциал — это возможность территорий создавать конечный туристский продукт (комплекс материальных и не материальных элементов, чтобы обеспечивать удовлетворение потребностей и выгоду туристам, предложенную для потребления) и развивать экономически важный туризм. Причем необязательно этот потенциал использовать, главное, чтобы он существовал [39].

J. Swarbrooke [40] классифицирует достопримечательности, выделяя четыре основные группы:

- природные, включающие пляжи, пещеры, живописные места и дикую природу;
- антропогенные, изначально не предназначенные для привлечения туристов, — замки, монастыри, исторические объекты;
- антропогенные, изначально созданные для привлечения туристов, — казино, галереи, тематические парки;
- специальные события, которые происходят периодически и преобразуют местность, например, олимпийские игры, футбольные мировые кубки.

M. Clawson [36] делит туристские ресурсы в зависимости от специфики места:

- потребитель-ориентированные: гольф, теннис, посещение зоопарков. Типичный ресурс — тематические парки;
- ресурсоориентированные: экскурсии, сафари, альпинизм, экспедиции. Типичный ресурс — уникальные исторические объекты, национальные парки;
- промежуточные: яхтинг, серфинг, пеший, полевые виды спорта. Типичные ресурсы — пустоши.

Если в случае потребитель-ориентированного ресурса все, что представляет интерес, находится близко, без проблемы передвижения, то во втором случае объект является уникальным и, скорее всего, необходимо преодолеть дистанцию, чтобы добраться до него. Промежуточные являются лучшими туристскими ресурсами, расположенными на доступном расстоянии.

Итак, понятие «туристский потенциал» более широкое в сравнении с понятием «туристский ресурс» и включает в себя последнее. Другими словами, под туристским потенциалом, исходя из имеющихся рассуждений, следует понимать помимо туристских ресурсов все области жизнедеятельности и компоненты природы, которые могут повлиять на развитие туризма, т.е. это производство, наука производства, наука природопользования, культура и образование, здравоохранение, политическая, социальная, экономическая ситуация. Но при таком подходе возникают некоторые вопросы, ответов на которые пока нет. **Первый вопрос:** если во время оценивания потенциала мы рассматриваем все виды жизнедеятельности, то что же является туристским ресурсом, который мы должны изучить более подробно. Поскольку интересы туристов очень разные, поэтому многочисленные решения этого вопроса требуют глубокого анализа. **Второй:** поскольку потенциал требует сравнения, то как сделать так, чтобы конечная оценка была сравнимой? Трудность заключается в том, что разнообразие стран и регионов настолько большое и разностороннее, что даже при выполнении комплексных оценок трудно поверить достоверности сравнения с такими же оценками других стран. Эти проблемы связаны как со сложностью туристской науки, так с краткостью ее истории.

Вместе с тем мы предлагаем рассматривать сферу туризма наподобие других сфер производства, чтобы раскрыть смысл различий между туристскими ресурсами и туристским потенциалом через сравнение.

Во-первых, не стоит забывать, что туризм — это часть сферы обслуживания, а не отдельная отрасль экономики, а следовательно, он связан с ней очень тесно, потому представить сферу туризма без обслуживания невозможно. Если вспомнить главный принцип сервиса: «сервис, который не предоставлен, еще не сервис, а сервис, который предоставлен, уже не сервис», то возникает вопрос, что такое туристский сервис и какое место ему отводится в туризме вообще.

С нашей точки зрения, в сфере туризма ресурсом должны являться не объекты и средства, которые притягивают туристов, а самообслуживание. Рассмотрим эту идею.

На наш взгляд, надо поставить знак "разделения" между природной, культурно-архитектурной привлекательностью и состоянием страны, её способностью принимать и обслуживать туристов, т.е. отделить экономический, социальный факторы от сервиса. Считаем, что эти две стороны хотя не могут существовать без друг друга и находятся в тесной взаимосвязи в туризме, но для определения потенциала и большей наглядности следует рассматривать их отдельно.

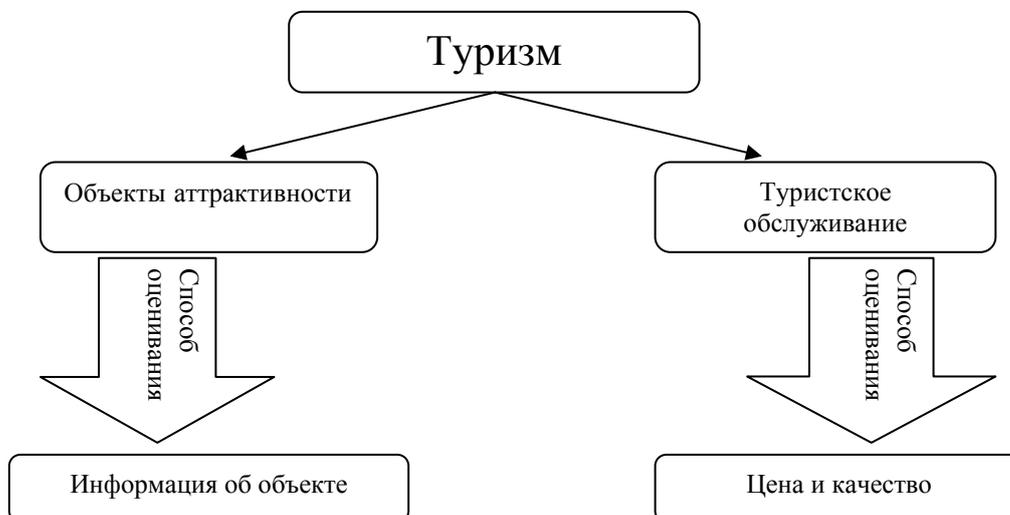
Итак, предлагаем объекты **первой группы** назвать «аттрактивностью» и рассчитать «потенциал аттрактивности» давно известными методами. Например, определить, сколько в стране природных архитектурных достопримечательностей, которые имеют международное значение, оценить аттрактивность пляжного туризма, горного туризма и т.д., при этом очень важно иметь в виду не только количество объектов в конкретном регионе или стране, но и величину ее территории. Самым важным фактором для повышения аттрактивности является информация. Объект может сам создать себе популярность благодаря большой аттрактивной возможности, но это случается крайне редко в сегодняшнем информационном мире, поскольку важную роль в этом деле играют информационные технологии и стремление к популяризации объекта с какой-то одной стороны.

Вторую группу будут представлять туристские ресурсы, т.е. туристским ресурсом становятся не столько объекты, из-за которых турист приехал в данное место, а сервис, который ему предлагается здесь, так как в конечном счете турист платит не за достопримечательности, а, можно сказать, покупает сервис, будь то гостиница, транспорт, ресторан и т.д.

Проведем параллели между ресурсами в сфере туризма и в горнодобывающем деле, например, железодобывающем. Когда обнаруживается месторождение железных руд, то это место начинает притягивать к себе заинтересованных людей из разных сфер. Средства могут быть выручены только после того, как железный ресурс будет добыт и продан. Проецируем это на сферу туризма. Объект аттрактивности является в некотором роде месторождением, которое привлекает к себе туристов, но оно само по себе не может производиться и продаваться, и потому эту роль, т.е. роль ресурса играет обслуживание, которое сначала готовится, затем продается, после чего получают средства.

Это разделение важно, поскольку туризм является сферой экономики и преследует коммерческие цели, что позволяет легко следить за финансовыми процессами.

Развивая далее нашу точку зрения, рассмотрим ресурсы с экономической точки зрения, одним из компонентов которых будет, например, обслуживающий персонал (от организаторов тура до обслуживающих в отеле). В результате можно подсчитать количество персонала, его среднюю зарплату, учитывая квалификацию и знание языков, что является одним из важнейших критериев. Поскольку с помощью служащих создается ресурс, то, подсчитав их общее количество, можно рассчитать максимум ресурсного потенциала региона или страны. Ввиду того, что для сферы туризма одним из важных факторов является человеческий ресурс, то, рассчитывая его часть, способную работать в туристском обслуживании, можно получить оценку туристского потенциала отдельных стран и регионов и сделать необходимое сравнение (см. рисунок).



Сфера туризма

Нами было рассмотрено и дано краткое описание наиболее удачных методик оценки туристского потенциала, которые существуют в советской и российской научной туристской литературе. Стоит согласиться с мнением А.С. Кускова о том, что труднее сделать оценку туристского потенциала, чем его выявить.

Исходя из позиций субъекта в рекреационной географии сложилось три основных типа оценивания природных ресурсов [21; 17]: медико-биологический, психолого-эстетический и технологический. Некоторые исследователи отмечают 5 типов: психолого-эстетические, медико-биологические, функционально-технические, экономические и геоэкологические [26].

Методики оценки туристского потенциала по полученным результатам можно разделить на количественные, качественные и смешанные [26]. Количественная оценка служит для экономических расчетов, а качественная более приемлема для сравнительных целей и привлечения инвестиций.

С учетом методологии подхода оценки дифференцируются на компонентные и комплексные. Компонентные оценки дают представление о туристском потенциале места в зависимости от одного вида турресурса (например, климат, лес, водные бассейны и т.д.). Комплексная оценка проводится для более глобальных целей (например, для оценки потенциала всего туристского района или страны), при этом рассчитываются все компоненты, влияющие на сферу туризма, начиная от природных и заканчивая социальным и информационным.

Начиная со второй половины 60-х гг. прошлого века многие исследователи проявляют интерес к вопросам, связанным с оценкой рекреационных ресурсов (В.С. Преображенский (1975, 1980), Ю.А. Веденин (1969, 1987), Н.Н.Мирошниченко (1969, 1984), Б.Н. Лиханов (1975, 1980), Н.С. Мироненко, Н.Т. Твердохлебов (1981) и др.).

В 1970-х гг. благодаря некоторым ученым, которые осознали, что оценка одного или нескольких компонентов не дает полного представления о туристском потенциале конкретного места, в рекреационной географии появляются комплексные ландшафтные исследования. Значительную роль в развитии этого направления сыграли работы таких исследователей, как Б.Н. Лихонова, Н.М. Ступина (1975), А.Г. Исаченко (1971), Т.Ю. Питула (1974), Е.Д. Смирнова (1981).

А.Г. Исаченко [13] большое значение придавал изучению ландшафтов с точки зрения рекреационной географии, указывая на то, что многие задачи ландшафтоведения с этих позиций сводятся к исследованию рекреационного потенциала геосистем и воздействия на них рекреационных нагрузок. Он отмечает, что при оценке природных условий для целей рекреации очень важным фактором является разнообразие среды. Отсюда он делает акцент на необходимости оценивания не отдельных компонентов ландшафта, а в сочетании с другими компонентами и ландшафта в целом.

Ю.А. Веденин и Н.Н. Мирошниченко [4] одними из первых предложили методику оценки природных условий в аспекте отдыха и туризма. В частности, благоприятность каждого фактора в рамках конкретного выдела оценивали в баллах и в зависимости от суммы этих баллов определяли значение целого природного выдела. Чем выше балл, тем удачнее считался выдел для рекреации. В итоге выделы были разделены на пять категорий: наиболее благоприятные, благоприятные, относительно благоприятные, малоблагоприятные, неблагоприятные для организации крупных рекреационных районов. При этом учитывалась зависимость видов туризма от разных сезонов.

Так, ученые Э.Л. Файбусович и Л.В. Четов [30] проводили оценку для названного ими «планового бытового» туризма (для целей спортивного туризма она должна быть иной). При оценке основным фактором считался климат и выявлялись оптимальные среднесуточные температуры для летнего и зимнего периодов. Причем очень строго оценивались неблагоприятные факторы. В случае наличия хотя бы одного неблагоприятного фактора на данной территории она не могла претендовать на хорошую оценку.

Б.Н. Лихоновым и Н.Н. Ступиной была разработана «Программа характеристики природных компонентов и ландшафтов при проектировании рекреационных комплексов» [19].

Н. А. Даниловым [7] было изучено влияние погодных условий на отдыхающих. В частности, оценивались погодные условия, при которых человек будет чувствовать себя комфортно с учетом влажности, солнечной радиации и ветра. Им выделены следующие виды погодных условий: 1) комфортные; 2) прохладные субкомфортные; 3) жаркие субкомфортные; 4) дискомфортные. Учитывались погодные условия только для летнего сезона.

На оценку погодных условий обращали внимание также И.Т. Твердохлебов и Н.С. Мироненко [21], отмечая, что «зона комфорта» для многих людей лежит в пределах 17–23 °С. Авторы считают

наиболее благоприятными для здоровья человека все классы погоды, когда днем много солнца, подчеркивая при этом специфичность оценки климата горных территорий. Исследователи придают большое значение психолого-эстетическому типу оценки. В частности, они отмечают, что при оценивании природных рекреационных ресурсов существенно важно дать им психолого-эстетическую оценку, так как красота в любом ее проявлении облагораживает и воспитывает человека. Территория, обладающая большой эстетической ценностью, при равенстве других свойств, пользуется повышенным спросом у рекреантов. По результатам некоторых исследований, проведенных в США, доказывается, что наиболее высокий притягательный эффект имеют краевые зоны (особенно в равнинных зонах) и фокусные пункты. Ю.А. Веденин и А.С. Филиппович [3] приводят следующую схему оценки степени контрастности (таблица).

**Условная оценка степени контрастности основных пар природных комплексов
(по Веденину, Филипповичу, 1975 [3])**

| <i>Наименование пар природных комплексов</i> | <i>Оценка в баллах</i> |
|--|------------------------|
| Лес–водоем | 4 |
| Лес (поле)–водоем | 3 |
| Лес–луг (поле) | 3 |
| Кустарниковые заросли–луг (поле) | 2 |
| Лес–кустарниковые заросли | 2 |
| Поле–луг | 1 |

Например, в горных районах самую высокую оценку должны получить вершины гор, с которых открывается наибольшее количество природных комплексов, а самую низкую — горные ущелья.

Е.А. Котляров [15] предлагает создать формы кооперирования рекреаций и сопутствующих отраслей. Одной из таких форм является территориально-рекреационный комплекс (ТРК). Автор считает природные условия важнейшим фактором при оценке территорий для рекреационного использования и указывает на их неоднозначность для разных ТРК. Он вводит понятие коэффициента пригодности (отношение суммы туристских функций региона к сумме туристских функций местности), с помощью которого возможно сравнение разных районов.

Туристские исследования В.Б. Нефедовой [22] посвящены изучению озерных побережий. Она отмечает, что основополагающим фактором при проведении рекреационно-оценочных работ служит ландшафтная карта, на основе которой создаются прикладные ландшафтные карты использования территорий.

В.Н. Ганапольский [5] считает туризм особым видом спортивно-оздоровительной деятельности и выделяет шесть основных его аспектов: социологический, педагогический, психологический, медицинский, экологический, технический. По его мнению, наиболее актуальные проблемы туризма – это безопасность туристов и сохранность окружающей среды.

А.Н. Тарасов [28] и ряд других советских ученых делают акцент на оценку растительного покрова. Кроме сугубо лесных показателей, например, полнота, возраст и состав, ими изучаются факторы, названные внешними, т.е. наличие эстетической привлекательности, пейзажа, водных объектов, туристских достопримечательностей и элементов ландшафтов горных хребтов, вершин, пещер, историко-культурных памятников. Оценивание проводилось по 20-балльной шкале.

М.Д. Шарыгин, Т.В. Субботина и С.Б. Фоминых предлагают следующую формулу оценки рекреационного потенциала:

$$РП = K_1 K' + K_2 \Gamma + K_3 Ж + K_4 P + \Theta + П,$$

где РП — рекреационный потенциал; K_1, K_2, K_3, K_4 — вес значимости природных компонентов в общем итоге; K — гидроклиматический потенциал; Γ — геолого-геоморфологические особенности территории; $Ж$ — животный мир, P (растительный мир) — биологический потенциал; Θ — экологическая ситуация в районе; $П$ — привлекательность территории [33].

Обобщая рассмотренные работы советских и российских ученых, нетрудно заметить преобладание в них оценок природных компонентов в целях выявления туристского потенциала территорий. Однако особого интереса к исследованиям других компонентов туризма не проявлялось, вследствие чего оценки оказывались недостоверными.

Тем не менее в последнее десятилетие интенсивно проводятся исследования в области развития методик оценки туристского потенциала, создаются новые и разрабатываются улучшенные на основе имеющихся. Рассмотрим несколько примеров.

Одним из новых методов является метод Е. А. Джанджугазова [8]. В своей работе он отмечает необходимость эффективного управления ресурсами, разработки и применения следующих параметров: 1) количественная оценка ресурсов; 2) оценка структуры потенциала, степень использования частных потенциалов; 3) оценка возможностей использования ресурсов; 4) систематический учет состояния туристских и рекреационных ресурсов и определение их значения для развития туризма региона. Это может быть реализовано в случае существования туристских и рекреационных кадастров.

Е.И. Богданов [1] приводит сугубо-экономический интегральный метод оценки совокупного туристского потенциала. Она указывает на необходимость в процессе оценки различения таких понятий, как 1) суммарный объем ресурсов туристского потенциала; 2) величина туристского потенциала; 3) показатель реализации туристского потенциала.

Суммарный объем отражает максимально возможный объем туристских ресурсов, которыми располагает территория на данный момент времени, выраженный в одних единицах. Количественный показатель туристских ресурсов относится к экстенсивным факторам наращивания туристского потенциала. Продуктивность туристских ресурсов, как определяющая качественная характеристика, относится к интенсивным факторам. А факторы, которые помогают увеличению количества и развитию качественных параметров туристских ресурсов, относятся к условиям, обеспечивающим воспроизводство туристского потенциала территории. Роль внутренних факторов заключается в том, что они при заданной величине туристских ресурсов и их качестве позволяют повысить туристский потенциал территории.

Величина туристского потенциала представляет собой максимально возможный объем производства и реализации туристских услуг при данном количестве и качестве имеющихся туристских ресурсов в условиях, обеспечивающих наиболее полное их использование по времени и продуктивности. Данный показатель характеризует максимально возможную отдачу туристского потенциала. Показатель реализации туристского потенциала отражает достигнутый уровень его использования и характеризует фактическую отдачу туристских ресурсов.

Критерий эффективности использования туристского потенциала территории (K_3) может быть представлен в виде отношения

$$K_3 = \frac{\text{Эп}}{\text{Зп}},$$

где Эп — эффект от реализации территориального туристского потенциала; Зп — затраты, потребовавшиеся для достижения Эп .

Метод расчета турпотенциала, предложенный А.В. Дроздовым [9], ориентирован на применение в условиях особо охраняемых природных территорий — национальных парков. Первый этап рассматриваемой методики предполагает выделение основных компонентов туристского потенциала, подлежащих оцениванию. Всю совокупность этих компонентов целесообразно разделить на две основные группы: а) природные и культурные ландшафты и их компоненты; б) средства и условия осуществления туров (программ, экскурсий).

Второй этап предусматривает непосредственное проведение оценки туристского потенциала территории. Обычно туристский потенциал и ресурсы рекомендуется оценивать в функциональном, гигиеническом, эстетическом, технико-экономическом и природоохранном аспектах.

Критериями оценки для элементов природных и культурных ландшафтов и для самих этих ландшафтов должны служить в первую очередь их происхождение и история, уникальность и сохранность (нарушенность), аттрактивность и различные характеристики разнообразия, включая видовое богатство флоры и фауны.

Подгруппу «условия» следует оценивать, опираясь на существующие нормативы — экологические и иные нормы безопасности, допустимые туристские нагрузки и нормы неистощительного ресурсопользования.

Многие компоненты потенциала удастся оценить количественно, поэтому для получения итоговой, суммарной оценки целесообразно переводить все количественные оценки в качественные. При оценке подгруппы компонентов «условия, способствующие и препятствующие осуществлению

тура», последним надлежит присваивать баллы с отрицательными значениями, вычитая их из общей суммы баллов итоговой оценки.

Интегральная оценка туристского потенциала любого объекта или территории конвенциональна, поскольку она неизбежно включает качественные показатели и позволяет давать содержательную трактовку только в сравнении с оценкой потенциала другого объекта.

В.А. Рубцовым и С.А. Шабалиной [24] предложен алгоритм оценок комплексного рекреационного потенциала территории, его составных частей, пересечения, взаимовлияния друг на друга.

На первом этапе формируется конечная цель оценивания территории, сюда можно отнести оценку степени рекреационной привлекательности отдельных районов и населенных пунктов. Далее на основании неформальных соображений и содержательного анализа проблемы устанавливается перечень характеристик (необязательно количественных), определяющих значение искомых оценок. Но поскольку значимость различных факторов при формировании искомой оценки может быть различной, факторы упорядочиваются в соответствии с представлениями субъекта оценивания об относительной значимости факторов для конечного результата.

Исходя из конкретных условий территории и их содержательного анализа, а также требуемой точности и возможности субъекта оценивания территория разбивается на операционно-территориальные единицы (ОТЕ). Для каждого из отобранных факторов совокупность ОТЕ упорядочивается (ранжируется) в соответствии со степенью обладания свойствами, описываемыми этим фактором.

Полученные результаты переносятся на одномасштабные карты, что позволяет изучить особенности территориальной дифференциации каждой составляющей рекреационного ресурса в отдельности. Общий интегральный рекреационный потенциал определяется методом наложения компонентных карт одной на другую.

В частности, можно выделить следующие слои, каждый из которых уже сам по себе практически является самостоятельной картой: природно-климатический, архитектурно-исторический, техногенно-экологический, спортивно-прогулочный, религиозно-паломнический.

Е.Ю. Колбовский [14] считает возможным осуществить оценку туристского потенциала по следующему плану:

1. Наличие привлекательных объектов исторического наследия.
2. Наличие уникальных природных объектов и объектов, связанных с культурным ландшафтом.
3. Наличие мест стихийного рекреационного притяжения (мест, которые выбраны населением для отдыха самостоятельно).
4. Заключение о характере туристско-рекреационного потенциала региона: а) какие виды элементарных рекреационных или туристских занятий могут иметь место в пределах региона; б) какие объекты уже активно используются в туризме; в) какие виды туризма (пеший, автомобильный, конный, водный) имеют наибольшие перспективы для развития при наличии средств; г) какие новые маршруты могут быть предложены; д) какие проблемы и факторы ограничивают использование природного и культурно-исторического потенциала территории.

Ю.А. Худеньких [32] разработал методику оценки туристского потенциала территории, основанную на следующих принципах: объективность показателей, ключевые показатели, относительность (сравнимость), дополнительная коррекция. Оценка туристского потенциала проводится применительно к наиболее массовым формам туризма, которые можно ассоциировать с «туризмом вообще» (оздоровительный, познавательный, спортивный, деловой, лечебный). В качестве субъекта оценивания берется абстрактный турист, проживающий за пределами региона. Приводится пример расчета баллов по каждому блоку и по некоторым параметрам вводятся дополнительные коэффициенты. Предлагается методика расчета корректирующих коэффициентов, касающихся информационного блока туристского потенциала. Узнаваемость географических объектов на территории рекомендуется рассчитывать по одному из самых полных энциклопедических изданий страны или региона. Итоговый результат составляет не количество баллов, а доля каждой конкретной территории в природном, историко-культурном, социально-экономическом компонентах потенциала. После окончания процесса оценивания следует рассмотреть вопрос об адекватности полученных результатов.

В основе методики П.С. Ширилкина и А. С. Пахомовой [34] лежат следующие критерии:

- 1) перспективность территории для развития на ней требуемых видов туризма;
- 2) транспортная доступность (круглогодичная или сезонная);

- 3) комплексность туристских ресурсов и их сочетание;
- 4) плотность туристских ресурсов;
- 5) сервис, гостеприимство, информатизация;
- 6) туроперейтинг;
- 7) сочетание природных территорий туризма.

По данной методике каждый район станет своеобразным полюсом роста, а вдоль транспортных путей возникнут «коридоры» роста. Соседние районы, не вошедшие в выделяемый перечень, также постепенно испытают пропульсивное влияние. Они станут второй очередью освоения.

Выделяются следующие этапы работы:

- 1) построение картоида — на карту выбранного региона наносится «сетка» основных туристских маршрутов;
- 2) определение перечня приоритетных районов;
- 3) составление кадастра туристских ресурсов;
- 4) применение матричного анализа выбранных территорий;
- 5) методика оценки туристской привлекательности территорий;
- 6) проверка на объективность.

Оценка каждого из уровней потенциала региона (элемента модели) осуществляется по формуле

$$n_p^i = \sum V_{\phi_j} \times Z_{\phi_j},$$

где V_{ϕ} — фактическая оценка фактора развития уровня, Z_{ϕ} — взвешенная значимость данного фактора развития уровня. При этом

$$Z_{\phi_j} = \frac{VZ_j}{\sum_{j=1}^k VZ_j},$$

где k — число факторов с ненулевым уровнем значимости.

Общая оценка туристского потенциала региона осуществляется по формуле

$$n_p^{\tau} = \sqrt[3]{n_p^o \times n_p^p \times n_p^n}.$$

В последние годы в работах по оценке туристского потенциала все чаще стали использоваться геоинформационные технологии. С помощью этих средств появляется возможность ускорить работы, связанные с огромным количеством информации. Такие работы были выполнены А.М. Саранчой, где она описывает туристский потенциал Удмуртской республики, и М.А. Чубом по Амурской области.

Рассмотрим методы расчета туристского потенциала некоторых западных исследователей.

Так, португальские ученые J.C. Ribeiro и L.C. Vareiro [38], чтобы рассчитать туристский потенциал, разделяют стороны предложения и спроса. Объекты анализа со стороны предложения — это количество и качество аттрактивных объектов конкретной территории. С точки зрения спроса — это восприятие и интересы туриста на анализируемой территории.

В работе португальских ученых для расчета туристского потенциала используется следующая формула:

$$IPT_i = \alpha Fr_i + \beta Fa_i + \delta Fe_i,$$

где IPT_i — индекс туристского потенциала в городе «i», Fr, Fa, Fe — величины «ресурсов», «доступности» и «оборудование» города «i», α, β, δ — коэффициенты взвешивания.

Весовые коэффициенты, приписываемые каждому из элементов при разработке модели, оправданы тем, что не все из них одинаково важны при расчете туристической ценности дестинаций.

Теми же авторами, для того чтобы присваивать балльные оценки разным ресурсам, используется 4-балльная шкала:

- 1) локального значения,
- 2) регионального значения,
- 3) национального значения,
- 4) интернационального значения [38].

Чешские специалисты приходят к выводу, что фокусом туристского исследования является ландшафт [42]. По их мнению, туристский ландшафт — результат развития некоторых процессов благодаря деятельности страны, региональных офисов, туристских агентств, туристов и др.

Огромной популярностью пользуется ежегодный отчет *The Travel & Tourism Competitiveness Report*, который издается с 2007 г. [37]. На сегодняшний день рассматривается туристская сфера уже 140 стран, которые по индексам, разработанным организаторами ежегодника, сравниваются между собой и получают соответствующие рейтинговые места. *TTCI* (*Travel and Tourism Competitiveness Index*) индекс состоит из трех субиндексов: 1-й субиндекс, регулирующий рамки туризма и путешествий (*regulatory frameworks subindex*), 2-й субиндекс предпринимательской деятельности и инфраструктуры (*business environment and infrastructure subindex*) и 3-й субиндекс природных ресурсов, культуры и людей (*human, cultural, and natural resources subindex*). Каждый из субиндексов, в свою очередь, состоит из разных других показателей, которых насчитывается в целом 14, такие как туристская инфраструктура, безопасность, устойчивая среда, человеческие ресурсы и т.д. В 2013 г. индекс колебался между 2,59 (Гаити — 140-е место) и 5,66 (Швейцария — первое место) баллов. Индекс и отчет в целом имеют большое значение, поскольку рассматривается довольно большое количество показателей, что дает возможность сравнения среди широкого круга стран. Слабая сторона отчета состоит в том, что *T&T* — индекс, основываясь на международных показателях относительно той или иной сферы, не учитывает локальных туристских значений. Например, во время расчета индекса, отражающего культурное значение страны и ее природные ресурсы, берутся только те объекты, которые имеют общемировое значение, хотя они могут представлять интерес и в других аспектах. К тому же не учитывается территориальная разница, т.е. проблема расстояния, которая может оказывать существенное влияние на оценку.

Несмотря на большое количество работ, связанных с изучением туристского потенциала территории, на сегодняшний день отсутствует общепринятый метод оценивания туристского потенциала региона или страны. Это объясняется как разнообразием туристских мест и ресурсов, так и разнообразием видов туризма. Если советские ученые большое значение придавали природным компонентам, то западные ученые более тщательно рассматривали аттрактивность конкретных объектов или комплексно аттрактивность всех объектов региона с позиций туристов. Подтверждение этому служат слова А.И. Зырянова о том, что у советских и российских географов приоритетным направлением в исследованиях является природно-ресурсная основа территориальной организации общества. В продолжение этому С.Б. Лавров и Г.В. Сдасюк отмечают, что в большинстве глобальных моделей, которые были разработаны в западных странах, достаточно слабо представлена природно-ресурсная составляющая [11, с. 4]. Нельзя отрицать значимость тех и других работ и тех и других случаев. Одна из наиболее насущных проблем — отсутствие единого метода подсчета туристского потенциала, что лишает возможности сравнивать потенциал одного региона с потенциалом другого (о необходимости такого сравнения пишет и В.А. Квартальнов [10]). Можно использовать разные существующие методы, связанные с природными факторами, для оценивания туристского потенциала локальных мест или для решения конкретных задач. Однако полезнее будет их реализация в интегральных методах, оценивающих потенциал в зависимости от многих факторов (в том числе природных). Нельзя не придавать значения работам разных европейских исследователей, которые рассматривают туристский потенциал отдельных городов (например, в Португалии), однако их недостаток заключается в оценке городов отдельно от региона, т.е. при оценивании внутреннего потенциала города не учитываются его роль и значение в регионе и стране. Более значимыми являются работы, в которых дается оценка информационным, инфраструктурным показателям и доступности места. На наш взгляд, вполне логично проведено деление потенциала по следующим компонентам: аттрактивность места, доступность, информация, туристские и другие инфраструктуры. Некоторые ученые рассматривают туристский потенциал с чисто экономической точки зрения, подразделяя его на туристский потенциал и спрос. При этом получают оценку только факторы, связанные лишь с инфраструктурным показателем.

На наш взгляд, более продуктивным и достоверным будет интегральное оценивание туристского потенциала, если в процессе оценочных работ будут использованы разные методы оценок исходя из конкретного типа ресурса. На сегодняшний день наиболее важно при оценке туристского потенциала избежать субъективности. Несмотря на попытки использовать разные методы, опросы с разными подходами, с многочисленными и представляющими разные сферы участниками, однако вопрос, касающийся оценки туристского потенциала, остается проблемным. Если, допустим, можно определить полезные свойства минеральных вод на том или ином участке, комфортность погоды для среднего человека, то нелегко оценить привлекательность ландшафта, историко-культурного наследия и т.д. Трудность состоит, как уже подчеркивалось выше, в значимости и ресурсов

для индивидуального туриста, которая будет субъективной. И этому субъективному мнению (к примеру, о привлекательности места) свойственно меняться в зависимости от многих факторов, например, вследствие роста популярности.

В связи с этим следует указать на большую роль экономических оценок, в которых делается акцент не столько на привлекательности места, сколько на его возможностях принимать туристов, а также других экономических факторов, связанных с туризмом.

Не менее значительным фактором, влияющим на туристскую оценку, считается опыт туристского региона. Выше отмечена субъективность оценки туристов, однако при повторяющемся из года в год наплыве туристов можно говорить об объективности. Если даже регион или место не являются традиционной туристской дестинацией, то оно должно быть замечено как привлекательный объект хотя бы местным населением.

Обобщая вышесказанное, отметим большую роль оценки туристского потенциала с помощью географических методов, для достоверности которых необходимо использовать опыт и практику туристской деятельности конкретного места.

Библиографический список

1. Богданов Е.И., Кострюкова О.Н., Орловская В.П., Фенин П.М. Планирование на предприятии туризма: учеб. пособие для вузов. СПб.: Изд. дом Бизнес-пресса 2, 2003. 288 с.
2. Бурменко Т.Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т.А. Сфера услуг: экономика: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2007. 328 с.
3. Веденин Ю.А., Филиппович А.С. Опыт выявления и картирования пейзажного разнообразия природных комплексов // Географические проблемы организации туризма и отдыха. 1975. Вып. 2.
4. Веденин Ю.А., Мирошниченко Н.Н. Оценка природных условий для организации отдыха // Известия АН СССР. Серия географическая. 1969. № 4. С. 51–60.
5. Ганопольский В.И. Методика и принципы прогнозирования регионального развития туризма // Географические проблемы охраны природы при организации отдыха и туризма. М.: АН СССР, 1987. С. 73–78.
6. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности. М.: Нолидж, 1996. 320 с.
7. Данилова Н.А. Проблемы территориальной организации туризма и отдыха // Материалы III Всес. совещ. по географическим проблемам туризма и отдыха. М., 1976. С. 62–439.
8. Джанджугазова Е.А. Формирование стратегии развития регионального туристско-рекреационного комплекса: дис. ... д-ра экон. наук. М., 2005. 204 с.
9. Дроздов А.В. Экотуризм: определения, принципы, признаки, формы // Актуальные проблемы туризма-99. Перспективы развития туризма в южном Подмоскowie: сб. докл. и тез. сообщений научно-практ. конф. 27 апреля 1999 г. М., 1999. С. 122–129.
10. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма: справочник. М.: Финансы и статистика, 2003. 368 с.
11. Зырянов А.И. Ландшафтные рубежи контрастности и территориальные социально-экономические системы. Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 1995. 144 с.
12. Зырянов А.И., Сафарян А.А. Рекреация и туризм как этапы развития территории // Региональные исследования. Вып. 1. Смоленск, 2015.
13. Исаченко А.Г. Представление о геосистеме в современной физической географии // Изв. РГО. 1981. Т. 113, №4. С. 297–306.
14. Колбовский Е.Ю. Экологический туризм и экология туризма: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Академия, 2006. 256 с.
15. Котляров Е.А. География отдыха и туризма. Формирование и развитие территориальных рекреационных комплексов. М.: Мысль, 1978. 238 с.
16. Крачило Н.П. Основы туризмоведения. Киев, 1980. 120 с.
17. Кусков А.С., Иванов А.В., Яшков И.А., Ширинкин П.С. Туристское ресурсоведение: учебник. М.: Университетская книга, 2011. С. 34–59.
18. Кусков А.С., Арсеньева Е.И. Экотуристский потенциал особо охраняемых природных территорий и проблема его использования // Современный город: социокультурные и экономические перспективы: межвуз. сб. науч. ст. по итогам Всерос. науч.-практ. конф. Саратов, 2004. С. 257–260.

19. Лихонов Б.Н., Ступина Н.Н. Программа характеристики природных компонентов ландшафтов при проектировании рекреационных комплексов // Географические проблемы туризма и отдыха. М., 1975. С. 62–81.
20. Лысенко Н.Н. Совершенствование оценки потенциала туристского комплекса: на примере Сахалинской области: дис. ... канд. экон. наук. Хабаровск, 2009. 174 с.
21. Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационная география. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981. 207 с.
22. Нефедов В.Б. Рекреационное использование территорий озерных побережий // Учен. записки Тартусского ун-та. 1981. №2. С. 27–32.
23. Прудский В.Т., Бурьлова Л.Г., Голиков О.П. Туристский потенциал регионов РФ: понятие, структура, оценка. Пермь, 2005. С. 6.
24. Рубцов В.А., Шабалина С.А. Оценка рекреационного потенциала и развитие внутреннего туризма в Республике Татарстан // Туризм и региональное развитие: мат. III междунар. науч.-практ. конф. Смоленск: Универсум, 2004. С. 376–381.
25. Сазыкин А.М. Полемиические заметки географа о проблемах терминологии в рекреационной географии и туризме // Туризм на Дальнем Востоке: бизнес, инвестиционные стратегии, образование и экология: мат. регион. науч.-практ. конф. Дальтур-2001. Владивосток: ДвГУ, 2002. С. 306–310.
26. Саранча М.А. Рекреационный потенциал Удмуртской Республики: географический анализ и оценка: дис. ... канд. геогр. наук. Ижевск, 2006. 187 с.
27. Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учеб. пособие. М.: КНОУРС, 2007. 256 с.
28. Тарасов А.Н. Опыт туристской классификации лесов Кавказа // Вопросы развития туризма. Сухуми, 1973. С. 28–33.
29. Ушаков Д.С. Стратегическое планирование в туризме. Ростов н/Д: Феникс, 2007. 285 с.
30. Файбусович Э.Л., Чечетова Л.В. Методика оценки природных условий для туризма // Краеведение и туризм. Л., 1973. С. 3–15.
31. Хелашивили И.Т. Принципы и методы оценки рекреационных ресурсов для иностранного туризма СССР (на примере Грузинской ССР): дис. ... канд. геогр. наук. М., 1984. 146 с.
32. Худеньких Ю.А. Подходы к оценке туристского потенциала территории на примере районов Пермского края // География и туризм: сб. науч. тр. Вып. 2. Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 2006. С. 217–230.
33. Шарыгин М.Д. Природно-ресурсный потенциал и его оценка // Эколого-экономические районы. Пермь, 1995. С. 108–118.
34. Ширинкин П.С., Пахомова А.С. Определение приоритетных территорий Пермского края для развития туризма: теория, методология, практика // Вестник Пермского института искусства и культуры, 2007. №5. С. 99–113.
35. Закон об основах туристской деятельности в Российской Федерации. Федеральный закон от 05.02.2007 N 12-ФЗ. Опубликован 9 февраля 2007 г. в "РГ" — Федеральный выпуск № 4291.
36. Clawson M., Knetsch J. The Economics of Outdoor Recreation. Johns Hopkins University Press, 1966.
37. Blanke J., Chiesa T. The Travel & Tourism Competitiveness Report. World Economic Forum, 2013.
38. Ribeiro J.C., Vareiro L.C. The Tourist Potential of the Minho-Lima Region (Portugal). Visions for Global Tourism Industry // Creating and Sustaining Competitive Strategies, 2012.
39. Krippendorf J. Marketing im Fremdenverkehr. 2. Auflage. Bern; Frankfurt am Main; Las Vegas, 1980.
40. Swarbrooke J. The Development and Management of Visitor Attractions. Butterworth-Heinemann, 1995.
41. *Worldwide Destinations*. The geography of travel and tourism. Fourth edition by B.G. Boniface, C.C. Elsevier. Butterworth-Heinemann. 515 p.
42. Antoušková M., Mikulec J. Use of GIS to study tourism burden — case study of protected landscape area Kokořínsko. Actaacademica Karviniensia, 2011.

A.A. Safaryan

**APPROACHES TO THE ESTIMATION OF THE TOURISM POTENTIAL
OF THE TERRITORY**

The paper discusses some terminological problems arising in tourism and recreation science. One of them is related to the term "tourist", "recreational" and "tourism and recreation". Semantic differences between them are vague. No less problematic is the question regarding the concepts of "tourist resource" and "tourism potential". Have been analyzed different approaches to the establishment of tourist resources and potential, while on review were taken works of both domestic and foreign scientists.

Key words: tourism potential, tourist resources, objects of attraction, tourist service

Safaryan A. Azat, assistant, aspirant of Tourism Department, Faculty of geography Perm State University; Russia 614990, Perm, st. Bukirev 15; azatsafaryan@mail.ru