

УДК 910.1+379.85

В.К. Крыстев¹**ТУРИСТСКОЕ РАЙОНИРОВАНИЕ: ДИСКУРС О МЕТОДЕ**

В статье представлено синтетическое понимание теоретических и прикладных аспектов метода туристского районирования. Основной акцент делается на рационализации применения данного метода как важной предпосылки для эффективного планирования и управления туризмом. Обобщены теоретические подходы и практический опыт определения критериев (принципов и признаков) выделения туристских районов. Подчеркнуто значение как традиционных, так и инновационных признаков (например, имиджа территории), определяющих характер туристского районирования. В соответствии со структурными особенностями территории выявлены закономерности проектирования количества, конфигурации, специализации, названий и границ потенциальных туристских районов. На основе выявленных закономерностей предлагается оригинальный методологический подход к осуществлению туристского районирования, который позволяет нивелировать типичные недостатки его применения.

Ключевые слова: туристский район, туристская система, туристская специализация

Введение. Стремление к рациональному использованию ресурсов и грамотному управлению ими, к оптимизации хозяйственной деятельности и сопутствующей инфраструктуры обуславливает необходимость общей систематизации территориальных комбинаций, что отождествляется с районированием географического пространства. В зависимости от структурно-функционального характера выделяемых районов принято говорить о комплексном и отраслевом районировании. Туристское районирование, учитывая его специализацию в конкретной социально-экономической деятельности, относится к отраслевому районированию. Его следует рассматривать как инструмент изучения территориальной организации туризма и как отражение определенного этапа территориального развития туризма [Рекреационные системы ..., 1986]. С точки зрения масштаба пространства, поставленной цели и определения критериев процесс туристского членения территории в значительной степени зависит от количества, объема, конфигурации, названия, специализации и границ выделяемых туристских районов.

Туристское районирование широко используется во многих странах. Его значение для полноценного функционирования туризма неоспоримо, но способ применения из-за субъективных представлений о туристской реальности не лишен ошибок и двусмысленностей. Чаще всего они возникают на начальном этапе разработки теоретических основ районирования. Причинами ошибок могут стать сложновыполнимые или нереалистично поставленные цели, неправильный выбор подходов и критериев применения метода, нецелесообразное заимствование моделей и элементов туристской практики других стран и районов, неучет недостатков предыдущих схем районирования и др. Многие ошибки ставят под сомнение объективность районирования, уже

официально принятого на национальном уровне, как, например, в случае с новым туристским районированием Болгарии, утвержденным в 2015 г. [Крыстев, 2015]. Опыт разных стран (Болгарии, Польши, Италии) показал, что конфликты территориального характера или проблемы с неэффективным развитием туризма являются результатом ошибок районирования [Casari, 2008; Cabaj, Kruczek, 2009; Крыстев, 2015]. Таким образом, цель данной статьи – внести ясность в научное и практическое содержание метода туристского районирования.

Сущность и значение районирования как синтетического метода. Районирование является целенаправленной деятельностью, связанной с планированием и использованием географического пространства, оно обеспечивает «объективную основу для всех видов региональных исследований и преобразований» [Голубчик и др., 2015, с. 269]. Туристское районирование должно основываться на главных элементах, определяющих содержание туризма: туристских ресурсах и услугах, материальной базе, туристских миграциях, инвестиционной деятельности в туризме и т.д.

Как способ членения территории, районирование направлено на выделение таксонов (районов, субрайонов, микрорайонов, центров), обладающих относительной однородностью и соответствующих, согласно Э.Б. Алаеву, как минимум двум критериям: «критерию специфики данного таксона и критерию единства, целостности районлируемых элементов» [Алаев, 1977, с. 71].

Основным таксоном является *район*. Это территория, которая отличается «единством, взаимозависимостью, целостностью составляющих элементов» [Алаев, 1977, с. 48]. Внутрирайонные связи между элементами, составляющими район, более устойчивы, чем межрайонные [Евдокимов с соавт., 2017, с. 123]. Правильное формирование и функцио-

¹ Экономический университет (Варна), факультет менеджмента, кафедра экономики и организации туризма, доцент, канд. геогр. н.; e-mail: viliank@ue-varna.bg

нирование районов – залог оптимальной территориальной организации и основа стратегического развития территории. Функции района направлены на повышение качества социокультурной среды и на достижение эффективного развития хозяйства.

Районирование всегда проводится с определенной целью, в соответствии с которой для территориального членения подбираются критерии (принципы, признаки). Например, физико-географическое, экономическое, туристское, транспортное и другие виды районирования преследуют разные цели и по-разному структурируют географическое пространство. Районообразование является объективным и закономерным процессом. Оно отождествляется с формированием устойчивых пространственных структур, обладающих высокой интенсивностью внутренних связей и взаимодействием между элементами. Таким образом, районообразование выступает в качестве одного из способов изучения гетерогенной природы географической среды [Миرونенко, Твердохлебов, 1981; Евдокимов с соавт., 2017]. Для туристского районирования процесс районообразования следует рассматривать лишь в качестве одного из проявлений социально-экономического развития пространства [Кружалин с соавт., 2014].

Структурные особенности туристского районирования. В концептуально-терминологическом аспекте в научной литературе, кроме *туристского*, речь идет и о *рекреационном* районировании. Рекреация традиционно воспринимается как более широкая предметно-ориентированная деятельность, туризм в которой понимается как частная функция [Миرونенко, Твердохлебов, 1981; Бъчваров, Апостолов, 1982; Пирожник, 1985; Dewally, Flament, 1996; Innocenti, 2002; Ердавлетов, 2010; Тарасёнок, 2011]. Близость этих областей предполагает использование термина «рекреационно-туристское районирование». Однако во избежание недоразумений содержательного характера в определении *туристского* и *рекреационного* районов эти термины можно рассматривать как синонимы.

Поскольку туристское районирование относится к отраслевым, его применение направлено на выявление закономерностей в пространственной организации туризма. Однако учитывая тот факт, что туризм в большинстве случаев проявляет себя как поздняя организация пространства, предмет туристского районирования не может рассматриваться в рамках только одной отрасли хозяйства. Необходимо выявить прямые и косвенные связи между туризмом и другими видами экономической и социальной деятельности, а также инфраструктурой [Котляров, 1978]. Такие связи обеспечат адекватное использование схем районирования, а также территориальную нодальность (узловое взаимодействие между элементами, составляющими систему туризма). Успешное туристское районирование, однако, является результатом взаимодействия не только элементов территориальной системы туризма между собой, но и элементов туризма с другими

социально-экономическими процессами, связанными с организацией туризма. Нодальность раскрывает существование общих единиц в пространственной организации отраслевых систем (одной из которых является туризм), формируя, таким образом, районообразующие комплексы [Бакланов, 2012]. Учитывая тот факт, что районообразующие комплексы обеспечивают туристской системе территориальную целостность и управляемость, они играют центральную организующую роль в процессе районирования туризма, устанавливая предпосылки для реализации *принципа объективности*.

В геоструктурном измерении специфика выделяемых туристских районов выражается, прежде всего, в их конкретной специализации. Единство составляющих район элементов обуславливает его относительную территориальную целостность. Последнее свойство является результатом пространственных зависимостей между подсистемами, представляющими собой: природные и культурные ресурсы, материальную базу туризма, демографические условия, транспортную инфраструктуру, органы управления и другие проявления социально-экономических факторов и их взаимосвязь с туризмом.

Роль ресурсов как ведущего критерия в процессе членения территории обуславливает специализацию туристских районов, главным образом, путем определения их функциональной ориентации на конкретные формы туризма – морской отдых, зимние виды спорта, культурный туризм и т. д. Поскольку количество и качество туристских ресурсов характеризуется дисперсным в пространстве характером, специализация туристских районов во многих случаях выступает как гетерогенная с одной или двумя ведущими формами туризма и несколькими второстепенными.

В соответствии с особенностями территориальной структуры туристской деятельности существуют определенные различия в дифференциации туристского пространства, которые выражают степень его *мозаичности*. Мозаичность туристского пространства в значительной степени зависит от разнообразия туристских ресурсов и их инфраструктурной и технической обеспеченности. В случае концентрации территориальной структуры туризма вокруг определенных туристских ресурсов стимулируется процесс формирования ядра туристского пространства [Кружалин с соавт., 2014]. Развитие туризма в ядре создает гравитационное поле, оказывающее влияние на остальную часть территории и, таким образом, структурируя центр потенциального туристского района. Величина и сила гравитационного притяжения туристского ядра зависят от радиуса распространения его влияния, которое естественным образом проецируется на смежную территорию.

В сфере туризма районирование также сопровождается ярко выраженным маркетинговым фокусом, который учитывает значение территориальной идентичности с основной целью проектирова-

ния туристского имиджа и бренда районных образований. Это позволяет туристским районам приобретать персонализацию образного позиционирования, отражая такие важные предпосылки их конкурентоспособности, как совершенствование специализации и региональной насыщенности рекреационно-туристской деятельности, рост привлекательности рыночной среды, повышение потенциала инвестиционного климата территории и т. д.

Туристский район как территориально-структурное образование. Еще в середине XX в. У. Тоски (1897–1966), один из основателей географии туризма в Италии, рассматривал туристский район в трех основных аспектах: а) в соответствии с ролью, которую район играет в туристском движении (выделены эмитентные, рецептивные и транзитные туристские районы); б) как экономический район, где туристский феномен преобладает над другими видами экономической деятельности; в) как традиционный или административный район, в котором туристская деятельность отличается своими особенностями [Toschi, 1957].

С точки зрения региональной организации туризма, определение природы района имеет наибольшее значение в его понимании, прежде всего, как экономического района.

Туристский район представляет собой территориальную социально-экономическую систему, состоящую из нескольких взаимосвязанных подсистем: туристов (отдыхающих), туристских ресурсов, инфраструктуры, трудовых ресурсов, органов управления [Теоретические ..., 1975]. В зависимости от качества территориальной стыковки этих подсистем туристский район вполне естественно характеризуется определенным уровнем развития, туристской специализацией и отдельной внутренней иерархической структурой.

Под влиянием системной парадигмы и принимая во внимание опыт различных авторов [Biagini, 1986; Simunout, 1987; Апостолов, 2003; Casari, 2008], туристский район следует понимать как *однородную территориальную область, обособленную на основе валоризованного туристско-ресурсного потенциала и обладающую собственной структурой туристского обслуживания с ее специализацией, иерархией развития и туристским образом (имиджем)*. Имидж подчеркивает географическую индивидуальность и семантику туристской привлекательности района, развивающиеся на естественных, культурно-исторических и экономических ресурсах.

Критерии (принципы и признаки) туристского районирования. Туристское (рекреационное) районирование осуществляется на основе определенных критериев с учетом влияния комплекса факторов географической среды. В качестве ведущих критериев следует упомянуть, в первую очередь, наиболее характеризующие туризм признаки: природные и антропогенные условия и ресурсы и степень их туристской освоенности; характер предлагаемого туристского продукта; объем и территори-

альное распределение туристских миграций; характер систем коммуникаций; присвоенные туристские функции территории и др. По пространственному взаимодействию этих признаков выделяются туристские районы, объединенные общностью природных и культурно-исторических комплексов и имеющие определенную специализацию.

В работах разных авторов наблюдаются существенные различия в определении количества и содержательного веса критериев, учитываемых при выделении туристских районов. Е.А. Котляров, придавая большое значение экономическому взаимодействию субъектов туризма, выделяет основные районообразующие признаки: а) специализация территории с точки зрения туристской деятельности; б) степень взаимосвязи туристского хозяйства с местными отраслями; в) отношение доли трудовых ресурсов в сфере туризма к общей доле занятых на данной территории [Котляров, 1978].

И.И. Пирожник выделяет главные принципы туристского (рекреационного) районирования: *генетический*, подразумевающий выделение районов на основе исторического анализа территориальной организации рекреационного хозяйства и прогноза ее развития; *социально-экономический*, основывающийся на поиске рекреационных районов для максимального удовлетворения рекреационных потребностей общества, рационального использования рекреационных ресурсов, повышения эффективности территориального разделения труда, интеграции рекреационных функций и сокращения затрат на рабочую силу в производстве туристских услуг; *принцип единства*, включающий в себя экономическое районирование и административно-территориальное деление и определяющий координацию развития отраслей в районе, оптимизацию движения туристских потоков и рациональное использование трудовых и территориальных ресурсов. В качестве основных признаков И.И. Пирожник определяет: характер рекреационной специализации и степень освоенности территории; типы рекреационных ресурсов; рекреационные функции территории; транспортно-географическое положение; географию рекреационных миграций; экономические связи между предприятиями; наличие регионального центра с развитой социальной инфраструктурой [Пирожник, 1985].

М. Казари дифференцирует критерии выделения туристских районов по двум большим группам, отражающим туристские функции территории: естественным ресурсам и ресурсам антропогенного происхождения [Casari, 2008]. Районы выделяются по концентрации определенного туристского потенциала, по выбору отдыхающими той или иной формы туризма, а не как экономические субъекты, от которых зависит управление туризмом.

В теории современного туристского районирования представлены противоречивые мнения авторов по выбору ведущих критериев. Например, некоторые считают выделение туристских районов, охватывающих всю территорию стран вместе с об-

ластями, где туристская деятельность отсутствует, «методологически некорректным» [Бъчваров, Апостолов, 1982; Апостолов, 2003]. Напротив, другие авторы [Асташкина с соавт., 2010; Кружалин с соавт., 2014] утверждают, что туристское районирование следует проектировать и на неиспользуемые территории (делать ставку на *принцип перспективности*), где туризм практически отсутствует или слабо развит, но у него есть определенные предпосылки для развития, то есть предлагается реализация районирования без остатка. В качестве весомого аргумента в поддержку соблюдения принципа перспективности выступает постоянный процесс расширения пространственного охвата туризма [Lozato-Giotart, 2008].

Под влиянием инновационных тенденций в современном туристском районировании в качестве все более важного критерия используется туристский образ (имидж) территории, который персонализирует ее в геокультурном плане. В этом отношении процесс обособления туристских районов и их функциональная направленность в значительной степени учитывают своеобразие территории, ее стереотипный образ, стимулирующий потенциальных туристов. По мнению Дж. Валусси, туристский район должен создаваться «за счет восприятий сквозь образ его рецептивной туристской организации, который распространяется через средства массовой информации». Этот район, утверждает Валусси, в большинстве случаев не определяется географическими законами, но является «реальностью, воспринятой туристом субъективным путем, ориентируя его выбор и включая его цели» [Valussi, 1986, p. 20]. К соблюдению данного знаково-семантического признака в туристском районировании призывает также Ю.П. Ковалев. По его мнению, туристский район является связующим понятием, поскольку объединяет в себе не только элементы туристской деятельности, но и элементы различных «артефактов и ментифактов», которые характерным образом проектируются на развитие рекреации и туризма в районе [Ковалев, 2005, с. 123]. Туристское районирование современного типа действительно во многом зависит от образных представлений, которые в большей или меньшей степени способствуют конкретизации «туристской мечты». Более того, основная цель процесса выделения туристских районов может быть направлена на реализацию регионального маркетинга и рекламы (с последующей валоризацией районов с их логотипами и слоганами), как в случае с новым туристским районированием Болгарии от 2015 г. [Концепция ..., <http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/uploads/raionirane/koncepcia.pdf>].

Из-за отсутствия универсального туристского районирования и общих критериев для учета пространственно-временной динамики проявления туристского феномена, мы предлагаем учитывать широкий набор принципов и признаков (табл. 1). Их соблюдение позволяет в полной степени выявить территориальную неоднородность туризма.

Подходы к туристскому районированию. Как синтетический метод районирование сочетает в себе ряд специализированных методов, среди которых выделяются сравнительный, типологический, картографический и различные оценочные методы. Основными подходами к выделению туристских районов являются:

– ресурсный, основанный на количестве и качестве условий и ресурсов туризма (природных и антропогенных);

– отраслевой, подразумевающий изучение зависимостей между элементами, определяющими характер туристской деятельности. Его применение отображает внутренние связи в рамках туристской отрасли, количество и качество предоставляемых в сфере туризма услуг, территориальное распределение туристской инфраструктуры;

– социально-географический, учитывающий поведение туристов и их рекреационные потребности, мотивацию к потреблению туристских услуг и степень мобильности;

– системно-структурный, рассматривающий туризм и другие виды общественной деятельности как взаимосвязанные элементы территориальной системы.

Особое значение в современных конструктивных разработках интегральных или частных аспектов районирования туризма имеет системно-структурный подход. Он ориентирует исследовательскую деятельность в направлении, где каждый объект или явление, прямо или косвенно связанное с организацией туризма, рассматривается как элемент территориальной туристской системы. Устойчивое функционирование территориальных туристских систем является одним из приоритетов в поиске региональной однородности. В основе этого процесса лежат взаимосвязи между элементами, составляющими район, характер устойчивости которого можно установить с помощью математических моделей или статистических функций. Полученные показатели иллюстрируют географическую динамику взаимодействия ряда принципиальных для туризма явлений, подчеркивая системные зависимости и закономерности в его территориальной структуре.

Территориально-системное структурирование элементов туристского района выражается в определенном иерархическом порядке. Различаются три уровня иерархической зависимости: ядро, периферия и сфера экспансии. У М. Казари *ядро* отождествляется с историческим и экономическим центром территории, где в наибольшей степени инициировано появление туризма, которое впоследствии приобретает функции гравитационного поля для прилегающей территории. *Периферия* охватывает территорию мультипликации деятельности ядра, но с меньшей интенсивностью. *Сфера экспансии* проектируется на окружающее пространство и обладает характеристиками, делающими туристский район динамичным и изменчивым, а его границы флюидными (перемещаемыми с возможностью для будущих изменений). В пределах туристского райо-

Таблица 1

Основные принципы и признаки выделения туристских районов

Принципы	Признаки
<p>Объективность – отражение реально происходящих процессов в естественной среде и социальном развитии в рамках районных субъектов</p> <p>Перспективность – туристский район отражает не только текущее состояние туризма, но и его территориальное изменение в перспективе</p> <p>Комплексность – соблюдение интеграционных связей между элементами, составляющими территориальную систему туризма, включая взаимодействие с другими видами экономической деятельности</p> <p>Специализация – соблюдение функционального профиля территории на основе предлагаемого туристского продукта (продуктов)</p> <p>Иерархичность – соблюдение унаследованной системы субординации территориальных образований (структурированных в пространстве субрайонов, микрорайонов и центров) в туристском обслуживании</p> <p>Согласование границ туристских районов с границами административного деления – обеспечение адекватной координативности в области планирования и управления</p> <p>Толерантность – территориальный охват установленных инициатив, организационного характера (между туристскими компаниями, муниципалитетами, городами, туристскими объединениями, неправительственными организациями)</p> <p>Конструктивность – стремление к достижению определенной практической цели, поставленной перед районированием</p>	<p>Особенности <i>географического положения</i> (прежде всего экономического, транспортного, рыночного и туристско-географического)</p> <p>Характер <i>природной и культурной среды</i>; масштаб, привлекательность и степень освоенности природных и антропогенных ресурсов</p> <p>Характер <i>сезонности</i> в развитии туризма</p> <p><i>Демографические особенности</i> (количество и размещение населения, характер урбанизации)</p> <p>Объем и интенсивность <i>туристских миграций</i> на дифференцируемой территории</p> <p>Уровень <i>экономического развития в сфере туризма</i> и туристские связи</p> <p>Характер <i>транспортной сети</i> и степень транспортной доступности территории</p> <p>Территориальное распределение <i>материально-технической базы туризма</i></p> <p><i>Туристская (рекреационная) емкость территории</i></p> <p>Территориальное распределение и качество <i>трудовых ресурсов</i></p> <p>Характер <i>социально-политической ситуации</i> с точки зрения стабильности и безопасности территории</p> <p>Сформировавшийся <i>образ (имидж) территории</i> с точки зрения ее известности и региональной идентичности</p>

Таблица составлена автором на основе обобщения критериев туристского районирования различными авторами [Котляров, 1978; Пирожник, 1985; Бъчваров, Апостолов, 1982; Biagini, 1986; Рекреационные системы ..., 1986; Valussi, 1986; Casari, 2008; Кружалин с соавт., 2014].

на, в качестве более мелких пространственных образований, М. Казари выделяет туристские «округи», образующие мозаику внутрирайонного разнообразия. Их отличительными особенностями являются: доля туристической отрасли в общей структуре местного хозяйства; качество материально-технической базы; туристская специализация; плотность туристских маршрутов; образ территории, сформировавшийся под влиянием региональной идентичности [Casari, 2008].

По мнению М. Казари, система туристских районов подчиняется процессам разнонаправленного характера – консервативным, эволюционным и революционным. Характер района определяется географией окружающей среды, которая, «с одной стороны, оказывает давление на систему, а с другой стороны, стимулирует процесс регионального развития, направляя его в сторону преобразования и саморегулирования» [Casari, 2008]. Динамика развития туристских систем проявляется в территориальном охвате, конфигурации, границах, туристском потенциале и функциональных особенностях районов, превращая их в конкурирующие пространствен-

ные субъекты. Динамичный характер туристских районов выражается в непрерывной диверсификации предлагаемого туристского продукта; в колебании инвестиционной политики; в изменении маркетинговых стратегий; в непрерывном совершенствовании транспортной сети территории и т. д. Эти изменения делают территориальные туристские системы нестабильными (в конструктивном плане открытыми для изменения), а районы – уязвимыми и восприимчивыми к изменениям в пространстве и времени.

В качестве альтернативы традиционному туристскому районированию современные авторы [Александрова, 2007; Кружалин, 2008; Зырянов, Мышлянцева, 2010] предлагают применение *кластерного подхода*. О кластерах в сфере туризма стали говорить относительно недавно, но следует признать, что они приобретают все более широкое значение в теории и практике туризма. В основе формирования региональных туристских кластеров лежат процессы, аналогичные другим типам экономических кластеров – концентрация и конкуренция между туристскими субъектами, а также взаимодей-

стве субъектов в системе туризма по принципу государственно-частного партнерства. С точки зрения системно-структурного подхода, кластеры обладают иерархической структурой, состоящей из таксонов низкого и высокого порядка. В качестве ведущего критерия в процессе идентификации региональных кластеров выступает сеть горизонтальных и вертикальных связей между представляющими их туристскими, финансовыми предприятиями, государственными учреждениями, образовательными организациями и др., что дает основания говорить о региональной организации туризма.

Тем не менее, прикладное значение кластерного подхода для туристского районирования оценивается неоднозначно. Некоторые авторы [Hospers et al., 2009] подвергают критике эффективность выделения производственных кластеров по нескольким основным причинам: а) у них отсутствуют географические границы (они существуют, главным образом, в воображении их создателей); б) история географической концентрации производства показывает, что возникновение, существование и исчезновение кластеров являет собой процесс спонтанного характера, невозможно точно предсказать этапы их развития, находящиеся в зависимости от конкретных времени и места; в) характер управления кластерами характеризуется высокой произвольной избирательностью из-за развивающейся информационной асимметрии между политическим управлением и предпринимательством. Проблема еще более усложняется в связи с плохо изученными способностями самоорганизации региональных кластеров. Опыт передовых практик показывает, что копирование моделей успешно функционирующих туристских кластеров не дает хороших результатов, поскольку потенциал и разнообразие туристских ресурсов в одних областях не совпадают с условиями в других.

Специализация и название туристского района. Специализация района в сочетании с названием предопределяет его функциональную ориентацию. Эта связь имеет большое значение для повышения конкурентоспособности района в массовых стереотипах туристского контингента и для создания его территориального бренда. Специализация туристских районов часто определяется частотой и степенью использования туристско-ресурсного потенциала, за исключением случаев, когда районированию присваиваются определенные ожидания конструктивного характера: расширение регионального туристского продукта, ограничение антропогенного давления на определенный тип ресурсов за счет валоризации других и т. д. В таких случаях специализация может быть градуированной или встроеной гетерогенным образом.

В соответствии с перспективным подходом к туристскому районированию, название районов должно отображать ресурсный потенциал (под влиянием ресурсного подхода) или ведущие формы туризма (в функциональном и системно-структурном подходе). В случаях отсутствия такой связи в названиях

возникает риск попадания в «ловушку»: спроектированный туристский продукт (туристская специализация места) не соответствует стереотипным представлениям туристов о его назначении [Александрова, 2014]. Так, например, обстоит дело с некоторыми туристскими районами Болгарии (рис., табл. 2). Их названия не соответствуют специализации, что затрудняет их потенциальный маркетинг: район Дунай – зона культурно-исторического туризма; район Долины роз – бальнеологического туризма [Концепция..., <http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/uploads/raionirane/konceptcia.pdf>]. В таких случаях конкурентоспособность туристских районов в направлении освоения территориального бренда не может расти изначально.

В определенных случаях, когда наблюдается выраженная социокультурная регионализация территории, подлежащей районированию, для того чтобы добиться более яркой узнаваемости, наиболее уместно в выборе названия туристских районов следовать исторически сложившейся топонимии. Заимствование исторической топонимии с высоким информационным потенциалом персонализирует соответствующие туристские районы, отвергая необходимость в дополнительном брендинге. Такая практика в присвоении названий туристским районам широко распространена в странах с хорошо развитым процессом социокультурной регионализации (Италии, Испании, Германии, Греции, Австрии, Франции и др.). Туристские районы этих стран унаследовали как названия, так и территориальный охват и конфигурацию естественно развитых историко-географических областей. Некоторые из исторических названий (Тоскана, Кампания, Лацио, Каталония, Бавария, Фессалия, Тироль, Прованс, Шампань) имеют признанную репутацию и сильный эмоциональный заряд, накопленный с течением времени, они настолько ярки, что переходят в категорию *геоконцептов* [Калуцков, 2012].

Границы туристского района. Важным элементом структуры туристских районов являются их границы. Процесс делимитации границ часто связан с конфигурацией однородных природных или культурных географических областей. Распространенной практикой является совмещение границ туристских районов с административными границами территориальных образований регионального или федерального типа (NUTS 2 по европейской классификации), прежде всего, в странах с развитой социокультурной регионализацией национального пространства (Испании, Франции, Италии, Греции, Австрии, Германии, Хорватии и др.). Согласование границ туристских районов Болгарии с 2015 г. [Концепция..., <http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/uploads/raionirane/konceptcia.pdf>] осуществляется на более низком уровне – на уровне границ муниципальных образований (NUTS 3).

В случае стремления к более высокой объективности и во избежание значительных структур-



Туристские районы Болгарии [Концепция ..., <http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/uploads/raionirane/koncepcia.pdf>]

Tourist regions of Bulgaria [Kontseptsiya ..., <http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/uploads/raionirane/koncepcia.pdf>]

ных и отраслевых для туризма отклонений делимитация туристских районов требует применения математических методов. Одним из широко используемых для этой цели является разработанный американским ученым Полем де Конверсом метод социально-экономической гравитации территории в отношении влияния экономических центров. Для

выделения туристских районов этот метод предполагает использование различных показателей, непосредственно влияющих на объем и интенсивность туризма в уже установленных туристских или курортных центрах [Апостолов, 2003]. Степень экономического влияния между двумя соседними туристскими центрами (R_n) рассчитывается по формуле:

Таблица 2

Основная специализация туристских районов Болгарии

Район	Специализация (вид туризма)
Дунай	Культурный и круизный
Старая планина (Балканские горы)	Горный и культурный
Долина роз	Бальнеологический
Фракия	Культурный и винный
Родопы	Горный и сельский
Рила-Пирин	Горный и религиозный
София	Деловой и культурный
Черноморский район Варны	Морской и спортивный
Черноморский район Бургаса	Морской и культурный

$$R_n = \frac{D}{1 + \sqrt{\frac{P_1}{P_2}}}$$

где D – физическое расстояние (в км) между туристскими центрами; P_1 и P_2 – индикаторы, отражающие конкретные измерения развития туризма в обоих центрах (ресурсный потенциал, объем туристских посещений, количество койкомест, ночевков, доходы от туризма и т. д.). Этот метод дает хорошие результаты в разграничении туристских районов, располагающиеся преимущественно на равнинных территориях, и учитывает совокупное гравитационное воздействие нескольких туристских индикаторов.

Другой математический метод, направленный на разграничение туристских районов, касается их внутренней территориальной иерархии и основан на теории «центральных мест» В. Кристаллера. Метод базируется на систематизации количества и размера объектов, предоставляющих туристские услуги

в установленных туристских центрах на территории, подлежащей районированию (по Е. Биаджини). С помощью величин, характеризующих количество услуг, туристских объектов и т. д. определяются сравнительные индексы для определения пространственно-иерархического уровня туристских мест. Рассчитывается так называемый *индекс туристской центральности* (ИТС) – показатель концентрации базовых объектов (сувенирных магазинов, базаров, сельских магазинов, художественных галерей, салонов антиквариата, дискотек) и небазовых туристских объектов (отелей, конгресс-центров, квартир в аренду) в отдельных центрах, развивающих туризм [Biagini, 1986]:

$$ИТС = \sum_1^n s_1 p_1,$$

где s_1 – совокупное количество единиц исследуемого объекта обслуживания (магазинов, баров, гостиниц и т. д.) в конкретном туристском центре; p_1 – туристская емкость, равная

$$P_1 = \frac{100}{\sqrt{T_1}},$$

где T_1 – абсолютное количество единиц данного объекта на исследуемой территории. Через ИТС можно дифференцировать несколько иерархических уровней в территориальном распределении базовых и небазовых туристских услуг, тем самым выражая пространственную конфигурацию поляризации туризма. Определяя поляризацию туризма на разных уровнях, можно выявить географические границы в их гравитационном потенциале путем определения интегрированных туристских районов [Biagini, 1986, p. 11].

Заключение. Международная практика показывает, что туристское районирование создает важную основу улучшения территориальной организации туризма для решения таких проблем, как медленное или стихийное развитие, контрастная центр-периферическая структура, выраженная сезонность, монопрофильное развитие структуры туризма и др. В этом отношении не может быть никаких сомнений в его значимости для рационального планирования и управления туризмом. Однако, применение туристского районирования как метода, направленного на выявление пространственных различий в развитии туризма, является процессом строго индивидуальным. Основной проблемой туристского районирования является отсутствие универсального подхода к его проведению, что, в свою очередь, повышает вероятность использования субъективных представлений и проявляется в недооценке или переоценке туристских возможностей территории, постановке сложновыполнимых или нереалистичных целей, необоснованном фаворитизме некоторых критериев за счет игнорирования других и т. п. На сложность районирования туризма, как справедливо отмечает М.А. Саранча, оказывают влияние также множество человеческих занятий, характеризующихся «специфическими требованиями к территории» [Саранча, 2008, с. 30]. В зависимости от силы и масштаба проявления они стимулируют или ограничивают распространение и значение туризма для дифференцируемой территории. Принимая во внимание все это множество факторов, туристское районирование следует понимать как неоднозначный процесс отражения географической действительности, который должен всегда иметь конструктивный характер.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Алаев Э.Б. Экономико-географическая терминология. М.: Мысль, 1977. 199 с.
- Александрова А.Ю. Туристские «ловушки» регионально-го развития // Инициативы XXI века. 2014. № 2. С. 52–57.
- Александрова А.Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизмы функционирования // Современные проблемы развития сервиса и туризма. 2007. № 1. С. 51–61.
- Апостолов Н. Туристически ресурси. Варна: Университетско издателство, 2003. 388 с.
- Асташкина М.В., Козырева О.Н., Кусков А.С., Санинская А.А. География туризма. М.: Альфа-М, 2010. 431 с.
- Бакланов П.Я. Территориальная организация хозяйства и региональное развитие // Вестник АРГО. 2012. № 1. С. 32–49.
- Бъчваров М., Апостолов Н. География на туризма. Варна: Георги Бакалов, 1982. 311 с.
- Голубчик М.М., Макар С.В., Носонов А.М., Файбусович Э.Л. Социально-экономическая география. М.: Юрайт, 2015. 419 с.
- Евдокимов С.П., Макар С.В., Носонов А.М. Теория и методология географической науки. 2-е изд. М.: Юрайт, 2017. 483 с.
- Ердаветов С.Р. География туризма. Алматы: Kazak университети, 2010. 412 с.
- Зырянов А.И., Мышлянцева С.Э. Туристские объекты, районы, кластеры // Туризм в глубине России. 2010. С. 3–10.
- Калуцков В.Н. Геоконцепты в географии // Культурная и гуманитарная география. 2012. Т. 1. № 1. С. 27–36.
- Ковалев Ю.П. Проблемные аспекты туристского районирования // Региональные проблемы России. Труды XII съезда РГО. СПб.: Школа Эпиграф, 2005. № 3. С. 120–125.
- Котляров Е.А. География отдыха и туризма. М.: Мысль, 1978. 240 с.
- Кружалин В.И. Теоретические и методологические подходы к изучению туристско-рекреационных территорий // Туризм и рекреация на пути устойчивого развития. М.: Советский спорт, 2008. С. 7–14.
- Кружалин В.И., Мироненко Н.С., Зигерн-Корн Н.В., Шабалина Н.В. География туризма. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 336 с.
- Кръстев В. Относно новото туристическо райониране на България: критични съображения // Проблеми на географията. 2015. № 3–4. С. 21–33.
- Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационная география. М.: МГУ, 1981. 208 с.
- Пирожник И.И. Основы географии туризма и экскурсионного обслуживания. Минск: Университетское, 1985. 253 с.
- Рекреационные системы / Под ред. Н.С. Мироненко, М. Бочварова. М.: МГУ, 1986. 136 с.
- Саранча М.А. Рекреационное районирование по пути российской районной школы и внедрения геоинформационных технологий // Туризм и рекреация на пути устойчивого развития. М.: Советский спорт, 2008. С. 30–47.

Тарасёнок А.И. Геоэкономика туризма. Минск: Новое знание, 2011. 272 с.

Теоретические основы рекреационной географии. М.: Наука, 1975. 224 с.

Biagini E. Proposte per una classificazione dei centri turistici su basi funzionali. La gerarchia dell'Italia settentrionale // QIGFEC, Università di Trieste. 1988. № 3. P. 3–33.

Cabaj W., Kruczek Z. Podstawy geografii turystycznej. Kraków: Proksenia, 2009. 232 p.

Casari M. Geografia e turismo. Elementi per un approccio sistemico sostenibile. Milano: Hoepli, 2008. 242 p.

Dewailly J.-M., Flament E. Geografia del turismo e delle attività ricreative (edizione italiana). Bologna: CLUEB, 1996. 355 p.

Hospers G. The Next Silicon Valley? On the relationship between geographical clustering and public policy // International Entrepreneurship Management Journal. 2009. V. 5. P. 285–299.

Innocenti P. Geografia del turismo. Roma: Carocci, 2002. 221 p.

Lozato-Giotart J.-P. Geografia del turismo. Dallo spazio consumato allo spazio gestito. Milano: Hoepli, 2008. 204 p.

Simonout P. La regione turistica cadorina // QIGFEC, Università di Trieste. 1987. № 5. P. 1–80.

Toschi U. Aspetti geografici dell'economia turistica in Italia // Atti del XVII Congresso Geografico Italiano. Bari, 1957. P. 443–690.

Valussi G. Per una geografia del turismo in Italia // QIGFEC, Università di Trieste. 1986. № 1. P. 1–39.

Электронные ресурсы:
Концепция за ново туристическо райониране на България. София, 2015 [Электронный ресурс]: URL: <http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/uploads/raionirane/koncepcia.pdf> (дата обращения: 29.09.2018).

Поступила в редакцию 04.12.2018

После доработки 15.05.2019

Принята к публикации 24.05.2019

V.K. Krystev¹

TOURISTIC ZONING: DISCOURSE ON THE METHOD

The article deals with a synthetic understanding of theoretical and applied aspects of the tourist regionalization method. The study focuses on streamlining the application process as an important precondition for effective planning and management of tourism. It summarizes theoretical and practical experience of selecting the criteria (principles and signs) for identification of tourist regions. The importance of both traditional and innovative signs (such as the image of the territory) that define the nature of tourism regionalization is emphasized. According to the structural characteristics of a territory the regularities were revealed for designing the number, configuration, specialization, name and boundaries of potential tourist regions. Basing on the regularities an original methodological approach to the tourist regionalization is suggested, which reduces typical shortcomings in the course of its application.

Key words: touristic region, tourism system, tourist specialization

REFERENCES

Alaev E.B. Ekonomiko-geograficheskaya terminologiya [Economic-geographical terminology]. Moscow: Mysl', 1977. 199 p. (In Russian).

Alexandrova A.Yu. Turistskie «dovushki» regional'nogo razvitiya [Tourist «traps» of regional development] // Initiatives of the 21st century. 2014. № 2. P. 52–57. (In Russian)

Alexandrova A.Yu. Turistskie klasteri: sodержaniye, granitsy, mehanizmy funktsionirovaniya [Tourist clusters: subject, boundaries, functioning mechanisms] // Modern Problems of Development of Service and Tourism. 2007. № 1. P. 51–61. (In Russian)

Apostolov N. Turisticheskie resursi [Tourist resources]. Varna: University press, 2003. 388 p. (In Bulgarian)

Astashkina M.V., Kozyreva O.N., Kuskov A.S., Saninskaya A.A. Geografiya turizma [Geography of tourism]. Moscow: Alfa-M, 2010. 431 p. (In Russian)

Bachvarov M., Apostolov N. Geografiya na turizma [Geography of tourism]. Varna: Georgi Bakalov press, 1982. 311 p. (In Bulgarian)

Baklanov P.Ya. Territorial'naya organizatsiya hozyaistva i regional'noe razvitiye [Territorial organization of the economy and regional development] // Vestnik ARGO. 2012. № 1. P. 32–49. (In Russian)

Biagini E. Proposte per una classificazione dei centri turistici su basi funzionali. La gerarchia dell'Italia settentrionale // QIGFEC, Università di Trieste. 1988. № 3. P. 3–33.

Cabaj W., Kruczek Z. Podstawy geografii turystycznej. Kraków: Proksenia, 2009. 232 p.

Casari M. Geografia e turismo. Elementi per un approccio sistemico sostenibile. Milano: Hoepli, 2008. 242 p.

Dewailly J.-M., Flament E. Geografia del turismo e delle attività ricreative (edizione italiana). Bologna: CLUEB, 1996. 355 p.

Erdavletov S.R. Geografiya turizma [Geography of tourism]. Almaty: Kazak universiteti, 2010. 412 p. (In Russian)

Evdokimov S.P., Makar S.V., Nosonov A.M. Teoriya i metodologiya geograficheskoi nauki. 2 izdanie [Theory and methodology of geographical science. 2nd edition]. Moscow: Yurait, 2017. 483 p. (In Russian)

Golubchik M.M., Makar S.V., Nosonov A.M., Faibusovich E.L. Sotsial'no-ekonomicheskaya geografiya [Socio-economic geography]. Moscow: Yurait, 2015. 419 p. (In Russian)

Hospers G. The Next Silicon Valley? On the relationship between geographical clustering and public policy // International Entrepreneurship Management Journal. 2009. V. 5. P. 285–299.

Innocenti P. Geografia del turismo. Roma: Carocci, 2002. 221 p.

¹ University of Economics – Varna, Faculty of Management, Department of Economics and Organization of Tourism, Associate Professor, PhD. in Geography; e-mail: viliank@ue-varna.bg

- Kalutskov V.N.* Geokontsepty v geografii [Geoconcepts in geography] // Cultural and Human Geography. 2012. V. 1. № 1. P. 27–36. (In Russian)
- Kotlyarov E.A.* Geografiya otdyha i turizma [Geography of recreation and tourism]. Moscow: Mysl', 1978. 240 p. (In Russian)
- Kovalyov Yu.P.* Problemnye aspekty turistiskogo rayonirovaniya [Areas of concern in tourist zoning] // Regional problems of Russia – Works XII congress RGS. Saint-Petersburg: Shkola Epigraf, 2005. № 3. P. 120–125. (In Russian)
- Kръстев V.* Otnosno novoto turisticheskoto rayonirane na Bulgariya: kriticheski saobryzheniya [About new tourist zoning of Bulgaria: critical considerations] // Problems of Geography. 2015. V. 3–4. P. 21–33. (In Bulgarian)
- Kruzhalin V.I.* Teoreticheskie i metodologicheskie podhody k izucheniyu turistisko-rekreatsionnyh territorii [Theoretical and methodological approaches to the study of tourist and recreational areas] // Tourism and recreation in the way of sustainable development. Moscow: Sovetskiy sport, 2008. P. 7–14. (In Russian)
- Kruzhalin V.I., Mironenko N.S., Zigern-Korn N.V., Shabalina N.V.* Geografiya turizma [Geography of tourism]. Moscow: Federal'noe agentstvo po turizmu, 2014. 336 p. (In Russian)
- Lozato-Giotart J.-P.* Geografia del turismo. Dallo spazio consumato allo spazio gestito. Milano: Hoepli, 2008. 204 p.
- Mironenko N.S., Tverdohlebov I.T.* Rekreatsionnaya geografiya [Recreational geography]. Moscow: MGU, 1981. 208 p. (In Russian)
- Pirozhnik I.I.* Osnovy geografii turizma i ekskursionnogo obsluzhivaniya [Basics of the geography of tourism and excursion service]. Minsk: Universitetskoe, 1985. 253 p. (in Russian)
- Rekreatsionnye sistemy [Recreational systems] edited by N.S. Mironenko and M. Bachvarov. Moscow: MGU, 1986. 136 p. (In Russian)
- Sarancha M.A.* Rekreatsionnoe rayonirovanie po puti rossiskoj rayonnoj shkoly i vnedreniya geoinformatsionnyh tehnologiy [Recreational zoning along the path of the Russian regional school and the introduction of geo-information technologies] // Tourism and Recreation in the Way of Sustainable Development. Moscow: Sovetskiy sport, 2008. P. 30–47. (In Russian)
- Simonout P.* La regione turistica cadorina // QIGFEC, Universita di Trieste. 1987. № 5. P. 1–80.
- Tarasyonok A.I.* Geoekonomika turizma [Goeconomics of tourism]. Minsk: Novoe znanie, 2011. 272 p. (In Russian)
- Teoreticheskie osnovy rekreatsionnoj geografii [Theoretical basics of recreational geography]. Moscow: Nauka, 1975. 224 p. (In Russian)
- Toschi U.* Aspetti geografici dell'economia turistica in Italia // Atti del XVII Congresso Geografico Italiano. Bari, 1957. P. 443–690.
- Valussi G.* Per una geografia del turismo in Italia // QIGFEC, Universita di Trieste. 1986. № 1. P. 1–39.
- Zyryanov A.I., Myshlyavtseva S.E.* Turistskie ob'ekty, rayony, klastery [Tourist objects, areas, clusters] // Turizm v Glubine Rossii. 2010. P. 3–10. (In Russian)
- Web-sources:*
Kontseptsiya za novo turisticheskoto rayonirane na Bulgariya [The Concept of new tourist zoning of Bulgaria]. Sofia, 2015. [Elektronnyj resurs]: URL: <http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/uploads/raionirane/koncepcia.pdf> (Accessed: 29.09.2018). (In Bulgarian)

Received 04.12.2018

Revised 15.05.2019

Accepted 24.05.2019