

Рекреационная география

к.г.н., доцент Страчкова Наталья Васильевна



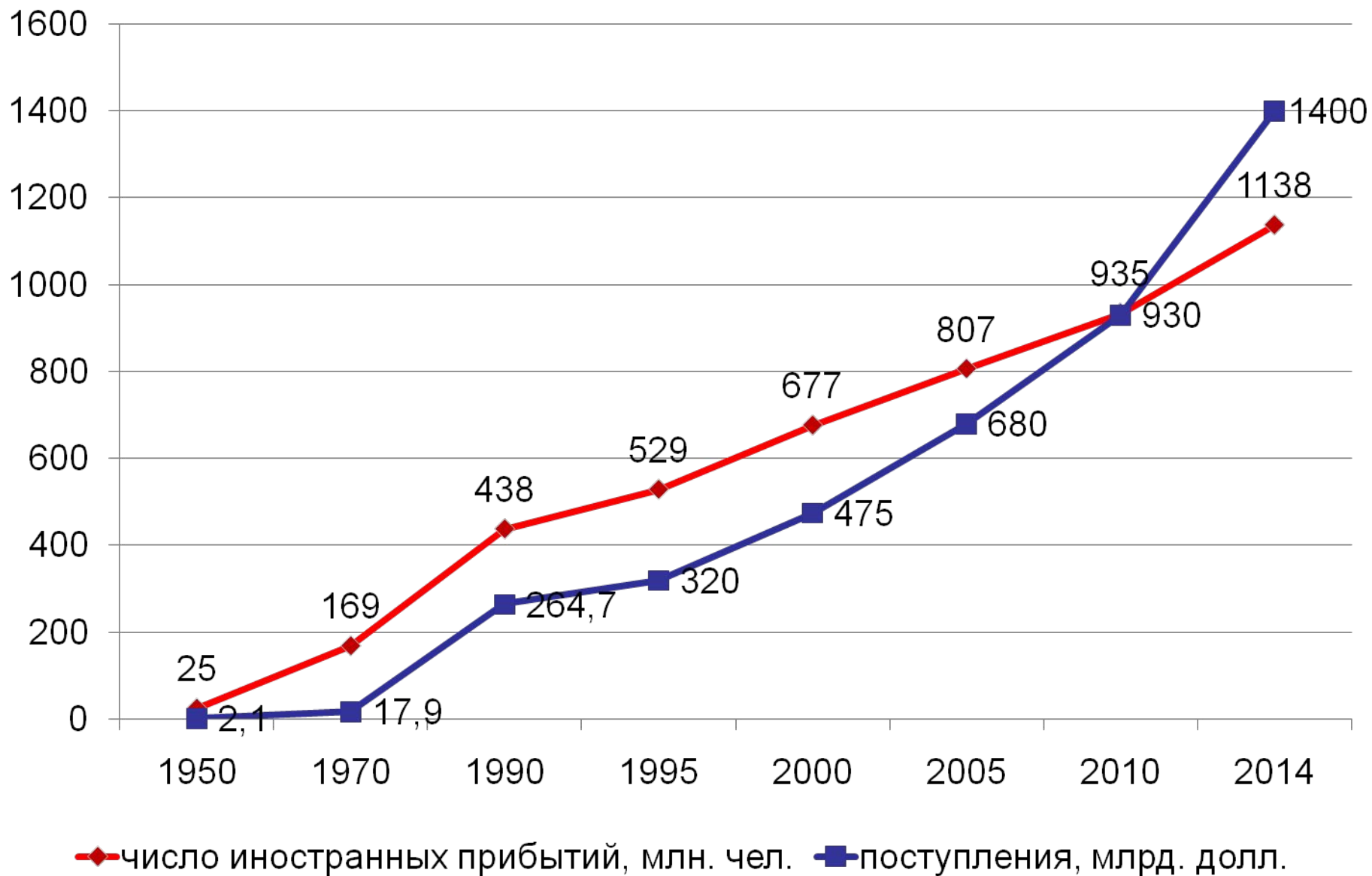
Лекция 2.

Рекреация как социально-экономическое явление

- 1. Факторы превращения рекреации в массовое явление.**
- 2. Общественные функции рекреации.**
- 3. Влияние рекреации на региональное развитие.**
- 4. Индустрия туризма. Процессы концентрации производства и капитала в мировом туризме.**

Этапы развития туризма	Предыстория туризма	Аристократический	Социальный	Массовый
Годы	до сер. XVIII в.	сер. XVIII в. – сер. XIX в.	сер. XIX в. – сер. XX в.	с середины XX в.
<p>Характер развития рекреации и туризма</p>	<ul style="list-style-type: none"> Международные путешествия носят нерегулярный характер Специализированные туристские предприятия не сформировались, отсутствует рынок туристско-рекреационных услуг Слабый уровень государственного регулирования международных поездок 	<ul style="list-style-type: none"> В туризме участвуют элитарные слои населения; Важнейшим фактором международного туристского обмена является транспорт Появляются курорты туристские центры и районы международного значения (Ницца, Баден-Баден, Карловы Вары, Монте-Карло, Брайтон) Рекреация и туризм имеют слабый экономический и социальный эффект 	<ul style="list-style-type: none"> Ценовая конкуренция Значительное расширение социального состава участников туризма Диверсификация форм и видов рекреации и туризма Появление специализированных предприятий туризма (туроператоров и турагентов) Расширение доли внешнего рынка в туристских потоках Увеличение мощности предприятий 	<ul style="list-style-type: none"> Глобальный характер международного туристского обмена Рост в международном туризме в экономике Транснационализация туристского бизнеса Обострение конкурентной борьбы использованием инноваций и экономикой на массовом производстве Международное кооперирование рынков туристско-рекреационных услуг Расширение международных туристских организаций и рост их влияния Координация международной туристской политики государств Неравномерность темпов роста

Рекреация – массовое явление





WHY TOURISM MATTERS

©World Tourism Organization (UNWTO) 2014

Факторы превращения рекреации в массовое явление

- Рост производительности труда в сфере материального производства под влиянием НТР (увеличение массива свободного времени; рост реальных доходов населения)
- Прогресс на транспорте (рост скорости передвижения; увеличение числа транспортных средств; снижение транспортных тарифов)
- Развитие процессов урбанизации
- Рост культурного уровня людей
- Интеграционные процессы в мире

Время человека (по Р. Ланкуаре)

- социальное и личное
- активной деятельности и отдыха
- производственной деятельности и не связанное с получением прибыли
- структурированное и неструктурированное

ПРАВИЛО ТРЕХ ВОСЬМЕРОК:

8 часов сон 8 часов рабочее время и 8 часов нерабочее время

Структура рекреационного времени в течение жизни человека

Виды рекреационного времени	Продолжительность	
	тыс. часов	доля, %
Инклюзивное (в течение рабочего дня)	20,0	4,0
Ежедневное (после работы)	204,4	40,0
Уик-энд (в конце рабочей недели)	178,1	34,8
Отпускное	40,3	8,0
Пенсионное	70,1	13,2
ИТОГО	512,9	100,0

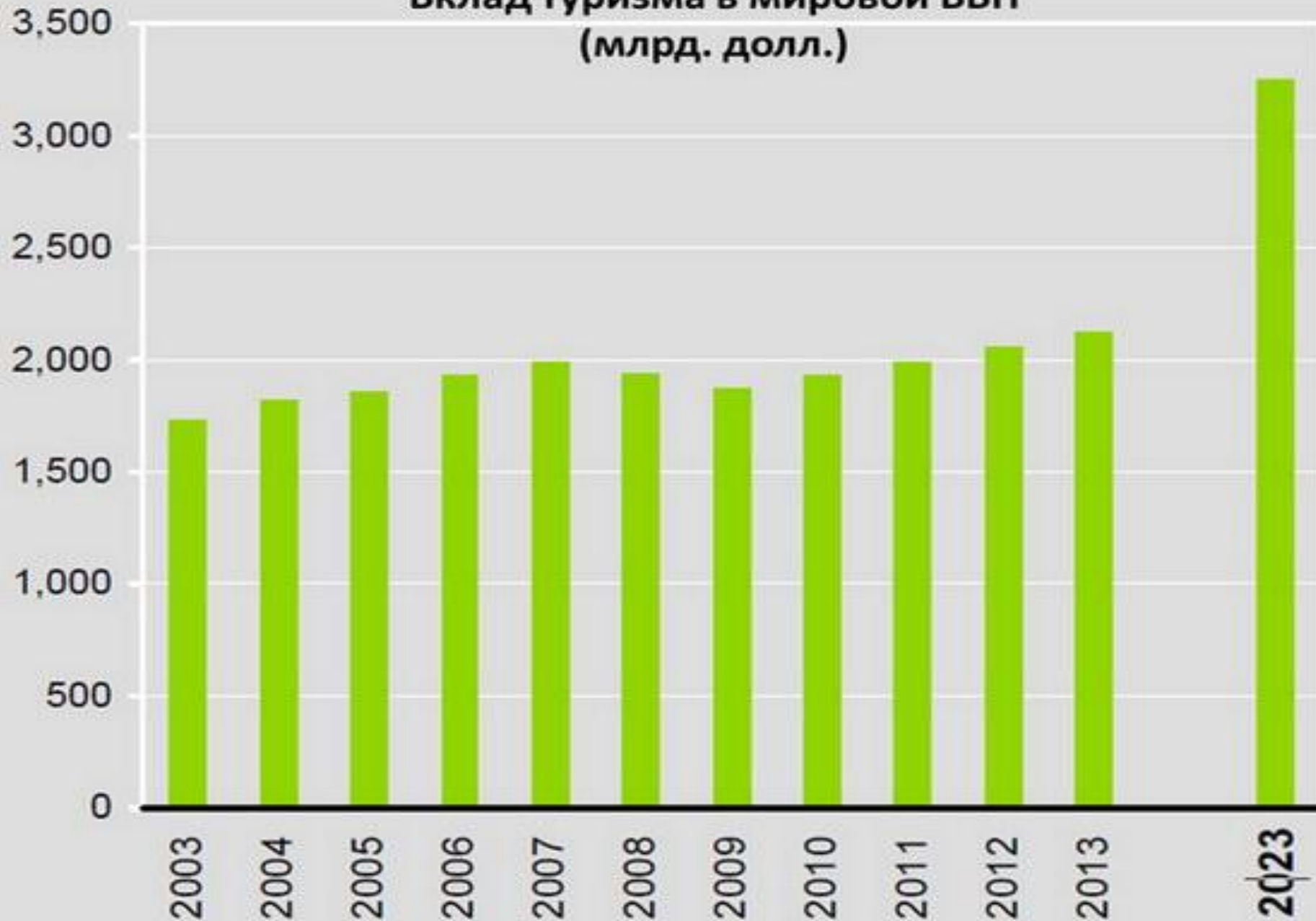
Общественные функции рекреации:

- **медико-биологическая**
- **социально-культурная**
- **экономическая**
- **политическая**

Экономическая функция рекреации :

- **Прямой экономический эффект**
(получение валютных поступлений, налогов от прибыли и др.)
- **Скрытый экономический эффект, в т.ч.:**
 - ✓ невидимый экспорт (участие в создании дохода страны)
 - ✓ обеспечение вторичного спроса
 - ✓ обеспечение роста занятости населения
 - ✓ влияние на региональное развитие (мультипликатор в туризме)

**Вклад туризма в мировой ВВП
(млрд. долл.)**



Прямой экономический эффект от международного туризма

Валютные поступления от международного туризма в 2014 г. – **1,4 трлн. долл.**

Валютные поступления по регионам, млрд. долл.

Европа – 356

Азия и Океания – 248

Америка – 215

Африка – 34

Средний Восток – 36

По росту суммы расходов туристов лидирует **Китай (+31%)**, **Россия (+22%)**. Расходы также увеличились в группе других стран: Канада + 3%, Франция +2%. В Японии, Австралии и Италии расходы туристов уменьшились.

Темпы роста международного туризма в 2012-2013 гг.



**Топ-десятка стран по валютным
поступлениям от международного туризма
млрд. долл., в 2012 г.**

- 1. США – 128,6**
- 2. Испания – 55,9**
- 3. Франция – 53,7**
- 4. Китай – 50,0**
- 5. Италия – 41,2**
- 6. Макао (Китай) – 38,5**
- 7. Германия – 38,1**
- 8. Великобритания – 36,4**
- 9. Гонконг (Китай)– 31,7**
- 10. Австралия – 31,5**
- 27. Россия – 11,2**

Топ-десятка стран по расходам на туризм, млрд. долл., в 2012 г.

- 1. Китай – 102 (рост 37%, 10% туррынка)**
- 2. Германия – 83,8 (рост 5,8%)**
- 3. США – 83,5 (рост 6,7%)**
- 4. Великобритания – 52,3 (рост 5%)**
- 5. Россия – 42,8 (рост 36%)**
- 6. Франция – 37,2 (уменьшение на 8,7%)**
- 7. Канада – 35,1 (рост 6%)**
- 8. Япония – 27,9 (рост 3,5%)**
- 9. Австралия – 27,6 (рост 3%)**
- 10. Италия – 26,4 (рост 1,5%).**

Сальдо туристского баланса страны

Страны активного туризма:

□ Франция, США, Италия, Испания, Греция, Швейцария, Австрия, Чехия, Россия, Китай, Египет и др.

Страны пассивного туризма:

□ Германия, Япония, Канада, Швеция, Норвегия, Дания и др.

Крупнейшие туроператоры мира

Название	Год основания	Финансовый оборот или доход	Число сотрудников. тыс. чел.	Число стран, в которых представлена компания
American Express	1850	Доход 24,3 млрд. долл.	66,0	130
Carlson Wagonlit Travel	1872	Оборот 26,9 млрд долл.	19,0	150
Kuoni Group	1906	Оборот 3,6 млрд. шв. франков	6,5	26
Hogg Robinson Group	1848	Оборот более 15,0 млрд. долл.	15,0	89
TQ3 Travel Solutions	2001	Оборот 12,0 млрд. долл.	12,5	1200

Крупнейшие гостиничные цепи мира

Гостиничная сеть	Компания-оператор, страна	Число гостиниц	Число номеров	Среднее кол-во номеров
Best Western	Best Western, США	4032	305387	76
Holiday Inn	International Hotels Group, Великобритания	1353	249691	185
Comfort Inns & Comfort Suites	Choice, США	2550	196689	77
Marriott Hotels, Resorts and Suites	Marriott International, США	531	193230	364
Hilton Hotels	Hilton, США	521	185909	357
Days Inn of America	Wyndham Hotel Group, США	1880	152 971	81
Sheraton Hotels, Suites and Resorts	Choice, США	1281	123042	95

Рекомендуемая литература

- Александрова А.Ю. География мировой индустрии туризма. – М., 1998.
- Гайдук А. Интегрований туристичний концерн – сучасна форма третичного підприємства в умовах глобалізації //Регіональна економіка. – 2006. – №2. – с. 204-211.
- Данилова Д.И. Процессы глобализации в международном туризме: экономико-географический аспект /География международного туризма. – М.: Изд-во МГУ, 2003. – С. 46-54.
- Любіцева О.А.Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) . – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
- Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационная география. - М.: Изд-во МГУ, 1981. -208 с.