

При этом методологическая культура специалиста сферы туризма должна формироваться на протяжении всего периода обучения по следующим направлениям:

- в процессе освоения дисциплин теоретической направленности для формирования общего смыслового поля будущих специалистов;

- в процессе освоения дисциплин практической направленности для формирования навыков сбора, классификации информации и её применения;

- в процессе освоения дисциплин с элементами поисково-исследовательской направленности для развития умения выдвигать и доказывать гипотезы, используя отдаленные методологические установок;

- в процессе прохождения практики для формирования специфических особенностей личности, эмоционально-ценностного отношения к миру, развития творческой деятельности;

- в процессе написания и защиты рефератов, курсовых, для формирования способности к самостоятельному методологическому творчеству;

- в процессе написания и защиты дипломных работ и построения эксперимента, для формирования и развития способности использования в качестве методологических установок знания различных смежных дисциплин, неоднозначно детерминирующих научный поиск.

Таким образом, процесс формирования методологической культуры студентов специальности 5В0902000 «Туризм», как неотъемлемой составляющей реализации компетентностного подхода, должен осуществляться на протяжении всего периода обучения с учетом логики построения многоуровневой системы её освоения.

В обобщенном виде можно выделить трехуровневую систему формирования методологической культуры в процессе подготовки будущих бакалавров туризма, включающую:

- первый уровень – теоретический или смыслообразующий, репродуктивный, формирующий «механистическое мировоззрение» (данный уровень ряд ученых называет уровнем однозначной детерминации, характеризующийся накоплением однозначно интерпретируемых знаний, предполагающий умение перевода основанных теорий, принципов, идей в практическую деятельность) – предполагает минимальные методологические способности;

- второй уровень – общенаучный, индуктивный, формирующий аналитические способности (уровень многозначной детерминации, характеризующийся умением использовать знания, применяя различные методики достижения целей) - предполагает развитие способности выявления проблемы, формирования гипотезы, освоением «методологическим инструментарием»;

- третий уровень - философский, продуктивный, формирующий самостоятельное методологическое творчество (диалектический уровень, характеризующийся творческими подходами, умением определять наиболее эффективные методы использования каждой альтернативной теории, их применения в построении проектов) - предполагает развитие способности применения смежных, в том числе противоположных идей и понятий, сочетания различные мировоззренческие направления, умения оценивать их значимость, сообщать критерии научности.

Литература

1. Официальный сайт Московского государственного университета: <http://www.moskvskoi.univ.msu.ru/pain&v=holod&v=03>
2. Веруев А.Г. Проблемы и перспективы реализации компетентностного подхода в образовании // Адрес сайта: <http://www.eidos.nyu.ru/2005/0910-12.htm>.
3. Данишова О.С. Методология как культурное явление XX века. – Адрес сайта: <http://www.kulib.ru/lib/olasticheskij/metodolog/>.
4. Проблемы методологической культуры ученого // Межвуз. сб. науч. тр., под ред. А.Н.Кочегарца. Новосибирск, 1986. – 160 с.
5. Каин И. Трактаты и письма. – М., 1980. – С. 358-359.
6. Зюбина О. Г., Тихонович О. В. Особистість сьогодні: адаптація до суспільної нестабільності. – Київ: Ін-т соціології НАНУ, 1996. – 100 с.
7. Дружков В.С. Методологическая культура личности: понятие, структура, пути формирования (на материале подготовки военных инженеров). – СПб., 1999. – 275 с.

СОДЕРЖАНИЕ

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ТУРИЗМА		
<i>А.Ю. Александрова,</i>		
ТУРИЗМ В СВЕТЕ СОВРЕМЕННОЙ ЛИМОЛОГИИ		3
<i>Н.Д. Анстолов, В.К. Кувышев. ОБЗОРЫ НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ПО ГЕОГРАФИИ ТУРИЗМА</i>		8
<i>И.А. Родионова, В.Н. Холина. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СТРАН-ЛИДЕРОВ И СНГ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ПУТЕШЕСТВИЙ</i>		14
<i>А.С. Сапиев, В.Федорко. НЕКОТОРЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕКРЕАЦИОННОЙ И ТУРИСТСКОЙ ГЕОГРАФИИ И РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН</i>		20
<i>В.А. Коробьев. О КЛАССИФИКАЦИИ ПЕРИОДОВ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА</i>		28
<i>М.Д. Мамадыров, А.Н. Пыжарев, А.Д. Карабаева. ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ПОДХОД В ИССЛЕДОВАНИИ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИИ КРАЯ</i>		33
<i>А.К. Уварова. КЛАССИФИКАЦИЯ ТУРИСТСКИХ КАРТ ПО ФОРМАМ, КЛАССАМ И ВИДАМ СОВРЕМЕННОГО ТУРИЗМА</i>		37
<i>Н.С. Новогородов, Г.Р. Ахжолова. ПРОБЛЕМА НАУЧНОГО МАРШРУТА ПО ПУТИ ВЕЛИКОГО ЗАВОВАТЕЛЯ ТАМЕРЛАНА ПО МЕДНОМУ ПУТИ</i>		39
<i>Х.А. Хатайцели. РОЛЬ ЭЛЕМЕНТОВ КУЛЬТУРЫ В ФОРМИРОВАНИИ ТУРИЗМА МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ</i>		42
<i>А.А. Жамитова, В.Р. Кай. КЛАССИФИКАЦИЯ ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ ЕВРОПЫ</i>		44
<i>А.Муржукеке. АНАЛИЗ МОТИВАЦИИ ВЫБОРА ТУРИСТСКОГО ПУТЕШЕСТВИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЛИТВЫ)</i>		50
<i>Ж.Салиманвичене, А.Менюнас, О.Палякяене. ОСОБЕННОСТИ СЕЗОННОСТИ ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ЛИТВЫ)</i>		56
<i>С.А.Трихазер. КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕЛЬЕФА ПРЕДГОРНЫХ ТЕРРИТОРИЙ АЗЕРБАЙДЖАНА (на примере Гобустана).</i>		62
<i>Д.Б. Вydroв, А.Е. Мологалиева, Л.М. Оморова. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ВОЛОНТЕРСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ЗИМНИХ АЗИАТСКИХ ИГРАХ 2011 ГОДА</i>		67
<i>Т.П.Тельнова, Р.Б.Мусеев. СРАВНИТЕЛЬНО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЭЛЕМЕНТОВ РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ГРЕЦИИ</i>		70
<i>А.Н.Пыжарев, М.Д.Мамадыров, А.Д.Карибаева. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ОСОБАЯ ФОРМА ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ В ТУРИЗМЕ</i>		75
<i>А.А.Асылбекова, А.Б.Галимова. ЖАМЫЛ АУДАНЫНЫҢ АУЫЛШАРУАШЫЛЫК КАРТАСЫН ЗАМАН ТАЛДЫНА САЙ ЭДІСТЕРДІҢ КӨМЕТІМЕН КҰРАСТЫРУ</i>		80
<i>Р.Г.Сафурдзина, Р.А.Ахунва. ПРИМЕНЕНИЕ ГЕОИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ</i>		83
<i>А.М.Артемьева, Ш.Т.Абдреева. ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА</i>		85
<i>А.С.Акумбаревича, Zh.Вазарбекоча. ROLE OF SOCIAL TOURISM IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE</i>		88
<i>А.А.Асылбекова, Р.С.Джубанова. КАРАСАЙ АУДАНЫНЫҢ ДАНДШАФТТЫК КАРТАСЫН ТАЖ БАТ ДАРЛАМАСЫМЕН КҰРАСТЫРУ ЭДІСТЕМЕСІ</i>		92
<i>Г.Давлас. РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЛЕСНОГО ФОНДА: ЭФФЕКТИВНОСТЬ РУБКИ (НА ПРИМЕРЕ ЛИТВЫ)</i>		96
<i>Ж.Салиманвичене, О.Палякяене, А.Салиманвичус. ОСОБЕННОСТИ ПРИГЛАНИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ЛИТВЫ-ПОЛЬШИ)</i>		99
<i>Б.И.Атыкбаева. К ВОПРОСУ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА И ТУРИЗМА</i>		105
		111

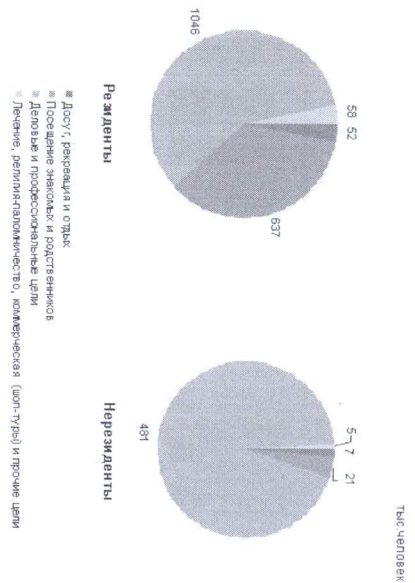


Рисунок 2. Обслужено посетителей по целям поездок в 2009 году [3]

Продолжается работа по строительству международных туристских центров «Жана-Иле» Алмагтинской области, «Бурабай» Акмолинской области, зоны отдыха «Кендерли» в Мангыстауской области, строительство и развитие которых предусмотрено за счет привлечения иностранных инвестиций.

Международные отношения любого государства всегда являлись показателем его экономического и политического развития. Они также влияют на уровень развития туризма. Казахстан за время своей независимости показал очень хорошие результаты на мировой политической и экономической арене. С каждым годом растет статус республики, и соответственно уровень туризма, и учитывая заданный курс развития Казахстана можно констатировать, что данная сфера экономики находится на верном пути.

Литература

- 1 *www.dobryemir.kz* – сайт «Добры Мир».
- 2 *www.uzum.kz* – Южный Казахстан. Общественно-политическая газета.
- 3 *www.stat.kz* – Агентство Республики Казахстан по статистике.
- 4 *Ердакветов С. Р. География туризма: история, теория, методы, практика. – Алматы, 2000 г. – 336 с.*
- 5 *www.dobryemir.kz* – сайт по туристскому бизнесу.

УДК 379.85

КЛАССИФИКАЦИЯ ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ ЕВРОПЫ

А. А. Жакупова, В. Р. Ким

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы

В современном мире набор привлекательных мест для посещения туристами разделился на две части. С одной стороны, традиционные исторические и культурные достопримечательности, которые неразрывно связаны с непосредственным местом

назначения туристской поездки. С другой стороны, возрос интерес туристов к разнообразным назначениям туристских парков. В Европе научились использовать меньше средства для выделений одним из лучших парков и аттракционов в мире. Тематика и количество тематических парков в Европе ежегодно увеличивается. На основе изучения большого многообразия тематических парков Европы, авторами была предпринята попытка создания классификации тематических парков этого региона.

В современный период центрами развлечений все чаще становятся курортные районы, привлекающие тысячи людей для отдыха и развлечения. Развлечения в туристской поездке могут быть связаны с посещением различных мероприятий. И тематические парки занимают в этой индустрии немаловажную роль. Они становятся одними из главных объектов посещения туристами, наряду с классическими историко-культурными достопримечательностями стран.

Так что же означает термин «тематический парк»? К тематическим паркам относятся искусственно созданные познавательно-развлекательные парки, все структуры которых объединены определенной или сопряженными темами. Они отграничены от других парков концепцией, организационно-управленческой структурой, принципами организации и являются отдельным направлением в развитии паркового хозяйства и туризма с целью отдыха и развлечения [1].

История развлекательных парков восходит ко времени средневековой Европы, где в предместьях главных городов по весне открывались Сады Удовольствия.

В 1583 году в Дании был построен парк «Баккен». Данное событие считается началом истории стационарных парков аттракционов. По легенде, одна девочка, гуляя в Королевском оленьем парке на севере Копенгагена, заметила бычий из-под земли ролик. Набрав волю, она принесла её домой. Волею источника посетители целиной. Сюда потянулись тысячи людей. Датчане отдыхали рядом с родинком, наслаждаясь тишиной и прохладой. Аргументы стали разрываться здесь уличные представления на потеху публике. Начали строить багетаны. Появились постоянные дворы. Затем примитивные аттракционы. Примечательно, что парк «Баккен» продолжает беспрерывно работать и по сегодняшний день.

В начале XIX века в Америке, где в выходные дни количество пассажиров трамвая заметно сократилось, придумали своеобразный коммерческий ход. Клиентов решили привлечь поездками в парк аттракционов, установленные на конечных станциях трамвайных маршрутов. К 1925 году было построено около полутора тысяч таких парков [2]. Настоящим прорывом становится строительство парка для семейного отдыха, созданного по инициативе и на деньги Уолта Диснея. В 1955 году он вкладывает в это 100 тысяч долларов. Но деловые партнеры считают идею Диснея утопией, и матру приходится заложить все свои акции под строительство первого Диснейленда в Орландо. 17 миллионов долларов, вложенных в индустрию развлечений, не просто окупилась, но и принесла колоссальный доход. Концепция парка — захватывающее путешествие по волшебной стране знаменитых мультфильмов. Популярность первого парка Диснея вдохновила на строительство подобных парков по всему миру [2].

В настоящее время число парков развлечений в Европе составляет более 185. Из них около 20 крупных тематических парков, а точнее целых комплексов, не считая многочисленных других парков развлечений. Наиболее известные парки Европы принимают от 2 до 12 млн. посетителей в год каждый [3].

20 самых посещаемых парков в Европе в 2009 году представлены в таблице.

Самые посещаемые тематические парки Европы за 2009 год [3]

Название тематического парка	Количество прибытий (млн. человек)	Колесания прибытий (в %)
Disneyland Paris	12,7	+ 0,4
EuroPa Park	4,25	+ 6,3
Efteling	4	+ 2,5
Tivoli Gardens	3,87	- 2,6
Liseberg	3,15	+ 3,3
Port Aventura	3	- 9,1
Gardaland	2,9	+ 4
Walt Disney Studios	2,65	+ 1,6
Alton Towers	2,65	+ 5
Phantasialand	1,95	+ 2,6
Legoland Windsor	1,9	+ 5
Thorpe Park	1,87	+ 10
Parc Astérix	1,82	+ 1,1
FutureScope	1,7	+ 6,3
Legoland Billund	1,65	+ 0
Mirabilandia	1,62	+ 1,5
Parque de Atracciones de Madrid	1,5	+ 5
Heide Park	1,4	+ 5
Duisburg	1,35	- 0,25
Chessington World of Adventures	1,3	+ 2,5

Самым посещаемым парком Европы является *Евро-Диснейленд*. Официальное название данного тематического парка Disneyland Resort Paris (до 1995 года Евро-Диснейленд) — это комплекс парков развлечений компании «Уолт Дисней» в городе Марн-ля-Вале, что в 32 км восточнее Парижа. Площадь парка составляет около 1943 га. В среднем за год парижский Диснейленд посещают 12,5 млн человек [4].

Открытие парка состоялось 12 апреля 1992 года. На территории Диснейленда находится два тематических парка Disneyland Park (с 1992) и Walt Disney Studios Park (с 2002 года), увеселительный парк Disney Village, поле для гольфа Golf Disneyland, а также отели и деловой и жилой кварталы.

Disneyland Park, а также не совсем корректно называемый Диснейленд Париж, является старейшей частью и вместе с тем сердцем Диснейленда. Он включает в себя пять тематических парков, сгруппированных вокруг замка Спящей красавицы, символа Диснейленда [4].

Вторым тематическим парком по численности прибытий является Еуропа Парк - это самый интернациональный парк в мире. Самый большой в Германии развлекательный и семейный парк предлагает более 100 аттракционов и завораживающих шоу в 11 частях парка, посвященным европейским странам, а также три четырех звёздочных отеля. 70 гектар большого парка подлены на сектора, посвященные европейским странам с более чем 100 аттракционами и шоу [5].

В тройке лидеров также находится «Датский парк развлечений» - это самый старейший в мире тематический парк, расположенный в Амстердаме. Открыт в 1842 году [5].

Таблица 1

Голландский парк развлечений «Эфтелинг» - это сказочный мир со множеством сказочных персонажей: гномы и эльфы, феи и лесные духи, драконы и джинны. И в отличие известного парка Диснейленд в этом тематическом парке нет Микки Мауса и Дональда Дака, зато здесь разгуливают персонажи полюбившихся с детства сказок Братьев Гримм и Андерсена. В парке живут эльфы Лаффы, которые после долгих скитаний по подземному миру решили поселиться в этой голландской глубинке. Фигурки Лаффов стали неотъемлемой частью парка, они работают в саду, строят дома и развлекают своих маленьких гостей. Эти сказочные персонажи и являются главной темой парка [3].

Следует отметить также такие тематические парки, как: Тематический парк *Астерикс* (фр. Parc Astérix) — тематический парк аттракционов на тему племени галлов, героем которого является Астерикс. Расположен в Пляни (Франция), около автострояды А1 «Париж-Лион». Открыт с весны 1989 года. Ежегодный оборот — 65 млн евро. Это третий парк аттракционов по посещаемости во Франции после Футурдоскопа и Диснейленда: примерно 1 800 000 посетителей в год. По сравнению с Диснейлендом в нем меньше наглядных построек для детей (вроде деревни Индианы Джонса) и больше всяких аттракционов [6].

«Футурдоскоп» — парк виртуальных развлечений в городе Пуатье. Фантастические павильоны из стекла и стали создают атмосферу далекого заподочного будущего. Здания выглядят красиво и интригующе: например, в виде огромной капли воды. У посетителей мультимедийных технологий и жителей виртуального мира «Футурдоскоп» вызывает неподдельный восторг.

В самом общем смысле этот островок XXI в. являет собой комплекс кинозалов, которые с помощью разнообразных синхронных эффектов — стереоизображение и звука, движения кресел, небольшого орошение водой — создают полное ощущение реальности происходящего. В каждом из кинозалов свой набор спецэффектов [6].

«Legoland» — развлекательный парк известной детской конструкторной фирмы Lego расположен в лесистой местности между Монхеном и Штутгартом. Развлечения ориентированы на детей от 2 до 12 лет. Кроме различные шоу и представления. В парке подготовлено 50 миллионов кубиков, из которых дети, следуя своей фантазии, могут строить гигантские фантастические фигуры. В парке представлены уменьшенные копии достопримечательностей таких городов, как Берлин, Гамбург, Мюнхен, Венеция, Баварский замок Нойшванштейн и многое другое. Из 50 миллионов кубиков LEGO дети могут сами построить фигуры животных, фантастических персонажей, замки и т.д. [6].

«Автомобилд» — настоящий город на территории концерна «Фольксваген», в котором все павильоны, развлечения и аттракционы посвящены автомобилям. Построен в Вольфсбурге в 2000 году. Яркость оформления, зеленые парки и футуристическая архитектура потрясает воображение. Здесь организована экскурсия в цех № 54, в котором происходит сборка автомобилей Golf. Маленьким детям нравится изнутри изучать стеклянный четырехуровневый двигатель. Для любителей погоняться построен трек для кортов и зал с компьютерными играми [5].

Европа находится на 2-м месте по посещаемости тематических парков после Северной Америки, однако уступает по следующим показателям [7]:

- 1) Инновационность;
- 2) Уникальность аттракционов;
- 3) Разнообразие тематик и программ пребывания;
- 4) Доходы от посещений.

Это происходит из-за ряда существующих проблем.
Во-первых, европейские тематические парки в отличие от основных исторических и культурных достопримечательностей посещают в основном внутренние, а не международные туристы, приезжающие из близлежащих городов.

Во-вторых, наблюдается сравнительно с Северной Америкой низкой инвестиционный уровень. На сравнительно небольшой территории располагается большое количество тематических парков, поэтому третьей проблемой является наличие сильной конкуренции между ними. Тематические парки Европы располагаются неравномерно. В основном на Северо-западе региона, что влияет на доступность посещения.

В-третьих, низкая доходность, в связи с непродолжительностью пребывания туристами. Несмотря на ряд существенных недостатков, туризм в тематических парках Европы с каждым годом возрастает. Этому свидетельствует увеличение туристских прибытий в процентном соотношении. Практически во всех тематических парках Европы оно положительно и составляет в среднем от 1-6% [7].

Развивается международный туризм с помощью расширения инфраструктуры и предложения полного туристского пакета. Одни тематические парки предлагают размещение непосредственно в самом тематическом парке, другие вступают в контакт с гостиничными цепями. Например, Legoland в Великобритании объединился с близлежащими отелями гостиничной цепи Marriott.

Увеличивается популярность крытых тематических парков, таким образом предотвращая проблему сезонности и рабочего дня [7].

На основе изучения многообразности тематических парков Европы, нами была создана их классификация (рисунок).

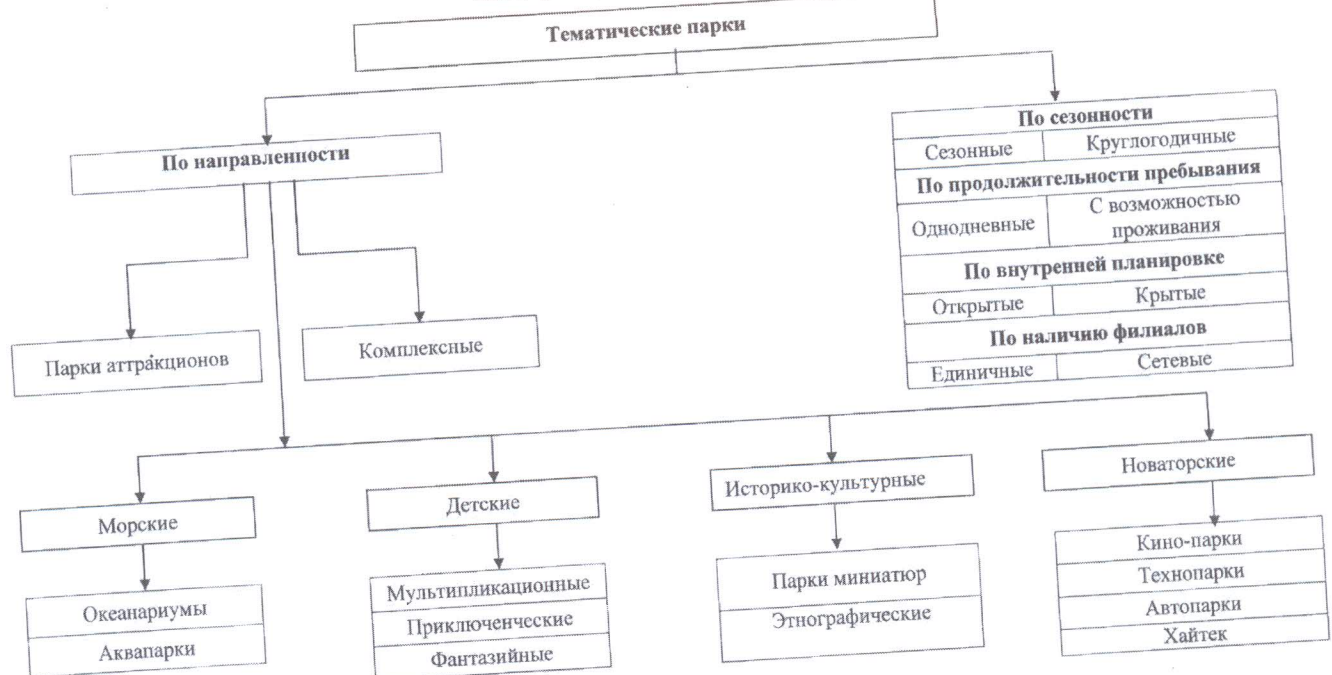
Первую группу составляют тематические парки, выделяющиеся по следующим характеристикам:

- по сезонности - тематические парки закрывающиеся на определенный внесезонный период года из-за климатических условий; круглогодичные - тематические парки, функционирующие круглый год;
- по продолжительности пребывания: однодневные - без наличия мест проживания; с возможностью проживания - наличие отелей и гостиниц в тематическом парке, либо в непосредственной близости от него;
- по внутренней планировке: открытые - не имеющие средств защиты от неблагоприятных климатических условий; закрытые тематические парки, представляющие собой закрытое поместье;
- по наличию филиалов: единичные - без наличия филиалов в других странах; сетевые - тематические парки, представляющие собой кластеры с дочерними филиалами в разных регионах.

Вторую группу составляют тематические парки различной направленности:

- парки аттракционов - классические тематические парки, главным особенностями которых является наличие огромного количества разнообразных аттракционов;
- комплексные тематические парки, совмещающие в своей структуре ряд тем:
 - морские: океанариумы - объект досуга и развлечений с аквариумами различного объема с пресной и морской водой, предназначенный для содержания водных животных; аквапарки - развлекательный комплекс, в котором имеется инфраструктура для занятия играми на воде и водные аттракционы;
 - детские: мультипликационные - основанные на персонажах мультфильмов и сказок; приключенческие - главной тематикой парков является путешествие с пиратами и другими героями-разбойниками); фантазийные тематические парки с вымышленными персонажами и детским миром);

Классификация тематических парков



Рисунок

- историко-культурные: парки миниатюр - тематические парки, посвященные достопримечательностям мира или отдаленных стран); этнографические - тематические парки, посвященные этносам и странам);

- новаторские: кино-парки, посвященные кинематографии и истории знаменитых фильмов; автопарки, посвященные истории автомобилей; хай-тек - тематические парки «будущего», с использованием инновационных технологий.

В настоящее время развлекения превратились мировую индустрию с огромными и быстрорастущими доходами. И особое место в этой индустрии занимает тематические парки. Популярность тематических парков растет. За год европейские тематические парки принимают около 60 млн. человек, доходы от которых превышают 1,8 млрд. долларов.

Совмещая в себе развлекательный и познавательный элементы, отдых в таких парках охватывает большой круг посетителей и соответствует потребностям современного человека.

Литература

- 1 География международного туризма: Монографический сборник / А. П. Батюков, А. А. Батюков под редакцией А. Ю. Александровой. - М.: МГУ, 2003. - С. 210-228.
- 2 Александрова А. Ю. Десятилетние предприниматели в мировой индустрии туризма. Уолтер Эйтас Липней (5.12.1901 - 15.12.1996) // Современные проблемы сервиса и туризма. - М.: Российский государственный университет туризма и сервиса, 2008. №7. - С. 7-17.
- 3 Theist Ed Entainment Association (TEA) - Всемирная ассоциация развлечений // <http://www.tea.com/eng>
- 4 Батюков А. П., Батюков Д. А. География тематических парков мира // География международного туризма: Монографический сборник / Под ред. Н. С. Мироненко и А. Ю. Александровой. - М.: МГУ, 2003. - С. 210-228.
- 5 Лучшие парки развлечений <http://www.rankings-info.ru/content/view/30/36/>
- 6 Информационный портал для детей <http://www.dobryedeti.ru/dobryedeti/122.html>
- 7 Сидякина О. Н. Экономико-географические аспекты развития тематических парков в мире // Вестник Национальной академии туризма. 2009. - С. 37-40.

УДК 379.843

АНАЛИЗ МОТИВАЦИИ ВЫБОРА ТУРИСТСКОГО ПУТЕШЕСТВИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЛИТВЫ)

А. Маркуска

Каунасский технологический университет, Каунас

В данной статье рассматривается процесс мотивации туристских путешествий. На основе данных опроса туристов южного региона Литвы произведен анализ: а) изучены потребности туристов и его определяющие факторы: пол, возраст, социальное положение, влияние профессиональной пригодности, б) определены мотивы и цели путешествий, их значимость, в) проанализировано поведение туристов при выборе способов удовлетворения туристских потребностей. В результате построена система взаимосвязей, определяющих поведение туриста при выборе формы путешествий.

Введение. Туризм как социальное и экономическое явление начал свое стремительное развитие наряду с формированием системы потребностей и необходимости путешествий [3]. Туризм охватывает все виды путешествий, экскурсий, когда человек оставляет постоянное место жительства более чем на сутки и менее чем на двенадцать месяцев, а целью поездки не является оплачиваемая деятельность [6]. Однако исследователи А. Kenward и J. Whittington [1999] определяют туризм как вид путешествия только удовольствия. Кроме того, туризм способствует объединению людей и знакомит их с существующим разнообразием культур [8].

В настоящее время туризм является мощной мировой индустрией. Экономические и социальные изменения, происходившие в Литве, открыли возможность участвовать в международном рынке туризма. Национальная политика туризма как отрасли хозяйства в Литве [7] начала в 1992 г. с принятием Национальной программы развития туризма. По данным Департамента туризма Литвы, сейчас туристское предпринимательство производит до 5% национального продукта, здесь задействованы 309 туристских агентств, а доходы, полученные от прибытия туристов в Литву, составляют до 10% валового экспорта.

Литва - государство Европы с общей площадью в 65,3 тыс. кв. км. и с населением в 3,7 млн. жителей. Самая южная из стран Балтии, Литва расположена на побережье Балтийского моря. Литва - экологически чистый край, экологическая обстановка особенно благоприятна на юге Литвы. Преобладает морской климат с мягкой зимой и жарким летом. С июня по конец августа в Литве наблюдается пик туристского сезона.

Проблема исследования и ее актуальность. Туризм - сфера экономической деятельности, определяемая спросом туристов и необходимостью удовлетворения этого спроса. Поскольку экономическая функция туризма - получение выгоды, то и цели туризма направлены на ее достижение. Реализация этой функции зависит от потребностей туристов и условий, а также от степени их удовлетворения в конкретном регионе. Региональный туризм зависит от культурных, исторических и природных достопримечательностей посещаемого места.

Южный регион Литвы расположен в географически и экономически удобном пространстве, где пересекаются транзитные международные туристские маршруты и где природа и живописность местности, изобилие незагрязненных водоемов, историческое и культурное наследие способствуют рекреации и организации туризма. Однако прослеживается некоторая недостаточность в предоставлении всего разнообразия возможных туристских путешествий. Заметно, что предпринимательская туристская деятельность в этом регионе предрасположена к росту.

Цель и объект исследования. Для решения выдвинутой проблемы осуществлены исследования, целью которых является определение факторов, вызывающих потребность людей в туризме и способствующих надобности путешествий в свободное от работы время, а также возможности выбора вида туристской поездки. Таким образом, исследование поможет выявить, каким образом увеличить потоки туристов в южный регион Литвы и ускорить развитие туристского предпринимательства.

Для достижения поставленной цели следует изучить: 1) потребности туриста и определяющие их социальные, экономические, психологические и иные факторы; пол, возраст, социальное положение, влияние профессиональной пригодности; 2) мотивы и цели туристских путешествий, их значимость; 3) поведение туристов при выборе способов удовлетворения туристских потребностей.

Методика исследования. С целью изучения проблемы мотивации выбора туристского путешествия проведено исследование с использованием анкетного опроса туристов в южном регионе Литвы. Метод анкетирования позволяет выявить потребность и установить мнение жителей Литвы о состоянии предоставляемых им различных туристских путешествий, которые соответствуют их потребностям, запросам и целям. В конечном счете это способствует увеличению возможностей определения дальнейших перспектив развития туристского сектора в этом регионе. В этом исследовании также использованы методы систематизирования и обработки данных анкетного опроса. В данном случае для обработки и анализа данных анкетного опроса взят программный пакет Microsoft Excel [5].

Раскрывая проблему мотивации туристских путешествий, следует остановиться на целях и интересах туриста. Большинство путешествий служат частным интересам, и потребности туриста в значительной мере определяется его личными качествами и способностями уделять внимание и свои материальные ресурсы и даже свое личное свободное от работы время на путешествия. Кроме того, они не должны сомневаться в эффективности своего выбора.