

## ТЕРРИТОРИЯ КАК ДЕСТИНАЦИЯ

Сафарян А.А.

*ФГБОУ ВПО «Пермский государственный национальный исследовательский университет», Пермь, Россия (614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15), e-mail: turism@psu.ru*

Термин «дестинация» является одним из широко используемых в туристской деятельности. Проблема состоит в том, что одному термину даются разные определения. Основной целью работы является уточнение термина дестинация и его применение к Республике Армения (РА). Проанализировав работы иностранных и отечественных ученых по данному вопросу, автор выделяются и рассматриваются три основных подхода к изучению понятия: экономический, отраслевой и территориальный. Основываясь на этих подходах, предлагаются соответствующие модельные территории. Для достижения цели использовались такие методы, как анализ, синтез, сравнение, моделирование, картографирование. В работе применялись ГИС технологии. Новизной выражается рассмотрение небольших стран в качестве дестинаций. Предлагаются к обсуждению возможные преимущества дестинаций, такие как: одинаковые экономические условия на территории, единая денежная валюта, легкость брэндинга и продвижения, возможность одного тура на всей территории в небольшие сроки. В работе рассмотрена РА как туристская дестинация, что имеет большое практическое значение. Для этого определяются популярные туристские объекты по стране с помощью анализа туристских маршрутов и предлагается карта их распределения. В завершение статьи автор отмечает важность признания территорий как дестинаций для использования их конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: дестинация, инфраструктура, единый рынок, единые экономические условия, целостная туристская территория, Армения.

## THE TERRITORY AS A DESTINATION

Safaryan A.A.

*Perm State National Research University, Perm, Russia (614990, Perm, Bukirevast., 15), e-mail: turism@psu.ru*

The term «destination» is one of the most widely used in the tourist sphere. The problem is that under the same term can be understood different content. The main purpose is to clarify the term destination and its application to the Republic of Armenia (RA). After analyzing the work of foreign and domestic scientists on this issue, the author points out and focuses on three main approaches to the study of the concept: economic, tourist and territorial. Based on these approaches, proposed the model territories. To achieve the goal used methods such as analysis, synthesis, comparison, modeling, mapping. In the paper used GIS technology. The novelty is to consider the role of small countries as a destinations and the choice of criteria for the justification. Available to discuss the possible advantages of destinations, such as: uniform economical conditions on territory, a common monetary currency, easiness of branding and promotion, the possibility of a tour throughout the territory during short terms. The paper considers the RA as a tourist destination which has great practical significance. For this determined popular tourist sites in the country by analyzing the tourist routes and offers a map of their distribution. At the end of the article the author note the importance of recognizing the territories as a destination for the use of their competitive advantages.

Keywords: destination, infrastructure, uniform market, uniform economical conditions, holistic tourist area, Armenia.

Термин «дестинация» не является новым в туризме. Принимая во внимание высокий темп развития отрасли и большое количество исследовательских работ по данному вопросу, как на постсоветском пространстве, так и в других странах появляется необходимость уточнения понятия «дестинация» и сравнения новых подходов с традиционными.

В течение времени изменяется смысл многих туристских терминов, в том числе меняется значение термина «дестинация» [1]. Большое различие существует между научными трактовками, с одной стороны, и в практике использования организаторами туризма, в каталогах и журналах, на информационных веб-страницах – с другой.

Попытаемся описать понятие «дестинация» и уточнить критерии, по которым эта категория выделяется среди других понятий из разряда территориальных общественных систем (ТОС). После определения основных характеристик дестинации и ее территориальных свойств рассмотрим подходящее, на наш взгляд, применение термина для Республики Армения. Проанализируем экономический, отраслевой и территориальный аспекты исследования термина.

Большое количество работ, связанных с выявлением характеристик дестинаций и методик исследования (А. Лью, Е.А. Машкевич, В. Фрамке, С. Саранеми и др.), дают возможность определить наиболее популярные направления исследований рассматриваемой темы, такими являются экономическое, территориальное или географическое и туристско-ориентированное. Обсудим каждое из этих направлений по отдельности.

При экономическом подходе к выделению анализируются финансовые потоки, рыночные отношения, ценовые категории и т.д. Это работы А. Лью, Ф. Котлер, К. Купер, Е.А. Машкевич [6], В. Фрамке, С. Саранеми. По мнению Н.С. Мартышенко [5, с. 2], дестинация выступает не только в роли товара или продукта, оно может представляться как экономическое пространство.

Говоря о туристско-ориентированности, имеются в виду те подходы, где одним из главных факторов является готовность места к принятию туристов. Речь идет в основном об туристской инфраструктуре, например, Всемирная Туристская Организация, дает следующее определение: «Дестинация – физическое пространство, в котором посетитель проводит время, по крайней мере, с одной ночевкой, оно включает туристские продукты, услуги, аттракции и туристские ресурсы в пределах одного дня путешествия. По мнению П. Берители [9], дестинация – это географический район, состоящий из всех услуг и инфраструктуры необходимой для проживания туриста конкретного сегмента.

Если же говорить о территориальном характере дестинаций, отметим, что кроме его масштабного компонента важна территориальная форма. А.И. Зырянов [2] отмечает, что, несмотря на первоначальное понимание (согласно прямому переводу слова «дестинация» – пункт назначения), чаще всего под термином понимается объект социально-экономико-географический регионального масштаба, кроме этого применяется и к масштабу города и к масштабу страны и даже к локальной группе стран. Термин более подходит видам туризма, где основной район путешествия «локализуется» (бальнеологический, пляжный, горнолыжный, сельский) и менее применяется в классических маршрутных видах туризма (круизные речной и морской, автомобильный, автобусный и велотуризм).

Рассмотрев публикации по категории туристская дестинация, становится понятным, что термин не имеет общепринятого определения, но есть идеи, которые положительно

воспринимаются всеми авторами и не противоречат друг другу. Некоторые из согласованных положений связаны с охватом территории и с туристской специализацией. В этой связи отметим две важных согласованных позиции. Первая позиция состоит в том, что дестинацией может являться как локальное место, регион, так и целая страна. Второй пункт связан с туристским профилем. Если место претендует на такой «статус», оно должно иметь сервисные возможности для удовлетворения туристов.

**Обсуждение:** Какие свойства должна иметь территория, которая считается дестинацией?

Несмотря на то, что многое изменилось в понимании по сравнению с первоначальным переводом слова, частично и сейчас остаётся правдой то, что туристская дестинация – это пункт назначения. Классическими точечными дестинациями могут считаться города, например, Сингапур, Ватикан, Санкт-Петербург, также курорты, а иногда даже береговые линии.

С другой стороны, туристской дестинацией считается территория, регион или страна, где турист желает провести отдых. При этом трудно назвать дестинацией Россию, если вы намереваетесь побывать в Москве, Казани и Перми. Отсюда можно прийти к выводу: *дестинация – территория небольшого размера с туристским профилем и инфраструктурой, которую гость может успеть проехать по ее основной части в относительно небольшой промежуток времени, не более 10 дней.* Дестинации представляют собой территории, которые должны иметь привлекательные объекты, быть доступными или легко проходимыми для большинства туристов, оснащенными инфраструктурой и сервисами.

В Бразилии, в лесах Амазонии (штаты Амазонас, Мату-Гросу) большая часть территорий из-за труднопроходимых лесов находится в недоступности для среднего туриста. Вряд ли эту территорию можно назвать туристской дестинацией, хотя она имеет значительный природно-туристской потенциал. Противоположным примером, где территория является доступной и имеет инфраструктуру но не имеет туристской направленности и аттрактивных объектов, могут являться заброшенные промышленные зоны около больших городов, которые порой имеют огромные размеры. Таких примеров множество во многих странах в Европе и Америке. Иначе выглядят в этом аспекте страны Бенилюкса, здесь туристской привлекательностью являются как разнообразные селитебные территории, так и другие антропогенные и природно-антропогенные ландшафты. В этих странах лесных массивов не так много, а рельефных барьеров практически не существует. В дополнение к этому территория покрыта густой сетью дорог. В связи с этим, на наш взгляд, такие территории могут считаться дестинацией. Также можно считать такими отдельные

регионы больших стран, например, южную часть Германии и юго-восточную часть Австралии.

По нашему мнению, в настоящее время понятием нужно описывать не только отдельно взятый курорт или город, но и их периферию, поскольку для формирования ТТРС существуют множество факторов [3,4], распространенный на всей территории. То есть близлежащие территории должны включаться в дестинацию по следующим причинам. Во-первых, функционирование туристского объекта или сервиса на конкретной территории полноценно возможно только во взаимодействии с периферией, во-вторых, при росте числа туристов становятся интересными не только сами популярные объекты, а и места несколько отдаленные, но сохранившие первозданность. Об этом свидетельствуют факторы, формирующие ТТРС

Если подвести итог, то дестинацией можно называть территорию, которая кроме центрального туристского объекта имеет привлекательное окружение, доступная для посещения большинства туристов. Это территория, покрытая сетью туристских объектов и маршрутов, которые связывают эти объекты и которые можно преодолеть за время не более десяти дней.

Если дестинация, это место назначения, где сформирована туристская инфраструктура, есть аттрактивные объекты, посещаемые туристами с функцией приема посетителей и туристского обслуживания, то дестинацией можно назвать небольшие страны, где туристские маршруты разработаны включительно по всем окраинам территории (Кипр, Мальта, Швейцария).

Попробуем ответить на вопрос, что изменится, если территория будет восприниматься как дестинация? Появляется несколько преимуществ. В пределах дестинации можно говорить о некотором однообразии туристского продукта, поэтому территорию можно рассматривать как туристскую зону и не прибегать к необходимости районирования. Экономические факторы в пределах дестинации можно считать уравненными. Можно выявить другие преимущества, вытекающие из трех описанных выше подходов к понятию.

Первый подход (экономический) – дает возможность применения одинаковых рыночных отношений, единой валюты, одинаковых ценовых позиций, единого рынка труда и т.д.

Второй подход (туристской ориентированности) – предполагает преимущества схожего культурно-исторического наследия и специализации на предлагаемых видах туризма, языковом единообразии, единого отношения к туристам и уровня обслуживания и т.д.

Третий подход (географический) – позволяет воспринимать территорию, как туристско однородную, где исчезает необходимость районирования по многим значениям, при этом вся территория может восприниматься как благоприятная.

Еще одним преимуществом дестинации является легкость его продвижения, поскольку территория туристски однообразная может продвигаться под одним названием, иметь один бренд, представляющий все достопримечательности, что окажется более эффективным, чем продвигать отдельно несколько объектов, находящихся в разных местах. Единый бренд, как правило, более привлекательный и популярный.

**Исследование.** Попробуем обосновать соответствие территории Республики Армения (РА) понятию дестинация, исходя из трех ранее обсуждаемых ее характеристик. С экономической точки зрения это целостное пространство, где на всей территории торговля осуществляется с помощью местной валюты (драм), основным рынком и экономическим центром является столица страны Ереван, где находятся основные учреждения всех существующих в стране банков, главные офисы промышленных организаций и представительства иностранных организаций. Кроме этого, здесь живет 1/3 всего населения, что и дает городу роль основного рынка. Это говорит об однородности действующих экономических отношений на всей территории. От этого следует то, что турист, находясь на территории Армении и передвигаясь с одного места на другое, не будет чувствовать большой разницы в экономической среде.

С географической точки зрения важно следующее. Территория отделяется административными и физико-географическими барьерами от соседних стран и занимает всего 30 тыс. км<sup>2</sup>. Небольшие размеры территории дают возможность путешествовать и знакомиться с республикой за относительно короткий промежуток времени. В географическом отношении важна внутренняя организация системы туристских объектов. От этого зависит то, насколько территория однообразна по дислокации туристских объектов.

Третий индикатор – туристская ориентированность. Благодаря советскому периоду и из-за тенденций последних 15 лет в стране сформировались достаточно благоприятные условия для развития туризма. Речь идет как о туристских традициях, так и о появлении и реконструкции туристской инфраструктуры, приведение туристских объектов в подобающий вид, проведение дорог по всем направлениям в республике, что делает практически всю территорию страны доступной для посещения.

Для обоснования этих положений мы решили сделать следующее исследование. Были рассмотрены самые известные туроператоры Армении и проанализированы их туристские маршруты с помощью ГИС технологий. Анализ должен показать географические

особенности положения туристских объектов, их доступность и туристскую ориентированность территории.

### **Результаты исследования**

Выбор достопримечательностей на территории страны мы осуществили с помощью анализа туристских маршрутов, предлагаемых туроператорами. Были выбраны 10 самых популярных туроператоров, действующих в стране. Основное количество мест, которые посещают туристы в Армении, доходит до тридцати, причем у многих операторов маршруты и места посещения обычно повторяются, редкие места входят в маршруты отдельных туристских компаний. Последнее касается в основном новых экстремальных видов туризма, например, трекинг, хайкинг, джипинг и т.д.

Туры в основном имеют длительность от 5 до 17 дней, но наиболее разработанные и популярные туры – 7–10 дней [8]. Это показывает Армению как дестинацию, в связи с коротким временем необходимым для путешествия по ее территории. Самые короткие туры предлагают путешествие по Еревану, озеру Севан, северо-востоку Армении, вокруг горы Арагац, в Араратскую долину, Вайоц Дзор и Южную Армению. В течение 2014 г. число туристов, приехавших отдохнуть 1200 тыс. чел., что свидетельствует о востребованности территорий [7].

Рассматривая туристские объекты и основные маршруты, становится понятным, что почти вся территория покрыта достопримечательностями, причем популярные объекты находятся по всем уголкам страны. Это свидетельствует о сравнительной равномерности расположения туристских объектов на территории страны.

Кроме этого, ввиду вертикальной поясности территория вмещает разнообразные ландшафты. Еще на территории республики находится озеро Севан, которое предоставляет возможность занятия водными видами рекреации и увеличивает красоту пейзажей.

Если сопоставить объекты с дорожной сетью и картой городов, то понятно становится, что к большинству туристских объектов есть дороги, и, вообще, дорожная сеть довольно густая, что создает возможность путешествовать на машине по всей территории страны. Другая интересная особенность в том, что рядом или недалеко от туристских объектов есть города, где любой турист может удовлетворить потребности питания и размещения. Мало известных мест для туристского посещения только в крайней южной части страны и в северной осевой. Исходя из всего вышесказанного и результатов исследования, Республика Армения ввиду малой площади, обильности туристских объектов, густой дорожной сети и существования объектов сервиса имеет право называться туристской дестинацией и рассматриваться как целостная туристская территория.

### **Выводы**

Обобщая, можно сказать следующее. Хотя смысл понятия «дестинация» изменяется в течение времени, есть некоторые характеристики, которые сохраняются. С их помощью можно выяснить, является ли территория туристской дестинацией или нет. В этом исследовании нами были выделены три главных характеристики: экономическая, географическая и туристская.

Несмотря на то, что под дестинацией можно понимать разномасштабные географические объекты, это может быть город, курорт, регион или страна. По отмеченным выше характеристикам можно проверить правомерность причисления того или иного объекта к категории дестинации. После того, как территория начинает признаваться дестинацией, проявляется несколько преимуществ для туристского исследования, управления и развития. Основа этого преимущества в принятии территории как однородной в туристском отношении.

В результате исследования Армении мы приходим к выводу о том, что из-за достаточного количества туристских объектов, их сравнительно равномерного расположения по территории, существования густой дорожной сети и городов вблизи всех туристских объектов, Республику можно считать дестинацией. В дальнейших исследованиях, проводимых на территории страны, можно воспользоваться этим статусом.

### **Список литературы**

1. Зорин И.В. Туристская дестинация / Роль туризма в модернизации экономики российских регионов. Сборник научных статей по матер. междунар. научно-практич. конф., 8-10 июня 2010 г., Петрозаводск – Кондопога. Петрозаводск: КарНЦ РАН. 2010. С. 71-75.
2. Зырянов А.И. Дестинация. // «География». 2013. № 6 (953). С. 12-13.
3. Зырянов А.И. Систематизация туристских таксонов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 5. География. 2014. № 3. С.16-22.
4. Мажар Л.Ю. Теоретические основы анализа условий и факторов формирования территориальных туристско-рекреационных систем // Региональные исследования. 2008. № 3 (18). С. 17-29.
5. Мартышенко Н.С. Кластерный подход к пространственному развитию туристских дестинаций региона (на примере Приморского края) //Экономические науки. 2010. № 1. С. 143–147.
6. Машкевич Е.А. Оценка понятия «туристская дестинация» в контексте современной туристики // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2007. № 6. С. 89-92.

7. Министерство экономики Республики Армения. Официальная страница. URL: <http://www.mineconomy.am/arm/39/gortsaruyt.html> (дата обращения: 15.05.2015).
8. Туристский портал «Армения». URL: <http://www.travel.am/> дата обращения: 20.05.2015).
9. Beritelli P. Social network analysis in destination management // Univerity of St. Gallen, 2009. URL: <http://etourism.economia.unitn.it/documents/3.pdf> (дата обращения: 17.05.2015).

**Рецензенты:**

Зырянов А.И., д.г.н., профессор, заведующий кафедрой туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет, г. Пермь;

Мичурин Ф.З., д.г.н., профессор, заведующая кафедрой отраслевой территориальной экономики, Пермская государственная сельскохозяйственная академия, г. Пермь.