Культурный туризм

Введение

Основными потребностями человека являются биологические потребности. К числу основных относятся потребности человека в пище, в одежде, в жилье, в безопасности, в лечении при заболеваниях и т.д. Но потребностей человека намного больше, чем просто набор условий для выживания. В связи с научно-техническим прогрессом, с постоянными изменениями, которые происходят в различных сферах жизни общества, возникают и развиваются новые потребности, направленные на достижение комфорта, потребности, затрагивающие все сферы жизни человека (образование, общение, путешествия, развлечения, любимые занятия и т.п.).

В нашей работе мы остановимся на одном из видов потребностей человека, массовое развитие которого наблюдается в последние десятилетия: потребность путешествовать.

В последнее время туризм получил значительное развитие и стал массовым социально-экономическим явлением международного масштаба. Быстрому его развитию способствует расширение политических, экономических, научных и культурных связей между государствами и народами мира. Массовое развитие туризма позволяет миллионам людей расширить знания по истории своего Отечества и других стран, познакомиться с достопримечательностями, культурой, традициями той или иной страны.

С экономической точки зрения туризм – это особый вид потребления туристами материальных благ, услуг и товаров, который выделяется в отдельную отрасль хозяйства, обеспечивающую туриста всем необходимым: транспортными средствами, объектами питания, размещения, культурно-бытовыми услугами, развлекательными мероприятиями.

Таким образом, в некоторых странах туризм входит в число наиболее перспективных отраслей национальной экономики.

К началу XXI столетия туризм стал нормой жизни современного человека, причем в последние десятилетия наблюдается тенденция развития преимущественно культурного туризма.

Целью данной работы является изучение особенностей культурного туризма, как одного из основных видов туристской индустрии, анализ причин возникновения потребностей человека в культурном туризме.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

* Определить место культурного туризма в туристской индустрии;
* Выявить элементы культуры, влияющие на формирование туристского интереса;
* Проанализировать причины возникновения потребностей человека в культурном туризме.

Актуальность работы состоит в том, чтобы выявить основные тенденции развития культурного туризма.

Общая характеристика туризма

Путешествия и туризм

Путешествия и туризм – два неразрывно связанных понятия, которые описывают определённый образ жизнедеятельности человека. Это отдых, пассивное или активное развлечение, спорт, познание окружающего мира, торговля, наука, лечение и др. Однако всегда при этом присутствует характерное действие, определяющее и обосабливающее собственно путешествие от иных сфер деятельности, – временное перемещение человека в иную местность или страну, отличные от его обычного местонахождения или проживания. Путешествие – термин, обозначающий перемещение людей в пространстве и времени независимо от цели такового.

Человеку на протяжении всей его эволюции было свойственно стремление к миропознанию и первооткрывательству в целях развития торговли, завоевания и освоения новых земель, поисков ресурсов и новых транспортных путей.

За многовековую историю путешествий, географических открытий, промышленного освоения новых территорий, расширения мирохозяйственных связей были собраны многочисленные научные литературные материалы, отчёты и дневники. Они сыграли неоценимую роль в накоплении человеком знаний в различных областях науки, культуры, техники. У многих людей появляется потребность увидеть новые районы и страны, познакомиться с жизнью и обычаями их народов. Всё это послужило причиной возникновения особой формы путешествий – туризма.

Процесс активизации хозяйственных связей увеличивал подвижность населения, сопровождался строительством дорог, благоустроенных гостиниц, ресторанов, созданием зон отдыха, лечения, изучением исторических и культурных достопримечательностей и т.д.

С появлением регулярного движения пассажирского транспорта, сети предприятий питания и мест размещения отпали многие элементы риска и трудностей, которые на протяжении многих веков были сопряжены с путешествиями. Однако туризм был доступен в основном представителям имущих классов, которые совершали дорогостоящие поездки для отдыха, лечения и развлечений.

Таким образом, туризм становится особой формой передвижения людей. Он развивался на основе путешествий и открытий, осуществляемых мореплавателями, исследователями, историками, географами и представителями делового мира, которые собрали многочисленные научные изыскания, наблюдения, описания, литературные, исторические и географические материалы, отчёты и дневники. Появление туризма стало возможным в результате коренных изменений в характере общественного производства, развития средств транспорта и связи, налаживания мирохозяйственных отношений в различных сферах.

Туризм имеет свою историю развития. История туризма – это наука, изучающая путешествия (походы, экскурсии), начиная от самых простых, наиболее элементарных в глубокой древности и до настоящего времени. В своих исследованиях она опирается на ряд вспомогательных дисциплин: археологию, нумизматику, палеографию, этнографию и другие науки.

Туризм – это индустрия, развивающаяся в тех регионах, которые обладают естественными и искусственными особенностями, привлекающими туристов разнообразным характером деятельности.

Как правило, к категории туристов относят путешественников, выезжающих из места своего постоянного проживания с целью получения удовлетворения своих потребностей в зависимости от цели путешествия, и чье пребывание в месте туристического назначения превышает сутки.

Туристический продукт – это комплекс услуг, предоставляемых туристско-экскурсионными предприятиями гражданам (туристам).

Комплексная система организации производства такого продукта называется индустрией туризма.

В систему индустрии туризма входят специализированные предприятия, организации и учреждения:

1.Предприятия, предоставляющие услуги по размещению (гостиницы, мотели, кемпинги, пансионаты);

2.Предприятия питания (рестораны, кафе, бары);

3.Фирмы, занимающиеся транспортным обслуживанием (автопредприятия, авиационные предприятия, железнодорожные ведомства, предприятия морского и речного транспорта);

4.Туристские фирмы по разработке и реализации туристского продукта (туристские бюро, экскурсионные бюро, туристские агентства, бюро реализации путевок);

5.Рекламно-информационные туристские учреждения (рекламные агентства, рекламные бюро, информационные агентства);

6.Органы управления туризмом (комитеты и департаменты туризма, общественные туристские организации и объединения);

Развитие туристской индустрии зависит от множества факторов:

1. Наличие туристско-рекреационных ресурсов;
2. Наличие развитой инфраструктуры региона;
3. Наличие квалифицированных кадров;
4. Государственной поддержки туризма;
5. Демографических и социальных факторов;
6. Факторов риска;
7. Политических и экономических факторов;
8. Научно-технического прогресса, традиций и др.

Классификация видов туризма и факторы, влияющие на него

Для того, чтобы дать наиболее полную классификацию видов современного туризма, необходимо использовать наиболее существенные признаки, характеризующие тот или иной вид туризма, в частности, национальную принадлежность туризма; основную потребность, удовлетворение которой обуславливает туристическое путешествие; основное средство передвижения, используемое в путешествии; средство размещения; продолжительность путешествия; состав группы; организационные формы; основные принципы формирования цены турпродукта и т.д.

I. К основным видам туризма, формирующимся в зависимости от национальной принадлежности, относят национальный (внутренний) и международный (внешний) туризм. Международный туризм, в свою очередь, подразделяется на активный и пассивный, или иначе въездной и выездной туризм.

1. В зависимости от потребности, обуславливающей туристское путешествие, различают следующие виды туризма:

1.Лечебный (медицинский туризм). В основе этого вида туризма лежит потребность в лечении различных заболеваний. Лечебный туризм имеет несколько разновидностей, характеризующихся природными средствами воздействия на человеческий организм, например: климатолечение, морелечение, грязелечение, плодолечение, молоколечение и т.д. Зачастую при лечении могут использоваться несколько видов воздействия, в таких случаях вид туризма определяет основное средство воздействия на организм отдыхающего.

2.Рекреационный туризм. В основе этого вида туризма лежит потребность в восстановлении физических и душевных сил человека. Этот вид туризма отличается большим разнообразием. Так, например, рекреационный туризм может включать следующие программы:

* Зрелищно – развлекательные (театр, кино, карнавалы, ярмарки, дни города, фестивали);
* Занятия по интересам (охота и рыбная ловля, художественное и музыкальное творчество, туры для коллекционеров и т.д.);
* Обучающие (туризм, другие виды спорта, искусство, ремесла и т.п.);
* «этнические» и бытовые (связанные с изучением национальной культуры и нетрадиционного быта);
* туристско-оздоровительные (включая маршруты с активными способами передвижения, купальные, горнолыжные и т.д.).

3.Спортивный туризм. В основе этого вида туризма лежит потребность двух видов, в связи, с чем различают два подвида спортивного туризма:

* активный (основой является потребность в занятиях каким – либо видом спорта);
* пассивный (основой является интерес к какому – либо виду спорта, т.е. путешествие с целью посещения соревнований или спортивных игр).

4.Познавательный (культурный) туризм. Основой данного вида туризма является потребность в расширении знаний по различным направлениям. К данному виду туризма можно отнести экологический туризм. Программы экотуров предполагают посещение охраняемых природных территорий.

5.Туризм с деловыми целями. К данному виду туризма относятся поездки с целью установления или поддержания деловых контактов с различными партнерами.

6.Конгрессный туризм. Туристические поездки с целью участия в различных мероприятиях, в том числе: конференциях, симпозиумах, съездах, конгрессах и т.д.

7.Культовый (религиозный) туризм. Этот вид туризма основан на религиозных потребностях людей различных конфессий. Культовый туризм подразделяется на два подвида:

* посещение культовых сооружений в религиозные праздники;
* посещение святых мест с целью отпущения грехов.

8.Ностальгический туризм. Данный вид туризма основан на потребности людей в посещении мест в области исторического проживания.

9.Транзитный туризм. В основе транзитного туризма лежит потребность пересечения территории одной страны, с целью посещения другой.

10.Самодеятельный туризм. Этот вид туризма объединяет любителей активного отдыха, занимающихся лыжным, горным, водным туризмом и т.д. Отличительной особенностью данного туризма является потребность участвующих в нем в самоорганизации. Организацией туров занимаются не туристические фирмы, а сами туристы совместно с туристско-спортивными клубами и союзами.

Разумеется, на практике очень часто имеют место комбинированные туры, сочетающие в одном путешествии несколько видов туризма, обусловленных различными потребностями туристов, например, рекреационный с познавательным, спортивный с рекреационным и т.д. Однако, при анализе туристической деятельности необходимо выделять основные потребности, послужившие побудительным мотивом к путешествию.

1. В зависимости от транспортных средств, используемых на туристическом маршруте, различают следующие виды туризма:

1.Туристы на собственном транспорте – туры на транспорте, принадлежащем транспортным хозяйствам туристической системы или непосредственно туристической организации.

2.Транстуры на арендованном туристском транспорте – туры на транспорте, принадлежащем транспортным организациям, использующемся туристскими организациями на правах аренды (по договору) на срок, определенный сроком действия тура. В качестве арендованного специализированного транспорта туристские организации используют морские и речные теплоходы, самолеты, специальные составы туристско-экскурсионных предприятий.

3.Туры на личном транспорте туристов – специально разработанные индивидуальные или групповые туры для автомобилей (владельцев личных автомобилей) с предоставлением туристам всех видов услуг по маршруту (проживание в автокемпингах, питание, экскурсии, досуг, авторемонт и т.д.), кроме проезда.

1. В зависимости от способа передвижения виды туризма подразделяются:

1.Автомобильный туризм. Этот вид туризма бурно развивается со второй половины двадцатого века. В настоящее время он получил наиболее широкое распространение.

2.Железнодорожный туризм. Этот вид туризма развивается с сороковых годов 19 века. Относительная дешевизна железнодорожных билетов делает его доступным менее обеспеченным слоям населения. В настоящее время обостряется конкурентная борьба между железнодорожным и другими видами транспорта.

3.Авиационный туризм. Данный вид туризма является наиболее перспективным, так как обеспечивает экономию времени при доставке туристов к местам посещения. Авиационные туры подразделяются на групповые туры с использованием части мест в самолетах пассажирских авиалиний и спецавиарейсы с полной арендой самолета для специальных туристских перевозок.

4.Теплоходный (водный) туризм. При данном виде туризма маршруты организовываются на теплоходах речных и морских пароходах. Морские маршруты бывают: круизные (путешествия на арендованных судах продолжительностью более суток). Они могут быть как с посещением портов, так и без посещения.

Речные маршруты – с использованием судов речных пароходств. Имеют подвиды: туристско-экскурсионные рейсы – это путешествия на арендованных речных судах продолжительностью более одних суток и экскурсионно-прогулочные – поездки экскурсантов с целью ознакомления с памятными и историческими местами и отдыха, продолжительностью не более 24 часов.

Для организации крупных и туристско-экскурсионных рейсов используются в основном комфортабельные теплоходы. Для организации экскурсионно-прогулочных и прогулочных рейсов могут использоваться как теплоходы, так и малый флот (речные трамвайчики, ракеты, катера, катамараны и др.).

Преимущества водного туризма на комфортабельных теплоходах заключается в том, что туристы обеспечиваются средствами размещения, питания, спорта, развлечений и т.п. на корабле.

5.Автобусный туризм. При данном виде туризма путешествия организовываются с использованием автобусов, в качестве средства передвижения. Автобусные туры могут быть обычными туристско-экскурсионными (с предоставлением всех видов услуг, предлагаемых транспортным туром – проживание, питание, экскурсионное обслуживание) и так называемый «автобусы здоровья» - прогулочные (автобусы одного дня).

6.Велосипедный туризм. Этот вид туризма доступен для использования достаточно ограниченному контингенту туристов.

7.Пешеходный туризм. Данный вид туризма получил наибольшее распространение во внутреннем туризме. Следует отметить, что на практике очень часто при одном туристском путешествии используется несколько видов транспорта, например, самолет – автобус, железная дорога – автобус и т.д., такие виды туров называются комбинированными.

1. В зависимости от средств размещения туристов различают следующие виды туризма:

1.Туризм в отеле.

2.Туризм в мотеле.

3.Туризм в пансионе.

4.Кемпинговый туризм.

5.Туризм в туристической деревне, на турбазе и т.д.

Помимо перечисленных видов предприятий гостиничного хозяйства, определяющих вид туризма, существуют и такие виды как: дома и меблированные квартиры, дома отдыха, дома молодежи.

1. Туризм также в зависимости от времени путешествия подразделяется на сезонный и несезонный.
2. В зависимости от продолжительности путешествия различают два вида туризма: продолжительный и кратковременный (при кратковременном туризме путешествие осуществляется на срок до 5 – 7 дней).
3. В зависимости от состава группы различают:

1.Массовый туризм (путешествия туристов в составе группы);

2.Индивидуальный туризм (данный вид туризма чаще всего реализуется в рамках делового, научного и оздоровительного туризма. В последнее время индивидуальный туризм получает значительное развитие по каналам родственных семейных связей, творческих обменов, посещений по приглашению. Индивидуальные поездки практикуются также по программам социального и молодежного туризма. Индивидуальные туристы могут воспользоваться услугами гидов-переводчиков, экскурсоводов, организаторов путешествия, проводников и сопровождающих, арендовать легковой автотранспорт, использовать возможности других форм туристического сервиса).

3.Семейный туризм (путешествие туристов с членами семьи.) Данный вид туризма получил большое развитие в последние годы в значительной степени за счет скидок, которые предлагают турфирмы лицам, путешествующим с детьми. Молодежный (студенческий) туризм.

4.Детский (школьный) туризм.

Молодежный и детский туризм получил большое развитие в значительной степени за счет туристских обменов как внутри страны, так и между различными странами.

1. В зависимости от организационных форм существуют:

1.Организованный туризм.

2.Неорганизованный туризм.

3.Клубный туризм.

1. В зависимости от определяющего принципа формирования цены на продукт существует коммерческий и социальный (дотационный) туризм. Социальный туризм предполагает определенные дотации в различных формах, как от государственных, так и от общественных организаций, а также коммерческих структур, в целях обеспечения возможности получения отдыха и участия в туристических мероприятиях различных слоев населения, не имеющих для этого достаточного количества денежных средств. Например, пенсионеры, студенты, категория низкооплачиваемых работников и т.д.

Основные факторы, влияющие на развитие туризма делятся на статичные и динамичные.

К статичным относятся совокупность природно-географических факторов. Они имеют непреходящие, неизменные значения. Человек лишь приспосабливает их к туристским потребностям, делает их более доступными для использования. К природно-климатическим и географическим факторам относятся: живописная природа, благоприятный климат, рельеф местности, подземные богатства (минеральные пещеры и т.д.). Культурно-исторические факторы (памятники архитектуры, истории и т.д.) тоже, в значительной мере можно отнести к статичным.

К динамичным относятся демографические, социально-экономические, материально-технические и политические факторы. Они могут иметь различную оценку значения, меняющуюся во времени и в пространстве.

Кроме того, факторы, воздействующие на туризм делятся на внешние (экзогенные) и внутренние (эндогенные).

Внешние (экзогенные) факторы воздействуют на туризм посредством демографических и социальных изменений. Данная группа включает в себя: возраст населения, увеличение числа работающих женщин и изменение дохода на каждую семью, рост пропорции одиноких людей, тенденции к более позднему вступлению в брак и образованию семьи, рост числа бездетных пар в составе населения, уменьшение иммиграционных ограничений, увеличение оплаченных командировок и более гибких графиков рабочего времени, более ранний выход на пенсию, увеличение осознания туристских возможностей. К числу внешних факторов, воздействующих на туризм, относятся также экономические и финансовые факторы:

* улучшение (ухудшение) экономической и финансовой ситуации;
* увеличение (снижение) персонального дохода;
* более высокая (низкая) туристская активность в зависимости от выделенной на отдых части доходов;
* возрастание (снижение) доли общественно-выделяемях средств на покрытие расходов на туризм и путешествия.

К социально-экономическим факторам, влияющим на рост туризма, относятся также повышение уровня образования, культуры, эстетических потребностей населения. Как элемент эстетических потребностей можно рассматривать стремление людей познакомится с бытом, историей, культурой, условиями жизни различных стран.

Кроме того, к внешним факторам относятся изменения политического и правового регулирования; технологические изменения; развитие транспортной инфраструктуры и торговли, а также изменение условий безопасности путешествий.

Внутренние (эндогенные) факторы – это факторы, воздействующие непосредственно в сфере туризма. К ним относятся прежде всего материально-технические факторы, имеющие важнейшее значение для развития туризма. Главный из них связан с развитием средств размещения, транспорта, предприятий общепита, рекреационной сферы, розничной торговли и т.д.

К внутренним факторам относятся также факторы туристского рынка:

1.Процессы спроса, предложения и распространения

2.Возрастание роли сегментации рынка (появление новых внутри региональных туристских сегментов. Увеличение расстояний путешествий, разнообразие форм проведения каникул, рост краткосрочного пребывания, возрастание диверсификации туристского развития в устоявшемся туристском пространстве и т.д.);

3.Возрастание роли координации деятельности в туризме и процессов монополизации (усиление горизонтальных интеграций, т.е. рост партнерских отношений крупных фирм со средним и мелким бизнесом; вертикальные интеграции через создание стратегических туристских союзов; глобализация туристского бизнеса и т.д.);

4.Возрастание роли средств массовой информации и связи с общественностью в продвижении, рекламе и реализации разрабатываемых турпродуктов;

5.Возрастание роли кадров в туризме (увеличение численности работников, развитие профессионально-квалификационной структуры, повышения значения профессиональной подготовки, улучшения организации труда и т.д.);

6.Возрастание роли частного туристского бизнеса

Перечисленные выше факторы, в свою очередь, подразделяются на экстенсивные и интенсивные и сдерживающие (негативные).

К экстенсивным факторам относятся:

* рост численности работников;
* увеличение количества вовлекаемых в хозяйственный оборот материальных ресурсов;
* строительство новых объектов туризма с техническим уровнем существующих.

Интенсивные факторы:

* повышение квалификации персонала;
* развитие профессионально-квалификационной структуры;
* техническое совершенствование материальной базы на основе внедрения достижений и результатов НТП, включая реализацию целевых программ улучшения культуры и качества обслуживания, индустриализации, технологизации и компьютеризации туризма;
* рациональное использование имеющихся материальных ресурсов, объектов и маршрутов и т.д.

К сдерживающим факторам, влияющим на развитие туризма негативно, относятся: кризисы, милитаризация экономики, рост внешней задолженности, политическая нестабильность, рост цен на предметы потребления, безработица, забастовки, криминогенная обстановка, финансовая нестабильность (инфляция, стагнация валют), сокращение объемов личного потребления, неблагополучие экологической ситуации, банкротство туристских фирм, ужесточение туристских формальностей, снижение квот обмена валют, невыполнение турфирмами своих обязательств и т.д.

Особое место среди факторов, оказывающих влияние на развитие туризма, занимает фактор сезонности. В зависимости от сезона объем туристической деятельности может иметь очень серьезные колебания. Туристские организации и учреждения предпринимают ряд мер, направленных на уменьшение сезонных спадов, например, введение сезонной дифференциации цен (разница в величине тарифов на проживание в гостиницах в зависимости от сезона может достигать 50 %).

Культурный туризм как один из основных видов туризма

Объектом нашего исследования является познавательный или культурный туризм. Рассмотрим особенности данного вида туризма и факторы, влияющие на его развитие.

Основные особенности культурного туризма

Основой культурного туризма является историко-культурный потенциал страны, включающий всю социокультурную среду с традициями и обычаями, особенностями бытовой и хозяйственной деятельности. Минимальный набор ресурсов для познавательного туризма может дать любая местность, но для его массового развития требуется определенная концентрация объектов культурного наследия, среди которых можно выделить:

1. памятники археологии;
2. культовую и гражданскую архитектуру;
3. памятники ландшафтной архитектуры;
4. малые и большие исторические города;
5. сельские поселения;
6. музеи, театры, выставочные залы и др.;
7. социокультурную инфраструктуру;
8. объекты этнографии, народные промыслы и ремесла, центры прикладного искусства;
9. технические комплексы и сооружения.

Как мы уже сказали, культурный туризм начал развиваться в последние десятилетия. Культурного туризм основывается на потребностях человека в духовном освоении культуры мира, через его посещение, непосредственное постижение и переживание разных культур в различных местах, когда лично увиденное навсегда становится достоянием, принадлежностью мысли и чувства туриста, раздвигая горизонты его мировосприятия. Культурное самовыражение народа всегда вызывает интерес. Природная любознательность туриста в отношении различных уголков мира и населяющих их народов образуют один из наиболее сильных побудительных туристских мотивов.

Туризм – наилучший способ знакомства с другой культурой. Гуманитарное значение туризма заключается в использовании его возможностей для развития личности, ее творческого потенциала, расширения горизонта знаний. Стремление к знанию всегда было неотъемлемой чертой человека. Совмещение отдыха с познанием жизни, истории и культуры другого народа – одна из задач, которую в полной мере способен решать туризм. Увидеть мир своими глазами, услышать, ощутить – важные части восстановительной функции туризма, они несут в себе большой гуманитарный потенциал. Знакомство с культурой и обычаями другой страны обогащает духовный мир человека.

Культура является фундаментальной основой процесса развития, сохранения, укрепления независимости, суверенитета и самобытности народа. Идентичность путей исторической эволюции культуры и туризма предопределила общность новых методов подхода к их дальнейшему развитию. В большинстве стран мира происходит процесс демократизации культуры и туризма, которые составляют неотъемлемую часть жизни общества. Самосознание и познание окружающего мира, развитие личности и достижение поставленных целей немыслимы без приобретения знаний в области культуры.

Что же такое культура? Дадим несколько определений. Первое определение основывается на культурной антропологии и включает все, что создал человек дополнительно к природе: общественную мысль, хозяйственную деятельность, производство, потребление, литературу и искусство, образ жизни и человеческое достоинство.

Второе определение специализированного характера, построенное на «культуре культуры», т. е. на моральных, духовных, интеллектуальных и художественных аспектах жизни человека.

Культурное наследие любого народа составляют не только произведения художников, архитекторов, музыкантов, писателей, труды ученых и т. д., но и нематериальное достояние, включающее фольклор, народные промыслы, фестивали, религиозные ритуалы и т. п.

При посещении другой страны туристы воспринимают в целом культурные комплексы, составной частью которых является природа. Аттрактивность культурных комплексов определяется их художественной и исторической ценностью, модой и доступностью по отношению к местам спроса.

Особенности культуры различных регионов мира все чаще побуждают людей проводить отпуск в путешествии. Объекты, посещаемые туристами, способствуют их духовному обогащению, расширению кругозора. Культура является одним из основных элементов туристского интереса.

Познавательный туризм охватывает все аспекты путешествия, посредством которого человек узнает о жизни, культуре, обычаях другого народа. Туризм, таким образом, является важным средством создания культурных связей и международного сотрудничества.

Развитие культурных факторов внутри региона является средством расширения ресурсов для привлечения туристских потоков. Во многих странах туризм может быть включен в так называемую политику культурных отношений.

Уровень культурного развития может быть использован также для создания благоприятного имиджа конкретного региона на туристском рынке. Элементы и факторы культуры могут являться каналами распределения информации о туристских возможностях местности. Успех развития туризма зависит не только от материально-технической базы, соответствующей общепринятым стандартам и требованиям, но и от уникальности национального культурного наследия.

Объекты национального культурного наследия должны быть представлены разумно и творчески. Научно-технический прогресс сделал свое дело: продукция одной страны практически не отличается от аналогичной продукции другой страны. В культуре единообразие недопустимо. Регион, желающий стать популярным туристским направлением, должен обладать уникальными культурными комплексами и предлагать их на туристский рынок.

Оценка культурных комплексов для туристских целей может проводиться двумя основными методами:

1.Ранжированием культурных комплексов по их месту в мировой и отечественной культуре;

2.Необходимым и достаточным временем для осмотра достопримечательностей, что позволяет сравнивать разные территории по перспективности историко-культурного потенциала для туризма.

Эти методы во многом субъективны: культурные комплексы, высоко оцениваемые специалистами, не всегда вызывают адекватную реакцию у туристов. Необходимое и достаточное время для осмотра объектов в известной степени определяется их доступностью и построением экскурсионных маршрутов. Наконец, представление о ценности культурных комплексов зависит от уровня образования, национальных особенностей туристов. В большинстве случаев интерес к объектам культуры определяется модой.

Важной характеристикой культурного комплекса является стабильность его соответствия ценностным критериям, сформировавшимся у населения. Этот фактор связан с долговременностью интереса туристов к конкретному культурному объекту. Сохраняется стабильность интереса туристов к таким объектам мирового культурного наследия, как египетские пирамиды, античная архитектура и др.

Вместе с тем ряд объектов, например, ленинские места, наиболее посещаемые в советский период в России, утратил свою притягательность с изменением идеологических установок в обществе. Поэтому одной из основных задач организаторов туризма является не только создание культурного комплекса для туризма, но и сохранение его на достаточно длительный исторический период.

Несмотря на то, что практически любую информацию можно получить из печатных периодических изданий, художественной литературы и других источников, не стареет старая истина: «Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать». Поэтому регион, заинтересованный в привлечении туристов, должен разумно планировать и развивать специальные программы и мероприятия, способствующие повышению интереса к его культуре, распространять информацию о своем культурном потенциале в расчете на привлечение потенциальных туристов.

2.2.Элементы культуры, влияющие на формирование туристского интереса

Различные области деятельности способны вызвать мотив к путешествию и интерес к туристскому направлению. Важными переменными, влияющими на привлекательность туристского направления для различных групп и категорий туристов, являются его культурные и социальные характеристики. Наибольший интерес у туристов вызывают такие элементы культуры народа, как искусство, наука, религия, история и др. Рассмотрим некоторые из этих элементов:

Изобразительное искусство – один из важных элементов культуры, способный сформировать убедительный мотив к туристской поездке. Его повсеместное усиление связано с тенденцией выставлять на известных курортах (в помещениях гостиниц) произведения национального изобразительного искусства в целях ознакомления туристов с культурой региона.

Также популярны фестивали, широко представляющие разнообразные виды и элементы национального изобразительного искусства. Например, характерной особенностью эдинбургского фестиваля, который регулярно проходит в Шотландии, является то, что он знакомит не только с произведениями местных художников, но и с творчеством местных композиторов, фольклором – всем, что вызывает интерес у туристов.

Музыка и танцы. Музыкальный потенциал региона является одним из привлекательных элементов культуры. В некоторых странах музыка выступает как основной фактор привлечения туристов. Известные музыкальные фестивали ежегодно собирают тысячи участников. Многие курортные гостиницы знакомят своих гостей с национальной музыкой во время вечерних развлекательных программ, на фольклорных вечерах и концертах. Аудио пленки с записями национальной музыки, продажа которых распространена в большинстве туристских центров, служат прекрасным средством знакомства туристов с культурой народа.

Этнические танцы – характерный элемент национальной культуры. Практически каждый регион имеет свой национальный танец. Знакомство туристов с танцами может происходить на специальных шоу, фольклорных вечерах, во время развлекательных программ. Яркими примерами танца как выразителя национальной культуры являются танцы народов Африки, полинезийские, японский танец «кабуки», русский балет и др.

Народные промыслы. Регион, принимающий туристов, должен предлагать им широкий ассортимент сувениров, выполненных (фабричным или кустарным способом) местными мастерами и ремесленниками. Сувениры – хорошая память о стране. Однако следует помнить, что памятный сувенир, изготовленный не в стране посещения, а в другой, теряет для туриста свою значимость и воспринимается как подделка.

Все виды сувенирной продукции, а также другие необходимые туристу товары (туристское снаряжение, пляжные аксессуары), должны быть доступны и продаваться в удобно расположенных магазинах и других торговых точках. Мотивы покупки и свободной траты денег достаточно сильны во время путешествия, и потому туристские товары должны изготавливаться в ассортименте, пользующемся особым спросом у туристов. В некоторых туристских центрах создаются специальные магазинчики в национальном стиле, где местные мастера изготавливают изделия непосредственно в присутствии покупателей. Эта форма торговли сувенирной продукцией является своеобразной достопримечательностью региона и вызывает немалый интерес у туристов.

История. Культурный потенциал региона выражен в его историческом наследии. Большинство туристских направлений бережно относится к своей истории как фактору привлечения туристских потоков. Наличие уникальных исторических объектов может предопределить успешное развитие туризма в регионе. Знакомство с историей и историческими объектами — сильнейший побудительный туристский мотив.

Историческое наследие региона нуждается в продвижении на туристский рынок. Поэтому национальные туристские организации должны заниматься распространением информации об историческом потенциале местности. В числе интересных нововведений в сфере презентации исторического наследия и привлечения туристов можно выделить специальные светозвуковые шоу-программы, получившие распространение в Европе и странах Средиземноморья. Специфика таких шоу заключается в особом воспроизведении отдельных страниц истории с использованием различных спецэффектов.

Целесообразно проводить культурные мероприятия (фольклорные, фестивальные и др.), традиционные для мест туристского назначения способные заинтересовать туристов из разных уголков мира.

Незаурядная крупномасштабная акция культурного характера была организована в Сингапуре по случаю начала третьего тысячелетия. Самый сенсационный азиатский праздник «Millenia Mania» был рассчитан на длительный период – с июня 1999г. по август 2000г. Туристы участвовали в фантастических мероприятиях, фестивалях, развлекательных шоу, делающих смену тысячелетий незабываемой. Праздник осуществлялся в соответствии с разработанным Управлением по туризму Сингапура планом «Tourism XXI», предусматривающим значительное расширение района Чайнатауна (Chinatown), проект реставрации которого оценен почти в 57 млрд. долл. США. Согласно проекту Чайнатаун в течение трех лет должен превратиться в самый оживленный район Сингапура, отражающий его историческое прошлое. Управление по туризму разработало план специальных, присущих только Чайнатауну, мероприятий: празднование Нового года по китайскому календарю, исполнение «танца льва», соревнований по ушу и др. Рядом с Чайнатауном появятся этнические зоны, например «маленькая Индия». Ожидается, что праздник тысячелетия превратит город из заурядного туристского направления в столицу туризма XXI века.

Литература. Литературные памятники региона имеют более ограниченную по сравнению с другими элементами культуры привлекательность, но все же составляют существенный туристский мотив и основу организации разноплановых туристских программ и маршрутов. Литературные произведения обладают силой создавать впечатление о стране и ее культуре. Доказано, что наличие или отсутствие определенного рода литературы в стране указывает на состояние ее культурной и политической систем. В развлекательные программы для туристов целесообразно включать литературные вечера, тем более что некоторые гостиницы располагают прекрасно оборудованными библиотеками. В рамках познавательного туризма рекомендуется организовывать литературные туры по местам, связанным с именами авторов и героями известных литературных произведений.

Религия. Паломничество – древнейший вид путешествий, известный человечеству не одно тысячелетие. До 80% объектов туристского показа являются культовыми, например, в Париже культовые объекты составляют 44%. Мотивами к паломническому путешествию являются духовное стремление посетить религиозные центры и святые места, особо чтимые в конкретной религии, свершение культовых обрядов и т. д. Мотивация происходит либо из предписаний религии (например, каждый мусульманин должен совершить хадж в Мекку), либо из религиозных устремлений и убеждений человека. В мире существует ряд выдающихся по своей значимости памятников культовой архитектуры: собор Нотр-Дам де Пари во Франции, собор Святого Петра в Италии и др., которые выступают как важнейшие объекты туристского интереса и привлечения туристов всего мира.

Индустрия и бизнес. Уровень индустриального развития региона является серьезным мотивом для привлечении определенной категории туристов, особенно иностранных, интересующихся состоянием экономики другой страны, промышленностью, производимой продукцией и т. п.

Так называемые индустриальные туры – прекрасный способ расширить соответствующий сегмент туристского рынка. Турфирмам следует способствовать организации и проведению специализированных туров на заводы, фабрики, промышленные и другие объекты, конкретный перечень которых следует согласовывать с департаментами торговли и коммерции, гостиничными предприятиями, сервисными компаниями и другими организациями, имеющими прямой или косвенный контакт с туристами.

Целесообразно использовать практику организации специализированных групповых туров для производителей определенного вида продукции в другую страну с целью ознакомления с процессом ее разработки, производства и реализации. Департаменты коммерции некоторых стран и различные промышленные группы практикуют специализированные туры не только с целью ознакомления туристов с потенциальными рынками, но и для привлечения внимания к определенным видам продукции, увеличения спроса, объемов продаж, налаживания контактов. Яркий пример использования торговли и бизнеса в целях  
туризма – Гонконг, где деловая и торговая жизнь выступает как важнейший элемент туристских впечатлений.

Агрокультура. Уровень развития сельского хозяйства может привлечь внимание фермеров и производителей сельскохозяйственной продукции, интересующихся агрокультурой региона. Например, Данию как мирового лидера в области свиноводства ежегодно посещают фермеры из разных стран. Расположенные вблизи туристских центров фермерские хозяйства, предлагаю­щие местные сельхозпродукты, являются важным звеном в туристском обслуживании.

В программу специализированного тура следует включать различные мероприятия, во время которых туристу будет интересно познакомиться с ассортиментом выпускаемой в этой местности продукции, принять участие в процессе ее производства, например, в сборе урожая. Такая практика существует на Гавайях, где программой тура предусмотрено знакомство туристов с сортами выращиваемых на местных плантациях ананасов и участие в их сборе.

Образование. Высокий уровень образования увеличивает стремление человека к знаниям. Влияние людей друг на друга формирует общемировой стиль жизни, воздействующий на развитие туризма. Жители одной страны, как правило, проявляют интерес к системе образования другой страны. Поэтому учреждения образования (колледжи, университеты и др.) могут стать существенными привлекательными элементами культуры на туристском рынке. Всемирно известные университеты Оксфорд и Кембридж давно стали туристскими достопримечательностями и самостоятельными объектами туристского показа. Помимо этого система образования является особенностью туристского потенциала и может успешно использоваться как элемент привлечения туристских потоков, в частности, как основа обучающего туризма. Возможность получения престижного образования привлекает студентов из разных регионов, что укрепляет сложившийся и устойчивый сегмент потребительского рынка.

Наука. Научный потенциал может выступать побудительным мотивом для посещения региона, особенно теми, кто непосредственно занят наукой или связан с этой областью деятельности. Туристские организации могут оказывать различные услуги научным обществам (проведение встреч, семинаров, мероприятий, обеспечивающих получение научной информации, посещение научных объектов и пр.). В век научно-технической революции научные комплексы являются важным ресурсом познавательного туризма.

К числу наиболее популярных научных объектов следует отнести специализированные музеи и выставки, планетарии, а также атомные станции, космические центры, заповедники, акванариумы и т. д. Экскурсии на научные объекты могут быть организованы как для специалистов в конкретной области знаний, так и для массовых туристов. Например, космический Центр управления полетами имени Джона Кеннеди во Флориде ежегодно привлекает огромное число туристов и предлагает образовательную и научную информацию даже неискушенным в этой области знаний туристам.

Национальная кухня. Национальная кухня составляет важный элемент культуры региона. Туристы любят пробовать национальные блюда той страны, по которой путешествуют. Например, почти все туристы, посещающие впервые Россию, желают отведать борщ и пельмени. Некоторые рестораны, предлагая иностранным туристам национальные блюда, поясняют, из каких продуктов и как они приготовлены. Особый интерес у туристов вызывают кафе, рестораны, трактиры, оформление которых гармонирует с предлагаемым меню, например, ресторан, специализирующийся на блюдах русской кухни, оформленный в национальных традициях с элементами фольклора.

Туристы считают питание важным элементом поездки, поэтому особенности национальной кухни, ассортимент блюд, их качество обязательно оставят след в воспоминаниях не только об отдыхе, но и о стране.

Таким образом, культура региона способна вызвать у потенциальных туристов сильнейший побудительный мотив к путешествию. Поэтому сохранение культурного наследия и его рациональное использование имеют определяющее значение для устойчивого привлечения туристских потоков и сохранения популярности конкретного туристского направления.

2.3. Развитие культурного туризма в России

За быстрые темпы роста туризм признан экономическим феноменом столетия.

Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, в создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешнеторгового баланса. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономи­ки, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие, т.е. выступает своеобразным ка­тализатором социально-экономического развития.

В России влияние туризма на экономику страны пока незначительно. Отсутствие реальных инвестиций, неразвитость туристской инфраструктуры, низкий уровень сервиса, высокий уровень преступности, недостаточное количество гостиничных мест, дефицит квалифицированных кадров и прочие немаловажные причины затормаживают развитие туризма в нашей стране. Статистические данные конца XX начала XXI века отмечают, что на Россию приходится менее 1 % мирового туристского потока.

На данный момент в нашей стране наблюдается становление и развитие туристской индустрии.

Туристский бизнес в России находится на стадии структурной перестройки, институционального становления, формирования внутриотраслевых, межотраслевых и внешнеэкономических связей. Это один из немногих динамично развивающихся видов отечествен­ного бизнеса. Интерес предпринимателей к туризму объясняется рядом фак­торов. Во-первых, появление благоприятных условий для развития туристского бизнеса. Во-вторых, интерес общества к различным видам туризма, доступность туризма для большей части населения. По прогнозам исследователей в ближайшие несколько лет туризм мог бы оказать значительное позитивное влияние на экономику страны и ее крупных городов при грамотном использовании ресурсов культурного туризма в России.

Таким образом, туризм, являясь выгодной отраслью экономики, может стать при соответствующих условиях важнейшей статьей валового национального дохода России.

2.4. Потребности человека в культурном туризме

Манильская декларация по мировому туризму от 10 октября 1980г. провозгласила следующее: «…Туризм понимается как деятельность, имеющая важное значение в жизни народов в силу непосредственного воздействия на социальную, культурную, образовательную и экономическую области жизни государств и их международных отношений. Развитие туризма связано с социально-экономическим развитием наций и зависит от доступа человека к активному отдыху и отпуску и его свободы путешествий в рамках свободного времени и досуга, глубокий гуманитарный характер которых он подчеркивает. Само существование туризма и его развитие полностью зависят от обеспечения прочного мира, в укрепление которого он призван внести свой вклад».

«При практике туризма духовные ценности должны преобладать над элементами материального и технического характера. Такими основными духовными ценностями являются следующие:

а) полное и гармоничное развитие человеческой личности;

б) постоянно возрастающий познавательный и воспитательный вклад;

в) равные права в определении своей судьбы;

г) освобождение человека, понимая это как право на уважение его достоинства и индивидуальности;

д) признание самобытности культур и уважение моральных ценностей народов».

В этих тезисах отражены одни из основных функций туризма, как одной из составляющих жизни общества.

Этим определяются основные потребности человека в культурном туризме.

В основе культурного туризма находится знакомство с историко-культурными достопримечательностями и уникальными природными объектами, что способствует духовному развитию человека, его самосовершенствованию.

Немаловажную роль играет и природная любознательность человека, туристский интерес в постижении чего-то нового, неизведанного.

Имеют место здесь и современные условия жизни общества: научно-технический прогресс коренным образом изменил жизнь современного общества. Характерными ее особенностями являются повышение интенсификации труда, автоматизация и компьютеризация производства, увеличение стрессовых ситуаций на работе и в быту, анонимность городской жизни и изоляция от природы. Все это способствует накоплению в человеке усталости физического и психологического характера, что ведет к снижению жизненной и трудовой активности.

Туризм (въездной, выездной, внутренний) как многоплановая и активная форма отдыха способствует полному и всестороннему обновлению сил и внутренних ресурсов человека, затраченных на производстве и в быту. Он предоставляет возможность временно покинуть место постоянного проживания, изменить характер деятельности, привычную обстановку и образ жизни.

Возобновление интереса к культуре и искусству также является одной из потребностей познавательного туризма.

Таким образом, все эти факторы способствуют развитию культурного туризма, как одного из основных видов туристской индустрии.

Заключение

На сегодняшний день существует множество классификаций туризма. Нужно отметить, что каждый вид туризма по-своему индивидуален, имеет свои особенности.

В данной работе нами был подробно рассмотрен культурный туризм, являющийся в последнее время одним из самых распространенных видов туризма.

Потребности человека в культурном туризме обусловлены как внешними, так и внутренними факторами и затрагивают многие аспекты жизни и деятельности человека.

По мнению футурологов на данном этапе происходит смена приоритетов в проведении досуга и затратах на него. В последнее время отмечается возрождение интереса и приобщение общества к культурным ценностям и искусству в целом, в связи с этим постепенно искусство и культура становятся неотъемлемой частью нашей жизни.

На сегодняшний день культурный туризм в полной мере удовлетворяет потребности человека в духовном развитии и самосовершенствовании.

Библиографический список

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. - М.-СПб., 2001.

2. Биржаков М.Б. Введение в туризм (3-е изд.) – СПб.: «Издательский дом Герда», 2002. – 320 с.

3. Биржаков М.Б, Никифоров В.И. Индустрия туризма., СПб.: "Герда", 2003.

4. Введение в специальность (Туризм): Учебное пособие/ Н. А. Гулиев, Е. В. Кулагина – Омский государственный институт сервиса, 2002.– 188 с.

5. Годфри Харрис, Кеннет М. Кац. Стимулирование международного туризма: Пер. с англ. – М.:”Финансы и статистика”, 2002.

6. Дурович А.П., Анастасова Л.Маркетинговые исследования в туризме.- М.: ООО “Новое знание”, 2002.

7. Иванов Ю.М., Капустянская М.П.Практика туристского бизнеса – М. – СПб.: Издательский торговый дом “Герда”, 2002.

8. Квартальнов В.А., Зорин И.В.Менеджмент туризма: основы менеджмента.- М.: “Финансы и статистика”, 2002.

9. Манильская декларация по мировому туризму от 10 октября 1980г.

10. Сенин В. С. Организация международного туризма. Учебник. “Финансы и статистика”, – 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2003. – 400 с.