

ПОТРЕБНОСТИ В АКТИВНОМ ТУРИЗМЕ

Каталимова А.Н., Бузни А.Н.

Рассмотрены различные трактовки ключевых терминов, связанных с активным туризмом. Изложена сущность данного понятия. Приводятся результаты исследования предпочтений респондентов в различных видах активных форм отдыха.

Ключевые слова: Рекреация, туризм, путешествия, активный туризм, спортивный туризм, пассивный отдых, мотивация, потребности.

Постановка проблемы. Одной из негативных сторон всё ускоряющегося развития научно-технического прогресса является освобождение человека от физических нагрузок, снижение его двигательной активности в условиях, когда, с одной стороны, современная техника ограничивает участие человека в производственном процессе лишь нажатием кнопок, а с другой стороны, вынуждает затрачивать основную часть рабочего, а часто и нерабочего времени, за компьютерами, разнообразными приборами или рулём автомобиля при минимальной мышечной активности. Если в прошлых веках затрата мышечной энергии в производстве составляла более 90%, то в настоящее время она порой не превышает 1%. И потому распространённой болезнью века стала гиподинамия, т.е. ослабление мышечной деятельности человека, обусловленное сидячим образом жизни и ограничением двигательной активности.

Такая ситуация стала одной из причин обращения внимания широких слоёв населения на активные виды отдыха и в частности на активный туризм, организационные формы которого в значительной мере отстают от быстро растущего спроса, проявляющегося, например, в увеличении количества самостоятельных туристов.

Цель данной статьи состоит в проведении дескриптивного анализа существующих теоретических положений в отношении активного туризма и агрегирование их по проблемам в данной сфере услуг, а также характеристики спроса на эти услуги рекреантов, занимающихся активным туризмом.

Результаты исследования. В литературе по туризму наблюдается множественность терминов, употребляемых для обозначения одной и той же социально-экономической реальности, отсутствует единство толкований в определении сущностных категорий. Неурегулированность прежде всего ключевых в теории и практике рекреации понятий «турист» и «туризм» приводит к отсутствию единства в статистическом учёте, затруднениям к планированию и организации рекреационно-туристических услуг.

По определению М.Б.Биржакова, в основном согласующегося с формулировкой Всемирной туристской организации, турист – это потребитель тура, туристского продукта или туристских услуг – временный посетитель местности, населённого пункта, территории или страны независимо от его гражданства, национальности, пола, языка и религии, находящийся в данной местности не менее чем 24 часа, но не более 6 месяцев в течение календарного года, или находящийся вне места своего

проживания в пределах своей страны и осуществляющий по меньшей мере одну ночёвку в коллективном или индивидуальном средстве размещения, путешествующий ради удовольствия или с познавательными, лечебными, деловыми целями и не занимающийся при этом деятельностью в месте временного пребывания, оплачиваемой из местного источника [1].

Однако в некоторых дефинициях указание на обязательное отсутствие деятельности, оплачиваемой из местного источника, постепенно исключается из определения туриста. Об этом свидетельствуют даже включаемые в перечень видов туризма понятия: «деловой туризм», «коммерческий туризм», «конгрессный туризм». Сюда же в ряде случаев можно отнести и научный туризм, при котором нередко приглашаемый учёный за участие получает гонорар из местного бюджета.

По принятому в 1993 г. ООН определению, туризм охватывает деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и прочими целями [2]. При этом основными характерными чертами туризма выделяются:

- выезд за пределы обычной среды;
- временный характер передвижения;
- отсутствие целей заработка.

Исходя из такого определения люди, покинувшие пределы своей обычной среды, чтобы позагорать на пляже или посмотреть спортивные соревнования, и люди, избравшие видом отдыха туристский поход, одинаково называются туристами. Такой подход удобен лишь для статистического учёта передвижения рекреантов в самом общем плане и в институциональном отношении требует общих организационных условий, связанных с таможенной, транспортом, размещением (включая питание), продвижением турпродукта и т.п. В этом случае туризм обычно отделяют от иммиграции; к нему не относят пересечение границы жителей приграничных регионов; не учитывают выезды студентов на учёбу, дипломатов и членов их семей к месту работы и т.п. Однако, если рассматривать требования к организации отдыха пассивного и активного, то они принципиально различны как по субъектам, так и по сфере услуг, их инфраструктуре, характеру деятельности, менеджменту.

Если обыденное понимание туриста как путешественника, передвигающегося с места на место, отличающее его от отдыхающего, проводящего время на пляже или в местах развлечений, может быть использовано для планирования услуг в сфере активного туризма, то определение туриста, даваемое в нормативных документах, относящее к этому понятию любого человека, выехавшего за пределы постоянного места проживания более чем на сутки с любой целью, кроме получения заработка, имеет значение при планировании и организации всей рекреационной сферы услуг. И в этом случае исключение лиц, прибывающих с коммерческой целью, представляется неправомерным, поскольку, во-первых, их выделить не всегда возможно, например, в деловом туризме, где часто совмещается бизнес с отдыхом, в конгрессном туризме и других подобных турах и, во-вторых, такое выделение попросту лишено смысла, т.к. лица, прибывающие в места рекреации с

коммерческой целью, тоже в определённой мере пользуются комплексом услуг, предоставляемых инфраструктурой рекреационно-туристского комплекса.

Неоднозначность толкования термина «туризм» связано и с антиномичностью [3] этой категории, которая состоит в том, что её определяют то как отрасль, обслуживающую туристов, то как непосредственную деятельность туристов, связанную с их перемещением в пространстве и во времени.

Так, по утверждению М.Б. Биржакова, туризм обладает дуализмом внутренней природы явления, рассматриваемый как:

(а) особый массовый род путешествий с чётко определёнными целями туризма, совершаемых собственно туристами, т.е. деятельность самого туриста;

(б) деятельность по организации и осуществлению (сопровождению) таких путешествий, туристская деятельность. Такая деятельность осуществляется различными предприятиями индустрии туризма и смежных отраслей. [1].

Позволим себе не согласиться с утверждением по пункту «б». Те, кто обслуживает туристов, не занимаются туризмом, а лишь обеспечивают его, содействуют ему. Аналогично не относят к музыкальной деятельности изготовление музыкальных инструментов, предоставление сценических площадок и т.п. Понятие «туризм» не обладает дуализмом и определяется лишь первой формулировкой М.Б. Биржакова под пунктом (а). Вторая же формулировка характеризует туристскую индустрию и её инфраструктуру.

Представляется необходимым и разграничение таких понятий как «путешествие» и «туризм». М.Б.Биржаков считает их неразрывно связанными понятиями, которые описывают определённый образ жизнедеятельности человека - это отдых, пассивное или активное развлечение, спорт, познание окружающего мира, торговля, наука, лечение и множество другого. Однако всегда при этом присутствует характерное действие, определяющее и обособливающее собственно путешествие от иных сфер деятельности, - временное перемещение человека в иную местность или страну, на континент, отличные от его обычного местонахождения или проживания [1].

В то же время из путешествий, как отдельного способа жизнедеятельности человека, Биржаков выделяет туризм в качестве совершенно иной формации, обладающей своими чётко выраженными свойствами и характеристиками. По его мнению, главное отличие туризма от путешествий – это цель и массовость. Так к категории туристов им не отнесены например известные чехословацкие исследователи Иржи Ганзелка и Станислав Зигмунд, совершившие автомобильное многолетнее путешествие по континентам мира, или Анисим Панкратов, проехавший вокруг света на велосипеде в 1913 г., и др. Они определяются им только как путешественники.

Особое значение для наших исследований имеет определение понятия «активный туризм», чёткая дефиниция которого в литературе отсутствует.

В отношении рекреации восстановление жизненных сил человека может происходить как в условиях активной деятельности, так и нередко при бездеятельности. Не случайно туриста в обыденной практике представляют с

рюкзак за плечами, а его антипода-отдыхающего – в пляжном костюме под тентом.

Активный туризм следует прежде всего рассматривать как частный случай путешествий, т.е. перемещение людей во времени и пространстве. Участником активного туризма может стать любой человек, посетивший ту или иную местность с любой целью: оздоровление, лечение, отдых или даже заработок. Врач может порекомендовать пациенту в качестве средства лечения небольшой терренкур, длительные прогулки, туристский поход; человек, прибывший на заработки, может в качестве кратковременного отдыха принять участие в пешеходной экскурсии по региону пребывания; просто пассивно отдыхающий на какое-то время меняет форму отдыха на активную и т.п. Субъектами активного отдыха могут оказаться как посетители района рекреации вне зависимости от цели прибытия, так и сами жители рассматриваемого региона, поскольку нередко жители, например, предгорья или лесных массивов отправляются в одно- а то и многодневные путешествия по близлежащим горам и лесам и не называть их туристами нет оснований. Поэтому для учёта фактического количества туристов и прогнозирования прибытий, для определения сегментов рынка услуг по активному туризму необходимы специальные методики, которые, конечно же, будут отличаться от принятой ВТО для общего учёта туристов.

В понятие «активный туризм» входят все виды туристских путешествий, которые характеризуются активным способом передвижения по маршруту, т.е. с затратой собственных физических усилий туриста.

Обычно функциональная классификация видов туризма определяется целью поездок. В соответствии с данным признаком различают следующие виды туризма: рекреационный; лечебный; познавательный; деловой; религиозный; этнический; транзитный [2].

Традиционно среди туристов по их активности во время отдыха выделяют шесть групп:

- любители спокойного отдыха, желающие освободиться от повседневных стрессов и отдохнуть в спокойной и приятной обстановке;
- любители развлечений, которые во время отдыха заняты поиском разнообразных удовольствий;
- любители активного отдыха, создающие активную нагрузку своему телу;
- любители спортивного отдыха, концентрирующиеся на соревнованиях;
- любители познания, изучения, заинтересованные в повышении своего образовательного уровня;
- любители приключений, острых ощущений, ищущие необычных впечатлений с определенной долей риска [4].

С нашей точки зрения, требуется особое выделение активного туризма как вида рекреации, требующего специфических организационных форм и обладающего собственным спросом.

При применении терминов «активные формы отдыха» и «активный туризм» необходимо учитывать что по С.И. Ожегову активный – это деятельный, энергичный, действующий в сравнении с пассивным, т.е. безучастным, вялым [5].

Туризм, рассматриваемый как разновидность рекреации, отличающейся активными формами отдыха, на наш взгляд, может дифференцироваться, в свою очередь, по степени активности, а именно как: спортивный туризм, активный туризм и пассивный туризм.

Спортивный туризм необходимо выделить из активного туризма, т.к. он имеет специфику в организации, обслуживании и т.п. Спортивный туризм – это туризм соревновательный, нацеленный на соперничество его основных участников, основанный на стремлении к победе. Это особая сфера деятельности главным образом спортивных клубных, профессиональных организаций, которая направлена не на отдых (не имея в виду туристов-болельщиков на больших спортивных мероприятиях), как в массовом активном туризме, а на достижение спортивных результатов. По существу это профессиональная деятельность, кстати, нередко высоко оплачиваемая, которая после определённых циклов требует отдыха, рекреации.

В плане рассмотрения сущности активного туризма, отличающегося от пассивного туризма деятельным, энергичным участием в передвижении с места на место с применением и развитием физических сил, следует отделить туризм с участием таких средств передвижения как автомобильный, железнодорожный, воздушный (кроме спортивных летательных аппаратов), и водный (за исключением вёсельного, на плотах и т.п.). Они будут относиться к пассивному туризму.

Определяя активный туризм видом путешествия, понимаемого как перемещение в пространстве, важно обозначить минимальные размеры этого пространства. Ведь и занимаясь на спортивной арене гимнастикой или лёгкой атлетикой, человек перемещается в пространстве. В этом отношении туризм в первую очередь, дистанцируется от экскурсий, под которыми понимается не только однодневное (менее 24 часов) посещение туристом определённой местности вне района обычного места пребывания в целях туризма, но и коллективное посещение под руководством экскурсовода достопримечательных мест, музеев и пр., с учебными или культурно-просветительными целями [6].

Однако, если отличие от экскурсий необходимо для определения туризма вообще, причём именно в целях статистики посещаемости туристских агломераций, то для активного туризма, видами которого являются не только многодневные, но и однодневные передвижения (пешком, на лыжах, велосипедах, байдарках и т.п.), такое отличие не существенно или вовсе не приемлемо с точки зрения именно времени. Например, местный житель, систематически участвующий в однодневных турпоходах в районе своего постоянного места обитания, вполне может быть отнесен к туристу, т.к., во-первых, вид его отдыха, даже не связанный с выездом за пределы постоянного места жительства, функционально соответствует понятию «туризм», а во-вторых, он будет пользоваться услугами, предоставляемыми в сфере активного туризма, и организаторы этих услуг должны учитывать и его как субъекта этой сферы.

Вместе с тем пешеходная экскурсия по городу, даже если она займёт несколько часов, не будет относиться к туризму вообще и активному в частности. Существенным отличием туризма будет не время, а преодолённое туристом

расстояние, которое должно быть не менее 10-15 км. за пределами населённого пункта, и характер передвижения: спортивный в походе, тогда как на экскурсии он прогулочный. Так например, на вёсельной лодке тоже можно совершать либо прогулку по озеру, либо путешествие по реке, морю или тому же озеру (если оно достаточно велико).

Бюро переписей США, отвечающее за ведение исследований национальных путешествий, дало следующее определение путешествию: «перемещение более чем на 100 миль от места постоянного проживания», однако в «Обзоре национальных путешествий» (1963 и 1967 гг.) используется определение, дополненное словами «или вне города на одну или более ночей». Как и Бюро переписей, Центр данных по туризму США исключил из определения путешествия следующие виды поездок:

- перемещение членов экипажей морских судов, железнодорожных поездов, воздушных судов и т.д.;
- путешествия лиц между регионами, странами с целью работы;
- путешествия лиц с целью обучения [2].

По статистике наибольшую долю занимает туризм выходного дня (2-3 дня), далее следуют небольшие туристские поездки (6-7 дней), значительную долю составляют 8-12-дневные туры. Все остальные, более длительные, туристские поездки выпадают из статистики по причине ничтожности своего удельного веса в общей массе [4].

Кроме того, турист характеризуется целевыми установками, отличаясь от тех, кто совершает то или иное передвижение (путешествие) по воле определённых обстоятельств, не связанных с рекреацией.

Исходя из изложенного, предлагается следующее определение: активный туризм – это перемещение человека в пространстве за пределы населённого пункта с длительностью перемещения не менее 15 км. в целях рекреации, осуществляемое с применением и развитием его физических сил.

То есть для активного туризма характерно:

- движение с применением физических сил;
- цели рекреации (отдых, развитие физических сил, познавательные цели и др.);
- передвижение за пределами населённого пункта;
- длительность преодолеваемого в пути расстояния (не менее 15 км.).

Исходя из данного определения к активным видам туризма из всего многообразия можно отнести: пешеходный туризм, туризм с использованием средств передвижения, требующих повышенных физических усилий, а именно: дирижаблей, воздушных шаров, дельтапланов, собачьих упряжек и т.п., а также велосипедный, лыжный, лодочный, конный, подводный, горный, охотничий и др.

Проведенный нами опрос около 500 рекреантов Крыма показал преимущественные потребности туристов в активных формах отдыха (табл. 1), но пассивный туризм предпочитают всё ещё более 40 % прибывающих в Крым, к которым хотя и относятся в основном люди преклонного возраста, однако и среди молодёжи пятая часть предпочла пассивный отдых.

ПОТРЕБНОСТИ В АКТИВНОМ ТУРИЗМЕ

С точки зрения проблемы сохранения здоровья населения такое положение вызывает озабоченность и необходимость принятия системы мер, направленных на развитие форм активного отдыха.

Таблица 1

Распределение ответов респондентов о целях приезда в Крым, %

	Всего ответов	Из всех ответов в строке по целям приезда				
		Рассла- биться, отдохнуть у моря без физической активности	Отдохнуть и подлечиться без организа- ционных хлопот	Посетить достопримечатель- ности и отдохнуть	Принять участие в походах по Крыму	Развлечься (дискотеки, казино, аквапарки, рестораны и др.)
Всего ответов	100	21,5	21,5	43,6	6,0	7,4
Из них мужчин	39,3	21,7	16,0	43,4	8,5	10,4
женщин	60,7	21,3	25,0	43,9	4,3	5,5
По возрасту, лет:						
до 19	4,8	15,4	7,7	69,2	-	7,7
20-34	52,2	17,0	20,6	47,5	5,7	9,2
35-49	26,0	24,3	20,0	38,6	10,0	7,1
50-60	12,6	32,3	20,6	41,2	3,0	2,9
более 60	4,4	33,3	58,3	8,3	-	-
По доходам:						
низкий	2,6	14,3	14,3	42,8	14,3	14,3
ниже среднего	49,2	21,8	21,8	44,4	6,0	6,0
средний	10,4	28,6	14,3	50,0	3,6	3,5
выше среднего	9,3	20,0	32,0	32,0	8,0	8,0
достаточный	4,4	8,4	25,0	58,3	-	8,3
высокий	24,1	21,5	20,0	41,5	6,2	10,8

Приведенные данные получили развитие и по существу подтверждение в ответах на конкретный вопрос об активном отдыхе (табл. 2). В двух правых колонках таблицы отражены предпочтения и склонности к относительно пассивному отдыху.

Отмечается положительное отношение к более активному отдыху прежде всего у мужчин и в целом у молодёжи, а также у лиц преклонного возраста, когда они начинают ощущать необходимость активных движений для сохранения здоровья. При этом существенной дифференциации предпочтений по целям прибытия в зависимости от уровня доходов не наблюдается, что может иметь определённое значение в системе организации активного туризма.

Таблица 2

**Распределение ответов респондентов о выделяемом ими времени
на активный отдых**

Виды сегментов рынка туристских услуг	Всего ответов	Из всех ответов в строке по времени активного отдыха			
		90-100%, т.е. походы	50 % - активно, а 50% на пляже, в спокойной обстановке	Менее 50 %, иногда экскурсии, спортивные игры, развлечения	Нисколько. Предпочитаю пассивный отдых
Всего ответов	100	8,1	50,7	30,0	11,2
Из них мужчин	39,3	13,2	43,3	34,2	9,3
женщин	60,7	4,9	55,6	27,5	12,0
По возрасту, лет:					
до 19	4,8	-	76,9	23,1	-
20-34	52,2	10,6	52,5	28,4	8,5
35-49	26,0	5,7	45,7	32,9	15,7
50-60	12,6	8,8	47,1	32,3	11,8
более 60	4,4	-	41,7	33,3	25,0
По доходам:					
низкий	2,6	14,3	28,6	57,1	-
ниже среднего	49,2	7,5	54,9	27,1	10,5
средний	10,4	3,6	50,0	32,1	14,3
выше среднего	9,3	16,0	48,0	32,0	4,0
достаточный	4,4	-	75,0	25,0	-
высокий	24,1	41,5	32,3	16,5	18,5

Нами были рассмотрены и предпочтения респондентов по отношению к видам активного туризма в укрупнённой агрегации (рис. 1).

Приведенные данные свидетельствуют о явных предпочтениях для туристов старше 20 лет транспортного туризма (кривая 3), не относимого нами к видам активного отдыха, а среди видов активного туризма в разных возрастных группах по-разному:

Молодёжь до 19 лет оказывает предпочтение экстремальным турам, затем многодневным походам, в меньшей мере однодневным и практически не интересуется «зелёным» туризмом. В группе туристов от 20 до 34 лет предпочтение отдаётся однодневным походам, затем многодневным, затем экстремальному туризму.

В зрелом возрасте (35-49 лет) разница в предпочтениях между видами активного туризма сокращается и добавляется увлечение «зелёным» туризмом. К 50-летнему возрасту отмечается повышенная склонность к экстремальным видам туризма, однако к 60 годам она сходит на «нет». Возрастная группа старше 60 лет отказывается полностью от экстремальных туров и зелёного туризма, предпочитая в основном однодневные походы и в меньшей мере многодневные.

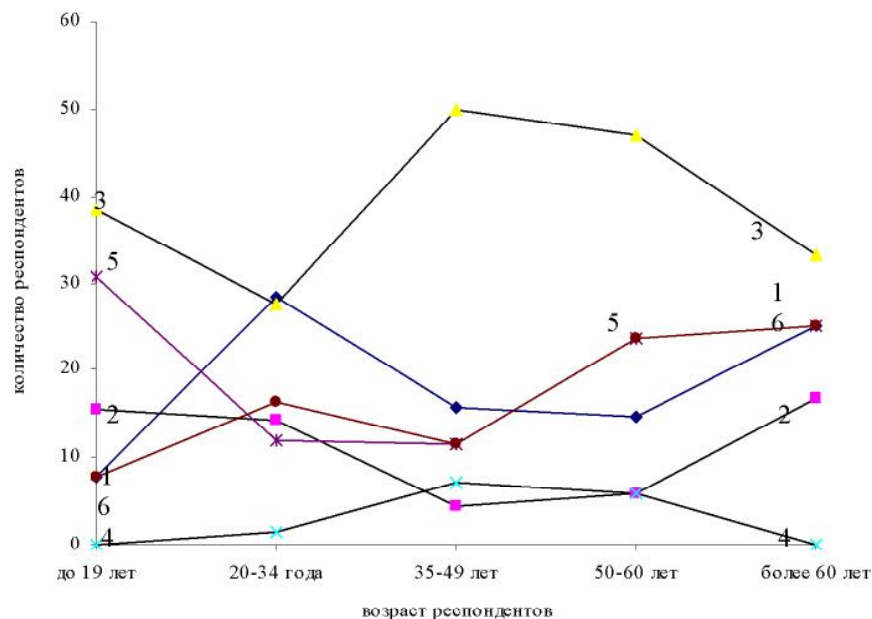


Рис. 1. Предпочтения рекреантов в выборе видов активного туризма
 Кривая 1 – Однодневные походы (пешие, конные, водные и т.п.)
 Кривая 2 – Многодневные походы (пешие, конные, водные и т.п.)
 Кривая 3 – Транспортный туризм (автомобиль, автобус, теплоход)
 Кривая 4 – Зелёный туризм с сельскохозяйственными работами
 Кривая 5 – Экстремальные туры (скалы, пещеры, парашют, дайвинг и др.)
 Кривая 6 – Разнообразные виды развлечений в системе аттракций

Проявляются естественные предпочтения в более напряжённых для мышечной энергии видов туризма (многодневные походы, зелёный туризм с выполнением сельскохозяйственных работ и экстремальный туризм) среди мужчин по сравнению с женщинами. Опять же существенных различий в предпочтениях по уровням доходов не проявляется. Это позволяет не учитывать данный фактор в сфере организации активных форм туризма, хотя на вопрос о трудностях в выборе желаемого вида туризма среди респондентов с достаточным и высоким уровнем доходов лишь четверть и менее опрошенных указали на неприемлемую стоимость тура, тогда как в других группах опрошиваемых на этот фактор указали более 40 % опрошенных. Однако этот фактор скорее может быть отнесен к транспортному туризму, который нами не рассматривается как форма активного туризма.

Классификация туристов на группы в зависимости от стиля их жизни предполагает выделение типов с учётом не отдельных критериев, а на основе общего отношения человека к своей жизни.

Представляет при этом интерес исследование мотивации и потребностей туристов в зависимости от стилей их жизни, которые проведено французской фирмой «Сентр де Коммуникацион Аванс» группы «Гавас-Евроком» [7].

В частности, ею разработана система «Евростиль» (рис. 2), представленная картой, поделенной осями ординат на четыре сектора социоцелей:

- «Движение», характеризуемое приверженностью к превосходству отдельной личности, скептическим отношением к законам, социальным нормам и авторитетам, свободой критики и, наконец, динамизмом поведения;

- «Устройство», подразумевающее защиту социального статуса, приоритет защищенности и переживаний отдельной личности, защиту с помощью групп и протекции, подчинение правилам общежития и приверженность к обычаям и традициям.

- «Значимые блага», отличающиеся предпочтениями цены наслаждения, чувственности и гедонизма;

- «Ценности», определяемые значимостью денег, осязаемых и неосязаемых благ, расходом и расточительством.

В результате исследования серий многовариантных анализов (кластерного, факторного и др.) выделено шестнадцать различных стилей жизни, в той или иной степени характерных для 15 стран Западной Европы. Например, стиль «Рокки» особенно распространен в Великобритании, Нидерландах, Франции и Швейцарии, «Дефенс» и «Романтик» распространены в Австрии, Бельгии, Великобритании, Германии, Дании, Италии, Франции и Швейцарии. С их учётом ими выделены стили, среди которых активные виды туризма предпочитают сквадра (терпимая сельская молодёжь) и романтик (сентиментальная рабочая молодёжь). При этом самым распространенным стилем жизни в Европе является так называемый образ «Рокки» (13,5%), далее идут «Дефенс» (8,5%) и «Романтик» (7,8%).

В качестве разведывательного подхода для аналогичного определения мотивации в использовании активных видов туризма нами проведено анкетирование среди молодёжи в возрасте до 35 лет, участников активного туризма в Крыму, с предложением к респондентам самим отнести себя к одному из стилей жизни системы «Евростиль».

Оказалось, что по стилям жизни большинство мужчин (25%) причислили себя к стилю «денди», на втором месте по количеству ответов (по 11%) были названы стили «роки» и «протест», на третьем месте (по 6,5%) «бизнес» и «романтик», затем были названы стили: «сквадра», «скаут», «пионер», «вигиланте», «моралист», «ситизен» и «олвидадос». Среди женщин на первом месте (30%) был назван стиль «роки», на втором (20%) – «денди».

Выводы: 1. Туризм, рассматриваемый как разновидность рекреации отличается активными формами отдыха и в свою очередь может различаться по степени активности, а именно как: спортивный туризм, активный туризм и пассивный туризм.

2. Потребителями услуг в сфере активного туризма являются преимущественно молодёжь и люди среднего возраста.

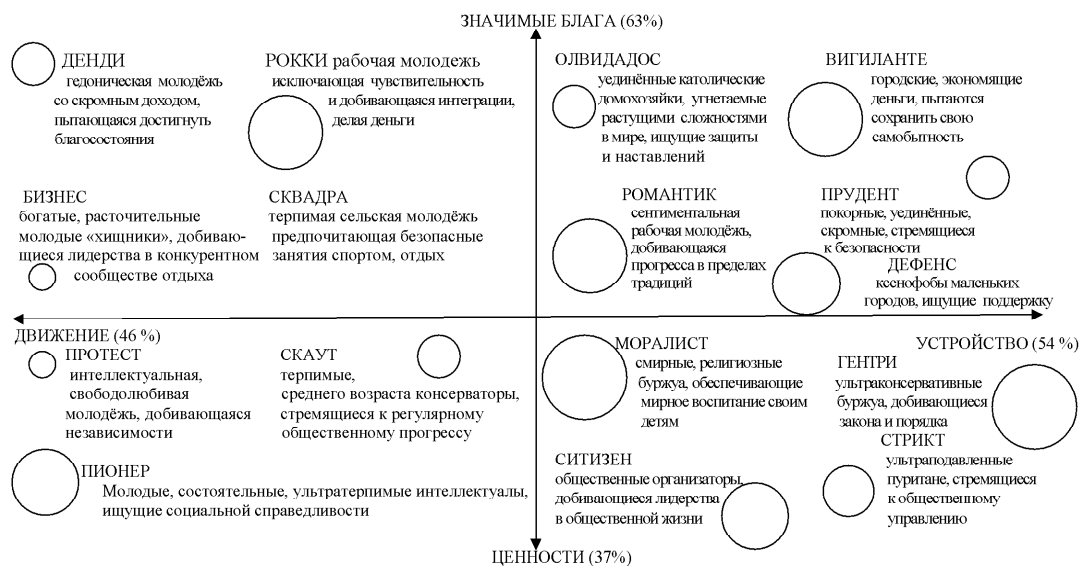


Рис. 2. Карта системы «Евростиль» для Европы

3. Активный туризм по своей функции наиболее соответствует социальной направленности на совершенствование человека как в физическом, так и в нравственном и духовном отношении. В экономическом отношении активный туризм менее затратный, более эффективный для региона и принимающий всё более широкие масштабы на мировом уровне.

Список литературы

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм: Учебник. – СПб.: Невский Фонд - «Издательский дом Герда», 2004. - 448с.
2. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. Мн.: Новое знание, 2001.
3. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: Учебник. - Финансы и статистика, 2002. – 288 с.
4. Туристский терминологический словарь: Справочно-методическое пособие / Авт.-сост. И. В. Зорин, В. А. Квартальное. - М.: Советский спорт, 1999.
5. Ожегов С.И. Словарь русского языка / Под ред. Н.Ю.Шведовой. – М.: Рус. яз., 1990. – 921 с.
6. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. –М.: Финансы и статистика, 2004. –320 с.
7. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 160 с.
8. Береснева М.А. Исследование рынка потребителей туристских услуг в Крыму / М.А.Береснева, Д.С.Новикова; ред. В.П.Казарин; под общ. ред. Казарина В.П. – Симферополь: Крымский архив, 2002. – 29 с.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Каталімова А.М., Бузні А.М. Потреби в активному туризмі // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 83-94.

Розглянуто різні трактування ключових термінів, зв'язаних з активним туризмом. Викладено сутність даного поняття. Приводяться результати дослідження переваг респондентів у різних видах активних форм відпочинку.

Ключові слова: Рекреація, туризм, подорожі, активний туризм, спортивний туризм, пасивний відпочинок, мотивація, потреби.

Katalimova A.N., Buzni A.N. The Active Tourism Needs // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 83-94.

Different interpretations of the key terms relating to active tourism are under consideration. Essence of the conception is described. Studies data of some respondents' preferences to various recreation activities are given.

Key-words: recreation, tours, active tourism, sporting tourism, inactive rest, motivation, needs.