

УДК: 338.48

DOI: 10.35595/2414-9179-2022-2-28-376-394

И.Н. Тикунова<sup>1</sup>, Е.С. Царева<sup>2</sup>

## ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СТРАН ЦЕНТРАЛЬНО-ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ В РАМКАХ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

### АННОТАЦИЯ

Цель работы – оценить туристский потенциал и его использование странами Центрально-Восточной Европы (ЦВЕ), а также их вовлеченность в евроинтеграцию. Рассмотрена трансформация туризма в странах ЦВЕ после вступления в ЕС. С помощью комплекса показателей рассчитан рейтинг стран по уровню развития турпотенциала. Применялись следующие показатели: число объектов ЮНЕСКО, качество пляжей, индекс конкурентоспособности цен, показатели развития инфраструктуры (количество мест размещения, пассажирооборот авиации, плотность автодорожной и железнодорожной сети), индекс развития человеческого потенциала, международный рейтинг безопасности, рейтинг эффективности экологического менеджмента, число отзывов в интернете, рейтинг конкурентоспособности путешествий. Выделены 4 группы стран. Первые две группы с высоким и относительно высоким уровнем не включают в себя ни одной страны ЦВЕ. Третья и четвертая группы (со средним и низким уровнем) почти полностью состоят из стран ЦВЕ, за исключением некоторых стран Западной, Северной и Южной Европы. Классификация показывает, что страны ЦВЕ отстают от других стран ЕС не только по основным туристическим показателям, но и по недостаточно адаптированной под рекреацию природной, культурно-исторической и социально-экономической базе. Проведена типология стран по привлекательности туристских направлений и рассчитаны рейтинги по абсолютным и относительным показателям развития. На основе трех рейтингов построена пузырьковая диаграмма, отражающая эффективность использования странами ЕС туристского потенциала. Анализ диаграммы показывает: на фоне отстающих от остальной Европы по использованию туристского потенциала стран ЦВЕ особое место занимает Хорватия, которая, несмотря на средние значения потенциала, по эффективности его использования опережает большинство ведущих стран Европы. При наличии хороших природных и культурно-исторических ресурсов подъем туристской отрасли ЦВЕ возможен в долгосрочной перспективе.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** Страны Центрально-Восточной Европы, Европейский союз, туристский потенциал, рынок, рейтинг туристской привлекательности, классификация стран

---

<sup>1</sup> Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Географический факультет, Ленинские горы, д. 1, 119991, Москва, Россия; *e-mail*: [tikunov@geogr.msu.ru](mailto:tikunov@geogr.msu.ru)

<sup>2</sup> Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Географический факультет, Ленинские горы, д. 1, 119991, Москва, Россия.

**Irina N. Tikunova<sup>1</sup>, Ekaterina S. Tsareva<sup>2</sup>**

**TOURISM POTENTIAL OF THE COUNTRIES  
OF CENTRAL AND EASTERN EUROPE WITHIN THE FRAMEWORK  
OF THE EUROPEAN UNION**

**ABSTRACT**

The purpose of the work is to assess the tourism potential and its use by the countries of Central and Eastern Europe (CEE), their involvement in European integration. The transformation of tourism in the CEE countries after joining the EU is considered. With the help of a set of indicators, the rating of countries according to the level of development of tourist potential is calculated. The following indicators were used: the number of UNESCO sites, the quality of beaches, the price competitiveness index, infrastructure development indicators (number of the accommodation, aviation passenger turnover, density of the road and railway network), human development index, international safety rating, environmental management efficiency rating, the number of reviews on the Internet, travel competitiveness rating. There are 4 groups of countries. The first two groups with high and relatively high levels do not include any CEE countries. The third and fourth groups (with medium and low levels) consist almost entirely of CEE countries, with the exception of some countries in Western, Northern and Southern Europe. The classification shows that the CEE countries lag behind other EU countries not only in terms of basic tourism indicators. But it is also insufficiently adapted to the recreation of the natural, cultural, historical and socio-economic base. The typology of countries according to the attractiveness of tourist destinations is carried out and ratings on absolute and relative indicators of development are calculated. On the basis of the three ratings, a bubble chart is constructed reflecting the effectiveness of the use of the tourist potential by the EU countries. Its analysis shows that Croatia occupies a special place against the background of lagging behind the rest of Europe in the use of the tourist potential of the CEE countries, which, despite the average values of the potential, is ahead of most of the leading European countries in terms of the effectiveness of its use. With the availability of good natural and cultural and historical resources, the rise of the CEE tourism industry is possible in the long term.

**KEYWORDS:** Central and Eastern European countries, European Union, tourism potential, market, tourist attractiveness rating, classification of countries

---

<sup>1</sup> Moscow State University named after M.V. Lomonosov, Geographical Faculty, Leninskie Gory, 1, 119991, Moscow, Russia; *e-mail:* [tikunov@geogr.msu.su](mailto:tikunov@geogr.msu.su)

<sup>2</sup> Moscow State University named after M.V. Lomonosov, Geographical Faculty, Leninskie Gory, 1, 119991, Moscow, Russia.

## ВВЕДЕНИЕ

Европа по-прежнему остается крупнейшим ареалом развития международного туризма, несмотря на обострение конкуренции на глобальном туристском рынке. Она является колыбелью туризма в современном его понимании. Здесь расположены ведущие туристские страны мира, в которых международный туризм имеет длительную историю. Сложившиеся в них рекреационные системы характеризуются разнообразием функций и особой внутренней устойчивостью. На европейском рынке международного туризма представлены практически все виды путешествий. Его отличает высокая интенсивность туристских обменов. Страны Европы, с одной стороны, ведут между собой борьбу за мировое лидерство в сфере международного туризма, а с другой – объединяют и координируют свои усилия в целях контроля над рынками сбыта.

Характерными чертами мировой экономики на рубеже XX и XXI вв. стали глубокие геополитические изменения, вызванные разрушением социалистического строя, и развернувшиеся в связи с этим фундаментальные социально-экономические изменения в странах Центрально-Восточной Европы (ЦВЕ). Выйдя из социалистического лагеря, страны ЦВЕ оказались открыты для внешнего мира, что напрямую отразилось на развитии в них туристской отрасли. Однако отсталость экономики не позволяла развивать туризм в достаточной мере. В начале XXI в. Восточноевропейские страны начали вступать в Европейский союз. Данные изменения привели к динамическому развитию туристского сектора. В контексте интеграционных процессов в Европе особое значение приобретает изучение состояния туристского комплекса стран Центрально-Восточной Европы в новых условиях, в рамках единой европейской туристической зоны. Как странам ЦВЕ удастся позиционировать себя на европейском рынке туризма, от чего зависит их успех – вопрос неоднозначный и требует дополнительного изучения.

Целью этой работы была оценка туристского потенциала стран Центрально-Восточной Европы и степень его использования на туристском рынке ЕС.

Для региона ЦВЕ период бархатных революций и последующих образований в 1990-е годы был очень нестабильным и потребовал экономического восстановления. В 2000-е годы в странах ЦВЕ стали проводиться рыночные реформы. В контексте экономических преобразований особое значение уделялось развитию туризма.

Большое значение в развитии туризма сыграла национальная политика стран ЦВЕ. Правительства Польши, Чехии, Словакии, Словении, Венгрии, Хорватии, Румынии, Болгарии, осознав значение международного туризма для собственной экономики, разрабатывали программы и стратегии развития туризма. Были созданы государственные организации, введены налоговые меры стимулирования данной отрасли и т.д. Данные программы подкреплялись денежным финансированием. Например, в Венгрии разрабатывался план Сечени, который предусматривал выделение порядка 100 млн евро на развитие туризма и улучшение состояния туристской инфраструктуры. Во многих странах Центрально-Восточной Европы проводилась политика туристического брендинга, и для ее координации были созданы специальные правительственные структуры. Например, государственное регулирование туризма в Польше осуществляет министерство спорта и туризма, важной составляющей которого является департамент туризма. Основная цель деятельности департамента туризма – регулирование и развитие туристской индустрии в Польше. Отдельно следует упомянуть Польскую Туристическую Организацию, которая занимается продвижением туристических возможностей Польши внутри страны и за рубежом. В Болгарии было создано Государственное агентство по туризму, в Словении – Совет по Туризму, в Румынии и Хорватии создавались министерства туризма.

Однако главным фактором национальной политики, повлиявшим на развитие туризма в странах ЦВЕ, стал процесс евроинтеграции. В 1990-х – начале 2000-х гг. в странах Центрально-Восточной Европы происходила глобальная переориентация экономики на западноевропейский рынок для вступления в Европейский союз. В страны ЦВЕ, вышедшие из социалистического лагеря, был направлен значительный поток прямых иностранных инвестиций. Именно он позволил заметно улучшить экономическую обстановку, что, в частности, очень важно для развития туризма. Евроинтеграция повысила инвестиционную привлекательность восточноевропейских стран, поскольку снизила риски для инвесторов. Центральная и Восточная Европа стала привлекательным рынком для вложений в развитие отелей. Рост туризма повысил эффективность работы отелей и сделал регион местом притяжения инвестиций в развитие туризма. В течение пятилетнего периода – с 2013 по 2017 гг. – количество сделок с отелями только в Чехии превысило 1 млрд евро. Показатели заполняемости гостиниц в Центрально-Восточной Европе в этот период росли более быстрыми темпами, чем в других частях Европы. Согласно прогнозам специалистов ЮНВТО<sup>1</sup>, значения показателей развития туризма в странах ЦВЕ вскоре могут сравняться с показателями остальных частей европейского континента. Туристский потенциал региона достаточно высок, хотя среднегодовые показатели развития туризма в Центрально-Восточной Европе все еще значительно ниже, чем в Западной. К 2025 г. ожидается, что он будет расти в нескольких ключевых столицах, включая Прагу, Будапешт и Варшаву.

Что касается экономических вложений стран ЦВЕ в развитие туризма, этот показатель после 2000 г. стабильно растет, что приводит к повышению доходов в 1,5–2 раза по сравнению с вложениями. Доходы от туризма за период 2000–2019 гг. в странах ЦВЕ увеличились более чем в 2,5 раза. В процессе евроинтеграции наблюдается рост экономики в этих странах; соответственно, стали увеличиваться доходы от туризма (как одной из приоритетных отраслей).

В результате евроинтеграции в странах Центрально-Восточной Европы появились новые, популярные на западе, виды туризма: экологический, образовательный, событийный, гастрономический, шопинг-туризм и др. Одной из важных современных тенденций в странах ЦВЕ, как и в других европейских государствах, стало ускоренное развитие внутреннего туризма. Например, во всех регионах Чешской Республики, кроме Праги и Карловарского края, преобладают внутренние туристы. Если говорить о Чехии в целом, то количество иностранцев и собственно местных туристов в стране практически одинаково. Развитие внутреннего туризма является, в свою очередь, базисом для развития международного туризма. Поэтому важно поддерживать развитие туристского бизнеса как на государственном, так и на локальном уровнях.

Главные туристские центры остались прежними, однако периферия тоже стала развиваться. Пригородная зона в социалистический период не считалась привлекательной для посетителей, а в настоящее время она является местом популярных сегодня сельского и экологического видов туризма. Еще одной современной тенденцией является создание полифункциональных туристских центров, предоставляющих гостям комбинированные туристские услуги.

В таблице 1 кратко представлены основные изменения, произошедшие в туристской отрасли стран ЦВЕ в процессе евроинтеграции.

---

<sup>1</sup> Всемирная туристская организация, специализированное межправительственное учреждение системы ООН.

Табл. 1. Сдвиги на туристском рынке стран ЦВЕ в результате евроинтеграции<sup>1</sup>  
 Table 1. Shifts in the tourist market of the CEE countries as a result of European integration<sup>2</sup>

До 1991 г.	После распада СЭВ	После вступления в ЕС
Преимущественно туристы из соседних социалистических стран. Почти половина туристских прибытий приходилась на экскурсантов	Увеличение числа иностранных туристов почти в 2 раза (в Венгрии – с 17,9 млн чел. в 1988 г. до 33,2 млн чел. 1991 г.). По-прежнему высока доля экскурсантов. Рост потока туристов из западных стран (преимущественно Германии и Австрии) и сокращение из бывших социалистических стран	Доля туристов из западных стран продолжает увеличиваться. Растет доля туристов из других регионов мира. Сокращение числа экскурсантов, рост числа многодневных туров, отдых ради удовольствия
Стабильные доходы от туризма	При сильном увеличении числа туристских прибытий увеличение доходов от туризма незначительное; в Прибалтийских, Причерноморских странах и Хорватии – сокращение доходов, страны ЦВЕ славятся дешевым туризмом	Доходы от туризма растут более быстрыми темпами, чем в других европейских странах
Традиционные виды туризма (культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, пляжный)	Возникновение новых, популярных в западной Европе видов туризма (экологический, сельский, спортивный, образовательный, гастрономический)	Развитие новых видов туризма, финансовая поддержка от ЕС
Преобладание крупных туристских центров, слабая развитость туризма за пределами этих центров	В связи с возникновением новых видов туризма, эта отрасль начинает развиваться на периферии	Активное развитие туризма на периферии (в пригородах и на сельских территориях). Переход к модели устойчивого развития
Отсталость приграничных районов	Возникновение еврорегионов, однако они находились в упадочном состоянии	ЕС поддерживает развитие еврорегионов. Активное развитие туризма в приграничных районах
Относительная равномерность туристской привлекательности стран ЦВЕ	Сильная дифференциация туристской привлекательности стран, вызванная последствиями экономических и политических преобразований	Страны ЦВЕ постепенно улучшают туристскую привлекательность благодаря инвестированию в туризм, однако на данный момент еще сильно дифференцированы
Популярность Прибалтийских и Причерноморских государств	Сильное сокращение туристского потока, из-за острых экономических проблем данные страны приходят в упадок	Прибалтийские и Причерноморские страны постепенно снова начинают приобретать туристскую популярность, но этот процесс идет медленно

<sup>1</sup> Составлено авторами.

<sup>2</sup> Compiled by the authors.

## МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Информационно-статистической базой работы послужили материалы отечественной и зарубежной периодической печати – научные статьи и монографии по туризму [Мироненко, Твердохлебов, 1981; Дмитриевский, 2000; Зорин, Квартальнов, 2003; Капралов и др., 2005; Dobruszkes, 2009; Кружалин и др., 2014; Aubert et al., 2015; Smith, Puczko, 2015; OECD..., 2016; Liberato et al., 2018; Nicula, Spanu, 2018; Georgopoulou et al., 2019], базы данных (ЮНВТО, Евростат, Всемирный Банк, Мировой Атлас данных), а также исследования национальных статистических служб (см. список статистических источников).

В социально-экономической географии широко применяется метод кластерного анализа [Александрова, Тикунова, 2003]. Это многомерная статистическая процедура, выполняющая сбор данных, содержащих информацию о выборке объектов, и затем упорядочивающая объекты в сравнительно однородные группы.

Исследования проводились методом кластерного анализа. Подробно этот метод описан в книге В.С. Тикунова «Классификации в географии: ренессанс или увядание?» [1997]. В процессе исследования были использованы 12 показателей 2019 г. (показатели историко-культурного, природного значения, уровня развития инфраструктуры, уровня жизни и др.). Обоснование выбора показателей и ранжирование стран подробно описано в статье [Тикунова, Судакова, 2018]. В работе использовались статистический и картографический методы. При расчете агрегированного показателя для оценки туристского потенциала применялась экспертная оценка.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Туристский потенциал – показатель более устойчивый, чем число туристских прибытий, доходов от туризма и др., потому что включает в себя множество других показателей, характеризующих страну с разных сторон. Страна может в определенный период принять большое количество туристов, однако это может быть продиктовано внешними причинами, а не высоким уровнем ее туристской привлекательности. Возможна и обратная ситуация: страна имеет хорошую природно-социально-культурную базу для развития туризма, но туристы по определенным внешним причинам в эту страну не едут. Поэтому судить о роли туристского потенциала Центрально-Восточной Европы в системе туризма ЕС, не учитывая базу, которую имеют эти страны для развития туризма, нельзя.

Туристский потенциал страны зависит от множества составляющих. Большое значение имеют природные ресурсы, культурно-исторические ценности, социально-экономические условия.

Западные страны на рубеже тысячелетий не испытывали особых потрясений. Это позволило им сформировать достаточно хорошую и устойчивую социально-экономическую базу для развития туризма. В сочетании с богатыми природными ресурсами и культурно-историческими объектами эта база стала хорошим стартом для выхода стран Западной Европы на лидирующие позиции на мировом туристском рынке.

В странах Центрально-Восточной Европы ситуация обстоит сложнее. Во времена социализма все страны ЦВЕ имели хорошие условия для развития туризма – достойную инфраструктуру и благоприятные социально-экономические условия. Большим спросом пользовались Прибалтийские и Причерноморские страны. Обладая хорошими природными условиями в сочетании с достаточно высоким уровнем социально-экономического развития, эти страны притягивали гостей. Туристский сектор составлял в их структуре экономики порядка 10 %. После распада СЭВ в странах Центрально-Восточной Европы начались экономические и социальные реформы, спровоцировавшие кризис. Одним странам удалось благополучно выйти из кризиса, они продолжают активно развивать экономику и отдельно

туристский сектор. Другие по сегодняшний день испытывают трудности, вызванные проблемами прошлых десятилетий.

Однако туристский потенциал стран как Западной, так и Центрально-Восточной Европы, очень неоднородный. В настоящий момент страны Европейского союза сильно дифференцированы по своей туристской привлекательности для иностранных гостей. Поэтому оценка их туристского потенциала приобретает особую актуальность. Зная сильные и слабые стороны тех или иных стран, можно подобрать наиболее благоприятные для их развития виды туризма, а также определить те направления, в которых страна при правильной организации бизнеса сможет обладать абсолютным или относительным преимуществом.

Для оценки туристского потенциала была создана система из 12 показателей. Среди выбранных показателей наибольшее значение имеет число объектов ЮНЕСКО и качество пляжей. Эти показатели крайне важны, потому что по сегодняшний день наиболее популярными видами туризма остаются культурно-познавательный и пляжный. Для большинства туристов главная цель отдыха – реабилитация. И восстановить свои силы можно быстрее всего на морском побережье под теплыми лучами солнца. Для многих отдыхающих важны прогулки по красивым местам, осмотр достопримечательностей, изучение известных природных и архитектурных объектов, включенных в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Поэтому данные показатели получили наибольший вес.

Следующий показатель, важный для привлечения в страну туристов, – индекс конкурентоспособности цен. Люди всегда стараются найти оптимальное соотношение между ценой и качеством, поэтому ценовая политика страны в отношении туризма играет важную роль. Использовались также показатели развития инфраструктуры (количество мест размещения, пассажирооборот авиации, плотность автодорожной и железнодорожной сети). Они являются своего рода отражением степени развитости страны, а большую часть туристов притягивают именно развитые страны, которые могут предложить хорошие условия проживания и перемещения.

Учитывались такие немаловажные показатели, как индекс развития человеческого потенциала, отражающий комфортность общения с местным населением, уровень обслуживания; международный рейтинг безопасности, составленный на основе показателей преступности, вероятности терроризма, эффективности полиции, надежности услуг защиты; рейтинг по эффективности экологического менеджмента; число отзывов, оставленных туристами в интернет-сети, рейтинг конкурентоспособности путешествий.

Далее для удобства расчетов взвешенные показатели были нормированы по формуле (1):

$$\hat{x}_{ij} = \frac{|x_{ij} - x_j^0|}{|max / min^x - x_j^0|}, i = 1, 2, 3, \dots, n; j = 1, 2, 3, \dots, m, \quad (1)$$

где  $x_j^0$  – наихудшее значение показателя из всех встречающихся;  $max/min^x$  – экстремальные значения показателей, наиболее отличающиеся от величины  $x_j^0$ ;  $n$  – количество стран;  $m$  – количество показателей ( $x_{ij}$ ), использованных для расчетов.

На основе полученных нормированных данных был посчитан агрегированный показатель. При расчете агрегированного показателя был применен метод евклидовых расстояний (формула 2):

$$d_e(x_i, x_j) = \sqrt{\sum_{x=1}^M (x_i^{(x)} - x_j^{(x)})^2}. \quad (2)$$

Это позволяет подчеркнуть влияние отдельных координат, имеющих аномально большие расстояния, так как они возводятся в квадрат. Полученные значения для удобства дальнейшего анализа были дополнительно нормированы по формуле (3):

$$\hat{d}_i = \frac{d_i - \min^d}{\max^d - \min^d}, i = 1, 2, 3, \dots, n. \quad (3)$$

В результате полученные значения оказались выстроены в интервале от 0 до 1, где 0 – наихудшее значение показателя, 1 – наилучшее.

На основании полученных данных была составлена классификация, в которой каждая страна получила оценку, отражающую степень ее туристской привлекательности. В результате получились 4 группы стран.

**Первая группа** – страны с очень высоким туристским потенциалом. Сюда вошли страны-лидеры в Европе по числу туристских прибытий: Германия, Испания, Франция, Италия. Эти страны имеют предпосылки для развития почти всех видов туризма. В них много объектов Всемирного наследия и хорошо развит самый популярный среди гостей культурно-познавательный туризм. Помимо этого вида туризма, страны данной группы предоставляют огромное количество туристических направлений, поэтому популярны в любой сезон. Здесь хорошо развиты пляжный, лечебный, спортивный, образовательный, событийный, гастрономический виды туризма. Страны первой группы обладают развитой инфраструктурой, могут похвастаться высоким уровнем сервиса, что немаловажно для современного туриста.

**Вторая группа** – страны с относительно высоким туристским потенциалом. Это Нидерланды, Дания, Австрия, Швеция, Греция, Португалия, Бельгия, Ирландия – страны с высокоразвитой экономикой, инфраструктурой. Нидерланды, Дания, Австрия, Швеция, Бельгия, Ирландия по уровню развития соответствуют первой четверке, однако имеют несколько менее богатую природную и культурно-историческую базу для развития туризма, что объясняется их меньшим размером. Греция и Португалия – страны с высокой ролью пляжного и культурно-познавательного туризма, однако Греция немного отстает в социально-экономическом развитии от первой четверки, а Португалия вошла в эту группу ввиду своего меньшего размера (и, соответственно, ограниченности ресурсов по сравнению с лидерами).

**Третья группа** – страны со средним туристским потенциалом. Сюда вошли Люксембург, Чехия, Финляндия, Словения, Хорватия, Польша, Венгрия и Мальта. В основном это наиболее развитые страны Центрально-Восточной Европы. В Венгрии хорошо развита инфраструктура, там отличные предпосылки для развития делового туризма. Для Словении характерен люксовый туризм, для Польши и Чехии – культурно-познавательный, для Хорватии – пляжный. По ряду показателей страны этой группы отстают от стран первой и второй групп, однако в целом обладают значительным туристским потенциалом, но для отдельных видов туризма.

**Четвертая группа** – страны с низким туристским потенциалом. Это Болгария, Эстония, Румыния, Словакия, Кипр, Литва, Латвия. Главная проблема этих стран – низкий уровень жизни и слабое развитие экономики. Несмотря на наличие природных и культурно-исторических рекреационных ресурсов, социально-экономические проблемы являются сдерживающим фактором для развития туризма. Однако эти страны привлекают большое количество людей с относительно невысоким уровнем дохода.

Таким образом, первые две группы (с высоким и относительно высоким туристским потенциалом) не включают в себя ни одной страны ЦВЕ, а третья и четвертая группы (со средним и низким потенциалом) почти полностью состоят из стран ЦВЕ, за исключением

небольших вкраплений отдельных стран Западной, Северной и Южной Европы). Получившаяся классификация показывает, что страны ЦВЕ на данный момент действительно отстают от других стран ЕС не только по основным туристским показателям, но и по наличию адаптированной под рекреацию природной, культурно-исторической и социально-экономической базы. При этом в странах ЦВЕ есть хорошие природные и культурные ресурсы, но они слабо адаптированы под развитие туризма по сравнению с другими странами ЕС. Таким образом, подъем туристской отрасли для региона ЦВЕ возможен скорее в долгосрочной перспективе, нежели в краткосрочной, и требует продуманного освоения рекреационных ресурсов.

Чтобы выявить наиболее перспективные направления для развития туризма в странах ЦВЕ относительно других стран ЕС, на основе тех же нормированных показателей была составлена типология (были выявлены гомогенные группы стран, обладающих определенными общими сильными и слабыми сторонами для развития туризма).

Для создания типологии всех евклидовых расстояний выбирается наибольшее, и те страны, которые оно связывает, становятся ядрами типов. Остальные территории присоединяются к одному из ядер в зависимости от размера евклидовых расстояний. Для определения третьего ядра и всех последующих, каждую из оставшихся территорий представляют в виде ядра, а остальные распределяются между этими ядрами по минимальности расстояний, а затем выбирается вариант с наименьшими внутригрупповыми различиями. Порог, за которым следует резкое повышение неоднородности, оптимально принимать за окончательное число кластеров. Программой были сформированы несколько групп с количеством кластеров от 2 до 8. В результате был выбран вариант из 5 кластеров, поскольку он является наиболее оптимальным со статистической точки зрения и за ним следует превышение уровня неоднородности. Сформировавшиеся типы стран и их особенности представлены в таблице 2.

Табл. 2. Типология стран ЕС по привлекательности туристских направлений  
Table 2. Typology of EU countries by attractiveness of tourist destinations

	Страны	Характеристика типа	Наиболее перспективные для развития виды туризма
1	Германия Греция Испания Италия Португалия Франция	Преобладают объекты ЮНЕСКО и пляжи, высокие показатели туристской инфраструктуры (количество мест размещения, пассажирооборот авиации)	Культурно-познавательный, пляжный, деловой
2	Латвия Литва Эстония	Высокая конкурентоспособность цен, хорошие экологические условия	Экологический, реабилитационный
3	Австрия Дания Ирландия Нидерланды Словения Финляндия Швеция	Высокая плотность транспортной инфраструктуры, высокие показатели уровня жизни (в частности, индекс безопасности)	Деловой, образовательный, экологический

4	Болгария Польша Румыния Словакия Хорватия	Много объектов ЮНЕСКО, высокая конкурентоспособность цен, низкие показатели уровня жизни. Пляжи есть, но их качество невысокое. Дешевая альтернатива первой группе.	Культурно-познавательный, пляжный, лечебно-оздоровительный, горнолыжный, гастрономический
5	Бельгия Венгрия Кипр Люксембург Мальта Чехия	Высокий уровень развития транспортной инфраструктуры, средние значения по остальным показателям	Деловой, культурно-познавательный, для Кипра и Мальты – пляжный

**Первый тип** характеризуется явным преобладанием объектов ЮНЕСКО и (или) самыми высокими показателями качества пляжей. Они имеют наивысшие показатели туристской инфраструктуры (количество мест размещения, пассажирооборот авиации).

Во **вторую группу** вошли страны с высокой конкурентоспособностью цен на европейском туристском рынке и хорошей экологией. В них подходящие условия для развития экологического и реабилитационного видов туризма. Следует отметить, что в данной группе хорошие показатели уровня жизни имеет Эстония. Это делает ее наиболее привлекательной среди всех Прибалтийских стран (в 2019 г. в Эстонию прибыло почти в 2 раза больше туристов, чем в Латвию).

**Третий тип** – страны с наибольшей плотностью транспортной инфраструктуры и высокими показателями уровня жизни (наивысший индекс безопасности). В них отличные условия для развития делового, образовательного, экологического видов туризма.

Отдельное внимание следует уделить Словении. В стране высокий уровень жизни, хорошие социальные условия. Такая ситуация является следствием внутренней политики страны после выхода из социалистического лагеря. Страна проводила экономические реформы с оглядкой на социальный сектор. Таким образом, стране удалось сохранить свою экономику, а также сохранить население. Словения – одна из стран, сумевшая с наименьшими потрясениями пережить преобразования, произошедшие в 1990-е годы. Это отразилось на уровне жизни населения Словении в современный период. Небольшая страна притягивает иностранных туристов и предлагает наиболее дорогие виды туризма. Следует отметить, что отношение доходов от туризма к числу туристских прибытий в Словении самое высокое среди всех стран ЦВЕ. При том, что в страну едет в три раза меньше туристов, чем в Словакию или Румынию (это продиктовано нехваткой мест размещения), доходы от туристской отрасли в стране такие же. Невысокая туристская нагрузка позволяет Словении максимально сохранить экологию и уровень безопасности. А большие финансовые поступления дают возможность вкладываться в туристскую отрасль, тем самым еще сильнее повышая привлекательность страны на рынке туризма. Таким образом, туризм в Словении является очень важной частью экономики, поскольку приносит большие доходы при минимальной нагрузке.

**Четвертый тип** – страны ЦВЕ, являющиеся дешевой альтернативой странам первого типа. Тут много объектов ЮНЕСКО, пляжей, однако качество жизни и уровень развития инфраструктуры значительно ниже, и цены, соответственно, ниже. Выбор туристских направлений здесь такой же широкий, как и в странах первой группы: культурно-познавательный, пляжный, горнолыжный, лечебно-оздоровительный и др. Кроме того, страны этой группы занимают особое место на рынке гастрономического туризма.

В данной группе следует выделить страны с наихудшими показателями уровня жизни – это Румыния и Болгария. В Причерноморских странах самые низкие значения ИРЧП и уровня безопасности. Это продиктовано слабым уровнем социально-экономического развития государств. Порой именно низкий уровень социально-экономического развития государства, сопровождающийся высокими показателями преступности и плохой экологической ситуацией, является препятствием для туристов.

Отдельно стоит отметить Польшу, которая имеет самые низкие значения в рейтинге эффективности экологического менеджмента. Это продиктовано несколькими причинами. Во-первых, в Польше отсутствует привычка разделять мусор (только 3–6 % населения уделяют этому внимание). Во-вторых, большой проблемой является смог, что вызвано работой угольных электростанций. Проблема усугубляется тем, что многие крупные города Польши (например, Краков) находятся в низине, у подножия гор, и ветер в них дует слабо. Происходит застаивание воздуха и загрязнений в нем. Однако плохая экологическая ситуация в первую очередь имеет значение для жителей страны, нежели беспокоит туристов, приезжающих в страну всего на несколько дней. Тем не менее, из-за плохой экологии, страна теряет гостей – приверженцев экологического туризма.

**Пятая группа** – страны с высоким уровнем развития транспортной инфраструктуры. Это небольшие государства, для которых характерно развитие делового/образовательного или культурно-познавательного (Чехия) или пляжного видов туризма (Кипр, Мальта). Среди стран ЦВЕ наиболее развитая инфраструктура у Венгрии. Интересно также отметить, что по плотности автодорожной сети лидирует островное государство Мальта, а по плотности железнодорожной сети выделяется Чехия. Но это неудивительно, поскольку данная страна находится в центре Европы на пересечении важных транспортных путей и для многих туристов является транзитной.

Подводя итог, можно сделать два основных вывода:

- классификация показала, что страны ЦВЕ по уровню туристского потенциала отстают от других стран ЕС, поскольку практически все оказались во второй половине рейтинга;
- типология дала понять, что в целом регион ЦВЕ по туристским направлениям является альтернативой развитым странам ЕС, предлагая все те же самые виды туризма, но за меньшую цену.

**Использование туристского потенциала странами ЦВЕ и другими странами ЕС.** Туристский потенциал стран дает возможность определить, какие виды туризма наиболее перспективно развивать, и в целом показывает перспективы страны на рынке туризма. Однако для комплексной оценки, помимо туристского потенциала, необходимо учитывать показатели, отражающие реальный уровень развития туризма в странах на современном этапе. Данные показатели можно разделить на 2 крупные группы: абсолютные и относительные. Эти показатели отражают, насколько эффективно страны используют свой туристский потенциал.

Из абсолютных для исследования были взяты 2 одинаково значимых и важных показателя, отражающие уровень развития туризма в стране: число туристских прибытий и число доходов от туризма.

Из относительных были использованы 2 показателя, демонстрирующие экономическую эффективность туристической отрасли для стран: объем доходов от туризма на душу населения и отношение доходов от туризма к вложенным средствам.

*Табл. 3. Рейтинги стран ЕС по абсолютным и относительным показателям развития туризма<sup>1</sup>*  
*Table 3. Ratings of EU countries on absolute and relative indicators of tourism development<sup>2</sup>*

Абсолютные показатели		Относительные показатели	
Испания	0,96	Люксембург	1,00
Франция	0,95	Хорватия	0,62
Италия	0,66	Португалия	0,48
Германия	0,59	Мальта	0,43
Австрия	0,33	Кипр	0,42
Греция	0,30	Австрия	0,33
Нидерланды	0,26	Нидерланды	0,30
Португалия	0,24	Греция	0,30
Польша	0,21	Испания	0,24
Хорватия	0,17	Бельгия	0,24
Венгрия	0,16	Италия	0,21
Ирландия	0,15	Словения	0,21
Швеция	0,13	Ирландия	0,20
Дания	0,13	Швеция	0,20
Бельгия	0,11	Венгрия	0,19
Чехия	0,11	Дания	0,19
Румыния	0,09	Болгария	0,18
Болгария	0,08	Эстония	0,17
Финляндия	0,05	Финляндия	0,14
Словения	0,05	Франция	0,13
Кипр	0,04	Германия	0,11
Люксембург	0,04	Чехия	0,11
Словакия	0,03	Польша	0,09
Эстония	0,03	Словакия	0,09
Мальта	0,03	Латвия	0,08
Литва	0,02	Литва	0,07
Латвия	0,02	Румыния	0,06

Далее была произведена нормировка показателей, и полученные значения выстроились в интервале от 0 до 1. Затем было посчитано простое среднее по абсолютным показателям и по относительным. В результате получилось 2 агрегированных показателя. Веса в данных подсчетах не использовались, так как показатели равнозначные. В итоге были составлены два рейтинга: по абсолютным и относительным показателям развития туризма (табл. 3).

<sup>1</sup> Составлено по результатам расчетов авторов.

<sup>2</sup> Compiled based on the results of the author's calculations.

По абсолютным показателям в лидерах оказались страны, входящие в первую десятку мирового рейтинга по числу туристских прибытий. Это Испания, Франция, Италия, Германия. Также высокие позиции занимают Австрия и Греция.

Интересным является тот факт, что по относительным показателям в лидерах совсем другие страны: Люксембург, Хорватия, Португалия, Мальта, Кипр.

Отсюда следует вывод, что в странах-лидерах по числу прибытий туризм является далеко не самой значимой составляющей экономики. Финансовая прибыль в них высокая, но на душу населения этот показатель низок. Если смотреть на отношение прибыли к вложенным средствам, то можно заметить, что этот показатель тоже невысок.

Совсем иначе обстоит ситуация для Кипра, Мальты, Португалии и Хорватии. Эти страны уже имеют очень важный для туризма природный ресурс – морское побережье. Даже при малых вложениях в туристскую отрасль доходы будут достаточно высокими. Кроме того, для этих стран туризм играет важную роль в экономике.

По относительным показателям на бесспорном первом месте стоит Люксембург. Дело в том, что вложения в туристскую отрасль в этой стране низки. Люксембург имеет хорошее автомобильное, железнодорожное и воздушное сообщение с остальной Европой, что делает его все более популярным местом для международных встреч, конференций, а также для проведения выходных. В стране развит деловой туризм, не требующий особых вложений и приносящий высокий доход.

На основании трех рейтингов (по туристскому потенциалу, по абсолютным и относительным показателям) была построена пузырьковая диаграмма, отражающая эффективность использования странами Европейского союза своего туристского потенциала (рис. 1). По горизонтальной оси отложены баллы рейтинга по абсолютным показателям, отражающим уровень развития туризма в странах ЕС, во вертикальной оси – баллы рейтинга по относительным показателям. Размер пузырька отражает туристский потенциал страны.

По данному рисунку видна зависимость: чем выше туристский потенциал – тем выше значения показателей, отражающих уровень развития туризма, причем зависимость эта касается в первую очередь абсолютных показателей. Действительно, в страны с самым высоким туристским потенциалом (Испания, Франция, Италия, Германия) направляется самый большой туристский поток, который приносит большой доход. По мере уменьшения потенциала снижаются значения абсолютных показателей. Почти все страны с низким туристским потенциалом сконцентрировались ближе к основанию графика. Данная зависимость подтверждает корректность расчетов туристского потенциала.

Более детальный анализ данного графика позволяет выделить 4 группы стран.

**Первая группа** – страны с высокими туристским потенциалом, высокими значениями абсолютных показателей и низкими значениями относительных. Сюда вошли страны-гиганты на европейском рынке туризма – Испания, Италия, Франция, Германия. Туристский потенциал этих стран очень высок. Однако эффективность его использования невысока и создается ложное впечатление, что в эти страны туризм приносит большую прибыль. Возможно, данным государствам стоит рассмотреть новые каналы вложения средств в отрасль туризма, чтобы повысить прибыль и увеличить роль туристского сектора в экономике.

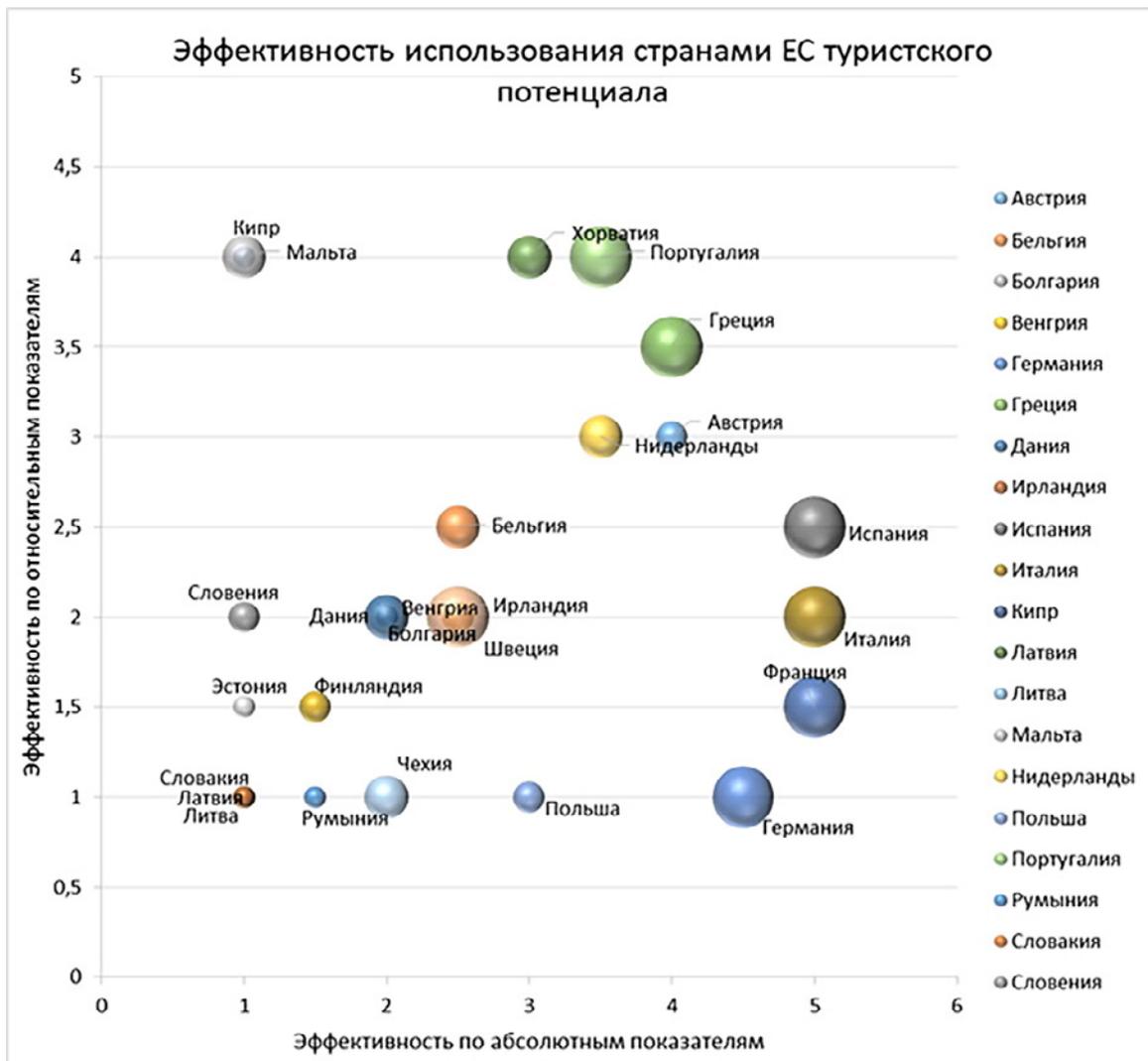


Рис. 1. Эффективность использования туристского потенциала странами Европейского союза, 2019 г.<sup>1</sup>

Fig. 1. The effectiveness of the use of tourism potential by the countries of the European Union, 2019<sup>2</sup>

**Вторая группа** – страны с относительно высоким туристским потенциалом, которые сконцентрировались в середине графика. Визуально их можно разделить на 3 небольших подгруппы:

- Дания, Швеция, Бельгия, Ирландия, использующие свой туристский потенциал менее эффективно, поскольку экономики этих стран слабо ориентированы на развитие туризма;
- Австрия, Греция, Нидерланды – страны, более эффективно использующие свой потенциал;
- Португалия – страна, эффективно использующая свой потенциал, о чем говорят высокие значения относительных показателей.

<sup>1</sup> Составлено по результатам расчетов авторов.

<sup>2</sup> Compiled based on the results of the author's calculations.

**Третья группа** – страны со средним и низким туристским потенциалом, сконцентрировавшиеся в основании графика. Данные страны не выделяются ни по абсолютным, ни по относительным показателям развития туризма. В этой группе находятся большинство стран ЦВЕ.

**Четвертая группа** – страны со средним и низким туристским потенциалом, но с высокими значениями относительных показателей. Это государства, максимально эффективно использующие свой потенциал. Сюда вошли Кипр, Мальта, Хорватия, обладающие очень важным природным ресурсом – высококачественными пляжами. Даже при небольшом количестве туристов данная отрасль приносит прибыль в эти страны при минимальных затратах. Лидером в этой группе является Люксембург – центр деловых встреч, а деловой туризм не требует больших вложений и является дорогостоящим, что дает такие результаты по относительным показателям.

Таким образом, можно сделать следующий вывод: на фоне отстающих от остальной Европы по основным туристским показателям стран ЦВЕ особое место занимает Хорватия, которая, несмотря на средние значения потенциала, очень хорошо его использует и по эффективности опережает большинство ведущих стран Европы.

## **ВЫВОДЫ**

Трансформация политической карты Европы, произошедшая в последнем десятилетии XX в., сделала этот регион интересным для изучения с точки зрения международного туризма. Крушение «железного занавеса», интеграционная политика ЕС, демократизация внутривнутриполитической жизни в бывших странах СЭВ явились важнейшими политическими предпосылками развития туризма. Правовое оформление суверенных государств в Центрально-Восточной Европе, их переход к рыночной модели хозяйствования оказали положительное воздействие на увеличение туристских потоков как в эти страны, так и из них. В процессе евроинтеграции в странах ЦВЕ усиленно рос объем доходов от туризма, стало повышаться качество туристских услуг. Увеличилась доля туристов из стран Западной Европы.

Проведенное в работе комплексное сравнение развития туристского сектора стран Центрально-Восточной Европы с другими странами ЕС позволяет оценить их роль и место на европейском рынке туризма.

В Центрально-Восточной Европе доля туризма в ВВП и в занятости ниже, чем в ЕС, но равна среднемировой (10 %).

Среднее значение числа туристских прибытий в страны ЦВЕ почти в 2 раза ниже среднего по ЕС. Однако без учета 6 стран-гигантов мирового рынка туризма (Франция, Испания, Италия, Германия, Греция, Португалия) данный показатель полностью совпадает со средним значением по ЕС. Это говорит о том, что страны ЦВЕ по привлекательности составляют достойную конкуренцию большинству стран объединения. Одновременно с этим средние значения доходов от туризма в странах ЦВЕ и в ЕС в целом различаются почти в 3 раза, даже без учета 6 стран-лидеров, регион ЦВЕ отстает от ЕС. Такое расхождение указывает на более экономный спектр предлагаемых туруслуг в странах ЦВЕ, что делает их привлекательными для людей среднего класса.

Роль стран ЦВЕ на туристском рынке ЕС ежегодно возрастает, и в настоящий момент их доля составляет около 19 % по прибытиям и около 13 % по доходам (причем по второму показателю наблюдаются более высокие темпы роста). На географию туристских прибытий в ЕС воздействуют два основных фактора: соседство и политические особенности, причем второй фактор более значимый. Несмотря на евроинтеграцию, регион ЦВЕ по-прежнему привлекает в первую очередь посетителей из бывших стран СЭВ, при этом в остальной

Европе происходит активный взаимообмен туристами, и немаловажное место занимают гости из США.

На рынке культурно-познавательного, образовательного, делового туризма страны ЦВЕ в целом уступают западноевропейским странам, однако на рынке лечебно-оздоровительного, горнолыжного, пляжного туризма составляют достойную конкуренцию.

Крупнейшими гостиничными рынками в ЦВЕ являются Венгрия, Чехия и Польша, преимущественно крупные сетевые отели тяготеют к столицам стран. Национальные гостиничные группы пока не выходят на мировой уровень, многие из них выкуплены французскими и американскими гигантами.

По уровню развития транспортной инфраструктуры страны ЦВЕ на данный момент отстают от Запада, в них нет крупнейших аэропортов, ниже качество дорог. Однако в ЦВЕ высокие позиции занимают путешествия железнодорожным транспортом, многие государства являются транзитными. В Хорватии, Эстонии развиты дорогостоящие морские круизы.

Структурные фонды ЕС оказывают финансовую поддержку странам ЦВЕ. Реализуются совместные программы, направленные на равномерное развитие всего объединения (транспортная политика TEN-T, модель европейской умной специализации S3, трансграничное сотрудничество в рамках еврорегионов). Страны ЦВЕ активно подхватывают современные тенденции (цифровизация туризма, устойчивое развитие, продвижение новых видов, поддержка людей с ограниченными возможностями и др.) и проводят программы для их реализации.

По туристскому потенциалу, а также его использованию, страны ЦВЕ отстают от других стран ЕС, в основном по причине более низких показателей развития инфраструктуры и уровня жизни. Исключение – Хорватия, страна, которая, несмотря на средние значения потенциала, очень эффективно его использует, и по эффективности опережает многие ведущие страны Европы.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Александрова А.Ю., Тикунова И.Н.* Анализ структуры мирового туристического пространства с применением многомерной математической классификации. Вестник Московского университета. Сер. 5: Геогр. 2003. № 6. С.16–21.
2. *Дмитревский Ю.Д.* Туристские районы мира: учебное пособие. Смоленск: СГУ, 2000. 224 с.
3. *Зорин И.В., Квартальнов В.А.* Энциклопедия туризма. Справочник. М.: Финансы и статистика, 2003. 368 с.
4. *Капралов Е.Г., Кошкарев А.В., Тикунов В.С., Глазырин В.В., Заварзин А.В., Замай С.С., Лурье И.К., Охонин В.А., Пырьев В.И., Рыльский И.А., Семин В.И., Серапинас Б.Б., Симонов А.В., Трофимов А.М., Флейс М.Э., Якубайлик О.Э., Яровых В.Б.* Геоинформатика: Учебн. для студ. вузов. М.: Академия, 2005. 480 с.
5. *Кружалин В.И., Мироненко Н.С., Зигерн-Корн Н.В., Шабалина Н.В.* География туризма: учебник. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 336 с.
6. *Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т.* Рекреационная география. М.: Издательство Московского университета, 1981. 207 с.
7. *Тикунов В.С.* Классификации в географии: ренессанс или увядание? (Опыт формал. классификаций). М.; Смоленск: Изд-во Смоленского гос. ун-та, 1997. 362 с.
8. *Тикунова И.Н., Судакова А.Е.* Потенциал и перспективы развития туризма в странах Шелкового пути. ИнтерКарто. ИнтерГИС. Материалы Междунар. конф. Петрозаводск: КарНЦ РАН, 2018. Т. 24. Ч. 1. С. 516–527. DOI: 10.24057/2414-9179-2018-1-24-516-527.

9. *Aubert A., Jónás-Berki M., Marton G., Pálfi A.* Region specific characters of tourism in East-Central Europe. *Acta Geographica Universitatis Comenianae*. 2015. No. 59 (1). P. 21–33.
10. *Dobruszkes F.* New Europe, new low-cost air services. *Journal of Transport Geography*. 2009. No. 17 (6). P. 423–432. DOI: 10.1016/J.JTRANGEO.2009.05.005.
11. *Georgopoulou E., Mirasgedis S., Sarafidis Y., Hontou V., Gakis N., Lalas D.P.* Climatic preferences for beach tourism: an empirical study on Greek islands. *Theoretical and Applied Climatology*. 2019. No. 137 (1–2). P. 667–691.
12. *Liberato D., Alén E., Liberato P., Domínguez T.* Governance and cooperation in Euroregions: border tourism between Spain and Portugal. *European Planning Studies, Taylor & Francis Journals*. 2018. Vol. 26 (7). P. 1347–1365. DOI: 10.1080/09654313.2018.1464129.
13. *Nicula V., Spânu S.* Rural and Gastronomical Tourism in Baltic Countries. *Emerging Issues in the Global Economy*. 2018. P. 253–275. DOI: 10.1007/978-3-319-71876-7\_23.
14. OECD Tourism Trends and Policies. 2016. 385 p. Web resource: [https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2016\\_tour-2016-en](https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2016_tour-2016-en). DOI: 10.1787/20767773.
15. *Smith M., Puczkó L.* Taking your life into your own hands? New trends in European health tourism. *Tourism Recreation Research*. 2015. Vol. 35. No. 2. P. 161–172. DOI: 10.1080/02508281.2010.11081631.

#### СПИСОК СТАТИСТИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ассоциация Туроператоров. Электронный ресурс: <https://www.atorus.ru>.
2. База данных Всемирного банка. Электронный ресурс: <https://data.worldbank.org/>.
3. База данных Европейской комиссии. Электронный ресурс: <https://ec.europa.eu/>.
4. Государственный офис статистики Эстонии. Электронный ресурс: <http://www.stat.ee/>.
5. Литовский департамент статистики. Электронный ресурс: <https://www.stat.gov.lt/lt/>.
6. Мировой атлас данных. Электронный ресурс: <https://knoema.ru/atlas/topics/>.
7. Национальный институт статистики Румынии. Электронный ресурс: <http://www.insse.ro/cms/>.
8. Национальный статистический институт Болгарии. Электронный ресурс: <http://www.nsi.bg/>.
9. Официальный сайт еврорегиона Буг. Электронный ресурс: <https://www.euroregionbug.pl/>.
10. Официальный сайт еврорегиона Сильва Нортица. Электронный ресурс: <http://www.silvanortica.com>.
11. Официальный сайт Европейского региона Дунай-Влтава. Электронный ресурс: <http://www.evropskyregion.cz>.
12. Рейтинг самых безопасных стран для путешествий. Электронный ресурс: <https://safedestinations.com/safest-countries-for-travel/>.
13. Рейтинг стран по отзывам. Электронный ресурс: [https://tophotels.ru/main/stat/countries\\_rate/](https://tophotels.ru/main/stat/countries_rate/).
14. Рейтинги стран и регионов. Электронный ресурс: <https://gtmarket.ru/research/countries-ranking>.
15. Статистическая служба Европейского союза. Электронный ресурс: <https://ec.europa.eu/>.
16. Статистический офис Республики Словения. Электронный ресурс: <http://www.stat.si>.
17. Статистический офис Словацкой Республики. Электронный ресурс: <https://slovak.statistics.sk>.
18. Статистический офис Чехии. Электронный ресурс: <https://www.czso.cz/>.
19. Центральное статистическое бюро Латвии. Электронный ресурс: <http://www.csb.gov.lv/>.
20. Центральное статистическое бюро Хорватии. Электронный ресурс: <https://www.dzs.hr>.

21. Центральное статистическое управление Венгрии. Электронный ресурс: <http://www.ksh.hu>.
22. Центральное статистическое управление Польши. Электронный ресурс: <http://stat.gov.pl/en/>.
23. Электронная библиотека ЮНВТО. Электронный ресурс: <https://www.e-unwto.org>.

## REFERENCES

1. *Alexandrova A.Yu., Tikunova I.N.* Analysis of the structure of the world tourist space using multidimensional mathematical classification. *Vestnik Moscovskogo Universiteta. Ser. 5: Geogr.* 2003. No. 6. P.16–21. (in Russian).
2. *Aubert A., Jónás-Berki M., Marton G., Pálfi A.* Region specific characters of tourism in East-Central Europe. *Acta Geographica Universitatis Comenianae.* 2015. No. 59 (1). P. 21–33.
3. *Dmitrevsky Yu.D.* Tourist areas of the world: a textbook. Smolensk: SSU, 2000. 224 p. (in Russian).
4. *Dobruszkes F.* New Europe, new low-cost air services. *Journal of Transport Geography.* 2009. No. 17 (6). P. 423–432. DOI: 10.1016/J.JTRANGE0.2009.05.005.
5. *Georgopoulou E., Mirasgedis S., Sarafidis Y., Hontou V., Gakis N., Lalas D.P.* Climatic preferences for beach tourism: an empirical study on Greek islands. *Theoretical and Applied Climatology.* 2019. No. 137 (1–2). P. 667–691.
6. *Kapralov E.G., Koshkarev A.V., Tikunov V.S., Glazyrin V.V., Zavarzin A.V., Zamai S.S., Lurie I.K., Okhonin V.A., Pyriev V.I., Rylsky I.A., Semin V.I., Serapinas B.B., Simonov A.V., Trofimov A.M., Fleis M.E., Yakubailik O.E., Yarovykh V.B.* Geoinformatics: Textbook for students of universities. Moscow: Academy, 2005. 480 p. (in Russian).
7. *Kruzhalin V.I., Mironenko N.S., Zigern-Korn N.V., Shabalina N.V.* Geography of tourism: textbook. Moscow: Federal Agency for Tourism, 2014. 336 p. (in Russian).
8. *Liberato D., Alén E., Liberato P., Domínguez T.* Governance and cooperation in Euroregions: border tourism between Spain and Portugal. *European Planning Studies, Taylor & Francis Journals,* 2018. Vol. 26 (7). P. 1347–1365. DOI: 10.1080/09654313.2018.1464129.
9. *Mironenko N.S., Tverdokhlebov I.T.* Recreational geography. Moscow: Moscow University Press, 1981. 207 p. (in Russian).
10. *Nicula V., Spânu S.* Rural and Gastronomical Tourism in Baltic Countries. *Emerging Issues in the Global Economy.* 2018. P. 253–275. DOI: 10.1007/978-3-319-71876-7\_23.
11. OECD Tourism Trends and Policies. 2016. 385 p. Web resource: [https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2016\\_tour-2016-en](https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2016_tour-2016-en). DOI: 10.1787/20767773.
12. *Smith M., Puczko L.* Taking your life into your own hands? New trends in European health tourism *Tourism Recreation Research.* 2015. Vol. 35. No. 2. P. 161–172. DOI: 10.1080/02508281.2010.11081631.
13. *Tikunov V.S.* Classifications in geography: Renaissance or fading? (The experience in formal classifications). Moscow; Smolensk: Publishing House of the Smolensk State University, 1997. 362 p. (in Russian).
14. *Tikunova I.N., Sudakova A.E.* Potential and prospects for the development of tourism in the countries of the Silk Road. *InterCarto. InterGIS. Proceedings of the International conference.* Petrozavodsk: KarRC RAS, 2018. Vol. 24. Part 1. P. 516–527. DOI: 10.24057/2414-9179-2018-1-24-516-527 (in Russian).
15. *Zorin I.V., Kvartal'nov V.A.* Encyclopedia of Tourism. Handbook. Moscow: Finance and statistics, 2003. 368 p. (in Russian).

### LIST OF STATISTICAL SOURCES

1. Association of Tour Operators. Web resource: <https://www.atorus.ru>.
  2. Central Statistical Bureau of Latvia. Web resource: <http://www.csb.gov.lv/>.
  3. Central Statistical Office of Croatia. Web resource: <https://www.dzs.hr>.
  4. Central Statistical Office of Hungary. Web resource: <http://www.ksh.hu>.
  5. Central Statistical Office of Poland. Web resource: <http://stat.gov.pl/en/>.
  6. Lithuanian Department of Statistics. Web resource: <https://www.stat.gov.lt/lt/>.
  7. National Institute of Statistics of Romania. Web resource: <http://www.insse.ro/cms/>.
  8. National Statistical Institute of Bulgaria. Web resource: <http://www.nsi.bg/>.
  9. Official website of the Danube-Vltava European Region. Web resource: <http://www.evropskyregion.cz>.
  10. Official website of the Silva Euroregion Nortitsa. Web resource: <http://www.silvanortica.com>.
  11. Ratings of countries and regions. Web resource: <https://gtmarket.ru/research/countries-ranking>.
  12. Rating of countries by reviews. Web resource: [https://tophotels.ru/main/stat/countries\\_rate/](https://tophotels.ru/main/stat/countries_rate/).
  13. Rating of the safest countries for travel. Web resource: <https://safedestinations.com/safest-countries-for-travel/>.
  14. State Statistics Office of Estonia. Web resource: <http://www.stat.ee/>.
  15. Statistical Office of the Czech Republic. Web resource: <https://www.czso.cz/>.
  16. Statistical Office of the Republic of Slovenia. Web resource: <http://www.stat.si>.
  17. Statistical Office of the Slovak Republic. Web resource: <https://slovak.statistics.sk>.
  18. Statistical Service of the European Union. Web resource: <https://ec.europa.eu/>.
  19. The database of the European Commission. Web resource: <https://ec.europa.eu/>.
  20. The official website of the Bug Euroregion. Web resource: <https://www.euroregionbug.pl/>.
  21. UNWTO Electronic Library. Web resource: <https://www.e-unwto.org>.
  22. World Bank Database. Web resource: <https://data.worldbank.org/>.
  23. World Data Atlas. Web resource: <https://knoema.ru/atlas/topics/>.
-