

УДК: 338.48

DOI: 10.35595/2414-9179-2023-1-29-255-271

И.Н. Тикунова<sup>1</sup>, Е.А. Курланова<sup>2</sup>

## МЕСТО ЕВРОПЕЙСКИХ ГОРОДОВ СРЕДИЗЕМНОМОРЬЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

### АННОТАЦИЯ

Цель исследования — определить положение городов Средиземноморья в системе европейского туризма. Для этого была проанализирована туристская привлекательность и развитие туризма Средиземноморского региона и стран ЕС. Определено место наиболее привлекательных туристских городов Средиземноморья на рынке ЕС, выделены их сильные и слабые стороны в развитии туризма. В работе использованы методы сравнительного, кластерного, SWOT-анализа, создана классификация и серия таблиц и карт. В результате кластерного анализа десятка показателей выделены группы стран по туристской привлекательности и группы городов Европейского союза по уровню развития туризма. Исследование показало, что города Средиземноморья обладают различной степенью развития туризма, при этом в городах западной части региона выше, чем в восточной. Крупнейшие из них обладают диверсифицированным туристским предложением и привлекают туристов как центры курортного, культурно-познавательного, делового, событийного и религиозного туризма. Они являются популярным направлением у граждан Германии, Великобритании, Австрии и стран Скандинавии. Наблюдается взаимообмен туристами из стран Средиземноморья: Франции и Италии. Города Средиземноморья имеют разные и в ряде случаев значительно отличающиеся друг от друга значения показателей развития туризма. Более высокие показатели наблюдаются у городов в западной части Средиземноморья, показатели ниже — в восточной части (города Греции, Хорватии, Словении, Кипра). Преобладающее количество городов Средиземноморья, которые входят в список самых популярных направлений, демонстрируют показатели развития туризма ближе к минимальным значениям: экономика и бизнес, туристская активность, туристская политика и привлекательность, туристская инфраструктура. По характеристикам они схожи с городами Португалии и Восточной Европы. Слабой стороной развития туризма в городах Средиземноморья являются показатели устойчивого развития (рост средней температуры воздуха, содержание частиц PM<sub>2.5</sub> в воздухе), что сказывается на индексе устойчивого туризма. После отмены всех коронавирусных ограничений города Средиземноморья способны к быстрому восстановлению за счет того, что предоставляют уже знакомый туристский продукт хорошего качества, что важно в условиях неопределенности. Также плюсом является близкое расположение к странам — основным поставщикам туристов и долгий запрет на поездки, который стимулировал желание путешествовать.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** туризм, города Средиземноморья, туристская привлекательность, кластерный и SWOT анализы, классификации

---

<sup>1,2</sup> Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Географический факультет, Ленинские горы, д. 1, Москва, Россия, 119991, e-mail: [irina.tikunova@icloud.com](mailto:irina.tikunova@icloud.com)

Irina N. Tikunova<sup>1</sup>, Ekaterina A. Kurlanova<sup>2</sup>

**THE PLACE OF EUROPEAN CITIES  
OF THE MEDITERRANEAN  
IN THE SPHERE OF TOURISM OF THE EUROPEAN UNION**

**ABSTRACT**

The purpose of the study is to determine the position of Mediterranean cities in the European tourism system. For this purpose, the tourist attractiveness and tourism development of the Mediterranean region and the EU countries are analyzed. The place of the most attractive tourist cities of the Mediterranean in the EU market has been determined. Their strengths and weaknesses in the development of tourism are highlighted and opportunities and threats are considered. The methods of comparative, cluster, SWOT analysis were used in the work, a classification and a series of tables and maps were created. As a result of cluster analysis of a dozen indicators, groups of countries by tourist attractiveness and groups of cities of the European Union by the level of tourism development were identified. The study showed that the cities of the Mediterranean have different degrees of tourism development, while the level of tourism development in the cities of the western part of the region is higher than in the eastern. The largest of them have a diversified tourist offer and attract tourists as centers of resort, cultural and educational, business, event and religious tourism. They are a popular destination for citizens of Germany, Great Britain, Austria and the Scandinavian countries. There is also an interchange of tourists from the Mediterranean countries: France and Italy. Mediterranean cities have different and, in some cases, significantly different values of tourism development indicators. Higher rates of tourism development are observed in cities in the western part of the Mediterranean, while lower rates are observed in cities in the eastern part (cities of Greece, Croatia, Slovenia, Cyprus). The predominant number of Mediterranean cities, which are included in the list of the most popular destinations, demonstrate indicators of tourism development closer to the minimum values: economy and business, tourist activity, tourist policy and attractiveness, tourist infrastructure. In terms of characteristics, they are similar to cities in Portugal, as well as cities in Eastern Europe. The weak side of the development of tourism in Mediterranean cities is the indicators of sustainable development (the increase in average air temperature, the content of PM2.5 particles in the air), which affects the index of sustainable tourism. After the lifting of all coronavirus restrictions, Mediterranean cities are capable of rapid recovery due to the fact that they provide a familiar tourist product of good quality, which is important in conditions of uncertainty. Also, a plus is the proximity to the countries-the main suppliers of tourists and a long travel ban, which stimulated the desire to travel.

**KEYWORDS:** tourism, Mediterranean cities, tourist attractiveness, cluster and SWOT analyses, classifications

---

<sup>1</sup> Lomonosov Moscow State University, Faculty of Geography, 1, Leninskie Gory, Moscow, 119991, Russia,  
e-mail: [irina.tikunova@icloud.com](mailto:irina.tikunova@icloud.com)

## ВВЕДЕНИЕ

Регион Средиземноморья традиционно считается популярным туристским направлением, в котором важную роль в формировании потоков играют города. Значительное развитие городского туризма связано с психологическими, социально-экономическими и технологическими факторами: 55 % населения мира проживают в городах и чувствуют связь с городской средой, что способствует стремлению посещать другие города. Это стремление также увеличилось благодаря росту благосостояния населения развитых и развивающихся стран, что позволило людям чаще совершать туристические поездки в другие города. Помимо этого, наблюдается уменьшение стоимости транспортных издержек (создание лоукостеров), а также увеличение доступности жилья и легкости бронирования через интернет-платформы, такие как AirBnB, Booking и т. д. Так, города перестали восприниматься исключительно как транспортный узел и начали рассматриваться в качестве самостоятельной туристской дестинации.

Сектор туризма является одним из ведущих в городах Средиземноморья с точки зрения валовой добавленной стоимости и занятости. Туризм вносит непосредственный вклад в региональную экономику благодаря отраслевому синергизму и сильному мультипликативному эффекту, именно поэтому развитие туризма входит в государственные программы поддержки и финансирования, а также привлекает инвестиции.

Хотя городской туризм традиционно является одним из самых быстрорастущих сегментов туризма в странах с развитой экономикой [Чабанюк, 2013], научные работы, посвященные ему, появились относительно недавно. Они, как правило, раскрывают проблемы, связанные с чрезмерной туристической нагрузкой и предлагают пути их решения, но не отражают комплексное состояние городского туризма.

Понятие «городского туризма» является относительно молодым, впервые оно было предложено в конце XX в. в работах немецких ученых Г. Лазера [1997], Г. Нойенфельдта и О. Розе [1997]. Они выделили посещение города с разными целями (культурно-развлекательной, познавательной, коммерческой) в особый вид туризма — городской. Г. Лазер дал следующее определение: «Городской туризм являет собой краткосрочное (обычно 1–4 дня) посещение города по следующим причинам: интерес к истории или искусству города, интерес к посещению событий и приобретению разных видов товаров в данном городе» [1997]. Г. Нойенфельдт и О. Розе добавили к определению Г. Лазера положение о том, что городской туризм может быть вызван не только интересом к самому городу, но и др. причинами [1997] — например, путешествие с деловой целью, с целью посещения выставок, с целью оздоровления и т. д. Таким образом, городской туризм приобретает черты других видов туризма. Вклад в разработку концепции «городского туризма» внесли также Даниэль Клук и Кристиан Кестер, которые добавили к определению Г. Лазера тезис о том, что городской туризм может быть вызван интересом к культуре, событиям или бизнесу. Они называют городской туризм едва ли не основным видом туризма в Европе в настоящее время [2004].

Среди российских ученых городской туризм как отдельный вид туризма рассматривал Д.С. Ушаков [2009], который отмечал огромный вклад городов в туризм, поскольку именно в них концентрируется человеческий капитал, позволяющий создавать и формировать культурно-историческое наследие. Более того, города являются центрами концентрации капитала, который позволяет создавать необходимую инфраструктуру, транспортные узлы и т. д.

А.Ю. Александрова [2002, 2003] разделяет города как туристские центры на следующие виды: центры культурно-познавательного туризма, центры делового туризма, центры событийного туризма, города-курорты, лечебные центры, центры паломничества.

Приведем также определение Всемирной Туристской Организации (UNWTO): «Городской туризм — это вид туристической деятельности, которая осуществляется в городском пространстве с присущими ему атрибутами, характеризующимися несельскохозяйственной экономикой, такой как администрация, производство, торговля и услуги, и является узловыми транспортными точками. Городские направления предлагают широкий и разнородный спектр культурных, архитектурных, технологических, социальных и природных впечатлений и продуктов для отдыха и бизнеса»<sup>1</sup>.

Неоднозначным является также вопрос границ Средиземноморья. Проблемой Средиземноморского региона как единого физико-географического и этнокультурного пространства занимались многие исследователи. В числе основных ученых можно назвать Р.Г. Ланда [1979], П.М. Долуханова [1998], А.Н. Грацианского [1971]. Важный вклад внесли В.Д. Нечаев, И.А. Чихарев и др., которые разработали концепцию «Геостратегический атлас Большого Средиземноморья» [2019]. Также для определения границ Средиземноморья в исследовании были использованы критерии, предложенные Т.А. Галкиной [2019].

Средиземноморье однозначно является уникальным туристским регионом Европы по многим признакам (время возникновения, исторические особенности формирования, природные особенности, историко-культурные особенности, уровень развития туристской инфраструктуры, единая туристская специализация), однако в официальной статистике отдельно рассматриваемый регион не выделяется. Территории, рассматриваемые в данной работе, согласно делению UNWTO частично относятся к нескольким туристским регионам Европы: Южная Европа и Западная Европа. Можно говорить о формально-страновом подходе к определению границ Средиземноморья, т. е. по принципу наличия выхода к Средиземному морю. Однако при таком способе делимитации средиземноморскими странами будут считаться страны, большая часть территории которых не имеют никакого отношения к Средиземному морю, например Франция.

С другой стороны, многие не имеющие прямого выхода к Средиземному морю страны обладают общностью природы, культуры и истории со странами, которые являются частью региона. Ярким примером является Португалия, имеющая сходные природно-климатические условия, виды хозяйственной деятельности и общую историю. Подходя с исторической стороны, в Средиземноморье можно включить Армению, многие годы имеющую сильную связь со странами Леванта. Таким образом, регион сильно расплывается.

Можно сделать вывод, что подобный метод является ошибочным и недостоверно отражающим действительность. При формально-страновом подходе регион становится гипертрофированным, разнородным и несвязным с культурной точки зрения. Целесообразнее относить к Средиземноморью не страны целиком, а лишь отдельные районы, имеющие непосредственно выход к акватории, т. е. формально-административный подход. Так, к Средиземноморью относятся небольшие по площади страны с большой береговой линией и средиземноморские районы крупных стран (Франция, Испания, Италия). В таких пределах Средиземноморье занимает 605 тыс. км<sup>2</sup>, население составляет 88 млн чел.

Определение границ такого обширного региона, как Средиземноморье, является комплексной задачей и требует учета большого количества различного рода факторов. Самыми устойчивыми границами являются природные, самыми неустойчивыми — административные. Процесс глобализации постепенно размывает культурные границы региона и делает задачу делимитации еще более сложной.

---

<sup>1</sup> Сайт Всемирной туристской организации. Электронный ресурс: <https://www.unwto.org/> (дата обращения 15.02.2023).

*С учетом вышеизложенной информации в данной работе в понятие Европейского Средиземноморья включены прибрежные территории таких стран, как Франция, Италия, Испания, Словения, Греция, Хорватия, а также вся территория Кипра и Мальты. Также отметим, что в работе рассматриваются только страны — члены ЕС.*

## МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Теоретической базой исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых: экономистов, географов, социологов. Статистическая база для данного исследования была собрана на сайтах международных исследовательских организаций Eurostat<sup>1</sup>, Eurobarometer<sup>2</sup>, EuromonitorInternational<sup>3</sup>, UNWTO, а также на сайтах национальных статистических служб, в ежегодных отчетах городов и на прочих тематически связанных сайтах<sup>4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15</sup>.

Методом оценки места городов был выбран метод типологической классификации [Тикунов, 1997]. Основная цель такой классификации — разделить объекты на максимально однородные группы по заданным характеристикам. Количество конечных групп может быть определено заранее или же появиться в результате вычислений. Вопрос классификации городов поднимался многими российскими и зарубежными учеными: экономистами, географами, социологами. Впервые классификацию российских городов провел В.П. Семенов-Тянь-Шанский по 3 критериям: людность, бойкость торгово-промышленного оборота, степень участия промышленности в торгово-промышленном обороте городов [1910]. Главным методом классификации в данном исследовании является кластерный анализ, проводимый в статистической программе SPSS. Для оценки текущего состояния и перспектив развития туризма в Средиземноморских городах проведен SWOT-анализ.

---

<sup>1</sup> Eurostat. Электронный ресурс: <https://ec.europa.eu/eurostat> (дата обращения 16.02.2023).

<sup>2</sup> Eurobarometer. European Union. Электронный ресурс: <https://europa.eu/eurobarometer/screen/home> (дата обращения 16.02.2023).

<sup>3</sup> Отчет EuromonitorInternational. Электронный ресурс: <https://go.euromonitor.com/white-paper-travel-211202-top-100-city-destinations-index.html> (дата обращения 16.02.2023).

<sup>4</sup> Сайт правительств зарубежных национальных офисов по туризму. Электронный ресурс: <http://www.antor.eu/> (дата обращения 18.02.2023).

<sup>5</sup> Сайт Барселонской конвенции. Электронный ресурс: <https://www.medqsr.org/tourism> (дата обращения 18.02.2023).

<sup>6</sup> Численность населения городов Средиземноморья. Электронный ресурс: <http://mc3.lped.fr/Les-caracteristiques-des-villes-Mediterraneennes> (дата обращения 18.02.2023).

<sup>7</sup> Сайт фонда средиземноморского туризма. Электронный ресурс: <https://www.medtourismfoundation.com/> (дата обращения 18.02.2023).

<sup>8</sup> Сайт ООН. Электронный ресурс: <https://www.un.org/> (дата обращения 18.02.2023).

<sup>9</sup> Сайт Европейской комиссии. Электронный ресурс: <https://ec.europa.eu/> (дата обращения 18.02.2023).

<sup>10</sup> Сайт Всемирного банка. Электронный ресурс: <https://www.worldbank.org/> (дата обращения 18.02.2023).

<sup>11</sup> Статистическая служба. Электронный ресурс: <https://www.statista.com/statistics/734644/international-visitor-spending-in-barcelona/> (дата обращения 18.02.2023).

<sup>12</sup> Отчет влияния COVID-19 на туризм. Электронный ресурс: [https://etc-corporate.org/uploads/2021/06/ETC\\_Europeans-Attitudes-towards-Responsible-Travel-Choices\\_vs-final.pdf](https://etc-corporate.org/uploads/2021/06/ETC_Europeans-Attitudes-towards-Responsible-Travel-Choices_vs-final.pdf) (дата обращения 18.02.2023).

<sup>13</sup> Расходы туристов в ЕС. Электронный ресурс: [https://joint-research-centre.ec.europa.eu/publications/characterisation-tourism-expenditure-eu-regions\\_en#files](https://joint-research-centre.ec.europa.eu/publications/characterisation-tourism-expenditure-eu-regions_en#files) (дата обращения 18.02.2023).

<sup>14</sup> Список объектов ЮНЕСКО. Электронный ресурс: <https://www.unesco.org/en> (дата обращения 18.02.2023).

<sup>15</sup> Пляжи BLUE FLAG. Электронный ресурс: <https://www.blueflag.global/> (дата обращения 18.02.2023).

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Для определения места Средиземноморского региона, частью которого являются города, на туристском рынке ЕС рассмотрена туристская привлекательность данного региона в сравнении со странами ЕС, что позволило выявить ресурсы городов, приоритетные для организации туристской деятельности.

В целом города Средиземноморья обладают хорошими предпосылками для развития туризма, что в первую очередь обусловлено выгодными природно-географическими условиями; однако это далеко не единственный фактор, который может влиять на туристскую привлекательность. Значение также имеют показатели культурно-исторической значимости территории, поскольку культурно-познавательный туризм является основным видом туризма. Важно учитывать также уровень социально-экономического и инфраструктурного развития территории, который отражает способность предоставлять качественный сервис туристам. Более того, при оценке туристского потенциала важно учитывать ценовую политику, которая является важным фактором для туристов при планировании поездок.

Для сравнения туристской привлекательности были выбраны следующие показатели, отражающие различные аспекты туристской привлекательности (рис. 1):

1. Историко-культурные. Количество объектов ЮНЕСКО;
2. Природные. Количество пляжей, отмеченных знаком Blue Flag. Протяженность береговой линии;
3. Инфраструктурные. Количество мест размещения. Пассажирооборот воздушного транспорта;
4. Экономические. Средняя стоимость одного дня пребывания туриста. ВВП на душу населения. Доходы домохозяйств на душу населения.

Выделение кластеров по туристской привлекательности выполнено с использованием кластерного анализа методом *k*-средних с проведением дисперсионного анализа для определения кластер-образующих факторов. Сравнение групп выполнено с помощью непараметрического однофакторного дисперсионного анализа. Расчеты проводились в программе SPSS.



Рис. 1. Иерархическая структура критериев оценки туристской привлекательности.  
Составлено авторами

Fig. 1. Hierarchical structure of criteria for assessing tourist attractiveness.  
Compiled by the authors

В анализ включены 27 стран Европейского союза, а также отдельная группа региона Средиземноморья. В качестве статистической базы для группы региона Средиземноморья были собраны данные по прибрежным регионам стран Средиземноморья согласно территориальному делению NUTS-2.

Табл. 1. Группы стран ЕС по туристской привлекательности  
Table 1. Groups of EU countries by tourist attractiveness

| № | Уровень привлекательности | Страны и регионы   | Сравнительные преимущества                           |
|---|---------------------------|--|--|
| 1 | Высокая                   | Средиземноморье<br>Италия<br>Германия<br>Испания<br>Франция  | Историко-культурные<br>Природные<br>Инфраструктурные |
| 2 | Средняя                   | Бельгия<br>Дания<br>Ирландия<br>Греция<br>Хорватия<br>Нидерланды<br>Австрия<br>Польша<br>Португалия<br>Швеция                              | Инфраструктурные<br>Историко-культурные              |
| 3 | Низкая                    | Болгария<br>Чехия<br>Эстония<br>Кипр<br>Латвия<br>Литва<br>Люксембург<br>Венгрия<br>Мальта<br>Румыния<br>Словения<br>Словакия<br>Финляндия | Экономические<br>(более низкая<br>стоимость отдыха)  |

\* Составлено по результатам кластерного анализа

В результате анализа были выделены 3 группы с высокой, средней и низкой туристской привлекательностью. Можно сделать следующие заключения:

- Регионы Средиземноморья обладают наибольшим сходством по показателям туристской привлекательности с Италией в целом и близки к Германии и несредиземноморским регионам Испании и Франции. В результате кластерного анализа Средиземноморье и Италия были выделены в отдельный кластер, однако статистически разница с другими странами из группы с высокой привлекательностью была минимальна;
- Главное сравнительное преимущество городов Средиземноморья заключено в природных факторах, а именно в количестве пляжей и протяженности береговой линии;
- Развитость инфраструктуры позволяет городам Средиземноморья предоставлять туристский сервис на уровне стран — главных реципиентов туристов в ЕС (Италии, Франции, Германии, Испании). Однако показатели количества мест размещения и пассажирооборота воздушного транспорта западного Средиземноморья выше, чем восточного;

- Города Средиземноморья обладают большой культурно-исторической значимостью, которая позволяет успешно развивать культурно-познавательный туризм.



Рис. 2. Туристская привлекательность стран ЕС и Средиземноморья.  
 Составлено по результатам кластерного анализа  
 Fig. 2. Tourist attractiveness of the EU and Mediterranean countries.  
 Compiled based on the results of cluster analysis

Для сравнения уровня развития туризма в городах Средиземноморья и странах ЕС рассчитан совокупный показатель, который является средним значением нормированных показателей количества и расходов туристов. Нормирование проводилось по формуле (1):

$$X_{norm} = \frac{X - X_{min}}{X_{max} - X_{min}} \quad (1)$$



Табл. 2. Развитие туризма в Средиземноморье и странах ЕС  
Table 2. Tourism development in the Mediterranean and EU countries

|                        |             |
|------------------------|-------------|
| <b>Средиземноморье</b> | <b>1,00</b> |
| Испания                | 0,66        |
| Италия                 | 0,58        |
| Франция                | 0,54        |
| Германия               | 0,52        |
| Греция                 | 0,20        |
| Австрия                | 0,19        |
| Португалия             | 0,16        |
| Нидерланды             | 0,16        |
| Швеция                 | 0,12        |
| Польша                 | 0,11        |
| Хорватия               | 0,09        |
| Чехия                  | 0,08        |
| Бельгия                | 0,07        |
| Ирландия               | 0,06        |
| Румыния                | 0,05        |
| Венгрия                | 0,05        |
| Дания                  | 0,04        |
| Финляндия              | 0,03        |
| Болгария               | 0,03        |
| Словения               | 0,02        |
| Словакия               | 0,01        |
| Кипр                   | 0,01        |
| Эстония                | 0,01        |
| Мальта                 | 0,01        |
| Литва                  | 0,01        |
| Латвия                 | 0,01        |
| Люксембург             | 0,00        |

\* Составлено на основе расчетов

Регион Средиземноморья по выведенному показателю находится на первом месте среди стран Европейского Союза, опережая страны — лидеры по числу туристских прибытий в Европе: Францию, Испанию, Италию, Германию. Это говорит о его беспрецедентной значимости и, в частности, о значимости городов, которые являются главными аттракторами и реципиентами туристов на туристском рынке Европейского союза. Именно на города приходится значительная часть туристского потока (за исключением Франции): в Хорватии — 86 %, в Италии — 70 %, в Словении — 70 %, в Испании — 48 %, во Франции — 16 %.

По происхождению туристские потоки, направленные в Средиземноморье, весьма разнообразны. На Лазурный Берег едут туристы из Великобритании, Германии, Бельгии, Италии и Швейцарии. Греция популярна у туристов из Германии, Болгарии, Великобритании, Италии и Франции. В итальянское Средиземноморье основные потоки

направлены из Германии, Франции, Великобритании, Австрии и США, испанское побережье привлекает туристов из Великобритании, Германии, Франции, стран Скандинавии и Италии. В Хорватию едут туристы из Германии, Австрии, Словении, Италии и Чехии, в Словению — из Италии, Германии, Австрии, Хорватии и Нидерландов, на Мальту — из Великобритании, Италии, Германии, Франции и Испании, на Кипр — из Великобритании, Греции, Швеции, Германии.

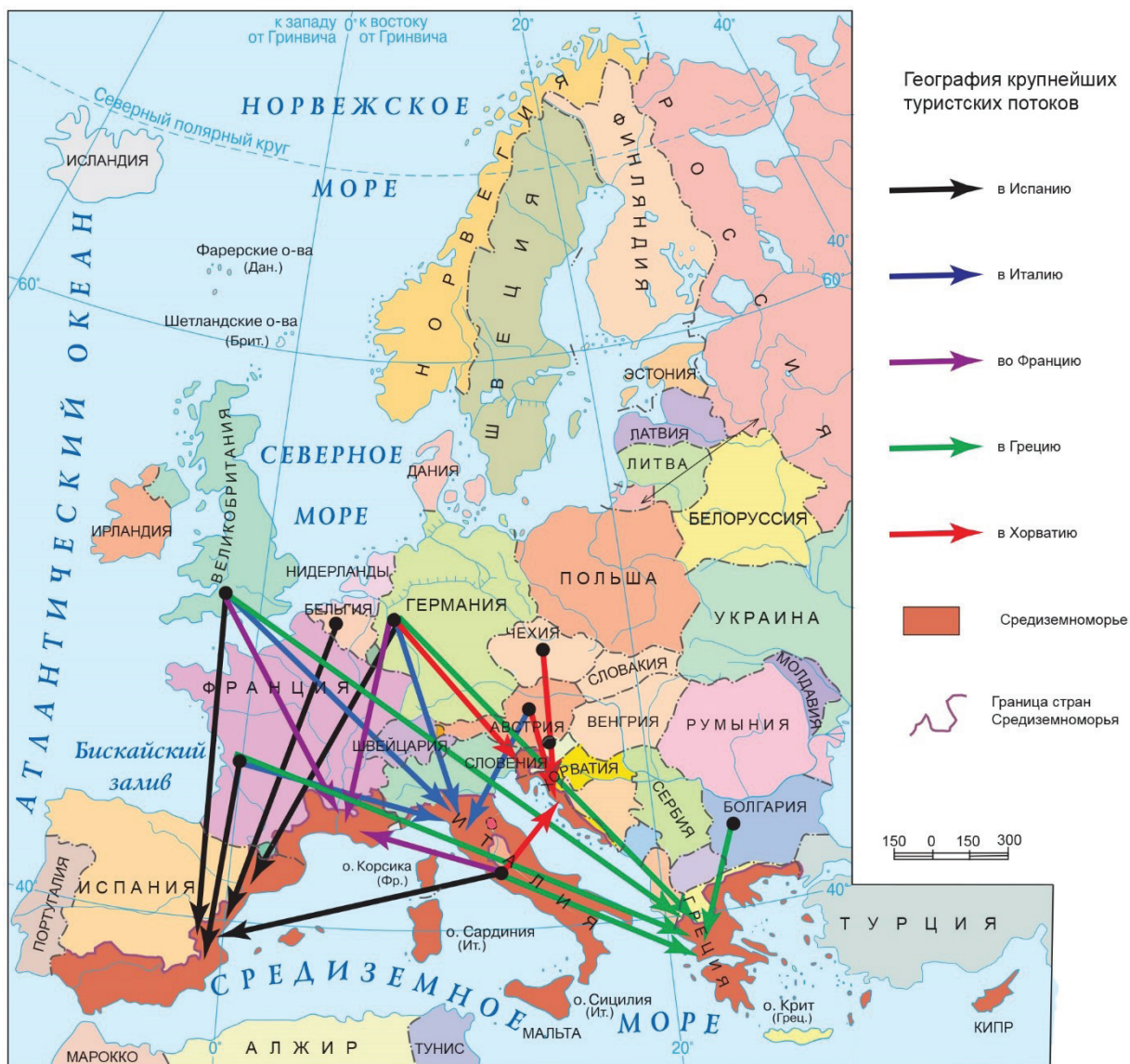


Рис. 3. География крупнейших туристских потоков в города Средиземноморья внутри ЕС, 2019 г. Составлено по [Rafaela, 2019]

Fig. 3. Geography of the largest tourist flows to Mediterranean cities within the EU, 2019. Compiled from [Rafaela, 2019]

Для оценки текущего состояния и перспектив развития туризма в Средиземноморских городах проведен SWOT-анализ: выделены сильные и слабые стороны в развитии туризма Средиземноморских городов, а также рассмотрены возможности и угрозы.

Табл. 3. SWOT-анализ городов Средиземноморья  
Table 3. SWOT analysis of Mediterranean cities

| Сильные стороны   | Слабые стороны   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>— благоприятные климатические условия в течение всего года;</li> <li>— изрезанные берега, способствующие созданию морских портов;</li> <li>— разнообразие геоморфологических форм (горы, равнины, море и т. д.);</li> <li>— богатая история и культурное наследие;</li> <li>— географическая близость к странам-поставщикам туристов;</li> <li>— экономическая стабильность;</li> <li>— политическая стабильность;</li> <li>— единая валюта;</li> <li>— развитая инфраструктура туристского сектора;</li> <li>— известность и престиж направления</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>— чрезмерный наплыв туристов;</li> <li>— увеличение стоимости отдыха из-за высокого спроса;</li> <li>— неравномерная нагрузка на города (какие-то курорты перегружены, о каких-то курортах практически никто не знает);</li> <li>— в основном туризм развит в прибрежных зоны;</li> <li>— сезонность пляжно-курортного туризма, которая преобладает в регионе;</li> <li>— традиционный для южных стран перерыв в середине рабочего дня (сиеста), в который закрыты многие музеи, магазины и т. д.;</li> <li>— проблемы с безопасностью из-за криминогенной обстановки и терроризма</li> </ul> |
| Возможности   | Угрозы   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>— развитие других видов туризма, помимо пляжно-курортного;</li> <li>— развитие городской и туристской инфраструктуры;</li> <li>— развитие туризма и увеличение предложения в низкий сезон;</li> <li>— проведение международных мероприятий;</li> <li>— создание трансграничных туров</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>— рост популярности других туристских дестинаций для пляжного отдыха (Юго-Восточная Азия);</li> <li>— природно-стихийные катастрофы, которые могут разрушить памятники природы или же затруднить отдых (наводнения, землетрясения, пожары);</li> <li>— ухудшение экологической обстановки на побережье</li> </ul>   |

\* Составлено авторами

Таким образом, города Средиземноморья обладают как значительным количеством плюсов, так и значительным количеством минусов. Тем не менее, положительных черт больше. В основном они связаны с географическим положением региона (климат, рельеф и т. д.), которое является уникальным для Европейского Союза. Негативные же черты, напротив, вызваны в большей степени уже существующей чрезмерной туристской нагрузкой на города.

Главные возможности развития туризма в городах Средиземноморья связаны с улучшением уже существующих факторов (увеличение предложения и улучшение его качества). Угрозы развитию туризма в городах Средиземноморья носят более разноплановый характер: они связаны как с внутренними проблемами в регионе, так и с развитием туризма в различных регионах мира. Причем некоторые угрозы, например, возможность природных катастроф, неподвластны влиянию человека.

Города Средиземноморья являются важными туристскими центрами, о чем говорит их присутствие в списке самых посещаемых городов ЕС. Туристы посещают города с разными целями (отдых, просвещение, лечение, работа), однако в любом случае главный притягивающий фактор — городская среда. Именно поэтому важно провести анализ развития туристской отрасли в городах, чтобы выявить сильные и слабые стороны городов Средиземноморья по сравнению с другими городами ЕС. Для этого проведен кластерный анализ наиболее привлекательных городов Средиземноморья и городов ЕС по данным

ежегодного отчета EuromonitorInternational, в котором публикуется индекс «100 лучших городских туристских направлений».

В анализ включены данные о 30 городах Европейского союза, в т. ч. о 10 городах Средиземноморья (Афины, Барселона, Венеция, Верона, Ираклион, Ницца, Пальма-де-Майорка, Рим, Салоники, Флоренция), которые были представлены в отчете и включены в список лучших городских направлений. Для данных городов оценены и ранжированы показатели «Экономика и бизнес», «Туристская активность», «Туристская политика и привлекательность», «Туристская инфраструктура», «Здоровье и безопасность», «Устойчивое развитие», а также «Индекс 100 лучших городских туристских направлений». Значения были представлены в виде рангов. Учитывая равнозначность показателей, для определения оптимального количества кластерных групп, выполнен иерархический кластерный анализ с построением дендрограммы. Оптимальным оказалось деление городов на 4 группы.

Для определения вклада показателей в структуру кластеризации и для разделения городов на группы проведен кластерный анализ методом k-средних. В качестве кластер-образующих факторов включены перечисленные выше показатели. Дисперсионный анализ показал статистически значимый вклад всех показателей в структуру кластерного деления.

По результатам кластерного анализа получено 4 группы. Разделение городов представлено в табл. 4. В первую группу вошло 6 городов, среди которых 4 города Средиземноморья, что составило 67 %. Во вторую группу объединились 10 городов, в т. ч. 4 города Средиземноморья — 40 %. Третью группу образовали 8 городов, среди которых 2 города Средиземноморья, что составило 25 %. В четвертую группу вошли 6 городов, однако ни одного города Средиземноморья.

Табл. 4. Кластерные группы городов ЕС по уровню развития туристской отрасли  
Table 4. Cluster groups of cities of the EU by the level of development of the tourism industry

| Группа 1         | Группа 2           | Группа 3         | Группа 4                 |
|------------------|--------------------|------------------|--------------------------|
| <u>Рим</u>       | Цюрих              | <u>Флоренция</u> | <u>Пальма де Майорка</u> |
| <u>Барселона</u> | Мюнхен             | <u>Афины</u>     | <u>Верона</u>            |
| Париж            | Вена               | <u>Венеция</u>   | <u>Ираклион</u>          |
| Амстердам        | Дублин             | <u>Ницца</u>     | <u>Салоники</u>          |
| Мадрид           | Франкфурт-на-Майне | Лиссабон         | Варшава                  |
| Берлин           | Стокгольм          | Брюссель         | Будапешт                 |
| Милан            |                    |                  | Марн-ла-Валле            |
| Прага            |                    |                  | Таллин                   |
|                  |                    |                  | Порто                    |
|                  |                    |                  | Краков                   |

\* Составлено по результатам кластерного анализа

Показатель «Экономика и бизнес» был выше в группах 1 и 2, однако группы с высокой долей городов Средиземноморья имели более низкие показатели, что говорит о более низком уровне социально-экономического развития в них по сравнению с другими городами Европы. Среди показателей можно назвать: ВВП на душу населения, доход на

душу населения, домохозяйства с доходом более 35 тыс. долл., расходы на гостиницы и питание, численность населения, доля населения в возрасте от 15 до 65 лет в общей численности населения, процент домохозяйств с доступом в Интернет, занятость в сфере услуг, уровень безработицы.

Показатели из группы «Туристская активность» в наилучшей степени развиты в городах из групп 1 и 3, а в наименьшей степени — в группе 4. Среди конкретных показателей можно назвать: международные прибытия, длительность пребывания, средние дневные расходы, количество внутренних поездок на душу населения и средние расходы на поездку внутри страны.

Показатели из группы «Туристская политика и привлекательность» лучше всего представлены в группе 1, а хуже всего — в группе 4. В группах 2 и 3 ранги по данным показателям средние. Среди показателей можно назвать следующие: необходимость визы, беспошлинные покупки, популярность города в Google, а также обзоры главных достопримечательностей в социальных сетях. Данные показатели важны, поскольку влияют на развитие бренда города через интернет. Так, можно сказать, что самый сильный туристский бренд среди городов наблюдается у Барселоны и Рима.

Показатели из группы «Туристская инфраструктура» лучше всего представлены в группе 1, а хуже всего — в группе 4. В группах 2 и 3 ранги по данным показателям средние. Среди показателей можно назвать: количество мест размещения, пассажирооборот аэропортов, количество автомобилей, наиболее посещаемые музеи, количество университетов в рейтинге 200 лучших, количество магазинов и торговых центров, количество точек общественного питания.

По показателю «Здоровье и безопасность» города из группы 1 имеют самые низкие результаты среди всех; это самые крупные города региона по численности населения, крупные транспортные и промышленные центры — Барселона и Рим. При этом города из других групп имели схожие ранги и значимо не отличались друг от друга. Среди показателей можно назвать: смертность на душу населения в стране, количество привившихся от COVID-19, индекс политической стабильности, индекс восприятия коррупции, количество ДТП с травмами, глобальный индекс терроризма, количество парков, количество аптек. В условиях развития туризма после пандемии COVID-19 данный показатель приобрел еще большую значимость, поскольку туристы стараются выбирать наиболее безопасные направления.

Города, показавшие лучший результат в группе «Устойчивое развитие», оказались в группе 2, где города Средиземноморья не представлены. Худшие показатели устойчивого развития наблюдаются в группе 4. Среди показателей можно назвать: рост средней температуры воздуха, содержание частиц PM2.5 в воздухе, количество объектов ЮНЕСКО, индекс устойчивого туризма.

Интегральный показатель «Индекс 100 лучших городских туристских направлений» в результате представлен более значимыми рангами в группах 1 и 2, что говорит о том, что данные города являются наиболее привлекательными для туристов. Самые низкие ранги представлены в группе 4; это говорит о том, что среди представленных городов они обладают наименьшей привлекательностью.

Далее рассмотрим сильные и слабые стороны городов Средиземноморья. Из лепестковой диаграммы видно, что города Средиземноморья выделяются на фоне других городов Европы высокими показателями группы «Здоровье и безопасность». Главная проблема городов Средиземноморья — низкий уровень устойчивого развития, что обусловлено высокой туристской нагрузкой на сравнительно небольшие города.

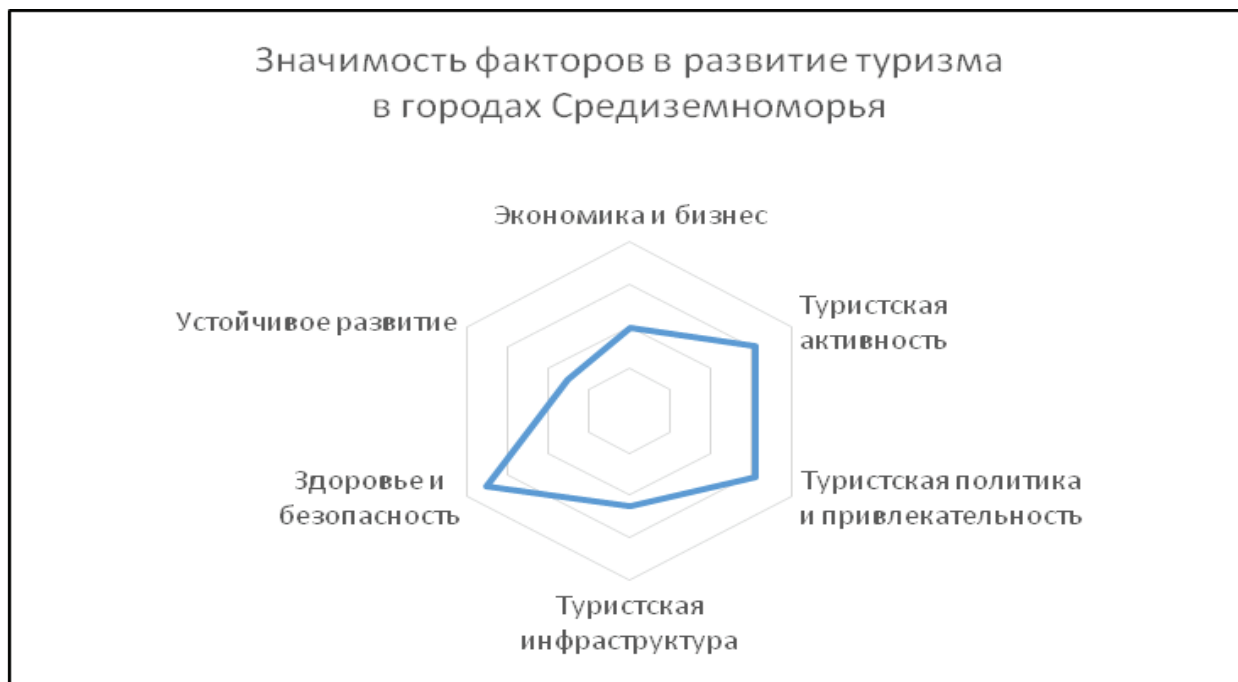


Рис. 4. Значимость факторов в развитии туризма в городах Средиземноморья.  
Составлено по результатам кластерного анализа

Fig. 4. The importance of factors in the development of tourism in Mediterranean cities.  
Compiled based on the results of cluster analysis

В результате кластерного анализа были получены следующие результаты:

- 1) Города Средиземноморья имеют разные, и в ряде случаев значительно отличающиеся друг от друга значения показателей, что говорит о различной степени развития туризма в городах;
- 2) Первая и вторая кластерные группы, имеющие в своем составе меньше всего городов Средиземноморья (2 из 14 — 14,3 % суммарно), чаще имели средние или высокие характеристики. Это говорит о высоком уровне развития туризма на фоне остальных городов Европы лишь в Барселоне и Риме;
- 3) Группы 3 и 4, имеющие в своем составе больше городов Средиземноморья (8 из 16 — 50 % суммарно), напротив, значительно чаще показывали ранги, близкие к минимальному, что говорит о более низком развитии проанализированных категорий. Таким образом, города Средиземноморья преимущественно уступают другим городам Европейского союза;
- 4) По результатам проведенного анализа следует, что Рим и Барселона имеют лучшие из 10 проанализированных Средиземноморских городов показатели развития. По данным показателям они приближены к таким городам, как Париж, Амстердам, Мадрид, Берлин, Милан и Прага;
- 5) Города Пальма-де-Майорка, Верона, Ираклион и Салоники показали ранги, более близкие к городам Варшава, Будапешт, Марн-ла-Вале, Таллин, Порто, Краков. Города из данной кластерной группы имели самые низкие характеристики;
- 6) Для городов Средиземноморья характерен более низкий уровень устойчивого развития, однако более высокий уровень показателей здоровья и безопасности.

## ВЫВОДЫ

В качестве резюме можно представить следующие выводы:

1. Крупнейшие города Средиземноморья обладают диверсифицированным туристским предложением и привлекают туристов как центры курортного, культурно-познавательного, делового, событийного и религиозного туризма;
2. Они выгодно отличаются от большинства других европейских городов благоприятными климатическими условиями, протяженностью береговой линией, количеством качественных пляжей и уникальными для Европы объектами исторического наследия;
3. На них приходится значительная часть туристского потока стран, имеющих выход к Средиземному морю: в Хорватии — 86 %, в Италии — 70 %, в Словении — 70 %, в Испании — 48 %, во Франции — 16 %;
4. Для городов Средиземноморья характерно преобладание иностранных туристов;
5. Города Средиземноморья являются популярным направлением у граждан Германии, Великобритании, Австрии и стран Скандинавии. Также наблюдается взаимообмен туристами из стран Средиземноморья: Франции и Италии;
6. Города Средиземноморья имеют разные, и в ряде случаев значительно отличающиеся друг от друга значения показателей развития туризма. Более высокие показатели развития туризма наблюдаются у городов в западной части Средиземноморья, показатели ниже — у городов в восточной части (города Греции, Хорватии, Словении, Кипра);
7. Наиболее высокий уровень развития туризма (на уровне наиболее популярных городов ЕС) наблюдается у двух городов — Рима и Барселоны. Они близки к таким городам, как Париж, Амстердам, Мадрид, Берлин, Милан и Прага;
8. Преобладающее количество городов Средиземноморья, которые входят в список самых популярных направлений, демонстрируют показатели развития туризма ближе к минимальным значениям: экономика и бизнес, туристская активность, туристская политика и привлекательность, туристская инфраструктура. По характеристикам они схожи с городами Португалии, а также городами Восточной Европы;
9. Слабой стороной развития туризма в городах Средиземноморья являются показатели устойчивого развития (рост средней температуры воздуха, содержание частиц PM<sub>2.5</sub> в воздухе), что сказывается на индексе устойчивого туризма;
10. В связи с пандемией COVID-19 туристский рынок городов Средиземноморья столкнулся с кризисом, который привел к падению количества туристов на 70 %. Основной спад пришелся на март, апрель и май 2020 г., во время самых строгих ограничений на въезд в страны, однако после их отмены наблюдался моментальный рост;
11. В большей степени от пандемии пострадали города, специализирующиеся на туризме с целью рекреации, особенно в элитном сегменте, поскольку въезд в страну иностранных граждан был закрыт;
12. После отмены всех коронавирусных ограничений города Средиземноморья способны к быстрому восстановлению за счет того, что предоставляют уже знакомый туристских продукт хорошего качества, что важно в условиях неопределенности. Также плюсом является близкое расположение к странам — основным поставщикам туристов и долгий запрет на поездки, который стимулировал желание путешествовать;

13. Туризм наносит существенный ущерб городам Средиземноморья, что связано со значительной туристской нагрузкой на природу и инфраструктуру: чрезмерное загрязнение моря, избыточное использование водного и энергетического ресурса, снижение привлекательности ландшафтов, криминализация, низкий уровень качества создаваемой занятости и т. д. Эти проблемы требуют острого внимания и решения в ближайшее время — для этой цели в Средиземноморье создаются международные альянсы и организации.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Александрова А.Ю.* География туризма. М.: Аспект Пресс, 2002. 470 с.
- Александрова А.Ю., Тикунова И.Н.* Анализ структуры мирового туристического пространства с применением многомерной математической классификации. Вестник Московского университета. Серия 5: География, 2003. № 6. С. 16–21.
- Галкина Т.А.* Границы «неформального» региона и критерии их определения на примере Средиземноморья. Наука и природа. Научный журнал международной гимназии в Новых Вешках, 2019. № 3. С. 7–15.
- Грацианский А.Н.* Природа Средиземноморья. М.: Мысль, 1971. 510 с.
- Долуханов П.М.* История Средиземных морей. М.: Наука, 1988, 140 с.
- Ланда Р.Г.* Средиземноморье глазами востоковеда. М.: Наука, 1979. 298 с.
- Нечаев В.Д., Чихарев И.А., Ирхин А.А., Маковская Д.В.* Геостратегический атлас Большого Средиземноморья. Вестник Московского университета. Серия 5: География, 2019. № 1. С. 67–75.
- Тикунов В.С.* Классификации в географии: ренессанс или увядание? Москва – Смоленск: Издательство СГУ, 1997. 367 с.
- Ушаков Д.С.* Страноведение. М.: MapT, 2009. 255 с.
- Чабанюк О.В.* Ранжирование факторов развития туризма. Вестник Московского Университета МВД России, 2013. № 6. С. 230–231.
- Kluck D., Koester C.* Tourismus in Deutschland, 2004. 210 p.
- Leser H.* Diercke-Wörterbuch allgameine Geographie. München – Braunschweig, 1997. 125 p.
- Neuenfeldt H., Rose O.* Stadttourismus als Wirtschaftsfaktor in Aachen. Göttingen, 1997. Web resource: [www.geogr.uni-goettingen.de](http://www.geogr.uni-goettingen.de) (accessed 22.01.2023).
- Rafaela I.* OECD Tourism trends and policies, 2019. 580 p.

### REFERENCES

- Alexandrova A.Yu.* Geography of tourism. Moscow: Aspect Press, 2002. 470 p.
- Alexandrova A.Yu., Tikunova I.N.* Analysis of the structure of the world tourism space using multidimensional mathematical classification. Moscow University Bulletin. Series 5: Geography, 2003. No. 6. P. 16–21.
- Chabanyuk O.V.* Ranking of tourism development factors. Bulletin of the Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia, 2013. No. 6. P. 230–231.
- Dolukhanov P.M.* History of the Mediterranean Seas. Moscow: Nauka, 1988. 140 p.
- Galkina T.A.* The boundaries of the “informal” region and the criteria for their determination using the example of the Mediterranean. Science and Nature. Scientific Journal of the International Gymnasium in Novye Veshki, 2019. No. 3. P. 7–15.



- Gratsiansky A.N.* Nature of the Mediterranean. Moscow: Mysl', 1971. 510 p.
- Kluck D., Koester C.* Tourismus in Deutschland, 2004. 210 p. (in German).
- Landa R.G.* The Mediterranean through the eyes of an orientalist. Moscow: Nauka, 1979. 298 p.
- Leser H.* Diercke-Wörterbuch allgemeine Geographie. München – Braunschweig, 1997. 125 p. (in German).
- Nechaev V.D., Chikharev I.A., Irkhin A.A., Makovskaya D.V.* Geostrategic Atlas of the Greater Mediterranean. Moscow University Bulletin. Series 5: Geography, 2019. No. 1. P. 67–75.
- Neuenfeldt H., Rose O.* Stadttourismus als Wirtschaftsfaktor in Aachen. Göttingen, 1997. Web resource: [www.geogr.uni-goettingen.de](http://www.geogr.uni-goettingen.de) (accessed 22.01.2023) (in German).
- Rafaella I.* OECD Tourism trends and policies, 2019. 580 p.
- Tikunov V.S.* Classifications in geography: Renaissance or decline? Moscow–Smolensk: Publishing House of Smolensk State University, 1997. 367 p.
- Ushakov D.S.* Regional studies. Moscow: MarT, 2009. 255 p.
-