МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВПО ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

На правах рукописи

Сафарян Азат Арменович

ТУРИЗМ В АРМЕНИИ: ДЕСТИНАЦИЯ, АТТРАКТИВНОСТЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

Специальность 25.00.24 – Экономическая, социальная, политическая
и рекреационная география

ДИССЕРТАЦИЯ
на соискание ученой степени
кандидата географических наук

Научный руководитель
доктор географических наук профессор
Александр Иванович Зырянов

Пермь 2015

Оглавление

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТУРИСТСКОГО АНАЛИЗА ТЕРРИТОРИИ КАК ДЕСТИНАЦИИ 8
1.1. Дестинация: определение понятия 8
1.2. Последовательность формирования дестинации 16
1.3. Туризм в горах, гео- и экотуризм 23
1.4. Туристский потенциал и его компоненты: аттрактивность и ресурсы 34
1.5. Подходы к оценке туристского потенциала 41
ГЛАВА 2. ТУРИЗМ В РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИЯ 55
2.1 Республика Армения как дестинация 55
2.2. История туризма и развитие туристских исследований в РА 62
2.3. Предпосылки развития туризма в РА 72
2.3.1 Информационные туристские ресурсы РА и их оценка ..... ……..73
2.3.2 Социально-эколого-экономические предпосылки развития туризма в РА 79
2.3.3. Лесные и водные ресурсы как природные предпосылки развития туризма. Продвижение территории на примере Ластивер 91
ГЛАВА 3. ОЦЕНКА АТТРАКТИВНОСТИ СЮНИКСКОГО МАРЗА 104
И СОЗДАНИЕ ТУРИСТСКОГО ГЕОПОРТАЛА РА 104
3.1 Метод оценки аттрактивности Сюникского марза 104
3.2. Анализ результатов оценки 111
3.3. Туристский геопортал как инструмент визуализации результатов исследования и продвижения дестинации 134
ЗАКЛЮЧЕНИЕ 146
ЛИТЕРАТУРА 153
ПРИЛОЖЕНИЕ 168

ВВЕДЕНИЕ

Общество меняется непрерывно, и тенденции, будь то экономические, социальные или образ жизни, впоследствии влияют на туризм. Очень важно для сектора туризма оценить эти изменения на ранней стадии. Если в начале третьего тысячелетия основной тенденцией в туризме был рост количества туристов, то теперь их уже несколько. В связи с этими переменами научный аппарат Российской и западной рекреационной географии, и туризма требует постоянного пересмотра с учетом анализа происходящих изменений. Доказательством тому является неотчетливость таких терминов, использующихся в рекреационной географии, как туризм, рекреация, туристский потенциал, туристский ресурс, экологический туризм, природный туризм, дестинация и др.

О необходимости туристских исследований свидетельствует также отсутствие общепринятого метода оценки туристского потенциала и ресурсов, что, с одной стороны, связано с быстро меняющимися тенденциями, а с другой – сложностью самой сферы туризма.

В последнее время в результате усиления роли мировой сети и масс-медиа в сфере туризма открылись новые возможности, вследствие чего информационные ресурсы превратились в один из самых важных ресурсов развития туризма – как для привлечения туристов, так и для обеспечения желаемого отдыха на территории. Следовательно, большое значение имеет оценка туристских информационных ресурсов, выявление слабых сторон, их устранение и постоянное дополнение информации, чего пока еще недостаточно.

Как в географических науках, в их числе рекреационной географии, важным инструментом научного исследования становятся геоинформационные системы(ГИС). Если традиционно их преимуществом считалась возможность быстрого сбора и обработка данных, то теперь, в частности для сферы туризма, преимуществом ГИС является также возможность визуализации полученных данных. Более того, благодаря новым технологиям можно предоставить информацию в виде интерактивных карт туристам, так и другим заинтересованным сторонам с помощью открытого доступа в Интернет.

Важной тенденцей в развитии туризма является рост количества туристов интересующихся культурно-познавательным туризмом. В связи с этим все больше регионов с богатым историческим прошлым появляется на туристской карте мира. Одним из таких регионов является Республика Армения(РА). Этому процессу в республике способствуют как её историческое наследство и уникальная культура, так и природные достопримечательности. Но поскольку страна горная, а известно, что горные ландшафты более хрупкие к воздействию человека, очень важно учесть экологические аспекты при организации любого вида туристской деятельности на территории той страны.

Последнее обсточтельство становится особенно актуальным в связи с ростом начавшимся в 2000-х гг. потока туристов, который в основном был неорганизованным стихийным. В следствие, этого несколько десятков мест испытали большую туристскую нагрузку, а многие более отдаленные, или скрытые, но не менее привлекательные части оставались без внимания.

Актуальность предлагаемой работы связана как с растующим увеличением интересом иностранных туристов к стране, так и внутренним интересом к развитию туризма. Поскольку Армения не обладает богатыми подземными ресурсами и сильной экономикой, постольку сфера туризма и туристские ресурсы приобретают стратегическую важность для развития страны.

Несмотря на долгую историю развития туризма, нельзя называть страну традиционно туристской. И потому и организация туристской сферы, и использование туристского потенциала нуждаются в исследовательском сопровождении. Также остро стоит вопрос об выборе направления в развитии туризма выходя, из имеющегося туристского потенциала.

Большинство научных исследовании по данной тематике в РА были выполнены с акцентом на экономические факторы и не носят комплексного характера. Выход из этого – использование достижения советской и российской, а также западной рекреационной географии с для анализа туристского потенциала РА с помощью ГИС-технологии, что является актуальной задачей.

Теоретической и методологической основойисследования являются труды российских и зарубежных ученых. Методологические исследование территориальной организации общества представлены в работах М.Д. Шарыгина, Э.Б. Алаева, Н.Н. Баранского, А.М. Трофимова, Т. Хагерстранда, Ю.Г. Саушкина. По рекреационной географии и туризму были использованы работы Ю.А. Веденина, Н.А. Даниловой, И.В. Зорина, В.А. Квартальнова, А.И. Зырянова, Н.П. Крачило, Н.С. Мироненко, И.Т. Твердохлебова, В.С. Преображенского, А.Ю. Александровой, В.Г. Гуляева, Е.А. Джанджугазовой, А.В. Дроздова, Е.Ю. Колбовского, А.С. Кускова, Л.Ю. Мажар, В.А. Рубцова, С.А. Севастьяновой, П.С. Ширинкина, И.М. Яковенко, А.Г. Исаченко, Б.Н. Лихонова, Н.Н. Ступиной, Н.Н. Назарова, Д.А. Постникова, К.И. Эрингс, А.Р. Будрюнас, Т.О. Юргенс.

Как новый взгляд на рекреационную географию представляют диссертационные работы за последние десять лет следующих авторов: А.Н. Дунец, С.Э. Мышлявцева, А.Ю. Королев, М.А. Саранча, Ю.А. Худеньких, И.А. Дугаренко. Для картографической части рассматривались труды, А.В. Кошкарева, С.А.Осокина, И.К. Лурье.

Из зарубежных авторов важную роль сыграли P. Bourdeau, P. Kotler, N. Collins-Kreiner, G. Wall, W. Framke, T. Klak, J. Krippendorf, J. Swarbrooke, A. Lew, Li Fung Mei Sarah, J.C. Ribeiro, L.C. Vareiro, S. Saraniemi, J.B. Tourtellot.

Полезными оказались труды армянских авторов: Б.П. Мнацаканян, Г.М. Ераносян, Г.И. Агаджанян, А.А. Акопян, В.В. Дик, Ж.А. Галян, К.М. Сарафян, Л.М. Мартиросян, Н.К. Оганян, М.Г. Саргсян, Т.Х. Акопян, Г.П. Алексанян.

Исследования туристского потенциала Республики Армения было реализовано с помощью общенаучных и специальных методов: сравнительно-географического, историкогео-графического, описательного, картографиче-ского, аналитического, метода экспертного опроса, статистического, математического, метода компьютерной обработки данных, использования ГИС. В нашей работе предлагается методика оценки аттрактивности объектов для выявления перспектив их продвижения.

Цель исследования – анализ туристского потенциала Республики Армения как дестинации, с оценкой аттрактивности, анализом территориальной организаций и web-продвижения.

Объект исследования – территория Республики Армения как дестинация.

Предмет исследования – туристский потенциал Республики Армения как дестинации.

Задачи исследования

- Изучить русскоязычный и зарубежный опыт оценки туристского потенциала и ресурсов территории с целю адаптации методов туристских оценок к современным изменениям сферы туризма.
- Выявить особенности развития туризма в горных территориях с историко-культурным наследством.
- Выделить критерий определения туристской дестинации и его применение к Республике Армения.
- Разработать метод оценки туристской аттрактивности территории и использовать его для оценки туристской аттрактивности Республики Армения.
- Выявить территориальные особенности туристского потенциала Республики Армения.

Информационная база

Информационной базой исследовании явились данные Государственной службы статистики и Министерства экономики Республики Армения, электронные векторные карты изучаемой территории, экспертные оценки, широкий спектр публикаций научного и популярного характера, периодические издания, литературу по РА, туристские путеводители, официальные интернет-сайты. В качестве базового ГИС- пакета для проведения исследования был использован ArcGIS-10.1.

Научная новизна работы

- Предложены теоретические подходы к рассмотрению ***ключевых понятий географии туризма*** – туристский потенциал, туристский ресурс, аттрактивность, дестинация, экотуризм;
- разработан ***метод оценки*** аттрактивности с использованием геоинформационных технологий, экономических и географических методов оценки туристского потенциала. Дана оценка аттрактивности Сюникского марза РА;
- метод проектного ранжирования впервые используется в географических исследованиях с целью избежания субъективности в сравнениях интегральных оценок аттрактивности;
- ***проведена оценка*** информационных ресурсов на территории Армении как ***туристской дестинации***;

- выявлены территориальные туристские особенности Республики Армения и современные подходы к их использованию;
- впервые разработан туристский геопортал для РА с учетом особенностей местного туризма, опубликованный в Интернете, который находится открытом доступе.

Практическое применение

Результаты исследования могут быть использованы для разработки проектов развития туризма в РА, турорганизациями и туристами – в практической деятельности.На основе теоретического анализа нескольких основных понятии туризма работа может быть использована в учебных целях.

Апробация работы. Основные её положения докладывались автором на международных научно-практических конференциях «Ломоносов 2013»(Москва, 2013), «Сфера туризма и гостеприимства в эпоху глобализации» (Пермь, 2013), «Окружающая среда и устойчивое развитие регионов» (Казань, 2013), «Туризм в глубине России» (Пермь, 2014), «География и регион» (Пермь, 2015). На основе результатов исследования был создан геопортал, опубликованный в Интернете в свободном доступе под названием «Туристский геопортал Республики Армения». По теме диссертации опубликовано 12 работ, 4 – в журналах, рекомендованных ВАК.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Объем основного содержания диссертации – 152 с. Основная часть диссертации содержит 5 таблицы и 32 рисунки. Список использованной литературы включает 182 наименований.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТУРИСТСКОГО АНАЛИЗА ТЕРРИТОРИИ КАК ДЕСТИНАЦИИ

1.1. Дестинация: определение понятия

Пространственный подход составляет методологическую основу географии, следует сказать, что отношение к пространству в науке не было неизменным. Так, философы Беркли и Юм ставили пространство и время в зависимость от содержания индивидуального сознания, Кант рассматривал их как априорные формы чувственного созерцания, а Гегель – как категорию абсолютного духа. Геттнер обобщил и обогатил представление о пространстве. Он считается основателем хорологической школы.

В отечественной науке изучением «географического времени» и «географического пространства» занимались Ю.Г. Саушкин, В.М. Гохман, Б.Л. Гуревич, А.М. Смирнов, Э.Б. Алаев, А.Д. Арманд, В.С. Преображенский, А.М.Трофимов, Б.Б. Родоман, А.Г. Топчиев, П.Я. Бакланов, А.Г. Исаченко, К.Н. Дьяконов, М.Д. Шарыгин, В.Л. Бабурин. Из иностранныхученых работами в этом направлении известны К. Риттер, А. Геттнер, В. Кристаллер, П.Хаггет, Р.Аблер, Д.Адамс, В. Бунге, Р. Морилл, Д. Харвей и др.

Географическое пространство, согласно Э.Б. Алаеву [5] – это совокупность отношений между географическими объектами, расположенными на конкретной территории и развивающимися во времени. А.М.Трофимов [109] под термином «географическое пространство» понимает совокупность физических отношений между географическими объектами или системами.

М.Д. Шарыгин [122; с. 142], дает следующее определение: географическое пространство представляет собой сочетание геосистем и совокупность отношений координации и протяженности сосуществующих разнородных элементов; географическое время выражает совокупность отношений координации и длительности сменяющих друг друга состояний разнородных элементов и геосистем.

Географическое пространство как сложное земное планетное пространство вбирает в себя пространственные состояния всех сфер географической оболочки: литосферы, гидросферы, атмосферы, биосферы и социосферы. В результате их взаимодействия и взаимообогащения образуются комбинированные пространства – литогеографическое, гидрогеографическое, атмогеографическое, биогеографическое, социогеографические. Наиболее организованным и завершенным является социально-географическое пространство [122].

Оно обладает свойствами континуальности и дискретности и зависит от свойств социально-географических полей. Поле – это концентрированное выражение групповых пространств, образуемых в процессе наложения и пересечения индивидуальных пространств[42].

Большую роль в развитии идей о социально-географическом пространстве сиграла Лундская школа (Швеция): один из ее представителей Т Hagerstrand[163] предлагает рассмотреть отдельного человека в качестве «элементарного объекта» пространственно-временной организации. В России исследованиями территориально-организованных обществ одним из первых начал заниматься Ю.Г. Саушкин[99].

Связь социально-географического времени с социально-географическим пространством просматривается в работах А.Л. Чижевского «Социальные циклы», Н.Д. Кондратева «Экономические циклы», Л.Н. Гумилева «Этногенетические циклы», А.Тоффлера – «Цивилизационные волны».

В.С. Преображенский, Ю.А. Веденин и др.[89] представили концепцию рекреационно-географического пространства, которая сыграла роль одной из основ дальнейшего развития теории рекреационной географии в нашей стране. По мнению В.И. Кружалина[55], все пространство земли с точки зрения реализации туризма и отдыха можно рассматривать как глобальное туристско-рекреационное пространство. Туристско-рекреационное пространство, в разных аспектах представлено в работах Б.Б Родомана, А.И. Зырянова, Л.Ю. Мажар, А.Н.Дунца, И.М.Яковенко, В.М.Севастьянова, А.Ю.Александровой и др.

Квинтэссенцией пространства являются территория и акватория. В отличие от многомерного социально-географического пространства, территория трехмерна, ее измерения–широта, долгота и время. По мнению М.Д.Шарыгина[122], под территорией обычно понимают участок земной поверхности, имеющий определенные границы, устанавливаемые по физико-географическим, социально-экономическим, политическим, этническим и иным показателям в нормативно-правовом порядке.

В свою очередь, Э.Б. Алаев[5] рассматривает территорию как ограниченную часть твердой поверхности Земли с присущими ей природными и антропогенными свойствами и ресурсами, характеризующуюся протяженностью (площадью) как особым видом «пространственного» ресурса, географическим положением и другими качествами являющуюся объектом конкретной деятельности или исследования. Соответствующим образом квалифицированная территория приобретает качества географического таксона.

По-разному рассматривают территорию в рекреационно-географических исследованиях. Наиболее распространённым в советской и российской науке подходом является районирование. Практичной будет отраслевая структуризация туризма по видам. Одним из методов является рассмотрение территории в рамках административных границ, государственных, региональных, областных. Локальный подход к изучению территории в туризме представляет анализ последних как дестинаций, когда подразумевается некая однородность выбранной территории. Со временем значение и масштабы дестинаций изменяются. Рассмотрим понятие и возможное применение дестинационного подхода в туристских исследованиях.

Термин **дестинация** не является новым в туризме. Высокий темп развития отрасли и большое количество исследовательских работ по данному вопросу как на постсоветском пространстве, так и в странах дальнего зарубежья требуют уточнения понятия «дестинация» и сравнения новых подходов с традиционными.

Со временем смысл многих туристских терминов изменяется, в том числе термина «дестинация» [1]. Большое различие существует между научными трактовками, с одной стороны, и в практике использования организаторами туризма,

а так же в каталогах и журналах, на информационных веб-страницах – с другой. С. Саранем [17] характеризует термин следующим образом: «В связи с размыванием роли продавцов и потребителей, дестинация – не фиксированный завершенный объект, а процесс, в который турист может погружаться».

Попытаемся описать понятие «дестинация» и уточнить критерии, по которым оно выделяется среди других понятий из разряда ТОС.

Специалисты вкладывают в это понятие различный смысл. И.В.Зорин [37] к факторам, повлиявшим на наполнение рассматриваемого понятия относит семантику, маркетинг, ландшафт и наследие территорий. Он говорит о большой роли списка объектов всемирного наследия ЮНЕСКО, считая, что объекты этого списка составляют опорный каркас дестинаций мира.

Большое количество работ, связанных с выявлением характеристик дестинаций и методик исследования (A. Lew, Е.А. Машкевич, В. Фрамке, С. Саранеми и др.), дает возможность определить наиболее популярные направления исследований рассматриваемой темы. Таковыми являются экономическое, географическое и туристское. Рассмотрим каждое из этих направлений по отдельности.

При экономическом подходе к дестинации анализируются финансовые потоки, рыночные отношения, ценовые категории и т.д. Это работы Е.А. Машкевич [67], A. Lew [169], F. Kotler [167], W. Framke [160], S. Saraniemi [16]. По мнению Н.С. Мартышенко [66] дестинация выступает не только в роли товара или продукта, она может быть представлена как экономическое пространство. Специалисты USAID [150] большую роль в делимитации отдают рынку, считая, что в конечном счете рынок «уточняет» границы дестинаций как физические и культурные границы. По их мнению, рынок может воспринять как дестинацию целую страну, а может и территорию единичного национального парка.

Говоря о туристском подходе, мы имеем в виду анализ готовности места к принятию туристов. Речь идет главным образом о туристской инфраструктуре. Например, Всемирная Туристская Организация(ВТО)[] использует следующее определение: «Дестинация – физическое пространство, в котором посетитель

проводит время, по крайней мере, с одной ночевкой, оно включает туристские продукты, услуги, аттракции и туристские ресурсы в пределах одного дня путешествия. По мнению P. Beriteli [152], дестинация – это географический район, состоящий из всех услуг и инфраструктуры, необходимой для проживания туриста конкретного сегмента.

Если же говорить о территориальном характере дестинаций, то следует отметить, что кроме его масштабного компонента важна территориальная форма. А.И Зырянов [40] отмечает, что, несмотря на первоначальное понимание, согласно прямому переводу слова «дестинация» как пункт назначения чаще всего под термином понимается объект социально-экономико-географический регионального масштаба. Кроме этого, этот термин применяется и к масштабу города, и к масштабу страны, и даже к локальной группе стран. Но более всего термин подходит к тем видам туризма, где основной район путешествия «локализуется» (бальнеологический, пляжный, горнолыжный, сельский), и менее всего применяется в «маршрутных» видах туризма (круизные речной и морской, автомобильный, велотуризм).

L. Brandham [157] среди дестинаций выделяет централизованные, базовые, многоцентричные, туринговые как части линейного маршрута, и транзитные дестинации как остановки в дороге к конечному пункту. Тот же автор с точки зрения видов туризма различает четыре типа дестинаций: дестинации городского, сельского, прибрежного, курортного туризма.

Рассматривая публикации, объясняющие понятие «дестинация», убеждаешься, что термин понимается неоднозначно. Однако есть идеи, которые положительно воспринимаются всеми авторами и не противоречат одно другому. Некоторые из согласованных положений связаны с охватом территории и с туристской специализацией. В этой связи отметим две важных согласованных позиции. Первая позиция состоит в том, что дестинацией может являться как локальное место, регион, так и целая страна. Вторая связана с туристским профилем. Если место претендует на такой «статус», то оно должно иметь сервисные возможности для

удовлетворения туристов. Какие свойства должна иметь территория, которая считается дестинацией? Выскажем свое мнение.

Несмотря на то, что многое изменилось в понимании термина по сравнению с его буквальным переводом, но и сейчас остаётся правильно то, что туристская **дестинация – это пункт назначения**. Классическими точечными дестинациями могут считаться, например, города Сингапур, Ватикан, Санкт-Петербург, а также курорты, и даже береговые линии.

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

Для подтверждения этой идеи можно рассмотреть в качестве примеров три территории. Например, штаты Амазонас, Мату-Гросу в лесах Амазонии, у которых есть туристская привлекателность, но нет достаточной инфраструктуры. Противоположными примерами являются заброшенные промышленные зоны около больших городов, которые имеют инфраструктуру, но где отсутствует туристская аттрактивность. Иначе выглядят в этом аспекте страны Бенилюкса, здесь туристской привлекательностью обладают и селитебные территории, и природно-антропогенные ландшафты. В этих странах лесных массивов не много, рельефных барьеров практически нет, но территория покрыта густой сетью дорог. В связи с этим, на наш взгляд, такие **целостные в аттрактивном и сервисном отношениях территории могут считаться дестинацией**. К этой категории можно отнести и отдельные регионы больших стран, например, южную часть Германии, юго-восточную часть Австралии.

По нашему мнению, понятием «дестинация» нужно описывать не только отдельно взятый курорт или город, но и их периферию, поскольку для формирование ТТРС существуют множество факторов [3,4], действующих на всей территории. Близлежащие территории должны включаться в дестинацию по следующим причинам. Во-первых, функционирование туристского объекта или сервиса на конкретной территории полноценно возможно только во взаимодействии с периферией. Во-вторых, при росте числа туристов интересными становятся не только сами популярные объекты, но и места несколько отдаленные, но сохранившие первозданность.

Таким образом, дестинацией можно называть территорию, которая кроме центрального туристского объекта имеет привлекательное окружение, доступная для посещения большинства туристов. Это территория, покрытая сетью туристских объектов и связывающих их маршрутов, которые можно осуществить за время не более десяти дней.

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

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

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

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

Третий подход (географический) – позволяет воспринимать территорию как туристско-однородную, где исчезает необходимость районирования по многим значениям; при этом вся территория может восприниматься как благоприятная и положительный образ распространяться на весь контур.

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

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

Под дестинацией можно понимать разномасштабные географические объекты. Это может быть город, курорт, регион или страна. По отмеченным выше характеристикам можно проверить правомерность причисления того или иного объекта к категории дестинации. Если территория признается дестинацией, то появляется преимущество для туристского исследования, управления и развития. Основа этого преимущества – в принятии территории однородной в туристском отношении.

1.2. Последовательность формирования дестинации

Для понимания последовательности вовлечения территории в туристское развитие рассмотрим выводы специалистов рекреационной географии по этому вопросу.

Эволюцию рекреационной функции территории прослеживали Ю.А. Веденин [15; 16], И.В. Зорин [37], И.М. Яковенко [129], Е.Ю. Колбовский, В.В. Морозова [11], И.А. Дугаренко [33], А.И. Зырянов[43] и др. Ценно то, что исследователи отмечали необходимость наряду с изучением рекреационных ресурсов особое внимание обращать на потребности людей, которые, по их мнению, рассматриваются, как правило, несколько поверхностно.

Так, Е.Ю. Колбовский и В.В. Морозова [47] рекомендует в туристско-рекреационном проектировании исходить из технологических оснований, в частности, из представлений о составе турпродукта, что позволит исправить существующее ныне искаженное понимание взаимосвязи туризма и рекреации. Ученый считает, что туристско-рекреационная сфера России сможет развиваться только при условии «переворачивания» пирамиды услуг с ног на голову – туризм должен опираться на предварительно развернутые рекреационные возможности.

Исследователи дают разное описание этапов развития территориальных туристско-рекреационных систем (ТТРС). Например, М.В. Кузнецов [56] выделяет два этапа формирования ТТРС: первый – освоение, второй – использование. Ю.А. Веденин [15] предлагает более дробное деление, отметив шесть этапов в трех периодах развития туристской территории I. Формирование: 1) возникновение, 2) становление. II. Зрелость: 3) расцвет, 4) стагнация. III. Деградация: 5) упадок, 6) исчезновение (с переходом в нерекреационное использование). И.М. Яковенко [129], рассматривая процесс развития рекреационного природопользования (РП), выделяет следующие уровни: I – рекреационное освоение, II – рост масштабов РП, III – стагнация, IV – деградация (сокращение и исчезновение рекреационных функций). Б. Владарчик [20] называет пять этапов развития туристского

пространства: 1) дотуристский, 2) проникновение, 3) колонизация, 4) урбанизация, 5) послетуристское пространство. М.Б. Щепакин и А.С. Басюк [126] в формировании дестинации насчитывают девять этапов, имея в виду, что на первом этапе территория еще только начинает претерпевать изменения туристского характера, а на девятом – экономика развивается с мультипликативным эффектом. Н.С. Мироненко [68] отмечает в эволюции рекреационной деятельности следующую закономерность. На первом этапе прослеживается рост популярности отдельных видов рекреации, связанных с использованием естественных (непреобразованных или слабо преобразованных) ландшафтов, и на втором – появляются новые формы рекреационных занятий.

В работе Ю.Д. Дмитревского [29] мы находим суждение о последовательности развития этой сферы. По мнению исследователя, не все рекреационно-осваиваемые территории становятся действительно туристскими, а потенциальный район превращается в туристский только при условии проведения большой организационной работы и вложения достаточных средств в развитие туристской инфраструктуры. При этом он поясняет, что речь идет о развитии гостиничного комплекса (отели, кемпинги, туристские базы и проч.), а также транспорта, включая дорожное строительство.

Названные подходы нацеливают на четкое формулирование последовательности туристского развития территории, на целесообразность акцентирования различий между понятиями «рекреация» и «туризм», на учет отраслевых и технологических факторов. С нашей точки зрения, этапность туристского развития территории и проектирования систем туристской инфраструктуры важно представить максимально конкретно, исходя из простого критерия, прежде всего для ясного понимания этих задач органами территориального управления и сферой малого и среднего предпринимательства.

Одним из существенных факторов в поставленной нами задаче является ***географический размах*** вовлечения территории или предприятия в туризм. Этот масштаб может быть местный, а может быть и значительнее. Объект может быть востребован в пределах региона, представлять интерес для соседних регионов и

даже иностранных государств – ближних и дальних. Дальность поездки до дестинации отражает известность объекта, степень его уникальности, влияет на продолжительность пребывания в месте посещения и может быть ключевым индикатором при планировании развития туристской сферы. В связи с этим можно выделить ярусы туристского развития территории.

Следует отделить два этажа: ***местный и масштабный*** (все, что за пределами местного яруса). Туризм на территории может быть местным, т.е. территория может «работать» на местных жителей из ближайшего окружения, а может выполнять важную роль и для жителей более отдаленных мест. Встает вопрос четкого определения понятия «ближнее место».

Ближние места можно оконтурить кольцом 100-километрового радиуса относительно туристского объекта [44]. Деятельность предприятия исключительно на зону стокилометрового окружения можно условно рассматривать как сферу местного туризма. На рисунке 1 показано несколько примеров соотношения территорий стран и регионов со 100-километровыми хинтерландами вокруг главных центров.

Итак, оценивая географические масштабы участия объекта в туризме, мы выделяем ***два пространства: первое, ограниченное кругом радиусом 100 км, второе – за его пределами.*** Поездка на расстояние до 100 км инициируется, как правило, желанием посещения мест, географически близких и часто природно похожих, но, тем не менее, интересных. Поездка на большие расстояния связана с местами далекими и непохожими. Поездки в ближние места и путешествия в дальние чаще всего различаются мотивами, программами и другими компонентами. Говоря о местном и масштабном уровнях, можно подразумевать внутренний, с одной стороны, и въездной-выездной типы туризма в традиционном понимании – с другой.

Таким образом, если ставить задачу развития туризма на территории, то следует условно разделить ее выполнение на два этапа. ***Первый – рекреационный,*** когда не предполагается широкой известности объекта и

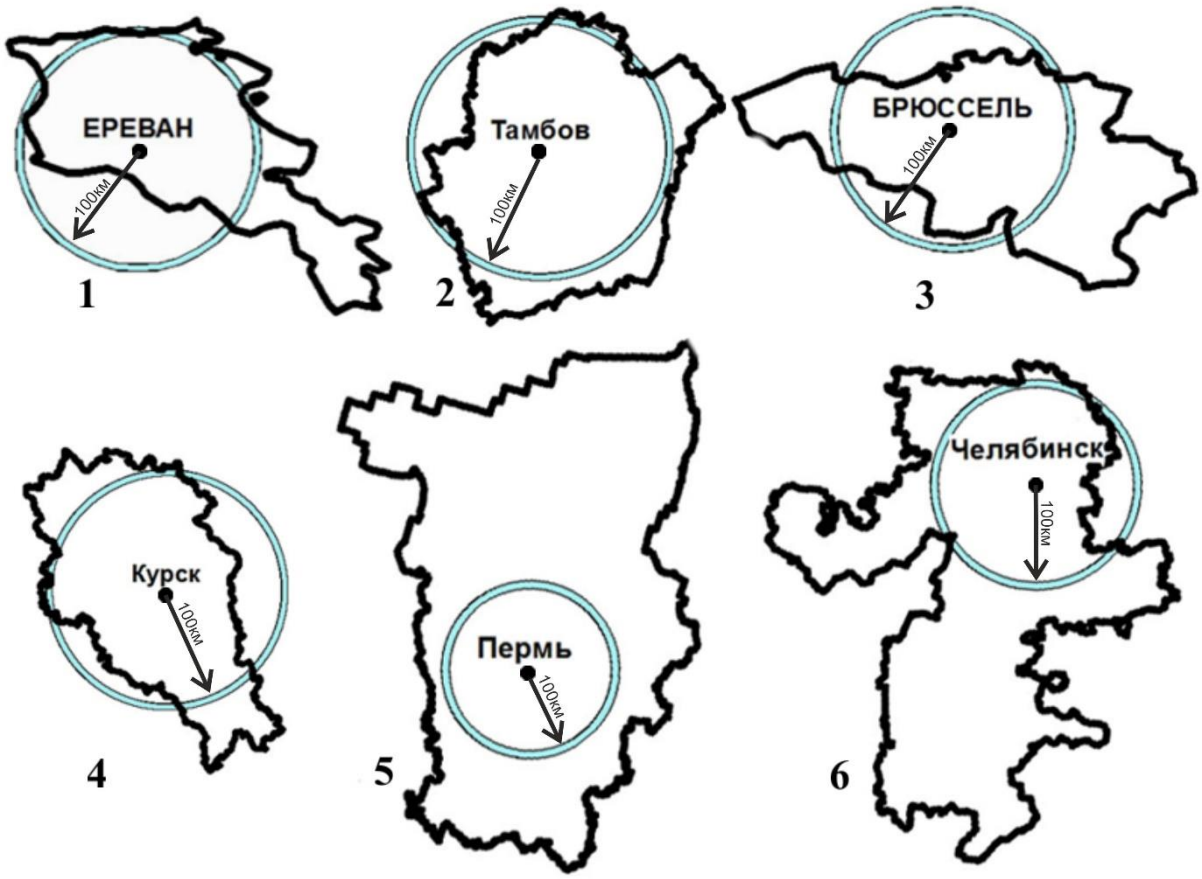


Рис. 1. Пример соотношения 100-километровой рекреационной зоны с размерами территорий стран и регионов: 1 – Армения, 2 – Тамбовская область, 3 – Бельгия, 4 – Курская область, 5 – Пермский край, 6 –Челябинская область

интенсивной работы на въездной поток. При этом реализуется цель развития рекреационных объектов для местных жителей и ближнего окружения (условно до 100 км) и развития необходимого сервиса.

Второй этап – туристский,когда ставится задача на базе сформированной рекреационной территории создать туристскую, т.е. работать для обеспечения не только местного уровня, но и более масштабного, привлекая посетителей из-за пределов ближнего окружения, условно из-за пределов 100-километрового кольца.

При вовлечении объекта или местности в туристскую сферу первоначально ставится задача формирования рекреационной территории с услугами для местных жителей и жителей ближнего окружения. После того как она будет решена, можно ставить задачу формирования на базе созданной рекреационной территории

туристской зоны, которая могла бы принимать внешних посетителей (из-за пределов региона или из удаленных мест большого региона).

При таком понимании рекреационной и туристской территорий существенных различий по инфраструктурному содержанию у них немного. Каковы же различия? Прежде всего, в географическом масштабе туристского рынка, в туристской информации. Применительно к видам туристско-рекреационной активности может быть некоторое увеличение разнообразия деятельности, но главными остаются рекреационные занятия.

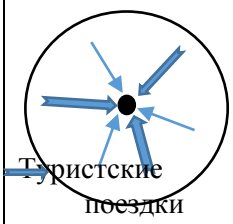
Какие территории в наибольшей степени подходят для подобного двухэтапного планирования развития туристской сферы? К таковым относятся пригородные ареалы, так как окрестности крупных городов прежде всего связаны с рекреационными функциями. Можно сказать, что ***рекреационную территорию формирует внутренний туризм.***

Давно замечено, что ***внутренний туризм предваряет начало туристского развития территории, а международный – это последующий по времени этап.*** В иностранный туризм вовлекаются именно те объекты, которые хорошо освоены внутренними посетителями.

Постановка данного вопроса важна прежде всего для технологии развития территории. По итогам наших наблюдений можно сделать следующий вывод. ***Развивать территорию в туристском отношении следует в два самостоятельных этапа.*** Сначала необходимо поставить цель формирования рекреационной территории, а после ее достижения добиваться организации туристской территории (табл. 1).

Первую стадию работы можно считать завершенной, тогда когда в обозначенный ареал направлен стабильный местный туристско-рекреационный поток с территориального пространства в пределах условной границы в 100 километров, когда в этом ареале созданы надлежащие сервисы и соответствующая рекреационная среда.

Таблица 1. Этапы превращения территории в туристскую

Параметр	I	II
Эволюция характера территории	Рекреационная направленность территории	Туристская направленность территории (дестинация)
Дальность поездки Объект интереса	До 100 км 	Свыше 100 км 
Степень известности и популярность территории	Внутри региона	Межрегиональная, национальная
Деятельность	Развитие рекреационных функций	Освоение и развитие туристских маршрутов

Вторая стадия – именно туристская, характеризуется обеспечением широкой известности территории и её способностью к приему посетителей из более удаленных мест.

Туристская политика стран, особенно таких, которые планируют развивать международный туризм, должна основываться на местной рекреационной практике. Становление рекреации (обслуживание местных рекреантов) позволит с большей эффективностью развивать туризм благодаря таким направлениям деятельности, как выявление туристского потенциала, обозначение главных привлекательных объектов, инфраструктурное обустройство, использование экономических факторов.

Для развития туризма важно выявить уникальность места и преподнести ее под нужным углом зрения[39]. Эту задачу решает рекреация. Важное значение внутреннего туризма заключается в «открытии» того или иного места для въездного и международного туризма. Для того чтобы развивать сферу туризма в какой-либо местности, необходимо, чтобы люди каким-то образом узнали о ней. Методов

популяризации много, и они в основном известны, но проблема не в том, как продвигать. Главный вопрос – что рекламировать?

Меньше возможных ошибок встретится на пути решения проблемы развития туризма в регионе, если оно будет основываться на уже существующих приоритетах в рекреационной системе. Чаще всего именно местные жители лучше, чем кто-либо другой, осведомлены о живописных местах и интересных рекреационных занятиях своего региона. Поэтому на первом этапе место становится территорией рекреации, которая будет продвигаться одновременно с обустройством общей функциональной и рекреационной инфраструктуры, с привлечением инвестиций.

Стоит отметить о важности в подобных исследованиях сравнительно-географического метода. Географ силен тем, что может сравнивать территории. Однако найти территории, наиболее подходящие для корректного сравнения, не так просто. Это важно для поиска удачных примеров продвижения инфраструктурных проектов, решений с целью территориальной организации на развитых в туристском отношении территориях.

Классики географии Э. Реклю[90], Н. Н. Баранский[10] и некоторые другие часто использовали метод географического сравнения. Известны эталонные сравнения Н. Н. Баранским Канады и Сибири, Швеции и Урала. Кстати, заметим, что это примеры, где страна сравнивается с районом более крупного государства. Для развития туризма важно комплексное географическое сравнение. При этом территории должны иметь сходство и в физико-географическом, и в социально-географическом отношенях.

Если обобщить наши рассуждения, то получим следующее. Во-первых, надо развивать рекреацию, основываясь на поддержке и интересе местных жителей это менее затратно и будет попыткой проверить туристский потенциал территории. Если объекты и территория не пробудят интерес местных жителей, то наивно полагать, что они станут популярными у дальних отечественных или иностранных туристов, хотя могут быть исключения. Исходя из вышесказанного можно сделать следующие выводы:

1. Развитие местного или внутреннего туризма предваряет развитие въездного и международного туризма.

2. Территориальная организация иностранных потоков повторяет и акцентирует сложившуюся пространственную организацию внутреннего туризма, используя уже появившиеся на местном уровне доминанты.

3. Развивая туризм на какой-либо территории, стремясь вывести его на географически более широкий или более массовый уровень, следует разделить технологическую работу по продвижению туризма на два этапа. Сначала необходимо сформулировать концептуально рациональную и эффективно функционирующую рекреационную систему и только затем ставить задачу создания туристской системы.

4. Критерием отнесения объекта к рекреационной или к туристской сфере является характеристика расстояния (радиус охвата).Работа с посетителями на территории с радиусом ее контура в 100 километров является индикатором рекреационного объекта, а за его пределами – индикатором туристского объекта.

5. В целях развития туризма на территории важным методом исследования является сравнительно –географический анализ

1.3. Туризм в горах, гео- и экотуризм

Местность с горным рельефом отличается большой концентрацией природных аттрактивных объектов, поэтому следует обратить особое внимание на горные районы, на их характерные отличия в туристских аспектах и методологии исследований.

Многие цивилизации возникли и развивались в горных регионах, что свидетельствует о богатом культурно-историческом потенциале этих частей мира. Кроме того, виды туризма, возможные только на горной местности, в последние десятилетия стали очень популярными. В Австрии и в Швейцарии, где эти виды туризма являются главными, они уже несколько лет подряд получают самые высокие оценки по широко известному индексу международного ежегодника

«Отчет об конкурентоспособности туризма и путешествий» [153], в котором принимает участие большинство стран мира. В Австрии 15% НВП собирается от иностранных туристов, а в некоторых горных районах Италии (Тренто, Больцано, Валле-д'Аоста) на каждого жителя приходит от 50 до 100 туристов [25].

Наибольшее количество природных контрастов на земле встречаются в горных частях планеты, и потому растущее количество туристов-экстремалов предпочитают горные регионы. С другой стороны, становятся очень популярными альпинизм, хайкинг и горный туризм благодаря активной агитации стран-лидеров по этим направлениям.

В этом разделе сделана попытка показать особенности горных регионов в туризме, опираясь на исследовательские работы таких территорий. Рассмотрим повышение туристского интереса, высотную поясность и ландшафты, памятники истории и культуры, трудные условия жизни в горных районах, устойчивый, геологический, географический, экологический туризм.

Прежде всего хотелось бы отметить рост интереса к горным регионам. Одной из причин этого является тенденция к изменению основных туристских потоков между морскими и горными курортами в зависимости от исторического времени. Bourdeau P. [155] пишет, что в далеком прошлом морские побережья не были интересны в качестве места для летнего отдыха, а таковыми являлись горные регионы. Ситуация изменилась начиная со второй половины XX в., горы стали популярны как места зимнего отдыха, что, по мнению исследователя, точный географический оборот по сравнению с ситуацией XVIII и XIX вв. Сегодня он связывает с глобальными изменением климата обратную тенденцию. Горы приобретают большую популярность как природные места с чистым воздухом для летнего отдыха, а морские берега становятся местом зимнего отдыха, где можно избежать солнечных ударов и ожогов.

Похожие прогнозы в туристских тенденциях можно встретить и в работах российских ученых в конце 90-х годов: А.Ю Александровой [6, с. 42], Г.А. Папиряна [82,с. 78], Винокурова, Леонова [19, с. 12], В.В. Храбовченко [115, с. 30].

В.В. Храбовченко [115] прогнозирует, что доля пассивного отдыха в туризме снижется и скоро произойдёт переориентация туристских потоков, причём высокие темпы роста будут характерны и для поездок в горы, и для путешествий с элементами приключения и риска, что сейчас мы и наблюдаем. Г.А. Папирян пишет: «С развитием туризма появится новый турист. Это означает, что традиционный вид семейного туризма с проведением отпуска каждый год где-нибудь на море постепенно уступит место новым видам, а именно экотуризму, приключенческому и познавательному туризму» [82,с. 78].

С другой стороны, страны, принимающие большое количество туристов, предпочитающих отдохнуть в горных регионах, вкладывают огромные средства в продвижение и популяризацию горных видов туризма. Причем делается многое для создания как новых видов занятий, так и инновационной техники и технологии. Передовыми в этом аспекте являются такие страны, как Австрия, Швейцария, Франция, Италия.

Следующая особенность гор – это разнообразие ландшафтов, встречающихся на небольших дистанциях, которое обусловлено высотной поясностью, барьерностью и другими факторами. Как отмечает А.И. Зырянов [41], для стыков ландшафтов характерны более мощные и разновидные вещественные и энергетические связи природной территории. Следовательно, места, где много ландшафтов, имеют больше стыков и потому больше энергетических и вещественных связей.

В советской и российской рекреационной географии большое значение придавалось исследованиям ландшафтов, и поэтому множество работ посвящены изучению как равнинных, так и горных ландшафтов, например в работах А.Г. Исаченко [45], В.С. Преображенского [85], и многих других. Рассмотрим некоторые из них в контексте нашей отраслевой исследовательской области и территориального объекта.

Большое количество исследований направлено на выявление и оценку эстетической привлекательности ландшафтов. Среди них труды ученых из

прибалтийских стран К.И. Эрингса, А.Р. Будрюнаса [127] и Т. Юргенса [128], российских ученых В.А. Николаева [77], Н.Н. Назарова и Д.А. Постникова[73].

Так В.В. Храбовченко [115] делает акцент на горный туризм. Автор выделяет следующие количественные показатели для оценки эстетического восприятия: 1) сведения о районе у туристов, 2) определение пейзажного разнообразия, 3) вертикальное пейзажное разнообразие, которое, в свою очередь, определяется количеством фокусных пунктов, степенью заселенности, площадным соотношением лесных и открытых пространств, сочетанием рельефа и растительности.

Есть работы, где оценивается влияние ландшафтов на физическое состояние человека. А.В.Пучкина [88] выделяет пять основных групп природных факторов, воздействующих на организм человека в горах: климатические, радиационные, электромагнитные, гляциологические и геоморфологические. Автор вводит понятие о двух видах оценки пейзажного потенциала 1) эстетическая оценка ландшафтов при движении по маршруту и 2) эстетическая оценка пейзажа на видовых точках.

Особое место в советской рекреационной литературе занимает работа Н.С. Мироненко и И.Т. Твердохлебова [69]. Авторы, отмечая растущую роль горных мест в рекреации, указывают на специфичность методики оценки климата в этих территориях.

Работы, названные ниже, имеют отношение к исследованию ландшафтов в туристско-рекреационном аспекте. Например, книга А.И Зырянова [41], где автор рассматривает вопрос улучшения рекреационных ТСЭС с помощью детального анализа ландшафтов. Е.Ю. Колбовский [46] рассматривает планирование ландшафтов для развития экологических видов туризма и рекреации. В.П. Чижова [119] оценивает рекреационную нагрузку и пропускную способность разных ландшафтов с позиций устойчивого туризма. Разнообразие научных исследований ландшафтов с точки зрения рекреации говорит о большой значимости темы.

В вышеупомянутых работах и в советско-российской рекреационно-географической литературе, следует отметить недостаток комплексных исследований горных районов с точки зрения оценки культурно-исторических

ресурсов. Кроме того, мало обсуждаются вопросы обеспеченности туристской инфраструктурой, на это в частности, указывает А.Ю. Королев [49]. Чтобы еще раз подчеркнуть важность обращения к ландшафту, можем напомнить одну из этик конфуицианства, согласно которой «совершенную правду нужно искать в ландшафте».

Другой особенностью является то, что на протяжении тысячолетии горный рельеф предоставлял более благоприятные условия для безопасности разных народов, поэтому многие цивилизации возникли в этих местах (Армянское, Иранское нагорья, Апеннины, Карпаты, Балканские горы, горы Южной и Юго-восточной Азии, северная часть Анд и т.д.), создавая и сохраняя свое историко-культурное наследие в виде архитектурных памятников в труднодоступных местах.

В мире наблюдается рост интереса к истории разных народов мира, к их культуре, обычаям и быту, историко-культурный туризм развивается. Примером этого может послужить рост количества туристов в Республике Армения, где этот вид туризма основной. С 2001 по 2014 год количество туристов выросло в десять раз (с 120 тыс до 1,2 млн)[19]. Богатство историко-культурного потенциала страны отмечалось еще советскими учеными[9]. Реализация этого потенциала становится более возможной, это связано с новыми тенденциями в сфере туризма.

Важность историко-культурного туризма в горных регионах отмечается в докладе о развитии туризма в австрийском регионе Воральберг[179], где для привлечение новых гостей рассматривается богатство культурного и архитектурного наследия, история, современное искусство и организация фестивалей.

Интересным является исследование Li, Fung Mei Sarah [170], в котором познавательный туризм в горах подается в аспекте исторического и культурного значения гор.

Следующая особенность – это то, что горные районы мира всегда отличались более трудными условиями для жизни. Труднодоступность и малая ресурсная обеспеченность делают развитие экономики здесь дорогостоящим и порой невозможным. Если для некоторых частей мира туризм является одним из способов

привлечения большего капитала, то в некоторых горных регионах доход от туристов является единственным средством для жизни.

Одна из главных особенностей туризма в горной местности заключается в том, что горные ландшафты более хрупки и трудно восстановимы. Об этом свидетельствует разница «пропускной способности» между горной и пляжной территориями. В связи с деградацией горных ландшафтов в Альпах европейские страны стали разрабатывать новые методы использования горных ландшафтов [151]. Причем в большинстве исследований посвященных этой тематике, сделанных на территории европейских стран, обязательно используется термин устойчивое развитие.

С этой тенденцией связано также появление такого термина, как «геотуризм», которое в развернутом виде трактуется как геологический туризм или как географический туризм [102]. В обоих случаях задачей является сохранения горных ландшафтов, то есть содержатся элементы устойчивого туризма.

Геологический туризм и географический туризм используют термин «геотуризм» и консенсус по этому вопросу еще нет. Основное различие состоит в том, что геологический туризм связан с привлечением туристов к геологическим памятникам территории [136], а географический туризм трактуется в качестве нового подхода, включающего в себя главные принципы устойчивого туризма [182]. Это предполагает представление географических особенностей территории, сохранения их с помощью средств, вырученных от туризма.

В докладе «Mountain Areas in Europe»[174] отмечается, что туристский потенциал возрастает от отдельных небольших гор к горным массивам, в которых возможен двухсезонный туризм. При этом в некоторых странах (Испания, Италия) возникает конкуренция между пляжным и горным туризмом за вложение государственных средств. Из вышесказанного следует, что туризм в горной местности и на сегодняшний день имеет большое значение, он будет развиваться и в будущем, подтверждением чему является опыт нескольких стран горнотуристской ориентации (Швейцария, Австрия, Италия, Испания). Со временем, конкурируя с

пляжным туризмом за летний туристский поток, этот туризм может претендовать на первое место.

Обобщая, можно сказать, что в будущем будет расти туристский интерес к рассматриваемым регионам, что повлечет необходимость сохранения географического характера места, причем, как природной составляющей, так историко-культурной и социальной. В связи с этим необходимо изучение отдельных характеристик горных регионов и получение на их основе комплексных результатов.

Несмотря на бесценное значение некоторых уникальных мест для туризма и человечества вцелом, все больше обращает на себя внимание деградация их уникальных качеств – будь то водные, сухопутные или воздушные пространства. Одним из эффективных способов сохранения таких территорий является экотуристский подход. Рассмотрим термин **«экотуризм»,** поскольку этот вид туризма особенно актуален для горных территорий.

Число международных туристов растет начиная с прошлого века(Больше 1миллиарда начиная с 2013г). С одной стороны, такие темпы роста радуют и, как следует из девиза Международной организации туризма (ЮНВТ)[21], возможностей становится больше. Но, с другой стороны, высокие темпы роста числа туристов, туристских потоков, которые повторно локализуются в одних и тех же местах, их массовость приводит и к некоторым отрицательным последствиям. Из-за нерегулируемого увеличения туристских потоков окружающая среда может сильно пострадать, и неблагоприятная экологическая ситуация на местности станет деаттрактивным фактором для туризма. В результате чего мы будем иметь заброшенный курорт, непривлекательную для туристов территорию, для восстановления которой потребуется немало средств и усилий.

Начиная с 80-х гг., как альтернатива массовому туризму, началось движение, которое получило название "экотуризм". В 1980 г. немецкий футуролог Роберт Юнк предложил термин "мягкий туризм" и сформулировал его особенности, противоположные индустриальному, "жесткому" туризму. Первым в оборот термин "экотуризм" внес мексиканский экономист-эколог Гектор Цебаллос-Ласкурейн в

1983 г. [57]. Начиная с этих годов движение по направлению к экологическому туризму стало приобретать всемирное значение. Несколько позже, в 1990 г., было сформировано Международное Экотуристическое общество (**The International Ecotourism Society**)[146], которое достаточно активно и на официальном уровне стало заниматься экотуристскими вопросами. В наши дни экотуризм стал одним из наиболее развивающихся направлений. Отвечая на вопросы туристского журнала Conde Nast Traveler, 96% читателей ответили, что отели и курорты должны взять на себя обязательство сохранять окружающую среду, которая подвергается влиянию их посетителей, а на вопрос что влияет на выбор отеля, 75% ответили – их экологическая политика [145]. Еще один аргументом в пользу растущей мировой значимости экотуризма является принятая Генеральной Ассамблеей Организации Объеденных Наций резолюция (21 декабря 2012 г.), признающая экотуризм в качестве важного элемента борьбы с нищетой, защиты окружающей среды и продвижения идей устойчивого развития [132].

Несмотря на значительные темпы развития экотуризма, есть некоторые проблемы теоретического плана, решение которых, на наш взгляд, поможет формированию этой сферы.Одной из важнейших преград на пути развития экотуризма является формирование самого понятия, отражающего современную сущность этой деятельности. Полезность экотуризма в мире будет еще больше возрастать, если возникнет должное понимание его в обществе, поэтому определение понятия имеет принципиальное значение. Экотуризм, будучи популярным во всем мире, сталкивается с проблемой определения его понятийного значения. "Близость" или тождествленность термина "экотуризм " таким понятиям, как природный туризм, зеленый туризм, агротуризм, легкий туризм, горный туризм, устойчивый туризм, путешествие в дикую природу, приключенческий и биотуризм, осложняет понимание.

Американский специалист T. Klak[166] из университета г. Майами выделяет четыре основные проблемы туризма и экотуризма:

1. Несмотря на то что туризм является одним из больших секторов мировой экономики, многие считают эту сферу деятельности не научной, а прикладной.

2. Некоторые ключевые понятия, такие как "устойчивое развитие", "экотуризм", "альтернативный туризм", используются хаотично, их применение расплывчато, что мешает науке прийти к желаемой конкретности.

3. Литературы много, но эклектичной, как и оценок экотуризма, это мешает выведению общемировых оценок.

4. Многие провайдеры туристских услуг сами по себе борются за отличие их продукта, чтобы избежать негативного имиджа традиционного, массового или неустойчегого туризма. Это не всегда совпадает с правдой со стороны провайдера. Так называемый экологический туризм («экологичность туризма») может быть весьма далеким от реальности и оставить плохой след на окружаюшей среде.

На наш взгляд, все эти проблемы действительно существуют и нуждаются в решении. С появлением данного термина возникли разные объяснения и толкования, однако до сих пор общепринятого определения нет. Рассмотрим некоторые варианты и проведем их сравнительный анализ.

Определения экотуризм можно подразделить на англоязычные, немецкоязычные и русскоязычные, в них есть принциальные различия.

Основная особенность англоязычных определений [60,181,] в акценте на выгоду местного населения от экотуристских потоков. Эту группу определений можно назвать классической, поскольку они были первыми. Хотя такого рода акцент есть в справочниках и на других языках, например, в немецком и русском [146].

Можно выделить другой вид англоязычних определений, в которых рассматриваются только познание и приобщение к природной среде и не уточняется вопрос о выгоде населения (например определение, принятое ЮНВТО) [21], Национальная стратегия экотуризма Австралии [59] и т.д.

Дело обстоит по-другому в немецкоязычных странах. Примечательно, что в них вместо понятия «экотуризма» используется понятие "мягкий туризм"[32]. Определение «вырабатывалось» на протяжении двух последних десятилетий, прежде всего в "альпийских странах", испытавших негативные последствия бурно развивавшегося массового туризма. Исследователи в данном виде туризма

рассматривают создание инфраструктуры для удобства туристов. Главное в понятии "мягкий туризм" – это слово "мягкое" означающее, что часть прибыли, полученная от туристов, должна направляться на восстановление экосистем для смягчения воздействия на них.

В отечественной литературе более популярным является определение: И.В. Зорина и В.А Квартальнова «Экологический туризм – туризм, ориентированный на прямое использование более или менее "дикой" природы как среды обитания туристов на основе внедрения экологических технологий во все компоненты тура. Экологический туристический продукт минимизирует ущерб окружающей среде, имеет воспитательное и рекреационное значение»[35].

Из вышесказанного можно сделать вывод о том, что в определениях есть схожие черты, но и много различий, что затрудняет понимание "экотуризма". По нашему мнению, чтобы прийти к более четкому определению, надо исходить из территориального аспекта. Что мы подразумеваем? Говоря об экотуризме, можно различить два понимания термина "экотуризм": узкое и широкое.

В широком смысле под экотуризмом мы предлагаем понимать любой вид туризма, который связан с более или менее сохранившимся природным ландшафтом и соблюдает правила экологической безопасности. При этом мы оставляем в стороне виды туризма, связанные с посещением достопримечательностей, созданных человеком. Экотуристскими маршрутами являются походы в лес, горы, к берегам озер и т. д., т.е. в места, где основным притягивающим объектом является природная достопримечательность, а не антропогенная. В таком понимании экотуризм будет не отдельным видом туризма, а группой видов, скорее подходом к организации разных видов туризма.

В узком понимании "экотуризм" – это вид туризма, на особо охраняемой природной территории (ООПТ), основной целью путешествия является посещение такой территории. Для боле четкого понимания такого экотуризма стоит рассмотреть и понятие «природный туризм». Мы считаем, что любое посещение человеком какого-то природного ландшафта с целью отдыха и наслаждения им является природным туризмом. Отсюда вывод: экотуризм – это часть природного

туризма на особо охраняемых природных территориях. Экологический туризм в широком понимании предполагает любой природный тур, а во время тура в ООПТ, т.е. экотуризма в узком понимании, именно на этом виде туризма сделан акцент. Это следует и из определения Международной организации экотуризма: «Экотуризм – это экологический тур в ООПТ под строгим природоохранным надзором, приносящий прибыль местным общинам» [146].

Итак, можно определить основное различие между широким и узким пониманием экотуризма: экотуризм за пределами и в пределах ООПТ.

Мы предлагаем следующий подход к использованию рассматриваемых терминов. Термин "природный туризм" необходимо понимать как посещение туристом природной или, очень мало пострадавшей, антропогенной экосистемы с целью чистого туризма. Экотуризм в этом подходе отличается от природного туризма территориальными особенностями и связью с ООПТ, где экологические требования к туристу более жесткие.

В мировой практике природного туризма популярны два типа: 1) Австралийский и Американский [162] и 2) западно-европейский [101]. Кроме этих можно выделить и третий тип – для развивающихся стран, которые не имеют больших территорий, занятых под ООПТ а также больших средств для создания инфраструктуры как в западно-европейских странах. Для этого типа характерно то, что природная зона является аттрактивным объектом, но этот тип не подразумевает и большой прибыли. Прибыль возможна при использовании услуг жителей соседних населенных пунктов. Развитие сферы туризма в будущем так или иначе будет направлено в сторону получения прибыли и восстановления экосистем. Такими странами могут быть страны СНГ, где экологический туризм недавно стал развиваться и где не всегда выделяется достаточно средств на развитие туризма и на улучшение экосистем.

1.4. Туристский потенциал и его компоненты: аттрактивность и ресурсы

С очевидно наблюдаемым развитием сферы туризма и его становлением в качестве одной из важных отраслей экономики становится крайне необходимым оценивание туристского потенциала конкретных территорий и стран. Поскольку туризм как научное направление сформировался сравнительно недавно, приходится сталкиваться с терминологическими проблемами. Одна из них связана с терминами «туристский», «рекреационный» и «туристско-рекреационный», смысловые различия между которыми весьма расплывчаты. Многие ученые (И.В. Зорин, В.А. Квартальнов[36], Н.А. Кумова, А.В. Дроздов[31]) объясняют это тем, что туристская терминология зародилась в среде рекреационной географии, где термин «рекреация» использовался весьма часто, а у туристов (точнее работников турсферы) более «ходовым» был термин «туризм», поэтому употребление двух терминов вместе (через дефис), что встречается теперь довольно часто, является своего рода компромиссным вариантом.

Исходя из позиций русскоязычных источников интересной представляется трактовка смысла терминов «рекреация» и «туризм» в книге «Worldwide Destinations» [154]. Для их объяснения вводится термин «досуг» («Leisure»). Досуг – это отрезок времени, которое обычно остается после окончания работы и которое человек тратит на сон, персональные и домашние нужды. Другими словами, время досуга – это свободное время, которое человек может потратить по своему усмотрению. Под рекреацией понимается разнообразная деятельность, которая возможна во время досуга. И поскольку досуг – это свободное время, а рекреация – деятельность во время досуга, то туризм, если говорить упрощенно, – это один из видов рекреации. Несмотря на кажущееся простым объяснение названных терминов, авторы признаются, что на практике их довольно трудно дифференцировать.

По нашему мнению, можно выделить два этапа туристского освоения территории [44], первый из которых называют рекреационным, когда очевидна нацеленность сферы отдыха на нужды местного населения, а второй – туристским,

когда создаются условия для привлечения туристов из дальних краев и даже из других стран. Отсюда следует, что основное различие этих терминов определяется степенью удаленности отдыхающих от конкретного места. То есть одна и та же территория может служить как местом туристского время препровождения приезжих из дальних регионов и других стран, так и местом рекреации для людей, живущих поблизости.

Обобщая имеющуюся информацию, можно сказать, что понятие «рекреация» широко используется только в научных кругах и при этом не имеет четкого отделения от смежных понятий. При этом традиционно под термином «рекреация» понимается сфера отдыха и обслуживания населения близко расположенных мест в определенном контексте применительно к конкретным территориям.

Не менее проблематичным является и вопрос относительно понятий «туристский ресурс» и «туристский потенциал». Отметим их различие в интересующем нас аспекте. С экономической точки зрения ресурсы – это совокупность материальных и нематериальных факторов и средств, которые могут быть использованы в производственных и непроизводственных сферах для удовлетворения потребностей людей. «Потенциал» – понятие физическое, но в значении переносном на другие сферы, – это совокупность всех имеющихся возможностей и средств, необходимых для чего-либо. **Под экономическим потенциалом** понимается совокупная способность отраслей народного хозяйства производить продукцию, осуществлять капитальное строительство, оказывать услуги населению и т.д. Иными словами, ресурс – это фактор и средства, а потенциал – способность к чему-либо.

В туризме под туристскими ресурсами понимаются природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворять духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил» [35].

В связи с этим интересное мнение высказывает А. В. Дроздов [31], считая, что термин «потенциал», в отличие от термина «ресурс», всегда подразумевает совокупность характеристик, предметов и явлений, а «рекреационный потенциал»

предполагает оценку потенциала и вместе с тем сравнение с потенциалом других регионов или стран или потенциалом эталонного участка.

С этих позиций правильным будет согласиться со следующим определением: рекреационный потенциал территории – совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации рекреационной деятельности на определенной территории; главной составной частью рекреационного потенциала являются рекреационные ресурсы [25].

Анализируя многие другие определения туристских ресурсов и потенциала (В.Г. Гуляев[23], Т.В. Николаенко, Н.В. Святохо С.А Севастьянова[103], Т.Д. Бурменко[14], Е.И. Богданов[13], Д.С. Ушаков[111] и т.д.), можно констатировать, что большинство исследователей видят различие между этими терминами в следующем: туристский ресурс определяется как уже используемое или наиболее вероятное к использованию в ближайшем будущем средство конкретного места в целях туризма, а потенциал представляется как оценка этих же ресурсов или в совокупности, или как разных компонентов потенциала конкретной местности. Такой подход позволяет сравнивать одни ресурсы с другими похожими ресурсами или ресурсным совокупным потенциалом похожих регионов или стран.

В туристской литературе можно встретить разные определения туристических ресурсов, исходя из этого туристские ресурсы делятся на разные группы, в которые входят разные компоненты.

В.Г. Гуляев [23] делит их на две группы: 1. Природные объекты, 2. Искусственно созданные (инфраструктурные) объекты. В этом случае проблематичным является то, что во многих случаях трудно определить является ли объект искусственным или же он природный, так как его привлекательность определяют факторы воздействия обоих.

С точки зрения В.Г. Прудского и др. [86], которые в классификации делают акцент на удовлетворении мотивов путешественников, туристские ресурсы можно представить следующим образом:

1) основные ресурсы – те, ради которых путешественник посетил данную местность;

2) дополнительные (обеспечивающие) ресурсы – те, которые выполняют поддерживающую функцию.

В законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [130] дается иное деление туристских ресурсов:

1) объекты туристского показа;

2) объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов;

3) оздоровительные объекты.

Есть и другие представления о видах туристских ресурсов. Так Н.П. Крачило [54] выделяет три основные группы ресурсов: природные, культурно-исторические и социально-экономические. Недостатком в этом случае, на наш взгляд, является трудность разделения объектов, где природный и культурно-исторические факторы дополняют друг друга .

Интересной представляется и схема туристского потенциала, разработанная Т.Д. Бурменком и др. [14]. В ней определяющим является потенциал сферы услуг, а разные комплексные виды ресурсов взаимосвязаны и дополняют друг друга, например, трудовые ресурсы, природные ресурсы.

Д.С. Ушаков [111] рассматривает туристский потенциал территории как совокупность следующих компонентов: 1)туристские ресурсы территории, 2) факторы туристского производства территории. Преимуществом этой системы является четкое разделение между готовыми ресурсами и возможностями территории.

С.А. Севастьянова [103] туристский потенциал понимает как совокупность природных, природно-антропогенных и антропогенных ресурсов региона, которые используются или могут быть использованы в индустрии туризма с учетом тенденций их развития для удовлетворения меняющихся потребностей клиентов.

Н.Н. Лысенко [62] элементы потенциала делит на две группы исходя из факторов их формирования: 1) группа внутреннего потенциала, 2) группа внешнего потенциала. Автор считает, что такое группирование позволяет рассматривать внутренний потенциал рекреационно–территориального комплекса как важнейшую предпосылку его развития.

Схема А.С. Кускова и Е.И.Арсеньевой [18] имеет более сложный характер, поскольку кроме основных групп, которыми являются туристские ресурсы и туристская инфраструктура, в ней представлены производные, например социально-экономические, а также подгруппы природные и культурно-исторические, которые входят в группу туристских ресурсов. Эта система, по нашему мнению, более полно представляет туристскую сферу, однако ее недостаток заключается в сложности, отделении социально-экономических ресурсов от туристской инфраструктуры.

J. Krippendorf определяет значение рассматриваемого нами термина следующим образом: туристский потенциал – это возможность территорий создавать конечный туристский продукт и развивать экономически важный туризм. Причем необязательно, чтобы этот потенциал использовался, главное, чтобы он существовал [168].

J. Swarbrooke [178] классифицирует достопримечательности, выделяя четыре основные группы:

- Природные, включающие пляжи, пещеры, живописные места и дикую природу.
- Антропогенные, изначально не предназначенные для привлечения туристов, – замки, монастыри, исторические объекты.
- Антропогенные, изначально созданные для привлечения туристов, – казино, галереи, тематические парки.
- Специальные события, которые происходят периодически и преображают местность, например, олимпийские игры, футбольные мировые кубки.

В этом случае, исходя из представлений об происхождений объектов, система представляет большой интерес.

M. Clawson[158] делит туристские ресурсы в зависимости от специфики мест:

1. Потребитель-ориентированные.
2. Ресурсоориентированные.
3. Промежуточные.

Если ресурс, ориентирован на потребителя, все, что представляет интерес, находится близко, нет проблемы передвижения. Во втором случае объект является

уникальным и, скорее всего, необходимо преодолеть дистанцию, чтобы добраться до него. Промежуточные являются в этом отношении лучшими туристскими ресурсами, так как расположены на доступном расстоянии.

На основе изучения различных применяемых подходов мы пришли к заключению, что понятие «туристский потенциал» более широкое в сравнении с понятием «туристский ресурс» и включает в себя последнее. Под туристским потенциалом следует понимать помимо туристских ресурсов все области жизнедеятельности и компоненты природы, которые могут повлиять на развитие туризма, т.е. это производство, наука, природопользование, культура, образование, здравоохранение, а также политическая, социальная и экономическая ситуации. При таком подходе становится чрезвычайно трудной или даже невозможной оценка туристского потенциала каким-либо объективным методом. Свидетельство тому – отсутствие в мировой научной практике общепринятого научного метода оценки туристского потенциала территории, с другой стороны, есть большие достижения по оценкам отдельных компонентов. Трудность состоит в том, что разнообразие стран и регионов настолько большое и разностороннее[42], что даже при комплексных оценках трудно поверить в достоверность сравнения с такими же оценками других стран. Эти проблемы связаны как со сложностью туристской науки, таки с краткостью ее истории.

Вместе с тем мы предлагаем рассматривать сферу туризма подобно другим сферам производства, чтобы раскрыть смысл различий между туристскими ресурсами и туристским потенциалом через сравнение.

Во-первых, не стоит забывать, что туризм – это часть сферы обслуживания,а не отдельная отрасль экономики, следовательно, он связан с ней очень тесно, потому представить сферу туризма без обслуживания невозможно. Если вспомнить принцип сервиса: «сервис, который не предоставлен, еще не сервис, а сервис, который представлен, уже не сервис», то возникает вопрос, что такое туристский сервис и какое место ему отводится в туризме.

С нашей точки зрения, **в сфере туризма ресурсом должны являться не объекты и средства, которые привлекают туристов, а само обслуживание.**

Группа первых факторов, которые отвечают за привлечение туристов на данную территорию, следует отделить и называть «аттрактивность территории». Об отдельности их свидетельствует разделение многочисленных факторов, определяющих ТТРС. Например, у В.С. Преображенского[85], Н.С. Мироненко и И.Т. Твердохлебова[69].

На наш взгляд, надо поставить «знак разделения» между природной, культурно-архитектурной привлекательностью, с одной стороны, и состоянием страны, её способностью принимать, обслуживать туристов – с другой, т.е. отделить факторы привлечения от сервиса. Считаем, что эти две стороны, хотя и не могут существовать друг без друга и находятся в тесной взаимосвязи в туризме, но для определения потенциала и большей наглядности их стоит рассматривать раздельно.

Итак, предлагаем объекты **первой группы** назвать «аттрактивностью» и рассчитать «потенциал аттрактивности» давно известными методами. Например, определить, сколько в стране природных и архитектурных достопримечательностей, которые имеют международное значение, оценить аттрактивность пляжного туризма, горного туризма и т.д. При этом очень важно иметь в виду не только количество объектов в конкретном регионе или стране, но и величину ее территории. Самым важным фактором для повышения аттрактивности является информация. Объект может сам без особого продвижения создать себе популярность благодаря большой аттрактивной возможности, но это случается крайне редко в сегодняшнем информационном мире, поскольку важную роль в этом играют информационные технологии и стремление к популяризации объекта с какой-то одной стороны.

Вторую группу будут представлять туристские ресурсы, т.е. туристским ресурсом становятся не столько объекты, ради которых турист приехал в данное место, сколько сервис, который ему здесь предлагается, поскольку в конечном счете турист платит не за достопримечательности, а, можно сказать, покупает сервис, будь то гостиница, транспорт, ресторан и т. д.

Если развивать далее нашу точку зрения, то можно рассматривать ресурсы с экономической точки зрения, одним из компонентов которых будет, например,

обслуживающий персонал – от организаторов тура до обслуживающих в отеле. Можно подсчитать количество персонала, его среднюю зарплату, учитывая квалификацию и знание языков, что является одним из важнейших критериев. Поскольку с помощью служащих создается ресурс, то, подсчитав их общее количество, можно рассчитать максимум ресурсного потенциала региона или страны.

Согласно И.В. Зорину и В.А.Квартальному[36], аттрактивность – это основное системное свойство туристских ресурсов, природных и культурно-исторических объектов, свидетельствующее об их туристской ценности. Таким образом, от аттрактивности объекта зависит, является ли оно интересным для туриста, и если представляет интерес, то насколько.

Итак, для рассмотрения возможности оценки аттрактивности проанализируем в следующей главе наиболее удачные методы оценок в туристской литературе и предложим метод ценки аттрактивности туристских объектов. Следует заметить, что такой метод предлагается впервые.

1.5. Подходы к оценке туристского потенциала

В этом разделе выделим и кратко опишем наиболее удачные методики оценки туристского потенциала в советской и российской научной туристской литературе. Стоит согласиться с мнением А.С. Кускова[57] о том, что труднее оценить туристский потенциал, чем его выявить.

Исходя из позиций субъекта в рекреационной географии сложилось три основных типа оценивания природных ресурсов [21;17]: медико-биологический, психолого-эстетический и технологический. У некоторых исследователей встречаются 5 типов: психолого-эстетические, медико-биологические, функционально-технические, экономические и геоэкологические [26].

Методики оценки туристского потенциала по полученным результатам можно разделить на количественные, качественные и смешанные [26]. Количественная

оценка служит для экономических расчетов, а качественная более приемлема для сравнительных целей и для привлечения инвестиций.

С учетом методологии подхода оценки дифференцируются на компонентные и комплексные. Компонентные оценки дают представление о туристском потенциале места в зависимости от одного вида турресурса (например, климат, лес, водные бассейны и т.д.). Комплексная оценка проводится для более глобальных целей (например, для оценки потенциала всего туристского района или страны), при этом рассчитываются все компоненты, влияющие на сферу туризма, начиная от природного и заканчивая социальным и информационным.

Начиная со второй половины 60-х гг. прошлого века многие исследователи стали проявлять интерес к вопросам, связанным с оценкой рекреационных ресурсов. Особенно следует отметить работы В.С. Преображенского [85], Ю.А. Веденина [16;17], Н.Н. Мирошниченко [17] Б.Н. Лиханова, Н.М. Ступина [61], Н.С. Мироненко, Н.Т. Твердохлебова [69] и др.

В 1970-х гг., благодаря некоторым ученым, которые осознали, что оценка одного или нескольких компонентов не дает полного представления о туристском потенциале конкретного места, в рекреационной географии начинают появляться комплексные ландшафтные исследования. Значительную роль в развитии этого направления сыграли работы таких исследователей, как Б.Н. Лиханов, Н.М. Ступина[61], А.Г. Исаченко[45], Н.А. Даниловой[25].

А.Г. Исаченко [45] большое значение придавал изучению ландшафтов с точки зрения рекреационной географии, указывая на то, что многие задачи ландшафтоведения с этих позиций сводятся к исследованию рекреационного потенциала геосистем и воздействия на них рекреационных нагрузок. Он отмечает, что при оценке природных условий для целей рекреации очень важным фактором является разнообразие среды. Отсюда он делает акцент на необходимости оценивания не отдельных компонентов ландшафта, а в сочетании с другими компонентами и ландшафта в целом.

Ю.А. Веденин и Н.Н. Мирошниченко [17] одними из первых предложили методику оценки природных условий в аспекте отдыха и туризма. В частности,

благоприятность каждого фактора в рамках конкретного выдела они оценивали в баллах и в зависимости от суммы этих баллов определяли значение целого природного выдела. Чем выше балл, тем удачнее считался выдел для рекреации. В итоге выделы были разделены на пять категорий: наиболее благоприятные, благоприятные, относительно благоприятные, мало - благоприятные, неблагоприятные для организации крупных рекреационных районов. При этом учитывалась зависимость видов туризма от разных сезонов.

Э.Л. Файбусович и Л.В. Чечетов [113] проводили оценку названного ими «планового бытового» туризма (для целей спортивного туризма она должна быть иной). При оценке основным фактором считался климат и выявлялись оптимальные среднесуточные температуры для летнего и зимнего периодов. Причем очень строго оценивались неблагоприятные факторы. В случае наличия хотя бы одного неблагоприятного фактора данная территория, не могла претендовать на хорошую оценку.

Б.Н. Лихановым и Н.М. Ступиной[61] была разработана «Программа характеристики природных компонентов и ландшафтов при проектировании рекреационных комплексов» . Н.А. Даниловой [25] было изучено влияние погодных условий на отдыхающих. В частности, оценивались погодные условия, при которых человек будет чувствовать себя комфортно с учетом влажности, солнечной радиации и ветра. Им выделены следующие виды погодных условий: 1) комфортные; 2) прохладные субкомфортные; 3) жаркие субкомфортные; 4) дискомфортные. Учитывались погодные условия только для летнего сезона.

На оценку погодных условий обращали внимание также И.Т. Твердохлебов и Н.С. Мироненко [69], отмечая, что «зона комфорта» для многих людей лежит в пределах 17 – 23^{o}С. Авторы считают наиболее благоприятными для здоровья человека все классы погоды, когда днем много солнца, подчеркивают специфичность оценки климата горных территорий. Исследователи придают большое значение психолого-эстетическому типу оценки.

Ю.А. Веденин и А.С. Филиппович [18] разработали схему оценки в баллах степени контрастности пар природных комплексов,где максимальный балл получают пар-природные комплексы лес – водоем, а минимальный – поле – луг.

Распространено мнение, что в горных районах самую высокую оценку должны получить вершины гор, с которых открывается наибольшее количество природных комплексов, а самую низкую – горные ущелья, хотя это мнение нельзя поддержать безоговорочно. Скорее всего, это несравнимые вещи.

Е.А. Котляров [50] предлагает создать формы кооперирования рекреации и сопутствующих отраслей. Одной из таких форм является территориально-рекреационный комплекс (ТРК). Автор считает природные условия важнейшим фактором в оценке территорий для рекреационного использования и указывает на их неоднозначность для разных ТРК.

Туристские исследования В.Б. Нефедовой [75] посвящены изучению озерных побережий. Она отмечает, что основополагающим фактором при проведении рекреационно-оценочных работ служит ландшафтная карта, на основе которой создаются прикладные ландшафтные карты использования территорий.

А.Н. Тарасов [107] и ряд других советских ученых делают акцент на оценку растительного покрова. Кроме сугубо лесных показателей, например, полнота, возраст и состав, ими изучаются факторы, названные внешними, т.е. наличие эстетической привлекательности, пейзажа, водных объектов, туристских достопримечательностей и элементов ландшафтов горных хребтов, вершин, пещер, историко-культурных памятников. Оценивание проводилось по 20-балльной шкале.

М.Д. Шарыгин[123] предлагают следующую формулу оценки рекреационного потенциала:

$$РП = К_1 К' + К_2 Г + К_3 Ж + К_4 Р + Э + П, \quad (1)$$

где РП – рекреационный потенциал; $К_1$,$К_2$,$К_3$, $К_4$ – вес значимости природных компонентов в общем итоге; К – гидроклиматический потенциал; Г – геолого-геоморфологические особенности территории; Ж – животный мир, Р – (растительный мир)-биологический потенциал; Э – экологическая ситуация в районе; П – привлекательность территории.

Обобщая рассмотренные работы советских и российских ученых, нетрудно заметить преобладание в них оценок природных компонентов в целях выявления туристского потенциала территорий. Однако особого интереса к исследованиям других компонентов туризма не проявлялось.

Тем не менее, в последнее десятилетие интенсивно проводятся исследования в направлении развития методик оценки туристского потенциала, создаются новые и разрабатываются на основе имеющихся улучшенные. Рассмотрим несколько примеров.

Одним из новых подходов является метод Е. А. Джанджугазовой [27]. В своей работе она отмечает необходимость эффективного управления ресурсами, разработки и применения следующих параметров: 1) количественная оценка ресурсов; 2) оценка структуры потенциала, степень использования частных потенциалов; 3) оценка возможностей использования ресурсов; 4) систематический учет состояния туристских и рекреационных ресурсов и определение их значения для развития туризма региона. Это может быть реализовано в случае наличия туристских и рекреационных кадастров.

Е.И. Богданов [13] приводит сугубо экономический интегральный метод оценки совокупного туристского потенциала. Он указывает на необходимость различения таких понятий, как 1) суммарный объем ресурсов туристского потенциала; 2) величина туристского потенциала; 3) показатель реализации туристского потенциала.

Метод расчета турпотенциала, предложенный А.В. Дроздовым[31], ориентирован на применение в условиях особо охраняемых природных территорий – национальных парков. Первый этап рассматриваемой методики предполагает выделение основных компонентов туристского потенциала, подлежащих оцениванию. Всю совокупность этих компонентов целесообразно разделить на две основные группы: а) природные и культурные ландшафты и их компоненты; б) средства и условия осуществления туров (программ, экскурсий). Второй этап предусматривает непосредственную оценку туристского потенциала территории. Обычно туристский потенциал и ресурсы рекомендуется оценивать в

функциональном, гигиеническом, эстетическом, технико-экономическом и природоохранном аспектах.

В.А. Рубцовым и С.А. Шабалиной [92] предложен алгоритм оценок комплексного рекреационного потенциала территории, его составных частей, пересечения, взаимовлияния друг на друга. Исходя из конкретных условий территории и их содержательного анализа, а также требуемой точности и возможности субъекта оценивания территория разбивается на операционно-территориальные единицы (ОТЕ).

Е.Ю. Колбовский [46] считает возможным оценивать туристский потенциал по следующему плану:

1. Наличие привлекательных объектов исторического наследия.

2. Наличие уникальных природных объектов и объектов, связанных с культурным ландшафтом.

3. Наличие мест стихийного рекреационного притяжения (мест, которые выбраны населением для отдыха самостоятельно).

4. Заключение о характере туристско-рекреационного потенциала региона.

Ю.А. Худеньких [116] разработал методику оценки туристского потенциала территории, основанную на следующих принципах: объективность показателей, ключевые показатели, относительность (сравнимость), дополнительная коррекция. Оценка туристского потенциала проводится применительно к наиболее массовым формам туризма, которые можно ассоциировать с «туризмом вообще» (оздоровительный, познавательный, спортивный, деловой, лечебный).

В основе методики П.С. Ширинкина и А.С. Пахомовой [125] лежат следующие критерии:

1. Перспективность территории для развития на ней требуемых видов туризма.

2. Транспортная доступность (круглогодичная или сезонная).

3. Комплексность туристских ресурсов и их сочетание.

4. Плотность туристских ресурсов.

5. Сервис, гостеприимство, информатизация.

6. Туроперейтинг.

7. Сочетание природных территорий туризма.

Туристская аттрактивность и ее оценка в российской туристской литературе относится к малоизученным аспектам. Исследования в этом направление в основном имели тенденцию – оценить аттрактивность ландшафтов. Например, работа А.Н. Мартынова[65], где автор рассматривает аттрактиность как особый вид туристского ресурса и оценивает ее исходя из объективных и субъективных факторов. В частности, в отношении ландшафтов автор отмечает, что оценка их привлекательности подразумевает анализ таких параметров, как уникальность и неповторимость, эстетичность и экзотичность, комфортность и контрастность элементов ландшафта.

В последние десять лет в работах по оценке туристского потенциала все чаще стали использоваться ГИС технологии. С помощью их становится возможным ускорить работы, связанные с огромным количеством информации. С таких позиций А.М. Саранча [95] оценивает туристский потенциал Удмуртской республики, М.А. Чуб [120] – Амурской области.

Рассмотрим методы расчета туристского потенциала некоторых западных исследователей.

Португальские ученые J.C. Ribeiro и L.C.Vareiro [176], чтобы рассчитать туристский потенциал, разделяют стороны предложения и спроса. Объекты анализа со стороны предложения – это количество и качество аттрактивных объектов конкретной территории. Со стороны спроса – это восприятие и интересы туриста на анализируемой территории.

Теми же авторами, для того чтобы присваивать балльные оценки разным ресурсам, используется 4 -балльная шкала:

1) локального значения,

2) регионального значения,

3) национального значения,

4) интернационального значения.

Чешские специалисты приходят к выводу, что фокусом туристского исследования является ландшафт. По их мнению, туристский ландшафт – результат

развития некоторых процессов благодаря деятельности страны, региональных офисов, туристских агентств, туристов и др.

Большой популярностью среди практиков туризма пользуется ежегодный отчет The Travel & Tourism Competitiveness Report(Международного экономического форума по туризму и путешествием), который издается с 2007 г. [153]. На сегодняшний день рассматривается туристская сфера уже 140 стран, которые сравниваются по индексам, разработанным организаторами ежегодника, и получают соответствующие рейтинговые места. TTCI (Travel and Tourism Competitivness Index) индекс состоит из трех субиндексов. Каждый из субиндексов, в свою очередь, состоит из 14 других показателей: В 2013 г. индекс колебался между 2,59 (Гаити – 140-е место) и 5,66 (Швейцария – 1-е место) баллов. Индекс и отчет в целом имеют большое значение, поскольку рассматривается довольно большое количество показателей, что дает возможность сравнения среди широкого круга стран. Слабая сторона отчета в том, что TTCI – индекс, основываясь на международных показателях относительно той или иной сферы, не учитывает локальных туристских значений.

Несмотря на большое количество работ, связанных с изучением туристского потенциала территории, на сегодняшний день нет общепринятого метода оценивания туристского потенциала региона или страны. Это объясняется как разнообразием туристских мест и ресурсов, так и разнообразием видов туризма. Если советские ученые большое значение придавали природным компонентам, то западные ученые более тщательно рассматривали аттрактивность конкретных объектов или комплексно аттрактивность всех объектов региона с позиций туристов. Подтверждение этому служат слова А.И. Зырянова[41] о том, что у советских и российских географов приоритетным направлением в исследованиях является природно-ресурсная основа территориальной организации общества. Это подтверждает и С.Б. Лавров и Г.В. Сдасюк, говоря о том, что в большинстве глобальных моделей, которые были разработаны в западных странах, достаточно слабо представлена природно-ресурсная составляющая[41]. Нельзя отрицать значимость как отечественных, так и зарубежных исследований ученых.

Одна из насущных проблем – отсутствие единого метода подсчета туристского потенциала, что лишает возможности сравнивать потенциал одного региона с потенциалом другого. О необходимости такого сравнения пишут в частности, И.В Зорин и В.А. Квартальнов [35]. Можно использовать разные существующие методы, связанные с природными факторами, для оценивания туристского потенциала локальных мест или для решения конкретных задач. Однако полезнее будет их реализация в интегральных методах, оценивающих потенциал в зависимости от многих факторов (в том числе природных). Нельзя не придавать значения работам разных европейских исследователей, которые рассматривают туристский потенциал отдельных городов (например в Португалии). Однако их недостаток заключается в оценке городов отдельно от региона, т.е. при оценивании внутреннего потенциала города не учитываются его роль и значение в регионе и стране. Еще более примечательными можно считать работы, в которых дается оценка информационным, инфраструктурным показателям и доступности места. На наш взгляд, вполне логично проведено деление потенциала по следующим компонентам: аттрактивность места, доступность, информация, туристские и другие инфраструктуры. Некоторые ученые рассматривают туристский потенциал с чисто экономической точки зрения, подразделяя его на туристский потенциал и спрос. При этом получают оценку только те факторы, которые связанные с инфраструктурным показателем, то есть игнорируется фактор привлекательности.

По нашему мнению, более продуктивным и достоверным будет интегральное оценивание туристского потенциала, если в процессе оценочных работ будут использованы разные методы оценок, исходя из конкретного типа ресурса. На сегодняшний день наиболее важно при оценке туристского потенциала избежать субъективности. Несмотря на попытки использовать разные методы, вопрос, касающийся оценки туристского потенциала, остается проблемным. Если можно определить полезные свойства минеральных вод на том или ином участке, комфортность погоды для среднего человека, то нелегко оценить привлекательность ландшафта, историко-культурного наследия и т.д. Трудность состоит, как уже подчеркивалось выше, в значимости ресурсов для индивидуального туриста,

которая будет субъективной. И этому субъективному мнению (к примеру, о привлекательности места) свойственно меняться в зависимости от многих факторов, например, вследствие роста популярности.

В связи с этим следует указать на большую роль экономических оценок, в которых делается акцент не столько на привлекательность места, сколько на его возможность принимать туристов, а также на другие экономические факторы.

Отсюда можно сделать вывод: для получения наиболее объективной оценки во время туристских исследований, интегральной оценки, стоит рассмотреть территорию исследования с двух сторон: 1) возможности места для привлечения туристов 2) возможности принимать туристов. Для оценки возможностей привлечь туристов больше всего подходят рекреационно-географические методы, а для оценки возможности места принять туристов – экономические. Первое и второе в этом случае взаимо связаны, причем первое может преобладать и наоборот, но на темпы развития туризма всегда влияет тенденция их сравнения, и общий рост.

Значительным фактором, влияющим на туристскую оценку, должен считаться опыт туристского региона. Если выше была отмечена субъективность оценки туристов, то при повторяющемся из года в год «наплыве» туристов объективность оценки будет увеличиваться. Если место не является традиционной туристской дестинацией, то оно должно быть замечено хотя бы местным населением как привлекательный объект.

При оценке туристского потенциала необходимы географические методы, которые наиболее оптимальны в сочетании с экономическими оценками. Главное, чтобы при оценивании использовались опыт и практика туристской деятельности конкретного места.

Развивая наше предложение, высказанное в разделе 1.4, предлагаем новый подход к исследованию туристской сферы с точки зрения оценки потенциала для региона или страны. Как уже упоминалось, для расчета потенциала оцениваются, с одной стороны, объекты, которые имеют туристскую привлекательность, а с другой - туристская инфраструктура.

В общих чертах туристский потенциал мы отразили схематически (рис. 2). На схеме отдельно представлены компоненты аттрактивности, для которых важны привлекательность, информационная обеспеченность и географическое положение, а также туристские ресурсы, для которых важными характеристиками являются качественные количественные и ценовые качества.

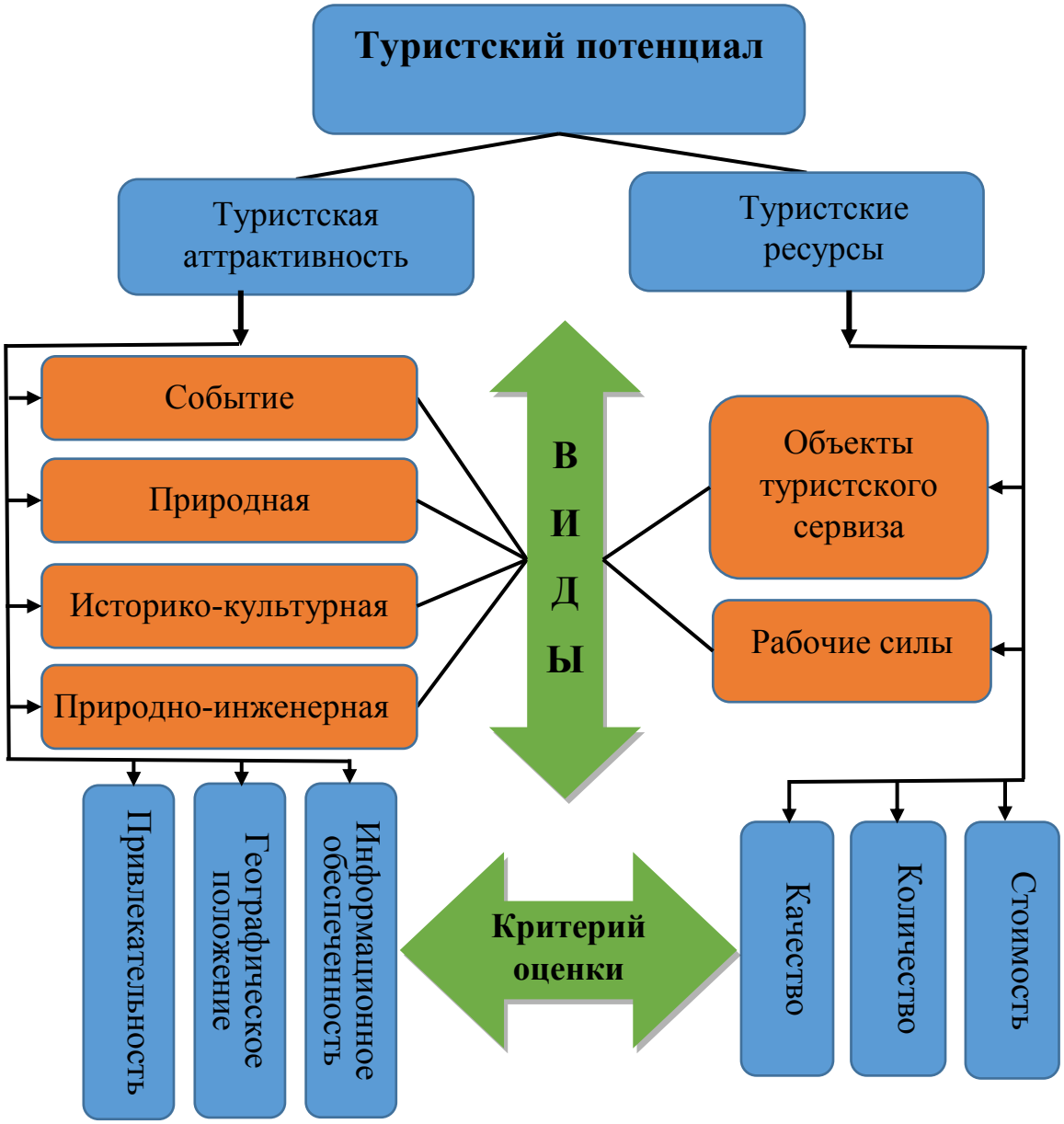


Рис. 2. Туристский потенциал и туристский ресурс: критерии оценки

Под ресурсами мы понимаем объекты туристского обслуживания, рабочую силу и инфраструктуру. Все компоненты здесь созданы человеком или представляют возможности человека. Сюда входят объекты размещения и общепита, пункты аренды машин, туристские информационные центры, фирмы, услуги гидов дорожная сеть, рабочая сила. Главными критериями для оценки этой

составляющей системы туризма являются качество, количество и стоимость. Ресурс часто рассматривается специалистами экономической науки, разработаны методы для его оценки.

Для лучшего понимания процессов в системе туризма после принципиального разделения содержания понятий «аттрактивность» и «ресурс» необходимо их сравнение, поскольку одно понятие зависит от другого. Если можно подсчитать компоненты ресурсов (количество гостиниц, рабочей силы и т.д.) и при этом не прибегнуть к рассмотрению составлявших аттрактивность, то для оценки аттрактивности и получения конечного результата нужно обратить внимание на отношение ресурсов к аттрактивности, от чего может зависеть увеличение или уменьшение используемости аттрактивности (удаленность от дорог, наличие по близости объектов размещения), а в целом и потенциал территории. Не будет лишним еще раз отметить, что аттрактивность является самым важным звеном в сфере туризма, она стимулирует развитие и увеличение ресурсов, но без ресурсов аттрактивность останется неиспользуемой, непригодной. То есть для развития туризма необходимо взаимное развитие и увеличение как аттрактивности, так и ресурсов, которые находятся в тесной взаимосвязи и взаимообусловлены.

Рассмотрим более детально понятие «туристская аттрактивность». Он имеет три основные составляющие: 1) аттрактивние объекты, 2) информационные ресурсы, 3) экономическая-социальная-экологическая (СЭЭ) оценка всей территорий (рис 3). Последнее представляет собой считывание новых мировых тенденций и согласно этому оценку состояния страны для развития туризма.

На сегодняшний день вместо социально-экономико-экологической оценки используется оценка устойчивого туризма, которая исходит от обшей концепций устойчивого развития [124]. Можно считать одним из устойчивых направлений туризма географический туризм [182]., который еще не во всех странах воспринимается как выраженный вид, но он предполагает соблюдение основных принципов устойчивого туризма, учет географии территории, «географичность» туристских программ и предложений.

Информационные ресурсы в туризме играют очень важную роль, особенно в связи со становлением и распространением мировой сети. Кроме того, могут быть представлены как компоненты и в оценке аттрактивных объектов и в СЭЭ-характеристике. Информационные ресурсы можно разделить на 3 группы: информация об отдельных объектах, привлекающая информация о

Рис.3 Структура оценки туристской аттрактивности территорий

целой территории, репелентная информация. Если в первом и втором случаях следует работать над улучшением качества и увеличением количества, то в третьем – надо стремится избавится от такой информации.

Аттрактивные объекты представляют собой традиционные компоненты туристских исследований, их тоже можно характеризовать в трех группах. Природные – водопады, горы, озера, ландшафты и т.д., историко-культурные (антропогенные) – архитектурные памятники, церкви, замки, мосты и т.д.; природно-антропогенные – где привлекательность обусловлена как природой так и человеком можно сказать в равной степени, например, висячие мосты ,

водохранилище, события – праздники, фестивали , популярные объекты инфраструктуры – развлекательные центры, получившие мировую значимость, гостиницы, музеи и рестораны.

При изучении аттрактивных объектов мы используем метод индукции: после изучения всех объектов даем общую оценку региона. При социально-эколого-экономической оценке, рассмотрев общую ситуацию, мы можем с помощью метода дедукции разработать рекомендации для отдельных объектов. При оценке информационных ресурсов необходимо использовать оба подхода. Первый – при оценке значимости отдельных объектов, а второй – при оценке общих достоинств всего региона. Второй метод может быть использован для оценки отдельных аттрактивных объектов.

В данной работе в целях апробирования представленного выше подхода была дана оценка аттрактивности Согласно схеме из рис. 3. Так как влияие других сфер относится ко всей территории, то показатель СЭЭ был представлен обшей оценкой для всей страны. Также для всей территории былы рассчитаны информационные ресурсы. Аттрактивность объектов был оценен на примере Сюникского марза (область) Республики Армения с помощю метода предложеным нами в в третем главе.

ГЛАВА 2. ТУРИЗМ В РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИЯ

2.1 Республика Армения как дестинация

Республика Армения (РА) находится в северо-восточной части Армянского нагорья в Западной Азии. Её площадь – 29743 км^2, из которых 70,6% – земли сельскохозяйственного значения, 12,4% - лесной фонд, 8,4% - ООПТ и 8,6% – другие земли [139]. Высшая точка в стране - гора Арагац (4090 м), самая низкая точка – урез нижнего уровня реки Дебет (375 м). Наибольшая протяженность с северо-запада на юго-восток составляет 360 км, а с запада на восток – 200км . Население – 3,2 млн человек (2011).

Рельеф страны горный, 76,5% территории находится на высоте от 1000 до 2500 метров над уровнем моря. Горные хребты занимают около 14 тыс. км^2 или 47% площади страны. Территория отличается разнообразием горных пород. Самая длинная река, протекающая по территории республики – Ахурян (186км), она впадает в Аракс. На территории страны находится одно из самых больших высокогорных озер мира – Севан, с большим запасом пресной воды. Армения - страна древняя (с VIII в. до н.э.), с богатейшим историческим наследием.

На протяжении всей истории Армения располагалась на границе цивилизаций: между Римом и Ираном, мусульманским и христианским мирами, между Турцией, Россией и Ираном. Вследствие этого в разные периоды истории на её территории велись военные действия, были оккупации. В древности через Армению проходили пути, связывавшие восток с западом, а север с югом. Одним из таких путей был знаменитый «шёлковый путь». Еще в древности страну посещали люди из разных уголков тогдашнего мира. Все исторические события отставили след в культуре и обычаях местного населения, что немаловажно для развития туризма

Туризм как таковой начал развиваться в стране с 30-х годов прошлого века в тогдашней советской Армении, но, как и в целом в Советском Союзе, туризм основывался на курортно-оздоровительных центрах, на экскурсиях и в меньшей степени на плановом и самодеятельном туризме. С первых же лет первенство в этой сфере заняли города Цахкадзор и Джермук, привлекавшие туристов своей природой

и чистым воздухом. При этом если в Джермуке большим спросом пользовались лечебные воды, то Цахкадзор быстро стал знаменит как центр горнолыжного отдыха. Позже популярными стали и другие курортные города, такие как Дилижан, Анкаван, Арзни и др. Многих иностранцев очаровывало озеро Севан. О красоте этого горного озера писали разные люди с давних времен. В связи с общемировыми и общесоветскими тенденциями в сфере рекреации и туризма стали знамениты и другие достопримечательности Армении – как природные, так и культурные.

В 1990-е годы наступил коллапс и деградация во всех сферах экономики, в том числе и в сфере туризма. Большинство гостиниц, пансионатов, курортных районов оказались заброшенными, некоторые в этом состоянии остаются до сих пор. С 1996 года ситуация нормализовалась, начались восстановительные работы. Причем, восстанавливалось не только старое: строилось много нового, что было связанно с становлением рыночных отношений в туризме. До последнего времени лишь малая часть населения республики пользовалась услугами внутренного туризма, еще меньшая – выездного. Если в советское время основной поток в республику состоял из граждан Советского Союза, то сейчас значительная часть прибывших являются представителями армянских общин мира, затем «следуют» граждане европейских государств, США и России. Сегодня в стране экономика развивается медленно, но стабильно, а сфера туризма, можно сказать, стремительно, о чем свидетельствуют цифры: например, число прибывающих иностранных туристов в последние годы существенно растет.

Как было сказано, первые туристские потоки появились в Армении уже в первые годы существования Советского Союза, параллельно стали изучаться туристские ресурсы страны. Тогда основным притягательным фактором являлись минеральные воды и курортные города с их чистым воздухом. Соответственно рекреационные исследования имели характер описания отдельных курортов или составления справочников по курортам. Такими работами являются, например, «Туристские и курортные богатства Советской Армении» [28], «Здравницы

профсоюзов Армянской ССР» [2], «Справочник по курортам и домам отдыха ССР Армении : С приложением туристических маршрутов»[3].

В последние десятилетия существования СССР ученые всей страны, в том числе и Армении стали больше внимания обращать на познавательный и культурный туризм. Уникальна в этой связи работа Ю.С. Путрика[87] «Туризм глазами географа», в которой придается большое значение не только курортному туризму, ландшафтной привлекательности, но и отмечается как важный фактор богатого туристского потенциала – древняя история армянского народа и его культура. Также рассматривается архитектурное наследие – как старинное, так и созданное в Советской Армении. Автор особое место отводит озеру Севан, назвав его «огромной чашей прозрачных вод». Обобщая сказанное Ю.С. Путрик делает вывод: «Закавказье еще далеко не исчерпало своих туристских возможностей. Здесь предстоит освоить горы»[87, с. 44](под Закавказьем он имеет в виду Армению, Грузию и Азербайджан).

На территории Армении с древних времен до настоящего времени сталкивались разные цивилизации: греческая, римская, мусульманская, славянская, арабская, турецкая, оставившие след как в быту местных жителей, так в других сферах жизни народа. Кроме того, территория Армении считается одним из центров появления цивилизации. Только два дополняющих друг друга фактора – горный рельеф и вековое проживание здесь коренного населения уже делают понятным, почему территория Армении вызывает туристский интерес.

Попробуем обосновать соответствие территории Республики Армения (РА) понятию дестинация, исходя из трех ранее обсуждаемых ее характеристик. С экономической точки зрения – это целостное пространство, на всей территории которой торговля осуществляется с использованием местной валюты (драм), основным рынком и экономическим центром является столица страны Ереван. Здесь находятся основные учреждения всех существующих в стране банков, главные офисы промышленных организаций и представительства иностранных организаций. Кроме этого, здесь живет 1/3 всего населения страны, что позволяет городу играть роль главного рынка. Всё это свидетельствует об однородности действующих

экономических отношений на всей территории. Из этого следует, что турист, находясь на территории Армении и передвигаясь с одного места на другое, не будет чувствовать больших различий в экономической среде.

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

Третий индикатор – туристская ориентированность. Благодаря советскому периоду и тенденциям последних пятнадцати лет, в стране сформировались достаточно благоприятные условия для развития туризма. Речь идет как о туристских традициях, так и о появлении новой и реконструкции имеющейся туристской инфраструктуры, приведении туристских объектов в подобающий вид, строительстве дорог, соединяющих все регионы республики, что делает доступной для посещения практически всю территорию страны.

Для обоснования этого положения мы решили сделать следующее исследование. Были рассмотрены самые известные туроператоры Армении, проанализированы их туристские маршруты с помощью ГИС-технологий. Анализ должен был показать географические особенности положения туристских объектов, их доступность и туристскую ориентированность территории.

Выбор достопримечательностей на территории страны мы осуществили с помощью анализа туристских маршрутов, предлагаемых туроператорами. Были выбраны 10 самых популярных туроператоров, действующих в стране. Основное количество мест, которые посещают туристы в Армении, достигает тридцати, причем у многих операторов маршруты и места посещений обычно повторяются, редкие места входят в маршруты отдельных туристских компаний [141,142]. Последнее касается в основном новых рекреационных занятий, например, трекинга, хайкинга, джипинга и др. Оценка важности объектов представлена на рис. 2.

Туры, как правило, имеют продолжительность от 5 до 17 дней, но наиболее разработанные и популярные туры – 7-10 дней [141]. Это характеризует Армению как дестинацию, в связи с коротким временем, необходимым для путешествия по ее территории. Самые короткие путешествия – это маршруты по Еревану, озеру Севан, северо-востоку Армении, вокруг горы Арагац, в Араратскую долину, Вайоц Дзор и Южную Армению. В 2014 году число туристов, приехавших отдохнуть, составило 1 млн 200 тыс. человек, что свидетельствует о востребованности территории Армении [138].

Хотелось бы продемонстрировать объекты, посещаемые в маршрутах, выбранных нами туроператоров на карте, выявить географическое положение этих мест по отношению к обшей территории страны (рис 2). Если учесть особенности рельефа, легко понять, что почти вся территория покрыта достопримечательностями. Причем с помощью градационного представления объектов видно, что популярные объекты совершенно не обязательно находятся в одном месте. Это свидетельствует о сравнительной равномерности расположения туристских объектов на территории страны.

Кроме этого, территория обладает большим разнообразием ландшафтов в связи с вертикальной поясностью. Так, озеро Севан повышает красоту горных пейзажей и представляет возможность для занятий водными видами рекреации.

В рассмотренных ранее определениях было отмечено, что для формирования дестинации на территории должна быть создана туристская инфраструктура и организовано обслуживание. В связи с этим, мы бы хотели для подтверждения существования туристской инфраструктуры в Армении показать сеть достопримечательностей вместе с сетью автомобильных, железных дорог и городов с населением более 10 тыс. жителей. Эти города имеют большие магазины, объекты общепита, места для размещения туристов и автосервис (рис. 4).

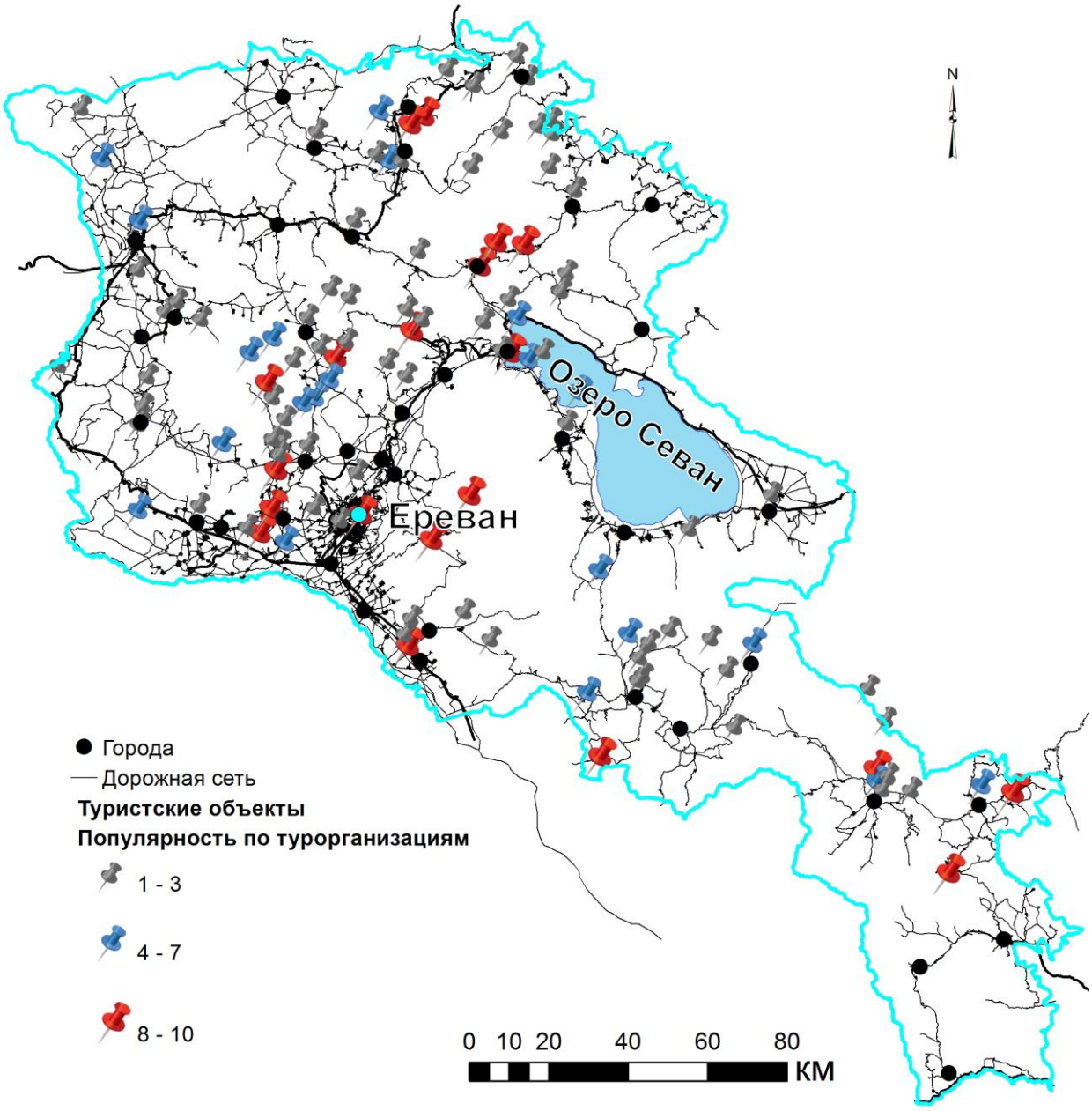


Рис. 4. Популярные туристские остановки в РА и её инфраструктура

Карта показывает, что к большинству туристских объектов есть дороги, и, вообще, дорожная сеть довольно густая, что предоставляет возможность путешествовать на автомобиле по всей территорий страны. Другая интересная особенность в том, что рядом или недалеко от туристских объектов есть города, где любой турист может удовлетворить потребности в питании и жилье. Немного известных мест для туристского посещения только в крайней южной части страны и в северной осевой. Исходя из сказанного и результатов исследования следует:

Республика Армения ввиду малой площади, обильности туристских объектов, густой дорожной сети и существования объектов сервиса имеет право называться туристской дестинацией и рассматриваться как целостная туристская территория.

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

Под дестинацей следует понимать разномасштабные географические объекты. Это может быть город, курорт, регион или страна. По отмеченным выше характеристикам можно проверить правомерность причисления того или иного объекта к категории дестинации. После того как территория начинает признаваться дестинацией, появляются несколько преимуществ для туристского исследования, управления и развития. Основа этого – в принятии территории однородной в туристском отношении.

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

2.2. История туризма и развитие туристских исследований в РА

Сначала мы бы хотели рассмотреть роль, которую играла Армения в путешествиях прошлого, представить первые заметки иностранных путешественников, которые оценили территорию как привлекательную, становление туризма как отрасли экономики, повышение её роли в жизнедеятельности населения. И в завершение описать сегодняшнюю ситуацию.

О красоте и загадочности Армении говорили древние греки и римляне. Большую роль для становления будущего туризма, можно считать, сыграло существование древних торговых путей. Несмотря на то, что Армянское нагорье для передвижения представляет большие трудности и преграды, но благодаря узловому географическому положению его территория с давних времен являлась соединяющим звеном между Индией и Персией с Чёрным и Средиземным морями, Месопотамии с Каспийским и Чёрным морями. Торговые связи этих стран и регионов лежали через Армению. Участие Армении в международной торговле имело не пассивный характер, не состояло только в обслуживании караванов, страна предлагала на международном рынке свои товары.

Историю развития туризма в Армении можно условно разделить на несколько стадий. Первая – **дотуристская** до 1800 г.; это было время, когда по разным причинам путешественники и другие заинтересованные люди хотя и посещали территорию, но которое нельзя отождествлять с туризмом. Самым знаменитым путем через Армению являлся тот, который проходил из Средней Азии через Армянское нагорье до берегов Чёрного и Средиземного морей. Существовали две дороги, которые шли в Армению из Средней Азии. Первая была длиннее, но менее опасной, более надёжной и проверенной. Главным образом с помощью этой дороги связывались запад с востоком. Она проходила через Тегеран, Тебриз и доходила до долины Аракса. Путь являлся важным для международной торговли. Товары из Индии и Персии шли в Европу этой дорогой, которая проходила через Армению до берега Чёрного моря, до знаменитого в те времена города Трабзон. Это был знаменитый Шёлковым путь[4].

Вторая, **начальная, стадия** начинается с 1800-х годов, когда появляются зачатки развития туризма в Армении. Как раз в то время туризм становится важной тенденций в мире и особенно в Европейских странах, причем более активно люди занимаются горными восхождениями, экскурсиями в природу и к культурно историческим объектам, горные курорты становятся самым любимым местом знати многих стран. Знаменательными датами становятся восхождения на гору Арарат, которая многих притягивала как место, где находится Ноев ковчег. Большим событием стало восхождение на гору профессора Фридриха Паррота из Дерптского университета (сегодня Тарту, Эстония), который после написал книгу о стране и о своем восхождении на гору. Начиная с 1844 г. в Армении много путешествует немецкий ученый Герман Абих, в 1845 г. он предпринимает восхождение на Арарат. Вплоть до Первой мировой войны туризм носит в основном характер школьно-университетских экскурсий и восхождений на вершины гор.

Третью стадию можно назвать стадией **становления туризма**, когда начинает интенсивно развиваться туризм в Армении, после её присоединения к СССР в 1920 г. Причем развитие международного и внутреннего туризма происходит независимо друг от друга. Официальным началом развития организованного туризма в Советской Армении считается 1930 год, когда организовывается «Дружба пролетарского туризма». Развитие идет в основном в том направлении, что и прежде, то есть как экскурсионный и горный туризм, а позже добавляется горнолыжный туризм.

Четвертая – стадия развития начиная с 1960 года местными туристскими маршрутами начинают пользоваться массово [34]. Особый акцент делается на развитие туризма среди школьников и молодежи. В 1973 году количество самодеятельных туристских коллективов в республике доходит до 2350, где 22 тыс. человек прошли многодневные некатегорийные туристские маршруты, выполнили так называемые в то время спортивно-туристские нормы «Турист СССР» и были награждены соответствующими нагрудными знаками. В это же время было разработано и утверждено 60 местных и 10 всесоюзных маршрутов. В советской Армении во всех сферах экономики происходит стремительное развитие, особенно

после 1960 года, и в связи с этими новыми тенденциями особенно начинает развиваться массовый туризм. Этому содействует и государственная политика: обеспечивает инфраструктурой и снаряжением, созданием маршрутно-квалификационных комиссий и контрольно-спасательной службы, работают туристские клубы, проводится большая агитационная работа.

Во внутреннем туризме в ССРА в этот период можно выделить два направления. Первое – это отдых коренного населения на территории республики, а второе – отдых туристов из других советских республик. Вышесказанное о советском туризме в большей степени относится к первому. Следует отметить, что большое развитие получила в это время и укоренилась до сих пор экскурсионная деятельность среди местного населения, связанная со знакомством с историко-культурным наследием. Как места летнего отдыха у туристов стали популярны берега озера Севан, горные курорты Джермук, Цахкадзор, Арзни, Анкаван, Дилижан, а местами зимнего отдыха – Цахкадзор и Дилижан.

Говоря о втором типе туристов, а именно из других советских республик, следует сказать, что их привлекала как страна с богатой историей, горная, с наличием оздоровительных центров и минеральных вод территория. Очень интересным притягательным в большей мере для славянских и балтийских народов гостеприимство и обычаи армянского народа. Отчасти созданным за эти годы можно объяснить сегодняшнюю популярность в странах СНГ таких курортов, как Джермук, Дилижан, Цахкадзор, озера Севан и Еревана как исторического города. Развиваются научные организации, одной из которых является НИИ курортологии и физической медицины, который действует с 1930 года[76].

Особое отношение к иностранным туристам (из несоциалистических стран) проявлялось в том, что они находились под контролем государственных служб, кроме того, для них были строго ограничены места посещения и рассказываемая информация. Это хотя и имело негативное влияние на развитие туризма, но не мешало туристам получить хорошее впечатление от посещения страны. Иностранным туризмом в СССР занималась организация «Интурист» филиал которой в Армении был открыт в 1932 году. Организация брала на себя заботу о

туристах, начиная с их приезда, организовывала поездки, отдых, экскурсии, занималась подготовкой кадров и строительством гостиниц, кемпингов. Были составлены буклеты, в которых на нескольких языках была представлена Армения, как историческое место с сохранившейся богатой культурой и памятниками архитектуры. Иностранные туристы с помощью буклетов могли познакомиться с природой, географией, историческими памятниками, экономическими достижениями Армении. Одним из важных событий стало издание в 1970 г. книги под названием Intourist «Soviet Armenia». Работа по привлечению иностранных туристов в основном имела такую информационную форму.

В советское время кроме плана Еревана были составлены главные планы городов и курортов Арзни, Цахкадзор, Дилижан, Арзакан, строились дома отдыха, проводилась работа по сохранению историко-архитектурных памятников, разрабатывались и реализовались проекты развития Ечмиадзина, Ленинакана (Гюмри), Гориса, Дилижана и других историко-культурных мест.

Гостиницы (государственная собственность) принадлежали трем госструктурам – ВАО «Интурист», Совету по туризму и экскурсиям и Объединению гостиниц. Три столичные гостиницы ВАО «Интурист» считались самыми крупными и комфортабельными (включали апартаменты). Они располагали ресторанами с европейской и национальной кухней, банкетными залами, барами, маранами (так в старину называли винодельни, сейчас это – залы и подвалы, в которых дегустируются армянские вина и коньяки).

Начиная с 90-х и до 2000-их, наступает **стадия упадка**. Несмотря на относительно высокий по советским меркам уровень комфортности гостиниц, новые времена потребовали не только реконструкции гостиничного фонда, но и строительства новых гостиниц[30].

Очень метко подметил B. Kiesling [165], говоря о том, что только после распада Советского Союза Армения упала на туристскую карту мира. В его книге были сделаны интересные выводы, которые можно считать правдивыми, так как она была написана в 1999 году, как раз накануне бурного развития туризма в стране. Автор отмечает, что изначально в страну приезжали главным образом этнические армяне,

то есть развитие туризма начинается с паломнического туризма. Они посещают в основном Ечмиадзин, Гарни, Гегард, берега озера Севан, Нагорный Карабах, и места, пострадавшие от землетрясения – Гюмри и Спитак. В частности, автор отмечает, что «впечатление часто у туристов было в виде аварийной системы водопроводов, перемешанное со случайной монументальностью. Но есть и другая Армения, тонко зеленый, богато текстурированный ландшафт, скульптором каждого уголка которого было тысячелетие человеческого триумфа и трагедий. Существует одарённое и щедрое население, сейчас в основном отрезанное от внешнего влияния, но по-прежнему отчаянно стремящееся продемонстрировать иностранным гостям традиционное гостеприимство и гордость за их способность выжить. Здесь есть природа, экзотичная, иногда красивая до разрывания сердца, и сейчас в основном не посещаемая, но далеко от статуса «недоступной».

Наверное, на самом деле таково было первое впечатление туристов от страны в 90-е, поскольку Армения только возвращалась к нормальной жизни после экономического и энергетического кризиса и ликвидировала последствия войны. Правда то, что в тот период было намного больше, чем сейчас, объектов вне зоны интересов не только иностранных, но и местных рекреантов, и только потому, что мало кто знал о них.

Последнюю стадию правильно будет назвать **стадией возрождения** туризма РА. В отделе туризма и путешествий Министерства экономики Армении[138] считают официальной датой старт развитие туризма в Армении 2000-й год. Мы будем говорить об основных изменениях в сфере туризма Армении и про нынешнюю ситуацию, начиная с этой даты.

С развитием экономики Армении в целом развивается и сфера обслуживания, и туризм. Строятся новые гостиницы, реконструируются старые. Были разработаны стратегические планы по развитию туризма в стране, подготовлены кадры. Опишем ситуацию детальнее.

С 2000-го года отмечается непрерывный рост количества туристов, приезжающих в Армению. Если в 2001-м году насчитывалось 123 тыс. прибытий, то уже в 2014-м их число превысило 1200 тыс, причем впервые миллионный барьер

был пройден в 2013-м году. Единственный период, когда наблюдался самый низкий рост количества туристов за эти 15 лет, были годы мирового кризиса (2008-2009 гг.), но важно отметить, что число прибытий тогда не снизилось, а просто по сравнению с прошлым годом выросло незначительно.

Другой способ отслеживания изменений в сфере туризма Армении можно сделать с помощью оценок The Travel & Tourism Competitiveness Report[153], в котором Армения участвует уже 5 лет. За эти 5 лет Армения по рейтингу Форума в 2011-2013 гг. поднялась с 90-го до 79-го места. Итоговый коэффициент Форума включает разные показатели, связанные с туризмом, такие как количество туристов, туристские места, законодательство, отношение к туристам и др. Интересно, что Армения занимает 2-е место среди 140 государств по темпу роста туристов, уступая только Филиппинам.

На территории страны насчитывается свыше 24000 историко- культурных памятников. Главными видами туризма являются паломнический, историко-культурный, познавательный и лечебный. Быстрыми темпами развивается приключенческий туризм. По данным Министерства экономики Армении[138] в стране действуют 334 объекта размещения, из них 120 находятся в столице. Среди них, гостиниц – 183, из которых 63 в столице. Общее количество номеров в 10705 и 19600 спальных мест [110]. Быстро развивается внутренний туризм, количество внутренних туристов на 2013 г составило 670 тыс. человек при общем населении страны 3 млн человек.

Обобщая, можно подытожить, что изменилось за последние 15 лет. Во-первых, если в 1990 году Армения появилась на туристской карте мира, то к 2005 году она расширила свою узнаваемость, установила туристскую идентичность. Изменилось общее негативное представление о туристском характере страны, сформировавшееся в 90-е годы, благодаря объективным факторам, а также источникам информации. С появлением туристов отели начали реконструироваться, строились новые, повысился уровень обслуживания в разных сферах благодаря приходу в страну мировых гостиничных сетей, а также информационной доступности и саморазвитию. Во всех сферах обслуживания в Армении можно

встретить мировые бренды, однако, например, в сфере общепита более популярной является продукция местной кухни. Повысился уровень знания таких иностранных языков, как английский, испанский, французский и немецкий. Во многих университетах стали готовить кадры для работы в сфере обслуживания и туризма, в том числе в Ереванском государственном университете. Можно сказать, что тенденции ведут к развитию сферы туризма в Армении во всех направлениях, к увеличению количества возможных видов туризма, повышению уровня профессионализма персонала, обновлению инфраструктуры.

С точки зрения изучения туристских ресурсов и туризма в стране, а конкретнее курортологии, громадную работу проделал «НИИ курортологии и физической медецины РА» На территории Армении исследователи НИИ обнаружили около 100 месторождений торфа, изучили их микрофлору и лечебную ценность. Путем комплексного климатологического анализа были изучены климаты курортов и курортных местностей республики и метеорологические условия климатотерапии. Научно обоснованные данные о природных лечебных факторах республики, в частности, гидроминеральных ресурсах, и климатическая характеристика различных регионов Армении послужили обоснованием развития курортов Арзни, Джермук, Дилижан, а также создания курорта Анкаван.

Развитие туризма в Армении сопровождалось научным изучением этой деятельности. Рассмотрим некоторые научные работы, выполненные на территории Армении по выявлению туристских особенностей страны и оценке туристского потенциала.

Д. Э. Хачиян[114] считает, что туристское развитие в Армении имеет очень нестабильный характер. Автор, рассматривая результаты более передовых в этом отнощшении стран, приводит в пример Израиль, Венгрию и Австрию. Работа примечательна сравнениями экономических показателей.

Работу А. В. Барсегяна[11] можно разделить на две части. В первой – дается понятие о природно-рекреационных ресурсах, перечисляются знаменитые или имеющих привлекательность природные объекты. Во второй части обсуждаются исторические особенности страны, события, происходящие на территории страны,

начиная с Урартского царства, принятия христианства до советской Армении и наших дней. Работа имеет в основном описательный характер

Н.К. Оганян[80], рассматривая туристские ресурсы и инфраструктуру Армении, делает такие выводы: несмотря на то, что количество иностранных туристов растет, по прежнему их основной контингент – представители армянских диаспор. Одной из самых острых проблем автор считает стихийный характер развития сферы туризма, неэффективное использование инвестиций. Официальная статистика подтверждает выводы Н.К Оганяна, однако в последние годы количество отдыхающих других национальностей увеличивается. Этот же автор более масштабных позиций рассматривает развитие туризма в Армении в другой работе [79]. Здесь он отмечает важность вовлечения в туризм не одну страну а регион в целом, что может быть более привлекательным для туристов из далеких мест и в большей степени оправдать их расходы на дорогу. В качестве примера такого регионального проекта приводится туристский продукт «Великий шелковый путь», где Армении отводится важное место.

Серьезное исследование гостиничной сети проделано М.Г. Саргсяном[97]. Автор указал на проблемы, связанные с потребностью реконструкций основных гостиничных фондов, большая доля которых располагается в Ереване. Между тем большое число достопримечательностей находятся далеко от столицы. Исследователь положительно оценил появление в стране международных гостиничных сетей, таких как Marriott Hotels, Inter Continental Hotel Groups, Best Western, гостиниц в курортных городах далеко от центра, в Джермуке, Дилижане и др.

В этом направлении интересная работа проделана Г.Р. Товмасяном[108], который предлагает постройку и реставрацию домов отдыха и лечебниц в курортах Армении, основываясь на их востребованности в советское время, причем распределять их равномерно по курортом. В качестве инвестиционного средства по примеру некоторых европейских государств автор предлагает ввести «туристский налог», который взимается с туриста (1-6 евро в Италии). В Армении автор предлагает ввести налог 1-3% от стоимости предоставленных услуг. По его расчетам

в республике в течение года можно собрать 15 миллионов долларов и эти средства использовать в целях развития туризма, благоустройства и создания его инфраструктуры.

Интересный подход к изучению туристского потенциала у Л.М. Мартиросяна[64], который предлагает в горных районах для выбора подхода во время туристско-оценочных работ выбрать речной бассейн, который, по сравнению с социально-экономическими единицами, может послужить для долговременных планов развития.

Есть немало работ и проектов, которые посвящены туристскому развитию конкретных регионов и городов. Например, в проекте под названием «Стратегия развития города Джермук в 2009-2012 гг.». Н.А. Аветисян[1] рассматривает вопросы развития курортных городов страны. Автор отмечает, что курортные города имеют в основном сезонное использование, потому в экономическом плане отстают от похожих европейских городов. Автор в качестве лучшего варианта для развития курортных городов с ограниченными территориальными ресурсами рассматривает диверсификацию туристских предложений.

Большая работа по изучению и проектированию развития туризма в южной части Армении проделана компанией «AECOM» в проекте под названием «Южный коридор»[106]. Страна разделена на 5 так называемых коридоров, один из которых показан как имеющий своеобразный туристский потенциал.

Не отставая от мировых тенденций и направлений развития туризма в Армении, многие специалисты занимаются вопросами зеленого туризма. М. Саркисян[98] делает акцент в своей работе на развитие экотуризма в марзах страны. К.М. Сарафян[96] предлагает использовать опыт европейских стран по созданию геопарков в Армении, где «базой» послужат горные массивы и геологическое разнообразие. С позиций государственной работы рассматривает развитие туристской сферы И. В. Барсегян[12]. Автор считает относительно успешной на сегодняшний день работу государственных органов в сфере туризма, но указывает на неравномерное развитие туризма по территории страны.

Большой интерес представляют работы иностранных ученых о туризме в РА. В книге «География международного туризма[22]: Страны СНГ и Балтии», её авторы отмечают богатый туристский потенциал Армении, выделяя горные и исторические ресурсы, отмечают, что история Армении наиболее древняя из всех стран Закавказья, существование здесь в IX в до нашей эры первого на всей территорий СНГ рабовладельческого государства. Авторы путеводителя «Армения» из серии «Ле Пти Фюте»[9] считают, что Армения – идеальная страна для пеших и велосипедных походов. По их мнению, «чрезвычайное разнообразие форм рельефа, сконцентрированное на достаточно ограниченном пространстве, позволяет за короткий срок получить массу впечатлений».

Очень интересна статья Н. Ройстомашвили[78], в которой большое значение придается Южному Кавказу (Армении, Грузии и Азербайджану) как интересному и своеобразному туристскому региону. Эту работу можно считать продолжением идей Ю.С. Путрика[87], который, сказав о туристских ресурсах и потоках в Армении, Азербайджане и Грузии пишет о больших возможностях в случае их совместных усилий в сфере туризма.

В книге «Worldwide Destiations»[154] также выделяется Закавказье (Transcaucasia) как туристский регион со своеобразной идентичностью. Отмечается, что страны региона имеют больше сходства со Средним Востоком и Средиземноморьем, чем с Россией. Авторы пишут, что туристский потенциал страны затушевался под воздействием Спитаксого землетрясение 1988 года, блокадного положения и окружённостью недоброжелательными к Армении странами. Геноцид народа 1915 года унес жизни более полутора миллионов армян. Указывая на значимость христианства в стране, авторы утверждают: «Армяне могут претендовать на звание древнейшего христианского народа». Авторы считают, что наиболее привлекают в Армении множество старинных церквей и монастырей, впечатляющее озеро Севан и величественные горные массивы. По оценкам международного ежегодного отчета The Travel & Tourism Competitiveness[153], Армения из года в год улучшает туристские показатели, в 2011 году страна занимала 90-е место, а в 2013 поднялась на 79-е из 140 стран.

Из всего сказанного о туризме в Армении мы пришли к следующим выводам.

Почти все исследователи отмечают богатый туристский потенциал страны, который в основном проявляется в виде историко-культурных ресурсов (церкви и монастыри), горного рельефа и ландшафта (гора Арарат, гора Арагац, Араратская долина). Особое место в работах иностранных ученых занимает озеро Севан как изюминка в горном рельефе. Бальнеологические потенциал и курорты пока еще имеют популярность только у жителей Армении и бывших советских республик.

Отмечается много недостатков, связанных с экономической неустойчивостью и нетуристской ориентаций страны, неприспособленностью для приема туристов инфраструктуры, недостаточностью гостиниц. В основном местные исследователи отмечают неравномерное распределение туристской инфраструктуры, например гостиниц. От этого часто испытывают неудобства туристы, платят дороже. Большая доля работ местных исследователей по туризму имеет экономическое содержание, и лишь малая часть – географическое.

Неблагоприятное геополитическое положение Армении является одним из главных препятствий для развития туризма. Но её географическое положение имеет многообещающий потенциал в случае разрешения нескольких межгосударственных вопросов.

Отмечаются усилия не только частного, но и государственного уровня в сфере развития туризма, о чем свидетельствует Концепция развития туризма в РА[48], утвержденная правительством Армении. Также разработаны проектов развития отдельных городов, курортов и марзов.

Научные работы, вышедшие как в Армении, так и за рубежом, рассматривают тенденции и проблемы, которые актуальны в туристских исследованиях во всем мире. Ощущается ориентация на изучение экологически чистых видов туризма, таких как арготуризм, экотуризм, пещеходный туризм и др.

2.3. Предпосылки развития туризма в РА

На развитие туризма и увеличение туристских потоков в РА влияют разные группы факторов. Среди них, на наш взгляд, наиболее важными на сегодняшнем

этапе развития туризма являются аттрактивность территории, социально-эколого-экономические (СЭЭ) предпосылки и информационные ресурсы. Аттрактивность территории будет рассмотрена в третьей главе, два других фактора в данном разделе. Также во второй главе будут раскрыты водные и лесные ресурсы как ключевые, перспективные в туризме, особенности Армении и как примеры её возможностей: национальный парк Дилижан и местность Ластивер.

2.3.1 Информационные туристские ресурсы РА и их оценка

Сложность оценки туристского потенциала территории определяется фактором многочисленности многообразия туристских ресурсов. Одними из самых важных среди них являются информационные, значение которых во многих исследовательских работах игнорируется или отражается слабо. Кроме того, большая масса туристских информационных ресурсов порождает хаос, и, как отмечает М.Д. Шарыгин [10, с.130], эту ситуацию в территориальных общественных системах можно назвать, с одной стороны информационной «насыщенностью», а с другой – информационным «голодом». По мнению К. Черепанова [118], несмотря на кажущийся значительный объем туристской информации, имеет место дефицит именно качественной туристской информаций, что отрицательно влияет на развитие туризма. С другой стороны, в наш информационный век быстрыми темпами развивается техника и технология создания и представления информации, а также и ее восприятие людьми. Появляется необходимость периодических исследований информационных туристских ресурсов и их влияния на туристские процессы.

В этой связи нами были рассмотрены несколько проблем. Первоначально мы обнаружили зависимость между уровнем развития туризма в стране и его информационной обеспеченностью в мировой сети. Затем мы попробовали структурировать информационные туристские ресурсы, которые влияют на выбор места отдыха туриста, и обосновать эту структуру. Следующим этапом работы было практическое применение полученных данных; мы попытались с помощью этой структуризации оценить информационный туристский потенциал Республики Армения.

На наш взгляд, почти в любом туристском исследовании, которое подразумевает расчет туристского потенциала для региона, страны или большого

города, самым важным туристским ресурсом становится информационный ресурс этой территории. Более того, мы отталкивались от идеи, что любая страна и любое географическое место имеет свою особую туристскую привлекательность и, следовательно, имеет особый информационный туристский потенциал, последний становится одним из главных инструментов привлечения туристов.

Мы считаем, что информационные туристские ресурсы – это все виды информации, которые могут тем или иным способом повышать популярность или возбуждать интерес туристов к данной местности или давать какую-либо информацию о стране (регионе, городе).

Несмотря на то, что вопрос об информационных туристских ресурсах рассматривался в работах как российских ученых (Я.А.Ашкинадзе,А.М Ветитнов [2], Е.А. Джанджугазова [26], А.С. Кусков и др., [60], Ю.А.Худеньких [117]), так и зарубежных (W. Litvina Stephan[171], B. Zeng, R. Gerritsen. [183]), не было предложений по их структуре и модели оценки.

Сегодня создаются возможности количественной оценки информационных ресурсов любой страны, поскольку с появлением мировой сети основная часть информационных потоков проходит через мировую сеть. Большинство туристов и работников сферы туризма используют сеть, как для сохранения, так и для распространения информации. Имеет место использование сети и как обычного справочника.

Для подтверждения зависимости между информационными ресурсами и сферой туризма мы изучили связь между уровнем туристского развития стран и их информационной базой в мировом сети с помощью выбора нескольких стран, соизмеримых территориями и три основных туристских объекта в каждой стране. Корреляция между популярностью стран и количеством информации об её туристских объектах оказалась прямой (см. приложение 1). Этот эксперимент еще раз показал важность информационных ресурсов в интернет-пространстве для развития туризма на конкретной территории.

По виду источников и средств распространения информации можно подразделить информационный турпотенциал страны или региона на **прямой** и **косвенный.** Под прямым информационным потенциалом мы понимаем число видеороликов об отдельных достопримечательностях страны или их совокупности, доступных на иностранных языках, количество документальных фильмов

туристской направленностим о стране, количество стран, где продаются организационные туры в рассматриваемую страну, число веб-сайтов туристского профиля на разных языках, специализированных изданий о туризме, выставок и т.д.

Этот вид информации создается и распространяется для прямой цели, а именно, чтобы привлечь туристов, ее основная задача - реклама страны. Но упоминание о стране как о конфликтном регионе может послужить репелентивным фактором. Итак, информационные прямые ресурсы – это средство, с помощью которого страна представляется за ее пределами.

Большую роль для страны выполняют косвенные информационные ресурсы. По сравнению с прямыми, косвенные ресурсы могут иметь более долгую историю, другой характер и значение, но они способствуют продвижению той страны, с которой связаны. Влияние этих ресурсов настолько эффективно, насколько действенны факторы, формирующие территориальную туристскую рекреационную систему (ТТРС). Они хорошо представлены и классифицированы в работе Л.Ю. Мажар [63]. Исходя из этой классификации, некоторые группы косвенных туристских ресурсов совпадают с факторами, формулирующими ТТРС. Таким образом, информационные ресурсы могут быть историческими, индустриальными, географическими, спортивными, событийными, культурными.

Для выявления прямых туристских информационных ресурсов мы воспользовались двумя параметрами. Первый – количество и качество подачи информационных ресурсов со стороны туристских агентств, второй – количество веб-страниц о значимых туристских объектах страны. Это было сделано после того, как с помощью анализа турмаршрутов были выбраны эти объекты.

Для выявления первого параметра прямых информационных ресурсов ($ПИР_1$) были рассмотрены 160 туристских агентств и турпорталов. Те, у которых не было своей интернет-страницы, далее не рассматривались. На втором этапе определялась подача информации, и те агенства и турпорталы, которые не имели другого языка, кроме армянского, тоже не рассматривались. На последнем этапе была дана оценка в зависимости от количества иностранных языков, число которых очень варьирует (см. приложение 8). В двух агентствах количество языков, на которых была представлена информация, доходило до 7. Первое место занимала информация на английском языке, второе – на русском. Общий итог составил 42,5 балла (приложение 2). Для того чтобы сравнить с другими показателями, мы решили

выразить его в процентном соотношении по сравнению с наилучшим результатом, то есть из возможного потенциала (160 и больше), который в идеале мог быть представлен в том случае, если бы все агентства имели свои страницы, при этом как минимум на двух языках. Полученный нами итог составляет всего 26, 5 %, что, на наш взгляд довольно маленькая цифра и заставляет подумать о рекомендациях по улучшению работы турагенств на просторах мировой сети.

Второй параметр ($ПИР_2$) показывает информационную обеспеченность самых популярных в стране туристских объектов. Для выбора последних анализировались туристские маршруты 10 туристских агентств, и объекты, у которых есть постоянные остановки более чем 6 тур-организаций были рассмотрены дальше. Их число составило 29. После чего было рассмотрено наличие информации об этих объектах в 5 интернет-ресурсах. Выбраны Википедиа, Youtube, Google map как общепознавательные и два широко известных во всем мире туристских портала Tripadvisor и Lonely Planet. Выбор этих источников более очевиден, и объясняется их высокой ролью и большим количеством посещаемости в мировой сети. Поскольку в некоторых источниках информация была представлена по-разному, то есть более подробно и представительно по одним объектам и менее – по другим, то в некоторых столбцах была ранжировка в 1 или 2 балла. Этот параметр составил 436 балла. Максимум в 522 балла можно было получить, если бы у всех выбранных объектов была максимальная оценка по всем параметрам. Второй параметр составил 83 %, что, на наш взгляд, довольно неплохо. Оценка была бы значительно ниже, если бы было рассмотрено больше объектов, а не только самые популярные.

Что касается косвенных информационных ресурсов, то мы рассмотрим каждый из показателей отдельно и постараемся привести примеры по рассматриваемой стране.

Исторический фактор может проявляться в виде упоминания страны в контексте мировой истории или в обозначении мест, где произошли знаменитые события (принятие Христианства, центр Римской империи, Великий шелковый путь) (для Армении – принятие христианства, страна как историческая, армянский геноцид).

Индустриальные предпосылки работают, если страна известна производственными достижениями или экономическим состоянием, имеет признанные бренды (часы Швейцарии, машины Германии, чай Индии, кофе Бразилии). Популярность товаров повышает туристский интерес к стране (в Армении - коньяк, минеральные воды, туф).

Географические факторы – это территориальные свойства страны, благодаря чему она может быть знаменита на международной информационной арене, например, маленькие размеры, наличие больших абсолютных высот, уникальных озер, климатические условия и явления (субтропики, точки критического холода или тепла и т.д.) (для Армении - одна из закавказских стран, горная страна, озеро Севан).

Спортивные предпосылки – место зарождения, распространённость вида спорта или увлечения, например футбол, коррида, восточные единоборства, йога (в Армении – шахматы, тяжёлая атлетика, борьба).

Событийными факторами являются широкоизвестные события, например, карнавал в странах Южной Америки, бал-маскарады в странах Европы т.д. (в Армении – всенародный праздник вина, праздник урожая).

Культурные предпосылки могут быть представлены книгами знаменитых писателей, холстами художников, самобытными занятиями народов, архитектурным наследием (в Армении – своеобразная музыка и танцы, музыкальный инструмент Дудук, многие люди мировой культуры являются коренными армянами, например Арно Бабаджанян, Арам Хачатурян, Шарль Азнавур; четыре объекта в стране, которые входят в список Юнеско, своеобразие архитектуры, хранилище древнейших рукописей, мирового значения и т.д.). Армения в данном контексте богаче всего представлена культурными явлениями, свидетельством чему стала особенная популярность исторического туризма.

Косвенные информационные туристские ресурсы (КИР) оценивались по 10-балльной шкале. Причем, оценивалось не только количество, но и популярность рассматриваемых примеров по каждому фактору. В итоге из возможных 70 баллов в ходе нашего исследование Армения может претендовать на 26 баллов, что составляет 37%. Это свидетельствует как о малой мировой значимости страны, так и о слабо развитых туристских традициях.

Если подводить итог по выше рассмотренным критериям, то Информационные туристские ресурсы (ИТР) Армении будут иметь такую формулу согласно нашей системе оценки:

$$ИТР = \frac{ПИР1 + ПИР2 + КИР}{3} \qquad (2)$$

В итоге информационный туристский потенциал Армении был расчитан согласно формуле 2 и составляет 49, что по нашей системе оценки соответствует примерно половине возможного. Напрашивается вывод о том, что туристский информационный потенциал Армении, который на самом деле не очень богатый (исходя из исторических и географических факторов) используется меньше, чем наполовину. Такая оценка заставляет думать о путях улучшения использования туристских информационных ресурсов Армении.

Как было отмечено, косвенные туристские ресурсы можно рассматривать как потенциал, и этот потенциал всегда можно увеличить. Возможности увеличения будут зависеть от конкретно выбранной группы косвенной информации и от возможностей территории. Оптимальным вариантом будет развитие косвенных ресурсов, которое будет проходить в направлении всех факторов сразу, но это не всегда возможно в связи с недостатком финансовых средств, рабочей силы и др. Для Армении на первоначальной стадии полезно рассмотреть такие информационные ресурсы, как исторические и культурные, которые под воздействием глобализации часто игнорируются и забываются. Источниками таких ресурсов могут стать архивы, научные исследования историков, культурологов. Второй этап – распространение выявленной информации с помощью мировой сети, причем речь идет, не только о создании информационного ресурса, но и о его продвижении, обновлении и изменении. Иногда бывает трудно разделить информационные ресурсы на косвенные и прямые. Это связано с тем, что с развитием туризма и его информационной базы появляются большие затраты на рекламу, и это не ограничивается только ее традиционными видами, а проникает во все сферы деятельности человека.

На наш взгляд достоинство выбранного подхода к информационным туристским ресурсам и метода их оценки в том, что и подход, и оценка являются редкими в своем роде. Это, насколько можно судить, единственная попытка оценки информационного туристского потенциала Республики Армении, но наши подход и метод оценки не претендуют на универсальность и должны шлифоваться и корректироваться.

2.3.2 Социально-эколого-экономические предпосылки развития туризма в РА

Как уже говорилось, для выявления туристского потенциала территории кроме выяснения количества используемого информационного потенциала и потенциала объектов аттрактивности важна общая социально-эколого-экономическая (СЭЭ) оценка ситуации. Это необходимо для выяснения и объяснения многих факторов в сфере туризма. Начнем анализ с экологического фактора и закончим социально-экономическим как более обобщающим.

Экологическое состояние РА. Единственной сферой, на которую положительно повлияло разрушение производства в постсоветские годы, можно считать экологическую. Очень быстрыми темпами сокращалась добыча полезных ископаемых, т.е. производств, которые по большей части были не экологичны. До минимума снизилось производство химической продукции, которое давало 30% производственной продукции СССР в 80-е годы.

Сегодня основное загрязнение окружающей среды приходится на воздушный и водный бассейны. Выброс вредных веществ в атмосферу составляет 261000 т. (2013г), он стабильно держится последние 5 лет[137]. Половина выбросов принадлежит автомобильному транспорту. Наиболее загрязнен воздух над городами Ереван, Алаверди и Раздан. Из речных бассейнов наибольшему загрязнению подвержены Раздан, Дебет, Вохджи. Загрязнение последних двух городов связано с производством меди и молибдена в городах Алаверди и Каджаран.

Положительными тенденциями в сфере экологии следует назвать повышение уровня воды в озере Севан, которое после 90-х годов дважды оказывалось на грани зацветания и превращения в болото. Положительная тенденция отмечается в лесовосстановительных работах, которые составили 275 га (2013), что на 40 % больше, чем в какой-либо из предшествующих последних годов.

Другими острыми вопросами являются уменьшение загрязнённости воды, предотвращение засоления земель Араратской долины и очистка сточных вод. Большое значение в решении экологических вопросов имеет воспитание экологической культуры отдыха и бережного отношения к природе.

Большие усилия предпринимаются для развития экологичных видов производства, например, таких как переработка мусора, вторичное использование

отходов, развитие биоэнергетики, гидроэнергетики, строительство солнечных и ветровых электростанций.

В стране имеется 4 национальных парка (НП), 3 заповедника (ЗП) общей площадью 272000 га и 27 государственных заказников (111000 га) [137]. В дальнейшем планируется организация новых территорий этого статуса. Территория ООПТ занимает 13% всей территорий страны, аналогичный показатель в таких странах, как США, Норвегия, Новая Зеландия, Дания, не достигает 7%.

Для большей наглядности экологической ситуации в РА представим интегральную оценку геоэкологической ситуаций в стране по марзам согласно данным исследования Г.П. Алексаняна[7] (рис.5). Эта оценка основывается на данных загрязненности воздушных и водных бассейнов, эрозии и нарушения земель. На рисунке видно, что от загрязнения наиболее страдают те регионы, где ведется добыча полезных ископаемых. Высокий уровень загрязнённости Еревана связан с концентрацией производственных сил и автомобилей. Меньше всего пострадали Вайоц Дзор, где главным производством является разлив минеральных вод Джермук и Арагацотн, который занимает южную и восточную часть горы Арагац.

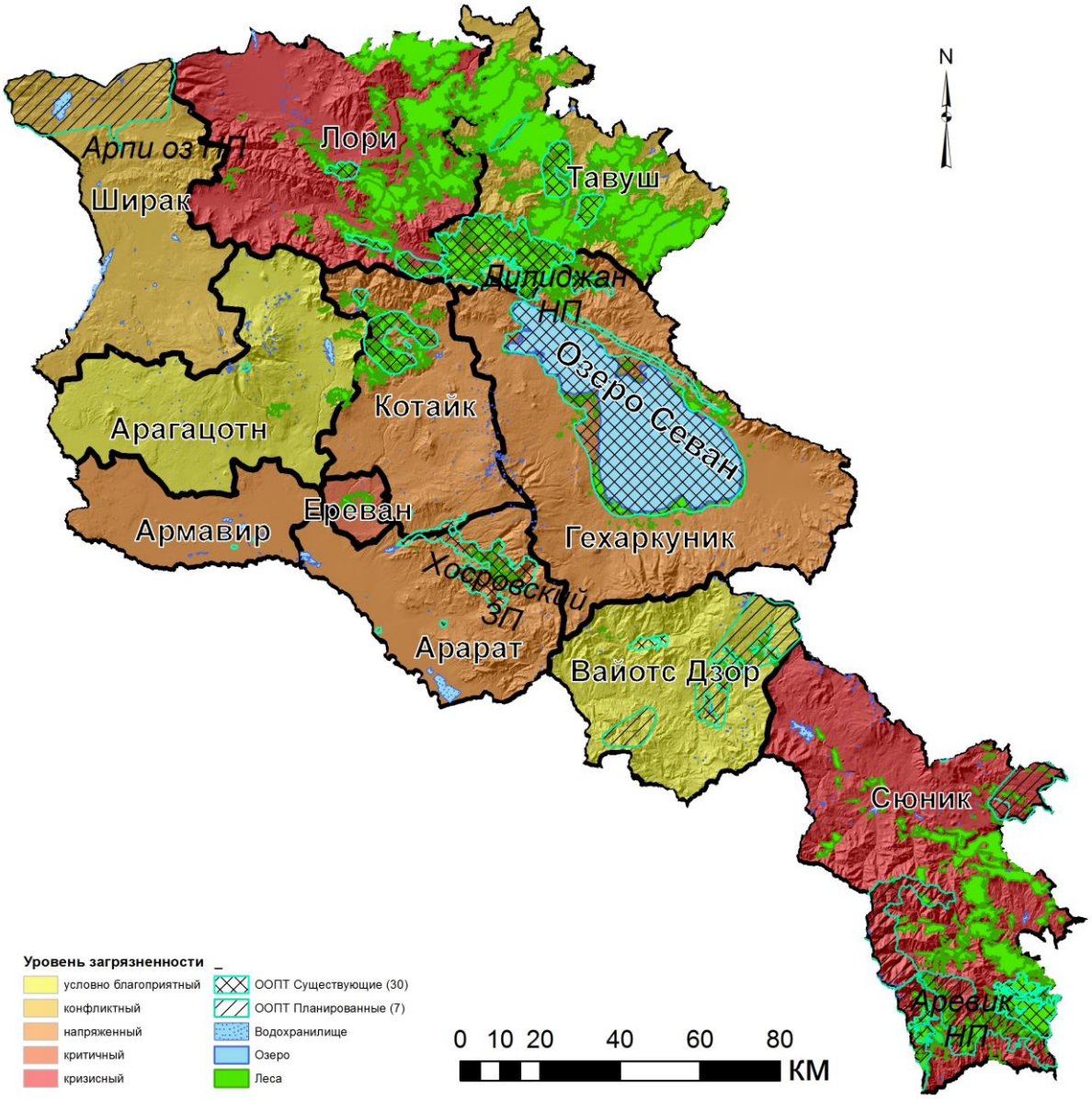


Рис.5 . Геоэкологическая ситуация РА по марзам, ООПТ и лесные массивы

Несмотря на то что экологическая ситуация в РА некритичная, она нуждается в значительном улучшении. В целях развития туризма важно исследовать горные ландшафты и лесные массивы с точки зрения оценки их рекреационной емкости, пропускной способности, организации контроля их использования.

Социально-экономическое состояние. Для оценки социально-экономического состояние в контексте туристского потенциала нами были использованы учреждений РА: Служба национальной статистики[139], Министерство экономики[138], Министерство охраны природы[137], сведения из документа

«Концепция развития туризма РА»[48]. Привлечены материалы: «Доклад об международных визитах на пограничных постах РА»[30], Исследование USAID под названием «Tourism development strategy review»[180], доклад «Международного экономического форума по туризму и путешествиям»[153], также результаты экспертного опроса сделанным автором в РА с 20 февраля по 10 марта 2015 г. (приложение10).

Методология представления социально-экономического потенциала для развития основана на работах российских ученых[104,105], где чаще всего характеризуются условия развития туризма в конкретном регионе с помощью описательного метода, выявляются особенности территории, была использована работа N. Collins-Kreiner и G.Wall[159].

Вначале, попробуем дать общую характеристику социально-экономических факторов республики, далее, на основе имеющихся материалов и личных исследований с помощью SWOT анализа обобщим картину.

Армения после распада СССР до сих пор находится на переходной стадии развития. После разрушения старой экономики не сформировалась новая, удовлетворяющая сегодняшние рыночные потребности. Начиная с 1998 года в стране были зарегистрированы устойчивые темпы развития экономики, с небольшими перепадами. ВВП в 2013 году составил 9,495 млрд долларов США, по отраслям распределялся следующим образом (рис.6). Несмотря на то что в стране существовала хорошо развитая промышленность, которая давала более половины ВВП, сегодня её доля составляет меньше 1/3. Увеличилась доля сельского хозяйства, которая сейчас имеет тенденцию снижения, и сферы обслуживания,которая в будущем будет повышать свое значение.

Население в стране в 2013 г составляло три млн человек, из которого трудовыми ресурсами (ТР) считаются 2,2 млн чел. Уровень занятости составляет 53%, официальное зарегистрировано безработных 56000 человек, а по неофициальным данным их в 4 раза больше.

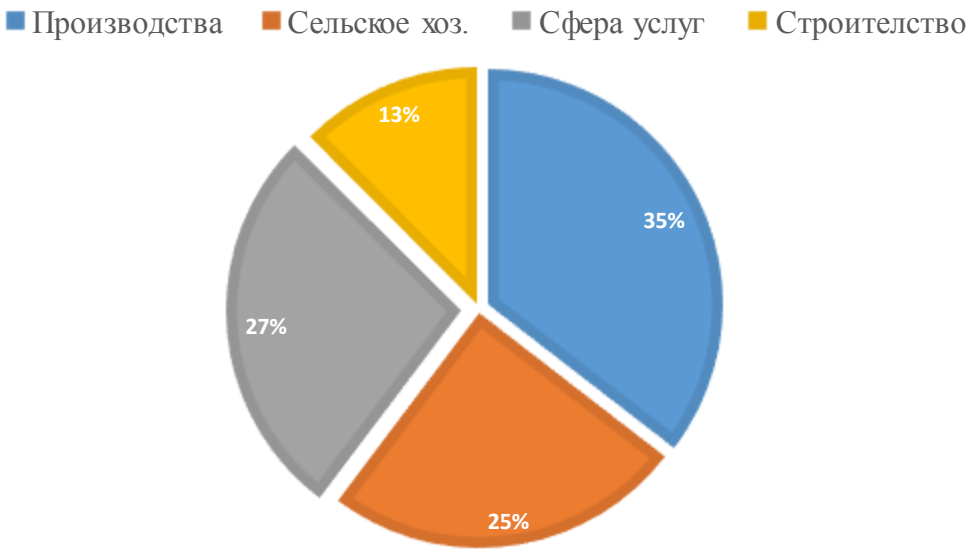


Рис.6. Доля ВВП РА по группам отраслей

Средняя зарплата составляет всего 330 долларов США. Не трудно понять, что в стране социальное положение плохое. Высокая безработица обуславливает высокий темп миграций, причем немалое количество выезжающих являются ценными кадрами с высшим образованием. По уровню образования трудовые ресурсы (ТР) имеют такую структуру.

Безграмотность в стране можно сказать отсутствует, но и процент людей с высшим образованием невелик(рис.7). Положительно то, что в стране большой процент людей знает как минимум один международный язык, а иногда

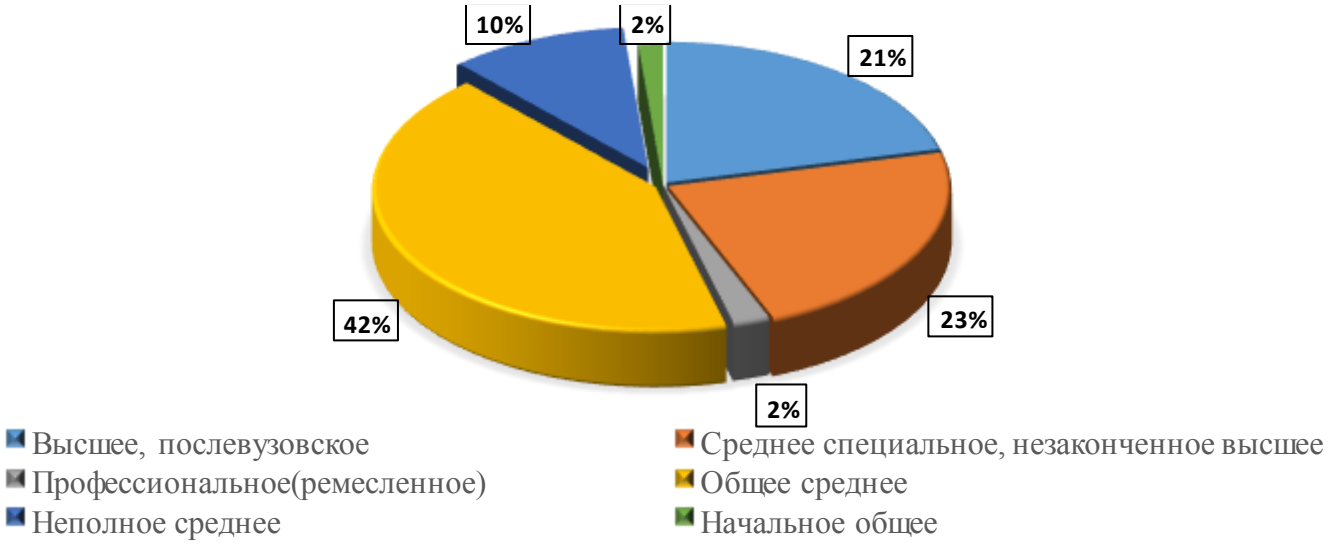


Рис.7. Состав трудоспособного населения РА по уровню образования

несколько.Так как одним из обязательных требований высшего образования является знание иностранного языка, то можно считать, что каждый пятый человек может на международном языке разговаривать и помочь при необходимости иностранному туристу. В республике действует шесть заведений высшего и профессионального образования, подготавливающих кадры для работы в сфере туризма и обслуживания. Выпуск специалистов составляет в среднем 400 человек в год (в 2013 г. было 480 чел.), а количество студентов по этим специальностям достигает 1600 и имеет тенденцию к увеличению.

По некоторым параметрам занятость людей в сфере туризма недостаточна. На 10700 гостиничных номеров приходится всего 4600 работников, что составляет 0,4 человека на каждый номер. По оценке USAID(Edmic), эта цифра достаточно маленькая в сравнении с европейскими странами. В России в среднем этот показатель равен 2, а в Индии – 1,6. В связи с этим сервис в гостиницах не может быть на необходимом уровне.

На сегодняшний день действуют 334 объекта гостиничного хозяйства (гостиница, мотель, лечебница, пансионат, хостел, лагерь), 36 процентов из них располагаются в Ереване, что говорит о важном вкладе столицы в размещении туристов. Номерной фонд в стране составляет 9805, в ниходновременно могут разместиться 12640 человек. Гостиницы составляют половину всех объектов размещения с 6497 комнатами, имея 12640 спальных мест. Причем, в стране имеются гостиницы всех категорий, что дает возможность принимать туристов, имеющих разные предпочтения.

На рисунке 8 показана картина генерирующих туристов разных стран,

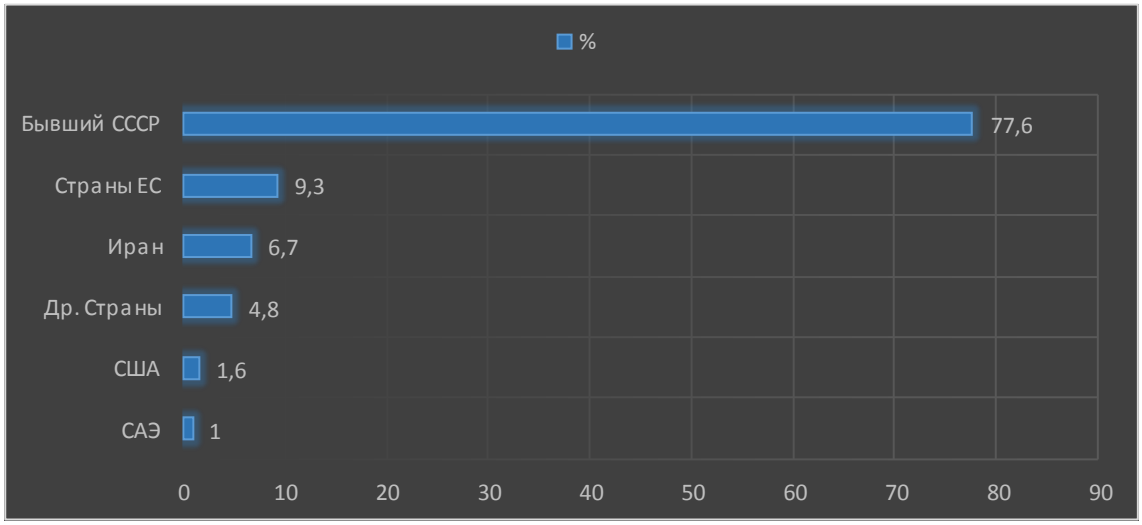


Рис.8. Доля стран в туристских прибытиях в РА

согласно доклада об иностранных туристах, пересекающих границу Армении. Для получения этих данных были опрошены 23,6 тыс. человек. Опрос проводился каждые семь дней каждого месяца в течение года. Половину из прибывших составили этнические армяне, что говорит о популярности этнического туризма и гостевых целей.

Среди стран бывшего СССР лидерами являются Россия и Грузия, за ними следуют Украина и Белоруссия как турист генерируюшие страны. Из стран Европейского Союза в лидерах Германия, Франция, Италия, Австрия. Из других стран следует отметить Китай, Японию, Израиль, Ливан, Индию. По посещаемости и местам ночлега карта РА будет выглядеть следующим образом.

Как следует из рисунка 9, меньше всего останавливаются на ночлег туристы в марзах близ Еревана, но при этом здесь высокий уровень посещения (кроме Арарата и Арагацотн). Это свидетельствует о том, что туристы, посещая эти регионы, в тот же день возвращаются в столицу. Размещаются чаще в Лори и Шираке, что связанно с их удалённостью и значимостью. Высокую посещаемость на юге, в Сюникском марзе, можно объяснить его транзитным положением. В Гехаркунике чаще останавливаются в летний сезон и реже в зимний, из-за чего на рисунке слабо отражена его роль как места для ночлега. Большая роль г. Еревана обусловлена тем, что большинство опрошенных прибывают сюда с целью бизнеса и учебы, из-за чего повышается роль столицы как места времяпровождения и ночлега. Для понятия данной тенденции продемансрируем с помощью карт количество природных и историко-культурных объектов по марзам на рисунках 10 и 11, где наглядно представлена разница между регионами.

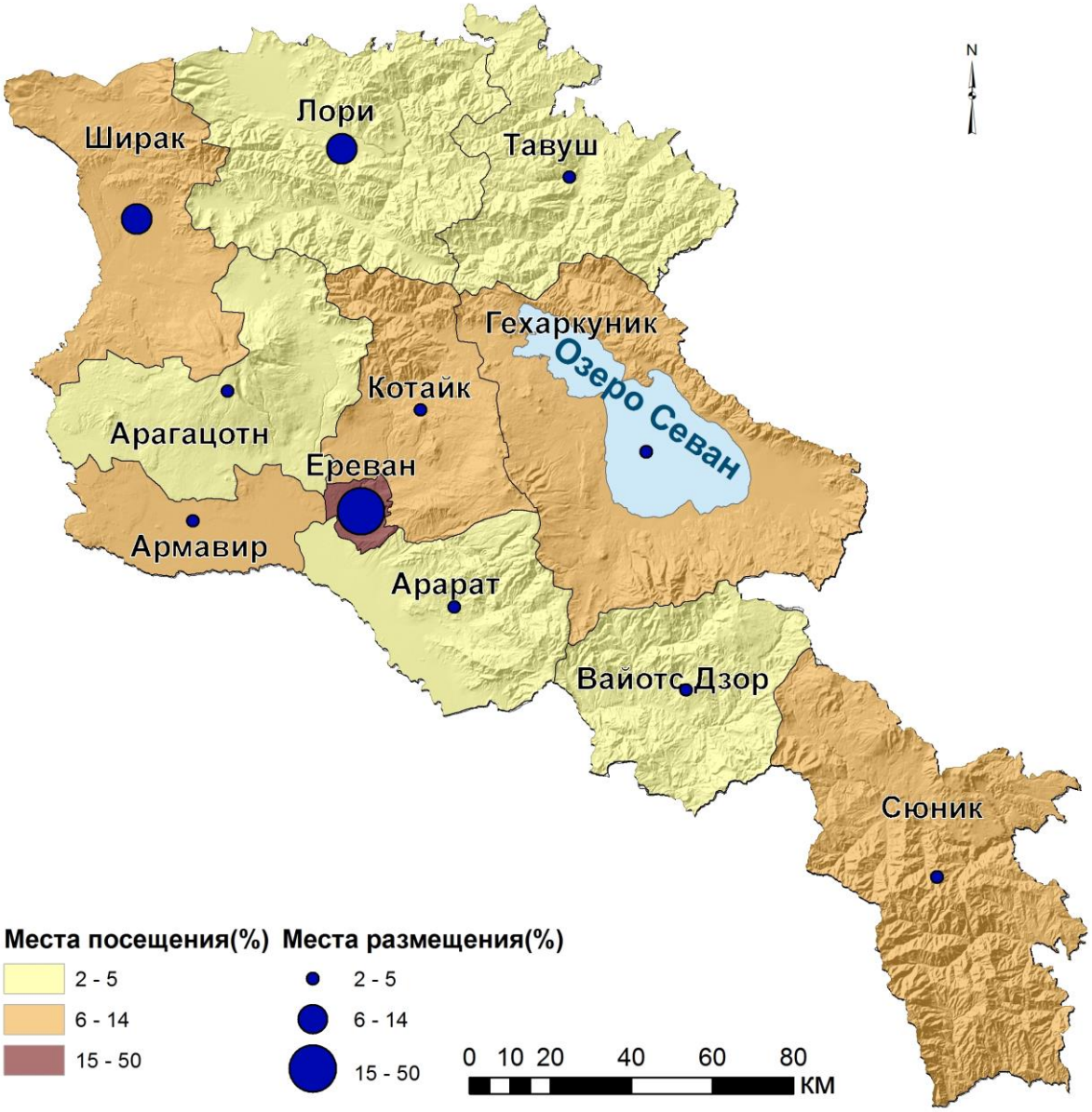


Рис.9. География посещаемости и размещения туристов в РА образом.

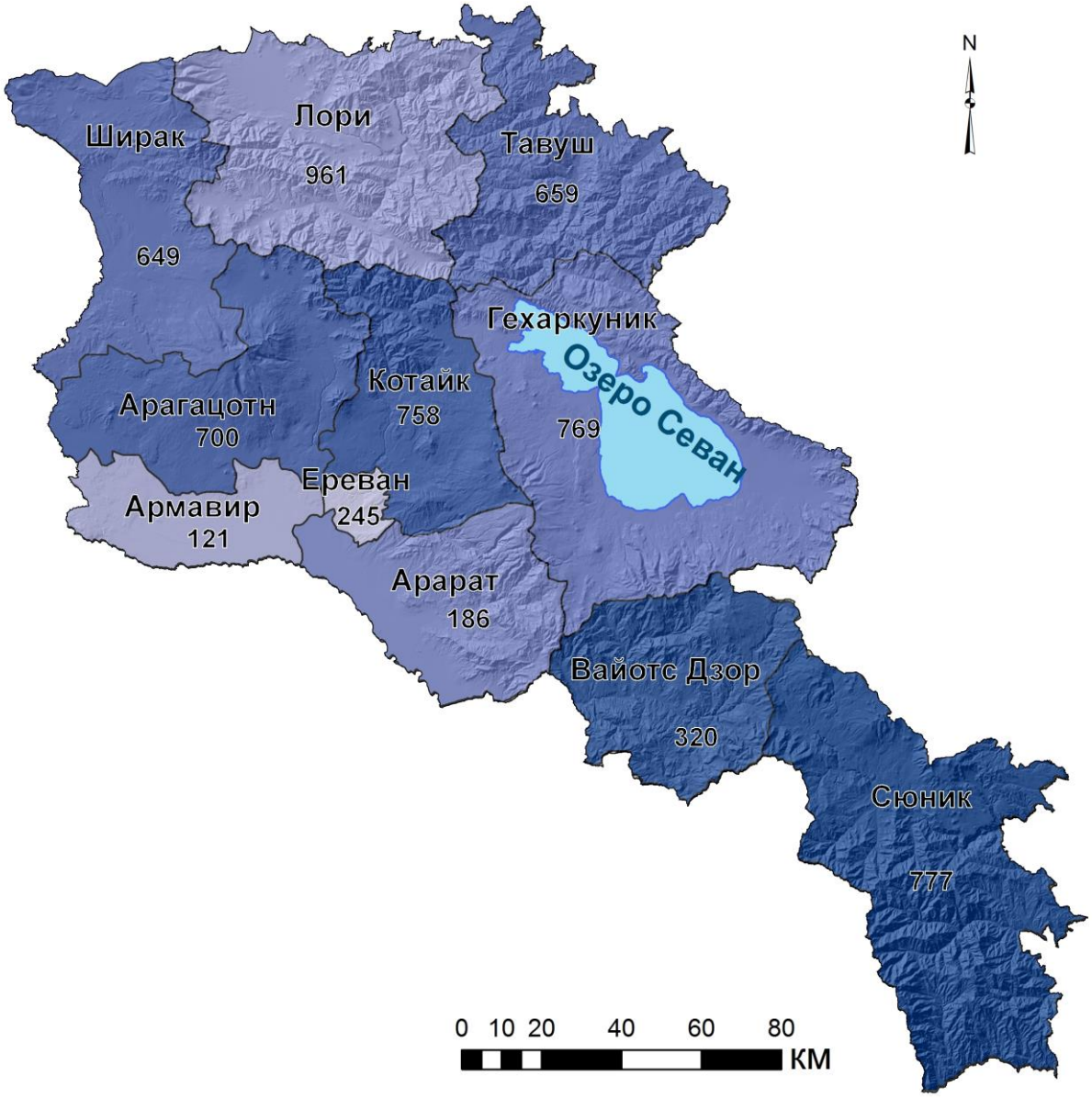


Рис. 10. Количество историко-культурных туристских объектов по марзам

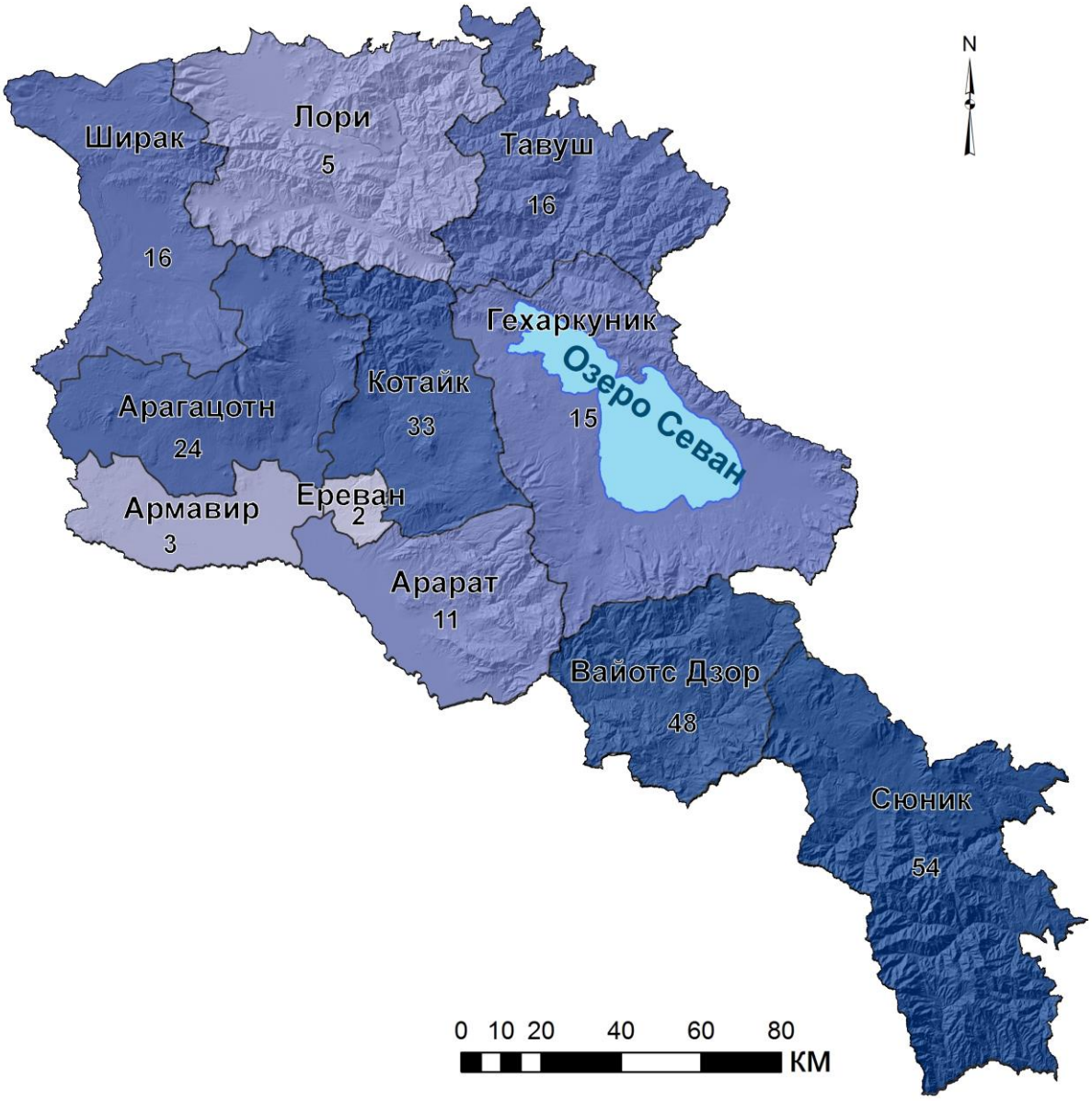


Рис. 11. Количество природных туристских объектов по марзам

Чтобы выявить некоторые особенности развития сферы туризма был проведен экспертный опрос в РА в которой участвовали 15 экспертов по туризму, которым было задано 10 одинаковых вопросов. Интересно заметить, что в зависимости отсферы деятельности экспертов ответы были разные. Например, работники министерства настроены были очень оптимистически и больше отмечали ученые выделяли положительные тенденции, но при этом указывали на необходимость конкретных действий, работники туристских предприятий оценивали ситуацию более критично. В приложение 3 представлены вопросы и ответы на них.

Интересные оценки туризма в Армении дает ежегодник «Международного экономического форума по туризму и путешествиям»[153], где из 140 стран Армения в 2013 г заняла 79 место. Она улучшила положение на 11 позиций. Для сравнения следует сказать, что по этому же источнику Россия занимает 63 место, Грузия – 66, а Украина – 76. Другие критерии, по которым страна улучшила позицию в сравнении с 2011 г., следующие: это законодательное поле (7 позиций), бизнес-среда (12 позиций), человеческие, культурные и природные ресурсы в туризме (13 позиций.

Обобщая приведенные выше данные и результаты исследований, сделаем СВОТ анализ для РА.

Сильные стороны. В стране благодаря горному рельефу и историческому прошлому есть богатый потенциал для познавательного и историко-культурного туризма. Культурная идентичность и своеобразная кухня делают страну уникальной в этих отношениях. На всей территории страны существует сеть автодорог, что облегчает доступность регионов. Большое количество этнических армян, живущих в других странах, с одной стороны, помогают продвижению туризма, с другой – составляют половину приезжающих ежегодно туристов. Гостеприимство местного населения, которое можно почувствовать везде, располагает к себе туристов. Большое внимание государство уделяет развитию туризма, существует стратегический план развития туризма в стране. Знание международных языков у

большинства местного населения имеет тенденцию к росту. Положение, между разными цивилизациями.

Слабые стороны. Туризм не является традиционной отраслью в стране. Неблагоприятна геополитическая ситуация. Дальность от основных генерирующих потоки стран. Ярко выраженная сезонность. Уровень сервисного обслуживания. Высокая цена на авиаперелет, плохое качество дорог, недостаточность профессиональных кадров. Недостаточный объем финансовых вложений. Слабое развитие в марзах. Недостаточность научных исследований.

Возможности. Использование географического положения. Поскольку туризм находится в стадии становления, в будущем его значение будет расти. Использование большого потенциала. Развитие новых видов туризма.

Угрозы. Ухудшение политической и экономической ситуации. Тенденция глобализации, которая все сильнее влияет на быт местного населения. Обострение экологической ситуации.

Развитой туристской дестинацей можно назвать территорию, где основная забота не в том, как привлечь новых туристов, поскольку их количество достаточно большое, а в том, как создать новые развлечения, занятия, и работа над улучшением сервиса без повышения цен. Для РА пока еще не настал этот этап, но неправильным будет назвать сегодняшнюю ситуацию начальной, поскольку количество туристов в год составляет 1/3 населения страны. При этом пока еще основной целью сферы в стране является повышение аттрактивности. Это означает улучшение узнаваемости страны как туристского направления в мире, продвижение уникальных направлений и объектов, развитие новых видов туризма, создание благоприятной атмосферы для инвестиций в отрасли.

В целях развития туризма в РА также предлагается использование сравнительно-географического метода. С помощью критериев, предложенных автором для сравнения сферы туризма, рассматриваются такие страны, как Австрия, Швейцария, Чехия (Приложение9), а также регионы: Кастилия – Ла-Манча в Испании, Пьемонт в Италии, Рона – Альпы во Франции, штаты Колорадо, Юта, Аризона в США. На основе других критериев выбор сравнимых территорий может

быть довольно широк. На сегодняшний день наиболее продуктивные результаты можно получить на основе сравнительного анализа с Швейцарией [100].

В следующем разделе предлагаются практические предложения относительно ключевых, на наш взгляд, групп туристских ресурсов страны, развития перспективных видов туризма, перспективных направлении продвижения туристских объектов.

2.3.3. Лесные и водные ресурсы как природные предпосылки развития туризма. Продвижение территории на примере Ластивер

Армения – страна горная. Если не считать Араратской долины, то основная часть территории покрыта горами. Для человека, смотрящего вдаль, горизонт всегда ограничен горным или холмистым пейзажем. Если горные ландшафты распространены на всей территории, логично считать, что есть места более или менее привлекательные по своей природе. Возникает вопрос, отчего зависит большая привлекательность одного пейзажа по сравнению с другим в этой стране?

Это зависит от наличия в горных регионах водных объектов и границ акваторий. Значение этого давно доказано высокой притягательностью морских берегов. Поскольку в Армении нет моря, эту функцию выполняют озера и реки. Основным таким ресурсом является берег озера Севан, которое иногда сравнивают с морем. Важность для рекреации границы воды и суши усиливается аридностью на большей части территории, обусловленной положением территории в поясе субтропиков и континентальным характером климата.

Уникальны и лесные ареалы. В жаркий сезон в этих местах климат более умеренный, что привлекает людей. Но лесов очень немного, всего 9 %. Большая часть их находится на юго-восточной и северо-западной окраинах страны. Основная часть лесных массивов расположены на территории ООПТ, рубка лесов происходит только в санитарных целях . В связи с этим большое значение имеют ООПТ и развитие на их территорий экологического туризма. Рассмотрим подробнее эти группы ресурсов в Армении и соответственно особенности туризма.

Водные ресурсы как факторы развития сферы туризма
на примере национального парка Севан

Озеро Севан – одно из самых больших пресноводных озер в мире, расположено в горах(Рис. 12). Для Армении оно имеет уникальное значение. Уровень воды находится на высоте около 1900 м. Озеро Севан — единственный крупный источник пресной воды в стране, крупнейший на Кавказе и на Ближнем Востоке. Оно занимает 5% территории Армении. Площадь зеркала озера 1250 км^2. Максимальная глубина 80 м, средняя – 27 м. Объем воды 32 млрд м^3.

Севан характеризуется значительным разнообразием климатических условий в различных частях. В бассейне озера средняя январская температура колеблется с -4 до -8 по ^{o}C, а среднеиюльская - от +10 до +22. Максимальная температура летом достигает + 32 ^{o}C.

Рис. 12. Озеро Севан

Температура воды достигает 21 ^{o}C, зимой озеро редко покрывается льдом[71].

Как известно, Севан является одним из локомотивов экономики Армении. Озеро используется как рекреационная зона, источник электроэнергии, а также является основой ирригационной системы и рыболовства в стране. Многие промышленные предприятия в Армении, в том числе и в бассейне озера, перестали работать после 90-х гг. Резко увеличилась, в связи с экономической ситуацией рыбная ловля, в результате очень быстро снизилось количество рыбы, что стало причиной безработицы для многих жителей бассейна озера. В связи с этим сегодня быстрыми темпами растет эмиграция. Одним из решений этой региональной проблемы может, на наш взгляд, стать развитие туризма в бассейне озера.

Озеро – одно из самых излюбленных мест населения Армении. Из-за снижения уровня воды в 60-х гг. появились некоторые экологические проблемы. В результате было принято решение: создать в бассейне озера национальный парк «Севан», что является предпосылкой развития экотуризма в регионе[23]. В связи с этим золото, которое добывается в юго-восточной части бассейна, перерабатывается вдали от озера, в г. Арарат. Можно считать, что водный и воздушный бассейн озера

экологически загрязняются минимально, Севан становится все более привлекательным для туризма и отдыха.

Лесные массивы в окружении озера делают его замечательным местом не только для пляжного туризма, чему способствует живописный пейзаж окружающих озеро горных массивов. Преимущество национального парка «Севан» и в том, что он находится всего лишь в 60 км от Еревана, столицы Армении. Севан всегда был предпочитаемым местом отдыха. Свежий горный воздух, обилие солнечных дней, холодные роднички, отличная минеральная вода, лечебный торф – основа курортно-рекреационных ресурсов парка.

Севан представляет немалое значение и с точки зрения историко-культурного туризма. Здесь находятся 22 церкви, 6 монастырей, 12 замков, 14 мест сосредоточения хачкаров (крест-камень), музей, старинные мосты и кладбища и один хорошо сохранившийся караван-сарай [133]. Археологические исследования показали, что 3500 лет тому назад основную часть Севана занимала суша, где было много поселений, население занималось земледелием и скотоводством.

Если сравнить озеро Севан с уже признанными озерными курортами[93], такими как Балатон(Венгрия) или Женевское(Швейцария и Франция) озера, то на первый взгляд разница очень большая. Не говоря о ландшафтах, которые очень красивы вблизи всех трех озер, и о климате, можно найти много и других похожих черт. Очень многие туристы едут к Женевскому озеру, чтобы насладиться горным чистым воздухом, увидеть красивые замки. Окрестности озера Севан тоже славятся свежим горным воздухом, монастырями, церквями, древними замками и другими объектами наследия, которые вызывают большой познавательный интерес у туристов.

Озеро Балатон знаменито лечебными процедурами. Но это же можно сказать и об Армении, богатой лечебными водами. В частности на территории Севанского бассейна есть знаменитый курорт Личк, где можно не только отдохнуть, узнать что-то новое, но и позаботиться о своем здоровье. Обобщая, можно сказать, что, несмотря на культурно-исторические различия, сравнительно слаборазвитую инфраструктуру, туристский потенциал озера Севан можно сравнить с такими знаменитыми дестинациями, как озера Балатон и Женевское.

Итак, бассейн озера Севан имеет большой туристский потенциал, который еще не используется сегодня. Причин тому несколько: недостаточность вложений и неразвитая инфраструктура. Для использования потенциала можно решить

некоторые важнейшие проблемы региона с помощью местных и иностранных отдыхающих. Кроме традиционных направлений отдыха имеются ресурсы для развития пешего, велосипедного туризма. Много церквей и памятников находятся в труднодоступных местах и потому могут быть настоящей находкой для любителей активного вида отдыха.

Для страны огромное туристское и рекреационное значение имеют и другие водные объекты, например реки и водохранилища. Рассмотрим в связи с этим некоторые реки.

Реки Армении в основном берут начало в высокогорье, поэтому для них характерны резкое падение и большая скорость течения. Этим объясняется возникновение уникальных явлений природы (водопады Шакинский, Джермукский, Касахский, Трчкан). Не секрет, что такого рода достопримечательности вызывают среди туристов большой интерес. Однако из-за непредусмотрительного использования рек (энергетика, горная промышленность и другие отрасли) большинство из них теряют свою природную красоту. Происходит столкновение интересов, связанных с использованием речных ресурсов.

Территория Армении, как характерно для горных стран, имеет неравномерную водную систему и разное их питание. Большинство рек Армении маленькие горные и быстротечные. Скорость течение рек достигает своего максимума в весенний период из-за таянья снега.

Реки Армении принадлежат Аракскому (76% территории) и Куринскому (24% территории) бассейнам. В республике насчитывают 380 рек длиннее 10 км; самые большие из них: Аракс, Ахурян, Дебет, Раздан. Средняя плотность речной системы 0.31км/км^2, она увеличивается в районе складчатых гор. Питание рек разное: снеговое, подземное, дождевое. Наиболее водоносные реки Дзорагет, Ахстев, Мармарик, Варденис, Аргичи, Вохчи. За исключением Мецамора реки имеют очень неравномерный сток воды по сезонам. Минерализация вод рек малая и средняя [72].

Сохранение большинства рек (их сегодняшних природных качеств и притягательности) становится проблематичным в связи с непредусмотрительным использованием в энергетике и металлодобывающей промышленности. Предприятия горной промышленности недостаточно очищают воду, использованную в процессе обработки руды, такую воду спускают в реки. В результате грязные воды загрязняют чистую в 20 раз больше своего объема. Наиболее загрязненные реки Раздан, Дебет и Вохчи. Из-за загрязнения в реках

появляются вредные вещества, металлы, которые ставят под вопрос их пригодность для сельского хозяйства. В летний период невозможно купание в реках ниже промышленных центров. Рекреационная область смещается к руслу, а иногда смещение невозможно из-за рельефа, в итоге мы теряем реку как рекреационный объект.

Актуальной остается проблема использования вод рек для производства энергии. Конечно, для Армении, страны, у которой нет природных запасов топливных ресурсов, гидроэнергетика играет очень большую роль не только с экономической точки зрения, но и со стратегической.

Волну недовольства поднял новый проект развития гидроэнергетики Армении[74]. В программе планируют в стратегических целях построить несколько больших и 150 маленьких гидростанций. Многие ГЭС уже находятся на этапе постройки, а несколько уже построено [4]. В результате этого произойдут изменения в использовании рек, это касается внешнего вида рек, а также потребителей, возможно столкновение их интересов. Это скажется на экологическом состоянии.

К примеру, в окрестностях села Лехваз, которое находится в бассейне реки Мехри, строится электростанция. Деревни уже стали ощущать недостаток воды для орошения. С одной стороны, будет производиться энергия, а с другой жители пяти сел останутся без сельского хозяйства. Впоследствии начнется миграция с высокогорных, горных и сельских районов в города, а то и за границу. Мы полагаем, что решение этой, как и многих других подобных проблем в Армении, возможно при рациональном комплексном использовании рек. Главной задачей проекта должна стать минимизация препятствий для развития сельского хозяйства при использовании энергетического потенциала рек. Предлагаем в процессе эксплуатации малых ГЭС в течение нескольких месяцев дать приоритет использования сельскому хозяйству, а так как производство энергии на этих ГЭС небольшое (менее 10мВт), можно это осуществить без больших потерь. Дело в том, что сельское хозяйство нуждается в орошении в основном в конце весны и летом, в период, когда используется наименьшее количество энергии.

Мы бы хотели особенно подчеркнуть роль водопадов. Наиболее привлекательные и большие водопады в Армении – это Шакинский (18м) на реке Шаки (является притоком Воротана), протекающей на юге Армении: Трчкан (22.5 м) на реке Чичхан (является притоком Дебета), находится в северо-заподной части

страны; Джермукский (68м) на реке Арпа и Касахский (70 м) на реке Касах (рис. 14) [4]. Водопады являются одним из наиболее привлекательных и особых явлений региона. Постройка ГЭС на реках, где есть водопады, независимо от их размеров, чревата негативными последствиями. В ходе гидроинженерных работ река может поменять свой внешний вид и в результате водопад может просто исчезнуть вместе со своим микроландшафтом.

Яркий пример воздействия ГЭС на вид реки – это река Черчилл. Водопад Черчилл высотой 75 м на реке Черчилл в провинции Канады Ньюфаундленд и Лабрадор. После сооружения в 1971 г. гидроэлектростанции Черчилл-Фолс река была полностью отведена для производства электроэнергии. По состоянию на 2009 г. водопад Черчилля не существует как водопад большее время года. Примерно та же ситуация произошла с Шакинским водопадом после постройки ГЭС на реке Шаки в 1998 г[148]. Он стал управляемым водопадом, и не все желающие имеют возможность увидеть его в полной красе. На рис. 13 можно увидеть, как он изменяется, исчезает его красота. Причина этому – режим работы ГЭС. Такая же учесть грозила и водопаду Трчкану. В 2008 г. планировалось построить дамбу водопада.

Из всего этого можно сделать следующие выводы. Во-первых, нельзя создавать проект использования такого объекта, как река, рассматривая его со стороны интересов только одного потребителя, например, со стороны энергетики. Нужно рассчитать все нежелательные последствия.

Рис 13. Водопад Шаки в полноводье и межень

При столкновении интересов потребителей следует преимущество отдать сельскому хозяйству, чтобы избежать миграции из сел и создать комплексную программу использования рек. В этой ситуации для примера подобной программы можно учесть программу по использованию реки Теннеси, где после десятилетних больших конфликтов все закончилось консенсусом и регион стал активно развиваться [172].

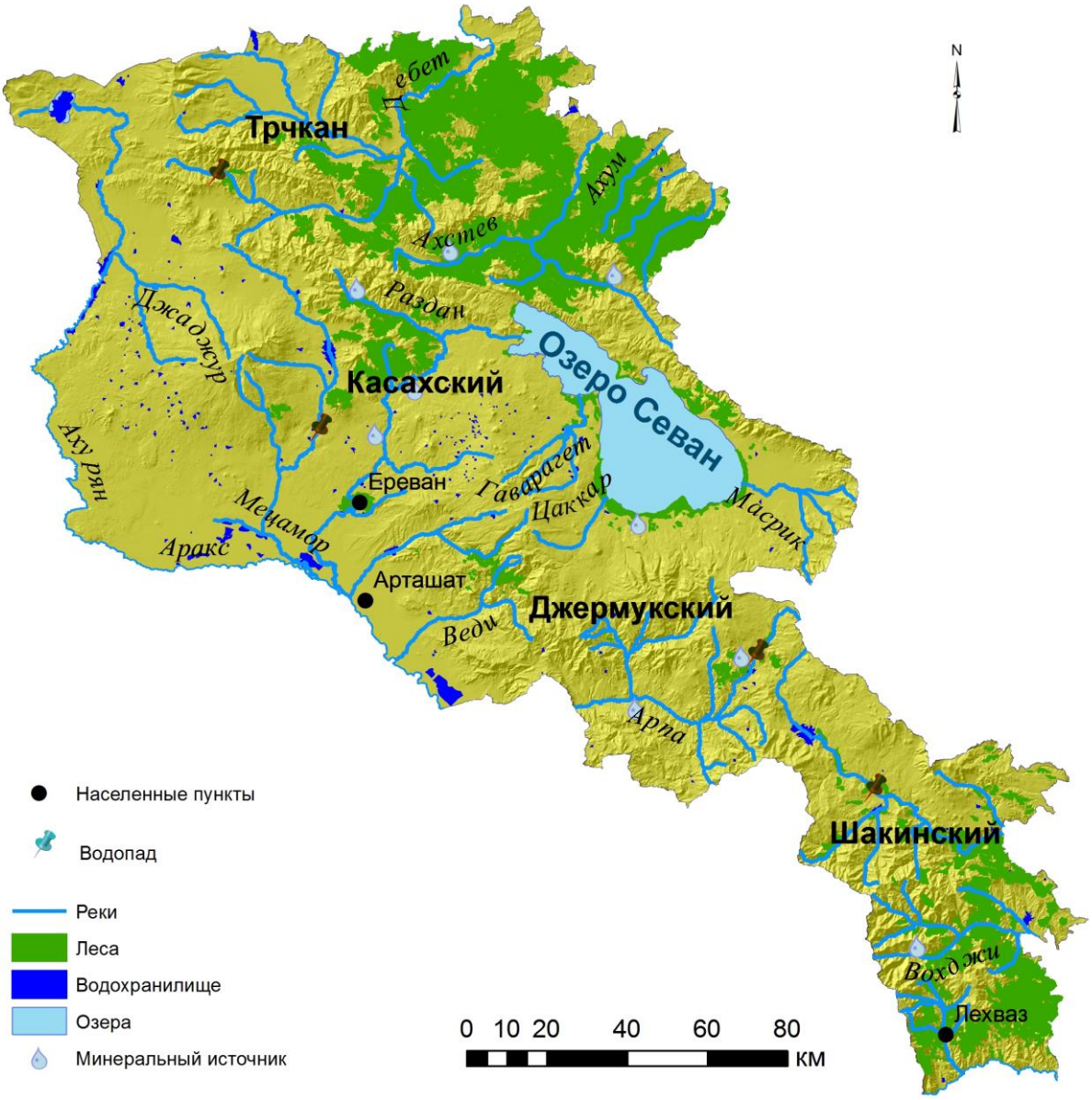


Рис.14. Природные туристские и рекреационны ресурсы РА

Сочетание малой энергетики и рекреационного освоения данных территорий может стать весомым плюсом для туризма Армении. В Европе, Канаде и США применяют полифункциональный подход в использовании территорий. Гидроэлектростанции становятся аттрактивным местом, а вокруг них строятся целые туристские центры. Мы считаем, что подход к освоению данных территорий должен быть современным и опираться в том числе и на западный опыт. Преобразование территории является сложным процессом, которое должно сочетать в себе эволюционные, инженерные и административные подходы.

Также как природные водные предпосылки для развития туризма являются источники минеральных вод. Такие аттрактивные объекты привлекали большое количество туристов еще в советском союзе из других советских республик. Наиболее популярными среды них являются Джермук, Дилиджан, Анкаван, Арзни, Бджни.

Роль лесных ресурсов в развитии экотуризма на примере национального парка Дилижан

Как уже было отмечено, лесные массивы имеют большое значение для рекреации и туризма в РА, а границы лесных ареалов являются наиболее привлекательными местами в ландшафтах страны . Это связано с небогатыми лесными ресурсами, поэтому защита и сохранение лесов приобретает чрезвычайно важное значение. Поскольку проблемы имеют главным образом экономические причины, то запрет на уничтожение лесов не всегда является их продуктивным решением. В этой связи мы рассматриваем экотуризм как способ решения и экономических проблем, и проблемы сохранения лесных массивов. В Армении наиболее перспективным для развития экотуризма, по нашему мнению, является национальный парк Дилижан(рис. 14).

Армения как страна горная отличается многообразием ландшафтов и, следовательно, имеет большой потенциал для развития природного туризма или, как выше было сказано, экотуризма в широком понимании этого термина (далее – природный туризм). Аттрактивными ресурсами и объектами могут быть разнообразие гор, горные реки и их долины, живописный пейзаж, который по мере

приближения может полностью меняться, становиться неузнаваемым за короткое время. В этой части работы мы рассмотрим экотуристский потенциал Армении в узком значении термина (далее – экотуризм).

Вследствие длительного воздействия человека первозданная природа очень пострадала, особенно лесные массивы. Именно на них, по нашему мнению, должны обратить особое внимание организаторы экотуризма. Сегодня леса занимают всего 9% территории государства, большая их площадь находится на окраинах страны: в северо-восточной и юго-западной. Заповедник "Хосровский лес" и национальный парк "Дилиджан" имеют сравнительно богатые лесные массивы и, с нашей точки зрения, – наибольший потенциал для развития экотуризма, поскольку находятся в центральной части страны. Почему это так важно? Потому что, с одной стороны, в центральной части проживает 2/3 населения и это место равномерно удалено от места проживания жителей северных и южных регионов страны. С другой стороны, это место находится близко к столице, где останавливается большинство иностранных туристов, и добраться до этих мест несложно. Рассмотрим национальный парк "Дилижан", предложим некоторые пути развития экотуризма.

Охраняемый статус природной территории еще не гарантирует правильного к ней отношения. Проблема в том, что государство не может надлежащим образом охранять территорию от браконьерской рубки и охоты из-за нехватки персонала и денежных средств. Между тем эта территория является одним из излюбленных рекреационных мест у местного населения. Часто из-за неорганизованного, чрезмерного посещения и небережливого поведения национальному парку наносится вред.

Национальный парк "Дилижан" один из прекрасных уголков Армении, он был создан как ООПТ в 1958 г. Парк находится на расстоянии менее часа езды от Еревана. Площадь парка велика – 25000 га, из которых почти три четверти покрыты лесами. Особенную красоту создает покрытый лесом волнистый рельеф гор. Из особенностей поверхности можно отметить разнообразие карстовых образований, например, пещеры. Характерен не очень сухой, умеренно теплый и влажный климат, температура колеблется в пределах 24 ^{o}C. Национальный парк славится богатым животным миром. Здесь встречаются бурый медведь, серна, барсук, каменная куница, лесная кошка, рысь, персидская белка, а также множество пресмыкающихся. Особенно богат птичий мир – около 80 видов птиц. Наиболее распространены кавказский тетерев, горный индюк, серая куропатка, лесной дятел,

дрозд и голуби. Через центральную часть парка протекает река Ахстев, а с юга в нее впадает приток Гетик. Реки горные, с крутыми и красивыми долинами, кристально чистой водой. Парк богат многочисленными источниками минеральных вод. Один из них имеет производственное значение и продается под названием "Дилижан" [15]. Парк богат замечательными озерами. На территории парка много архитектурных достопримечательностей. Это монастыри Ахпат, Гошаванк, маленькие старые часовни, хачкары, замки, наследие каменного века.

Национальный парк Дилижан имеет достаточный потенциал для того, чтобы стать центром экотуризма. Вместе с яркими и рекреационно-ценными особенностями этому благоприятствует географическое положение. Парк, во-первых, располагается недалеко от столицы, а во-вторых, близко к озеру Севан, которое стало обязательным местом посещения большинства иностранных туристов. На наш взгляд, развитие экотуризма в национальном парке Дилижан будет способствовать улучшению экономической ситуации как для администрации, так и для жителей расположенных вблизи населенных пунктов. Но следует обратить внимание на некоторые препятствия:

1. Из-за недостаточного финансирования национальный парк не может обеспечить должную сохранность животного и растительного мира. Например, вместо нескольких лесников, которые должны проводить круглосуточный надзор, работает один и без достаточного технического обеспечения. По такой же причине возникают трудности с организаций экологического отдыха на территории парка, а число отдыхающих уже сегодня велико.

2. Жители ближайших населенных пунктов из-за экономических проблем занимаются браконьерством, порой осознавая, что наносят тяжелый вред экологии парка, но у них нет другого выбора. Восстановление же экологической ситуации после этого потребует средств намного больше полученных от браконьерства.

Итак, можно сказать, что с развитием экотуризма можно будет решить эти проблемы –организация отдыха, защита парка со стороны администрации: предотвращение вредных воздействий на леса со стороны местных жителей. Мы считаем, что необходимо предпринять следующие меры:

Первый этап. Национальный парк должен привлечь инвестиции и сформировать бюджет, который будет направлен на развитие экотуризма на

территории парка Дилижан. Инвесторами могут быть: муниципалитет города Дилижан, поскольку туристы принесут прибыль городу; туристские компании, ориентированные на экотуризм, участие которых может проявляться не только в виде денежных средств; дома отдыха, которые уже действуют на территории и заинтересованы в увеличении количества отдыхающих. Конечно же, здесь не обойдется и без помощи государства.

Второй этап. Необходимо провести научное обследование парка с точки зрения экотуризма, выявить более и менее привлекательные для этого места, разработать экотуристские маршруты с разной тематикой, создать инфраструктуру, ориентируясь на новейшие разработки, подготовить специализированные кадры.

Третий этап. Можно сказать, он самый главный. Следует устроить PR-акцию с целью привлечь туристов, без которых первые два этапа будут бесполезны. Реклама и другие способы привлечения туристов должны использоваться не только в Армении, но и в других странах, например, следует привлекать к сотрудничеству экотуристские организации, туроператоров.

Таким образом, можно сказать, что экотуризм действительно является на сегодняшний день быстроразвивающейся сферой туризма. Но порой из-за объективных и других причин возникает недопонимание, связанное как с трактовкой термина "экотуризм", так и с оценкой его значения. Необходимо избавиться от многозначности толкования понятия, что будет способствовать развитию этого вида туризма. В Армении, особенно на территории Дилижана, развитие экотуризма является одним из гарантированных путей спасения дикой природы и улучшения экономического положения местного населения.

Продвижение территории на примере Ластивер

Проанализировав общие тенденции в сфере туризма, сегодняшнее состояние и туристский потенциал РА, предлагаем несколько подходов и конкретные предложения, которые, на наш взгляд, будут способствовать развитию туризма в республике.

В первой главе предлагалось туристско-рекреационное развитие территорий проводить последовательно в два этапа. Первоначально решить задачу развития рекреации, после чего направить усилие на развитие туризма, т.е. привлечение международных посетителей. При этом очень важным фактором становится использование Интернета, в частности социальных сетей, что даст возможность осуществить так называемое «малобюджетное продвижение». Рассмотрим вышесказанное на примере одного географического объекта территории РА – урочища Ластивер.

Ластивер – это один из живописных уголков Армении в северо-восточной части страны, в 20 км западнее Иджевана, в Тавушском марзе. Природа здесь особенно интересна лесами, которые считаются «легкими» Армении. Пешая тропинка, ведущая вверх по долине, приводит путешественников к пещере, и на протяжении всего пути они наслаждаются живописным горно-лесным ландшафтом. Достопримечательностями являются водопады, где в тёплый сезон принято по пути купаться в чистых прохладных водах реки. Пещера располагается на почти гладкой стене каньона.

Выше, в 250 м, находится другая пещера – «Анапат», на стенах которой сохранились наскальные рисунки. Археологи считают, что первые люди в этих пещерах поселились в эпоху мезолита. Именно в это время первобытный человек стал не только искать просто угла и укрытия для ночлега, а стремился что-то изобразить в жилище, благоустраивать его. Пещеры Ластивер сегодня демонстрируют явные следы обработки человеком: шлифовка внутренних стен, наскальная живопись. Место являлось святилищем, посвященным

древнеармянским богиням, поскольку рисунки напоминают именно языческих богинь дохристианской Армении [131].

Несмотря на то что это место с прекрасной природой и историческими загадками, его вплоть до последних пяти лет почти никто не посещал. Все началось с посещения малочисленных энтузиастов, которые и оценили его достоинства. Они (а это были в основном молодые люди), начали организовывать сюда пешие походы, не преследуя коммерческих целей. Кроме того, в Интернете появилось много фото, видео, рассказов-впечатлений о походах.

Отметим большую роль глобальной сети в развитии туристских процессов[84,164,173] и особенно в популяризации таких малопосещаемых мест, как Ластивер. После того как место стал популярным среди местного населения и любимым маршрутом их пеших походов, различные туристские компании, гостиницы стали предлагать иностранцам посетить его. Сегодня это место стало востребованным туристским объектом. Об этом свидетельствует высокий уровень посещаемости, большое количество турпрограмм, где посещение Ластивера является одним из главных пунктов. Примечательно то, что на популяризацию туристского объекта не было затрачено средств. Все информационное поле оставалось на уровне социальных сетей и разговоров, общения между людьми.

ГЛАВА 3. ОЦЕНКА АТТРАКТИВНОСТИ СЮНИКСКОГО МАРЗА И СОЗДАНИЕ ТУРИСТСКОГО ГЕОПОРТАЛА РА

3.1 Метод оценки аттрактивности Сюникского марза

В этом разделе мы обсуждаем результаты, полученные при использовании методики оценки потенциала туристских аттрактивных объектов, предложенной в первой главе. Подробная система оценки объектов приведена в Приложении 5.

Методика предполагает несколько этапов:

1. Выбор региона для изучения.
2. Рассмотрение всех туристских объектов региона и ввод их в систему, при необходимости внесение каких-то изменений.
3. Расчет природного, антропогенного и природно-антропогенного видов потенциала.
4. Общая оценка туристской инфраструктуры и объектов обслуживания.
5. Анализ пространственного распределения объектов аттрактивности.
6. Выявление мест развития и отставания в нем возможных причин этого.
7. Предложения

Для того чтобы применить на практике предложенный метод, нами был выбран Сюникский марз . Он является самим большим из регионов по размерам территории, его площадь составляет 4506 км^2 (15% территории страны).Здесь находятся такие города, как Капан, Горис, Сисиан, Мегри и 127 сельских населённых пунктов. Капан является административным центром региона. Население составляет 142 тыс. чел. (4,7% населения страны на 2012 г). На долю горожан в марзе приходится 2/3.

Сюник занимает часть территорий исторического армянского одноимённого района. Территория известна горным рельефом. Разница между высшей (3906) и нижней (380) точками составляет 3536 м, что свидетельствует о большом рельефном разнообразии. С севера на юг протягиваются Зангезурский хребет с наивысшей точкой Капутджух (3906 м). Большие реки Воротан, Вохджи и Мегри вместе с горными ключами обеспечивают богатство региона водными ресурсами. А на территории марза можно выделить все климатические зоны, которые есть в Армении, от полупустынь до нивального пояса, что способствует чрезвычайно

высокому биоразнообразию региона. Около 20 % всех лесов страны находятся в Сюникском марзе, в основном в его южной части. На территории организованы семь ООПТ.

Основные направления хозяйства – горнодобывающая промышленность и производство гидроэлектроэнергии. Одним из главных достоинств региона является его историческое прошлое, представленное множеством сохранившихся старинных замков, церквей и других объектов. Большой интерес представляет монастырь Татев с недавно построеной к нему канатной дорогой – одной из самых длинных в мире, водопад Шаки, пещерный город Старый Хндзореск и недавно построенный к нему висячий мост, Караундж с таинственными камнями, пирамидальные формы рельефа около города Горис.

Выбор региона исследования обусловлен следующими причинами:

- Регион отделяется от соседних областей физико-географическими границами и барьерами, что повышает ценность его отдельного изучения.
- Граничит с соседним государством Иран, что дает возможность принимать иностранных туристов без транзитных территорий.
- Имеет историко-культурное преимущество по сравнению с рядом других регионов: долгое историческое прошлое территории, где сосредоточено много сохранившихся достопримечательностей.
- Поверхность характеризуется большой относительной высотой и относительными превышениями, что обеспечивает ландшафтное разнообразие.
- Туристское развитие в регионе началось недавно, поэтому можно наблюдать относительно «чистую» аттрактивность, без влияния какой-либо значительной инфраструктуры, разрабатывать наиболее приемлемые способы ее создания в дальнейшем.

Для исследования аттрактивности было выбрано пять групп объектов (Табл. 2). Поскольку на территории марза нет знаменитых туристских событий и популярных сервизных объектов, то для оценки аттрактивности послужат историко-культурные (антропогенные), природные и природно-антропогенные аттрактивные

объекты. Исследование начнем с историко-культурных объектов, так как регион и страна вообще этим видом туристской аттрактивности наиболее богата.

Историко-культурные объекты. Для изучения этих объектов изначально был использован список охраняемых историко-культурных объектов, созданный Министерством охраны природы РА в 2007 г. [137]. Первой задачей было изучение этих объектов, выявление особенностей (см. ниже), чем будет обусловлен выбор критериев оценки.

Территория Армении благодаря историческому прошлому обладает богатым историко-культурным наследием, как дохристианского времени (с IV в. н.э.), так и после него. Но из-за горного рельефа большинство архитектурных памятников находятся далеко от долинных густонаселенных мест, в труднодоступных местах, поэтому – они избежали грабежа и разрушений, наносимых прежде всего кочевыми народами. Если удальность от населённых пунктов в прошлые исторические эпохи была преимуществом, то на сегодняшний день – это недостаток. Из-за недоступности памятники, оставаясь без присмотра людей, без восстановительных работ, разрушаются.

Мы полагаем, что в этом контексте туризм может сыграть положительную роль (сохранение и восстановление объектов, о чем уже говорилось в разд. 1.1). Рассмотрим некоторые особенности региона и объектов, с учетом которых присваивались баллы и проводилась оценка.

1. Так как туристские объекты находятся в разном физическом состоянии, мы решили рассматривать только сохранившиеся и полуразрушенные объекты. В зависимости от состояния они получили разные баллы.

2. Другая особенность – это сосредоточение многих объектов близко относительно друг друга. Поскольку разное впечатление может оставить у туриста одинокий объект на природе и комплекс взаимосвязанных, то мы посчитали необходимым квалифицировать еще и по такому критерию, как одинокий объект или комплексный объект.

3. Начиная со второй половины XX в. и до его окончания архитектурное направление было особенным – советским армянским, которое радикально

отличается от существовавших. Исходя из вышесказанного можно различить в архитектурных памятниках разные стили в разные эпохи, что дает возможность оценить объекты по их возрасту, сгруппировав соответственно по историко-архитектурным изменениям. Больший балл присваивался более древним объектам, поскольку их осталось меньше и, следовательно, они являются более уникальными.

4. В разделе 2.3 показано, что на общую привлекательность территории большое влияние оказывает природный фактор, причем самыми привлекательными являются водные объекты и лесные массивы.

Итак, рассматриваются критерии для оценки потенциала в следующих трех группах:

1. Личные характеристики – сохранность, количество сооружений, время создания, тип объекта.
2. Доступность – удаленность от дорог, удаленность от Еревана.
3. Информационное обеспечение и популярность.
4. Природный фактор – близость от водных объектов и лесных массивов.

I. Личные характеристики. Они включают четыре критерия. (Приложение 5)

1. *Возраст.* Этапы были выбраны в связи с преобладающими культурными изменениями на территории. Первый этап – наиболее древнее наследие: памятники периода до существования племен, народов, царств и стран. Второй этап – эпоха первых государств на территории Армении и появление первых древних замков. Третий этап связан с принятием христианства и изменением основных архитектурных направлений, уничтожением старого и постройкой нового, это церкви, часовни, монастыри, хачкари и т.д. Четвертый этап – утрата государственной независимости, постройка более скромных зданий в затерянных и труднодоступных местах. Пятый этап – экономическое развитие и царская архитектура. Шестой этап – один из ярких и хорошо сохранившихся принадлежит советской архитектуре. Седьмой этап охватывает постсоветское время до наших дней.

2. *Тип объекта*. Разные объекты имеют разную привлекательность, в связи с этим они распределены следующим образом. Приоритетными являются объекты, которые чаще всего посещаются иностранцами, они имеют большое эстетическое значение, и их привлекательность определяется и физическими характеристиками.
3. *Состояние:* сохранившийся объект или полуразрушенный.
4. *Количество сооружений*: когда сооружений много, у туристов возникает больше впечатлений, что тоже имеет смысл учитывать в оценке.

II. Доступность. Оценивается с помощью двух критериев: (приложение 5)

1. *Удаленность от Еревана*: важность географического положения имеет в туризме особое значение. Мы рассмотрели удаленность от Еревана, как от столицы и основного туристского центра.
2. *Удаленность от дорог*: не все объекты находятся на дорогах, часто они очень далеки от дорог, т.е., практически выпадают из сети туристских объектов территории. Следовательно, важна для каждого туристского объекта оценка его удаленности от ближайшей дороги.

III. Информационная обеспеченность. Оценивается четырьмя критериями: (приложение 5)

1. *Наличие или отсутствие названия объекта*. При оценке информационной обеспеченности важным является наличие у объектов названий (202 объекта из 503 их не имеют). *Наличие информации во Всемирной Сети*. Сеть имеет большое значение в формировании туристских потоков и в продвижении туристских объектов. Поэтому полезна оценка информационной обеспеченности объектов в Интернете с помощью интернет-поисковиков, например, Google, Яндекс.
2. *Информация в Википедии и количество возможных языков для прочтения.* Популярность Википедии высока, поскольку во время поиска любого слова,

первая информация в структурированном виде появляется в этой системе. Этот источник входит в первую десятку интернет-страниц по посещаемости в мире.

3. *Популярность*. Важно присутствие информации об объекте на картах популярных туристских маршрутов.

IV. Влияние природных объектов. Оценивается двумя критериями:

1. Дальность от водных объектов.

2. Дальность от лесов.

По каждому критерию присваивался максимально 1 балл. Градация возможна от 0 до 1. Итак, максимально возможным баллом для любого объекта был 12, минимальным – 1. Проведенные оценки по критериям представлены в «Приложении» в виде отдельных таблиц.5

Природные объекты (Приложение 5,7)

Разнообразием рельефа Сюникского марза обусловлено наличие множества интересных природных аттрактивных объектов. Самым важными с туристско-рекреационной точки зрения, на наш взгляд, являются водопады, долины, озера и лесной ландшафт. Мы провели анализ природных достопримечательностей, которые находятся на госохране согласно «Решению об охране объектов» от 14 августа 2008 г. N967 Правительства РА. Объекты под охраной делятся на геологические памятники (20 объектов), гидрогеологические (16), гидрологические (14) и биологические (3). По результатам анализа природных объектов была дана их оценка. Основные критерии схожи с теми, которые применялись при оценке историко-культурных объектов. Для оценки потенциала каждого из объектов и для выявления природного компонента потенциала, мы выделили следующие критерии:

1. *Наличие названия*.
2. *Информационное обеспечение.* Оценивалось наличие информации не в конкретных источниках, а в Интернет-пространстве в целом.

3. *Вид и эстетичность*. Связано с личными характеристиками объектов, которые влияют на его привлекательность. Оценивался внешний вид и эстетическое восприятие. Более привлекательными оказались (если нет всемирного признанной уникальности) водопады, горные озера, яркие виды рельефа, скалы, впечатляющие долины.
4. *Дистанция*. Важно расстояние от самого главного туристского центра страны – Ереван. Объект получает 1 балл, если находится не дальше 160 км (до регионального туристского центра г. Гориса), если дальше – 0,5.
5. *Дальность*. Считается расстояние от ближайшей автомобильной дороги, поскольку других видов транспорта нет. Расстояние до 1 км оценивается в 1 балл, более 1км - 0,5 балла.
6. *На территории ООПТ*. Очень важна защита природных объектов и их представление в ландшафте.

При оценке природных объектов возможный максимум 6 баллов, минимум – 1 .

Природно-антропогенные объекты (приложение 5)

Это объекты, которые обладают собственной природной привлекательностью, но благодаря человеческой деятельности стали еще более привлекательным. Идеальными примерами являются водохранилища с оборудованными смотровыми площадками. Основой служит природная красота, но место или объект без инженерного вмешательства не был столь интересным для туризма, его привлекательность была бы меньше. Пример: водохранилище и отдых на его берегах, дорога к пещерному г. Хндзореск через висящий мост.

Для оценки потенциала этих объектов были рассчитаны следующие показатели: *наличие названия*, *дистанция*, *информационная обеспеченность объектов*. Методика оценки показателей совпадает с методикой оценки природных объектов. Единственное отличие в том, что для инженерных объектов важно, чтобы они были безопасны, чтобы при их создании использовались новые технологии и инновации.

Максимально возможная оценка этого показателя – 5 баллов, а минимальная – 1 (Приложение7).

3.2. Анализ результатов оценки

Была получена оценка аттрактивности 572 туристских объектов, которые разделены в 3 группы. Лишь у некоторых объектов оказался балл, близкий к максимальному. Это популярные туристские объекты, например, монастырь Татев, Воротанаванк, г. Сисиан и Горис, водопад Шаки, канатная дорога Крылья Татева.

Анализ оценок позволяет выявить сильные и слабые стороны, затем улучшить результаты по конкретным критериям. Если для одного объекта низкой окажется популярность, а для другого транспортная доступность, то для улучшения их привлекательности потребуются разные действия. Большинство объектов имеет низкий балл по информационной обеспеченности, что можно изменить с помощью дальнейшего их продвижения в туристической сфере.

Поскольку показатели не по всем критериям можно улучшить, например по удаленности или по типу объекта, в табл. 1 представлена максимальная оценка, а также перспектива, к которой может стремиться объект. Учитывая возможное перспективное значение для каждой группы объектов, мы получаем максимально возможное значение аттрактивности всех объектов в баллах (табл. 2).

Таблица.2 Критерии оценки аттрактивности объектов перспектива их улучшения

№ п/п	Значение	Историко-культурные объекты		Природные объекты		Природно-антропогенные объекты	
		Макс.	Перспектива	Макс	Перспектива	Макс.	**Перспектива**
1	Личные хар-ки	4	0	1	0	1	**1**
2	Информ. обесп., популярность	4	4	2	2	2	**2**
3	Дальность	2	1	2	1	2	**1**
4	Нахождение в ООПТ	0	0	1	1	0	**0**
5	Влияние природ. объектов	2	1	0	0	0	**0**
6	**Максимальные баллы**	**12**	**6**	**6**	**4**	**5**	**4**

Возможно в какой-то мере улучшение личных характеристик природных объектов, например, они могут стать более привлекательными с помощью инженерных решений, например, искусственно увеличится поток воды в водопаде, в таком случае объект перейдет из группыприродных в группу природно-антропогенных. Ниже приведены балльные и процентные суммарные результаты (табл. 3).

Таблица 3. Соотношение реального и возможного потенциала

Значение объектов	Природно – антропогенные объекты	Природные объекты	Историко-культурные объекты
Всего объектов	5	54	503
Реальное (балл)	25,5	168	2615
Перспективное (балл)	27,5	277	4690
Процент (%) использования	92	60	56

Для определения процента по всем видам потенциала мы рассчитали средневзвешенное арифметическое, которое для **всего региона 54 %,** что и является интегральной оценкой аттрактивности территории.

Исходя из результатов можно заметить, что половина туристского потенциала не используется, причем основной причиной являются недостаточность

информации, о чем свидетельствует и небольшое количество известных объектов в регионе. Существует также проблема недостаточности дорожной сети, из-за чего некоторые объекты, хотя и имеют хорошие оценки, но не включаются в основные туристские маршруты. Можно констатировать в качестве первоочередной проблемы развития туризма в регионе **недостаточность информационного обеспечения аттрактивных объектов.**

Для верификации созданного метода проведено сравнение известных объектов в регионе, которые были выявлены посредством исследования остановок туристских маршрутов (глава 2),и объектов, которые при использовании метода автора получили высокий балл аттрактивности.

Таблица 4. Количество туров и оценки аттрактивность

№ п/п	Название объекта	Кол-во туров	Кол-во баллов	Туры (%)	Баллы (%)
1	Горис	5	9,2	50	76
2	Сисиан	4	11	40	92
3	Агиту	1	8,8	10	73
4	Караундж	8	8,8	80	73
5	Хндзореск	8	8,3	80	69
6	Татев(монастырь)	9	8,8	90	73
7	Воротанаванк	1	10,3	10	86
8	Крыля Татева	9	5	90	100
9	Водопад Шаки	1	4,5	10	75

На основе таблицы можно заключить, что основные объекты имеют и большое количество посещений, и большую аттрактивность. В случаях (2,3,7,9), когда процент посещений небольшой, но оценка аттрактивности высокая, очевидно, что уровень использования туристского потенциала очень ограничен. Можно считать, что результаты данного исследования являются достоверными и их можно в дальнейшем использовать.

Для сравнительного анализа полученных результатов, т.е., для интегральной оценки аттрактивности каждого объекта, его максимально возможной оценки, перспективной оценки, мы воспользовались математическим методом, который в географических исследованиях используется впервые. Эффективность метода

«проектного ранжирования» [83] проявляется в определении интегральных оценок. Так выглядит формула расчета:

$$\boldsymbol{\delta} = \frac{\sum_{i=1}^{n} a_i * b_i}{\sqrt{\sum_{i=1}^{n} a_i^2} * \sqrt{\sum_{i=1}^{n} b_i^2}} \quad , \qquad (3)$$

где δ – интегральная оценка аттрактивности конкретного объекта,
α_i – оценка перспективы,
b_i – реальная оценка.

Графический вид формулы 1 для n = 2 представлен на рис. 1.

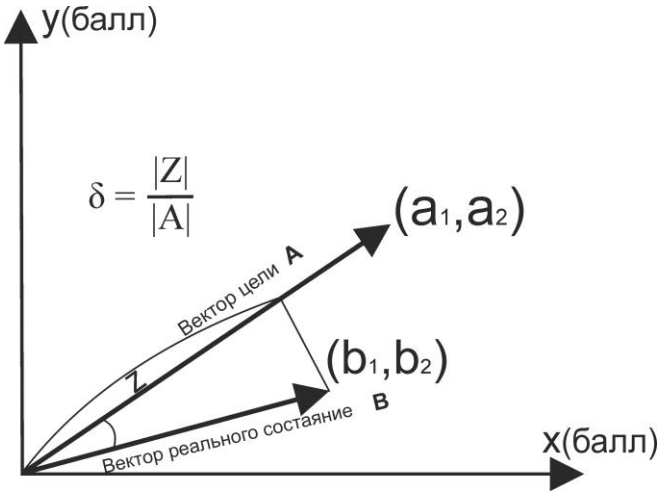


Рис.15. График формулы интегральной оценки

Значение δ было получено для объектов в реальном состоянии ($\delta_р$) и для этих же объектов в перспективе ($\delta_п$) (табл. 2) путем повышения баллов до возможного максимума, что зависит от типа и места объекта. После этого был сделан расчет для выяснения разницы:

$$\boldsymbol{\Delta = \delta_п - \delta_р} \ , \qquad (4)$$

где Δ – разница между реальной и перспективной интегральной оценкой аттрактивности. В рисунках 16 и 17 представленны соотвественно результаты оценок по полученному анализу аттрактивности историко-культурных и природных объектов.

Ист.-культ.	$\delta_п$	$\delta_р$	Δ
Средн.	0,92	0,73	0,19
Макс.	0,99	0,94	0,28
Мин.	0,88	0,62	0,00

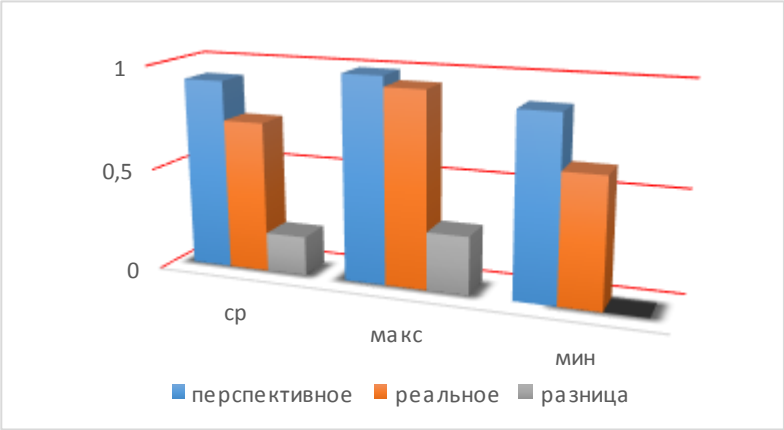


Рис. 16. Средние результаты историко-культурных объектов

Природные	$\delta_п$	$\delta_р$	Δ
Средн.	0,97	0,79	0,17
Макс.	0,98	0,96	0,31
Мин.	0,96	0,67	0,00

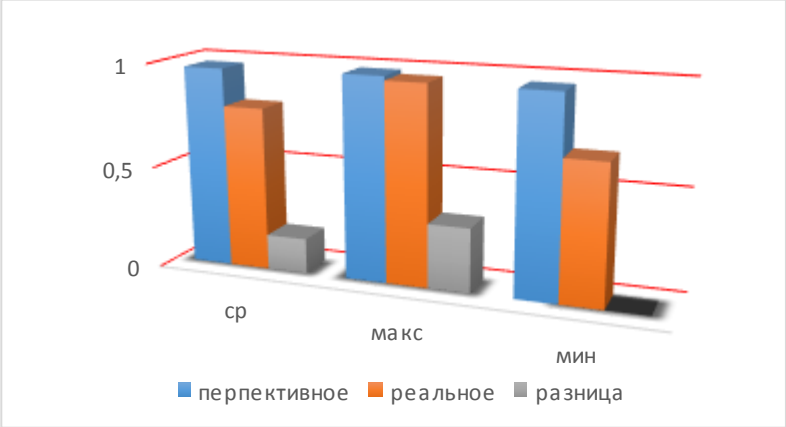


Рис. 17. Средние результаты природных объектов

В целом средние оценки природных и историко-культурных объектов совпадают. Небольшое различие в том, что у природных объектов максимальная реальная оценка ближе к перспективной. Перспектива в рассматриваемом отношении для природных объектов более достижима. Ниже представлен список первых 16 объектов, получившие наибольшие баллы (табл. 5).

Объекты, у которых разница между реальной оценкой аттрактивности и перспективной наиболее близка к нулю, являются уже популярными объектами или имеют необходимость минимального продвижения (табл. 5). Такими можно считать объекты, у которых значение Δ менее 0,1. Таких объектов насчитывается 25, причем 7 из них являются наиболее популярными в регионе и в стране. Вторую

группу, судя по значению Δ, можно назвать перспективными объектами, поскольку у них достаточно большое стремление к максимуму.

Таблица 5 . Объекты с максимальными оценками

№ п/п	Название	Вид объекта	Ближайшие населенные пункты	$\delta_р$	$\delta_п$	Δ
1	**Татеви мец Анапат**	Монастырь	Татев	0,941	0,941	0
2	**Капан**	Городище	Капан	0,919	0,919	0
3	**Бхено**	Монастырь	Бардзраван	0,927	0,936	0,01
4	**Бахаберд**	Крепость	Андокаван	0,938	0,945	0,01
5	**Аксел Бакунц**	Дом-музей-здание	Горис	0,892	0,937	0,04
6	**Св. Оганес**	Церковь	Сисиан	0,936	0,979	0,04
7	**Гарегин Нжде**	Мемориальный комплекс	Капан	0,887	0,932	0,04
8	**Катаравак**	Крепость	Капан	0,919	0,962	0,04
9	**Ключ Каджарана**	Статуя	Капан	0,892	0,937	0,04
10	**Воротанаванк**	Монастырь	Вахатин	0,900	0,936	0,04
11	**Церковь Татев**	Монастырь	Татев	0,890	0,936	0,05
12	**Хндзореск**	Селище	Хндзореск	0,881	0,936	0,05
13	**Веришен**	Селище	Веришен	0,881	0,936	0,05
14	**Андраник Озанян**	Памятник	Ангехакот	0,857	0,904	0,05
15	**Давит Бек**	Мемориальный комплекс	Капан	0,846	0,900	0,05
16	**Унан Аветисян**	Статуя	Капан	0,883	0,937	0,05

Такими можно считать объекты начиная со значения 0,1-0,19. Их количество достигает 180, что дает возможность подумать о выборе мест наибольшей концентрации таких объектов и продвигать место их нахождения как наиболее перспективное. И третья группа – это объекты, которые обладают наибольшими возможностями, но на сегодня имеют недостаточно большой уровень аттрактивности. Значение Δ здесь ровно 0,2 и выше, их насчитывается около 300. Общую картину можно представить следующим образом: Среднее значение составило 76%, максимум 98,1%, а минимальное из рассмотренных 67%, что свидетельствует о высоком уровне аттрактивности и большой возможности получения максимального значения. Объекты, получившие наибольшие баллы, представлены выше (табл. 4), они совпадают с популярными объектами в регионе, что доказывает правильность разработанной методики.

Графическая картина сравнения данных представлена на рисунке 18.

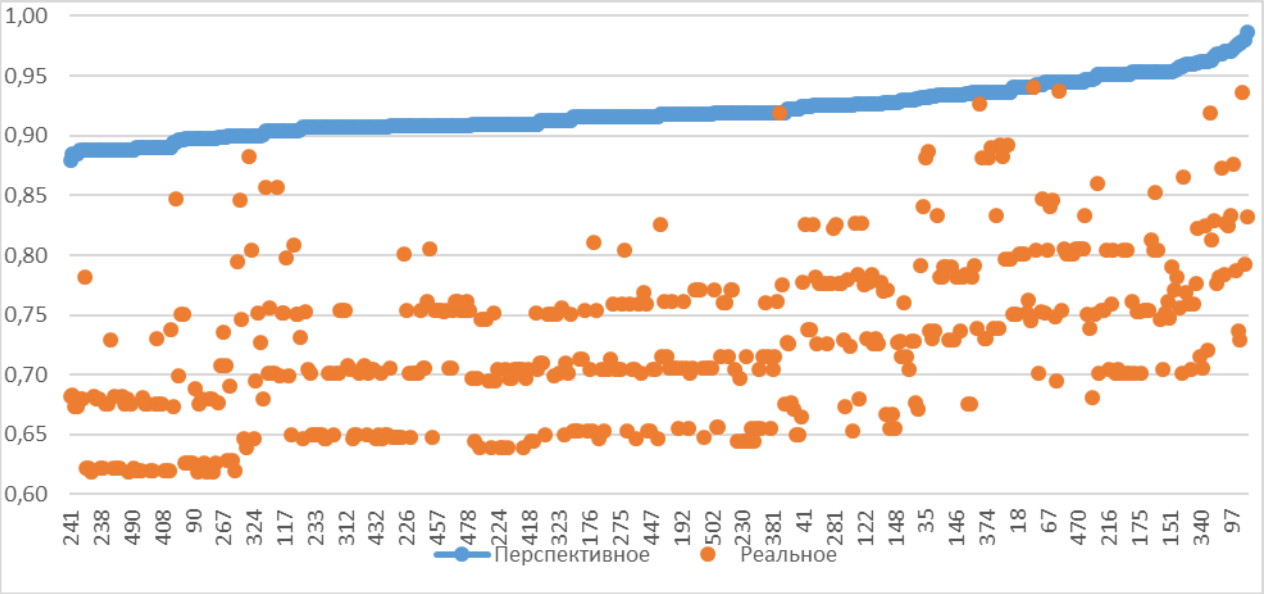


Рис. 18. Соотношение перспективного и реального значения всех историко-культурных объектов

Вывод. Полученные данные свидетельствуют о том, что территория обладает большим историко-культурным и природным потенциалом для развития туризма. Использованный метод может быть применен и в дальнейшем для выявления туристской аттрактивности как отдельных объектов, так и всего региона. В процессе оценки можно будет:

- выявить слабые и сильные стороны аттрактивности региона в целом;
- определить рейтинг объектов по аттрактивности и наметить стратегическое развитие туризма: какие из достопримечательностей можно развивать в первую очередь, а какие позднее.

В туристские маршруты самых популярных турорганизаций страны из рассматриваемого региона включены 8 объектов, 7 из которых историко-культурные. Сейчас 151 из 502 объектов имеют высокий туристский потенциал (от 5 до 12 баллов). Из природных объектов 21 имеют высокий балл, это свидетельствует о том, что множество объектов с высокой аттрактивностью не попали на туристскую карту региона. Для дальнейшего развития туризма надо в первую очередь продвигать эти 172 объекта как наиболее перспективные.

Для оценки туристской аттрактивности подходит и метод проектного ранжирования, благодаря которому полученная интегральная характеристика сравнения формализована математически и исключает какую-либо субъективность.

Метод оценки аттрактивности был апробирован на примере Сюникского марза. В дальнейшем предполагается его использовать при исследовании других марзов Армении с целью комплексного расчета туристской аттрактивности, на основе которого предполагается оптимизировать работы по развитию туризма, увеличить туристский поток в страну.

Географически смысл выявления разницы между реальной аттрактивностью объектов и их перспективой проявляется при выборе места или объекта для вложения средств в целях развития туризма.

Компонентный анализ данных

На рис.19 показаны результаты анализа, которые свидетельствуют о том, что основная часть привлекательных объектов – это историко-культурные объекты, следовательно, основным видом на территории становятся познавательный и паломнический туризм.

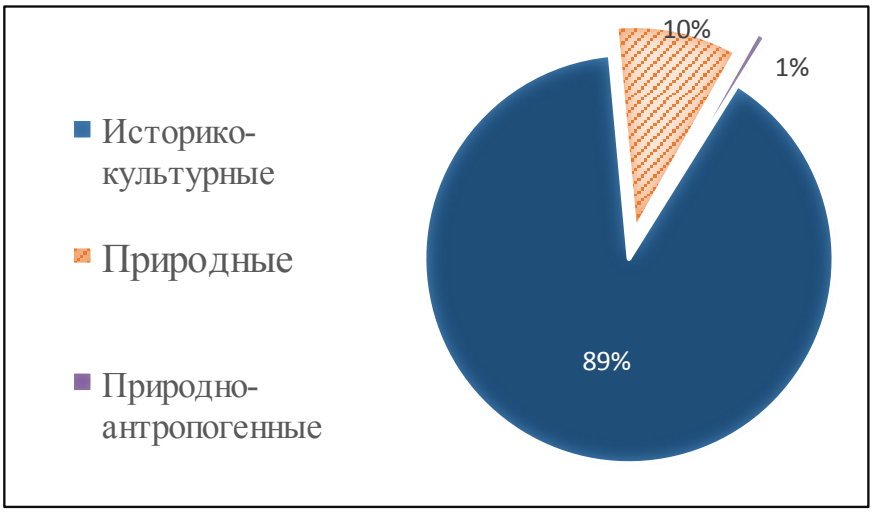


Рис 19. Соотношение аттрактивности по типам объектов

Рассмотрим каждую из групп в отдельности по количеству объектовна рисунке 20.

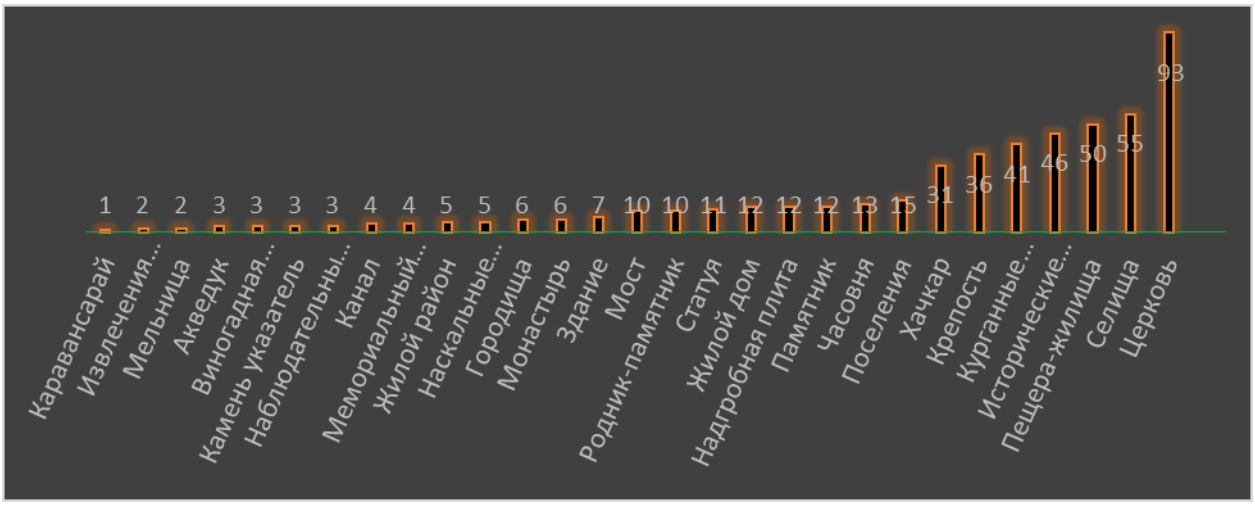


Рис. 20. Количество и типы историко-культурных объектов

Согласно рис. 20 объекты можно разделить на 3 группы. Первая группа включает виды, в каждом из которых известно более 30 объектов, в нее входят хачкары, крепости, курганные могильники, исторические захоронения, пещерные жилища, селища и церкви(рис 21). Вторая группа объектов включает такие виды объектов, которых на территории существует не менее 6; последняя, редко встречающаяся – от 1 до 5. Рассмотрим объекты первой группы и оценку их в баллах.

Рис. 21. Часто встречающиеся объекты

Из диаграммы следует, что благодаря наличию множества церквей, формируется ¼ общей оценки аттрактивности историко-культурных объектов всего региона. Заметно большое значение хачкаров, которые, несмотря на малочисленность, полуили довольно высокий балл.

Самый низкий показатель у большинства объектов – информационная обеспеченность, поскольку 252 объекта не имеют специальных названий. Одной из причин невысокой посещаемости многих объектов является то, что объекты этого же вида, но с лучшей доступностью уже довольно популярны.

Кроме биологических объектов, которых очень мало, остальные виды природного туристского потенциала можно считать похожими как по количеству объектов, так и по баллам(рис 22).

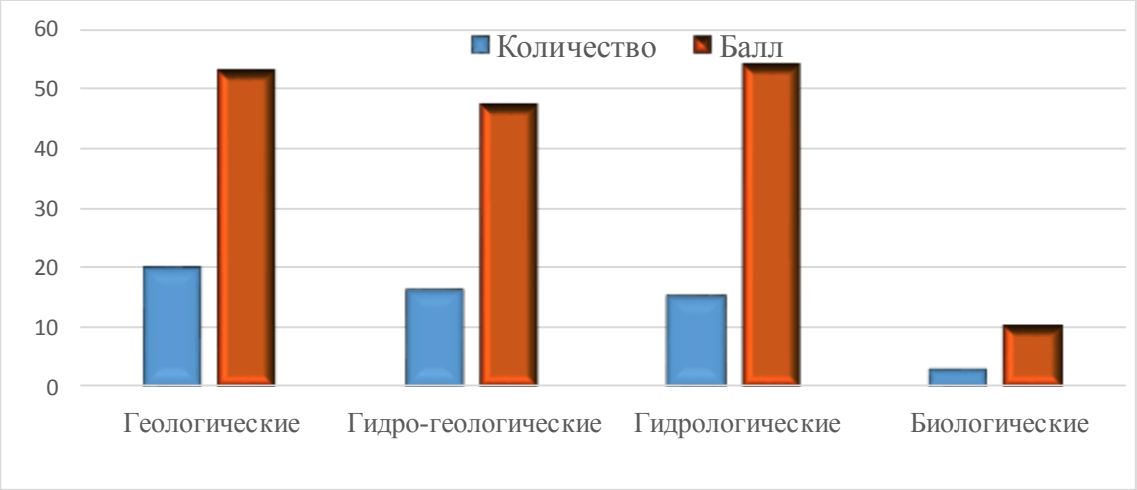


Рис.22. Природные объекты: количество и баллы

Среди природно-антропогенных объектов три из пяти являются водохранилищами, которые занимают огромную территорию, и для такой страны, как Армения, с дефицитом энергетических ресурсов и необходимостью орошаемого земледелия, они приобретают чрезвычайное значение. С туристской точки зрения ценно то, что они имеют большие размеры, находятся близко к главным автодорогам, при этом являются редкими объектами этого типа в регионе. Два других объекта отличаются новизной, а именно: канатная дорога «Татеви тевер»(Крылья Татева) и подвесной мост к пещерному городу Хндзореск, которые

были построены в последние 7 лет – новейшие инженерные достижения, это примеры оптимального выбора места для увеличения туристского потока.

Итак, можно сказать, что туристский потенциал региона развития связан прежде всего с культурным и познавательным туризмом. С другой стороны, на территории находится множество природных аттрактивных объектов. На основе рассчитанного потенциала можно рекомендовать развитие таких видов туризма, как экологический и пешеходный комплексный с целью изучения как природы, так и культурного наследия. Полученная средняя взвешенная оценка аттрактивности 44,6% свидетельствует о недостаточном продвижении туристских аттрактантов.

Кроме этого одним из препятствий является множество одинаковых по виду объектов, например церквей, хачкаров и т.д. Невозможно посещать несколько объектов одного вида. Решение этой проблемы видится в продвижении каждого объекта отдельно, формировать индивидуальный имидж объекта с помощью изменения окружающей его обстановки, распространение легенд, связанных с ним, исследовании их исторического уникального значения.

Большим недостатком в регионе является слишком ограниченное количество природно-антропогенных или инженерных аттрактантов. Причем несколько из них были построены только в последние годы, они пользуются большой популярностью и часть посещаются. На такие объекты в туристских странах мира приходится большая доля аттрактивности, следовательно, в рассматриваемом регионе есть потребность в их увеличении.

Территориальный анализ результатов

В результате исследования нами выявлены все объекты имеющие туристский потенциал в Сюникском марзе. На основе итоговой оценки туристского потенциала на рельефной карте показано их значение по трёхуровневой градации (рис. 23).

Анализ карты позволяет прийти к некоторым выводам. Несмотря на то, что количество объектов достаточно велико и они повсеместны на территории марза, наибольшая их концентрация совпадает с речными долинами.

То, что марз расположен в южной части страны, делает его южные окраины для туризма особенно труднодоступными из-за удаленности. На юге страны через границу с исламским Ираном каждый год большое количество туристов приезжает в Армению, часть из них направляется на черноморский берег Грузии. Эти туристы, как правило, не заинтересованы в историко-культурных достопримечательностях рассматриваемого региона. Южная часть Сюникского марза в настоящее время является туристским тупиком, но у региона есть потенциал в будущем превратиться в культурный «мост» между христианским и исламским мирами. В восточной же части марза можно обнаружить обилие объектов, которое обусловлено более выразительным рельефом, историческими, экономическими факторами и возможностями автомобильного транзита. Это направление в последние 10 лет становится довольно популярным.

Для более подробного анализа территориальных особенностей мы воспользовались инструментарием ГИС. Были интерполированы природные и историко-культурные объекты с учетом их плотности с помощью инструмента «плотность точки». Результаты отражены на рисунках 24 и 25.

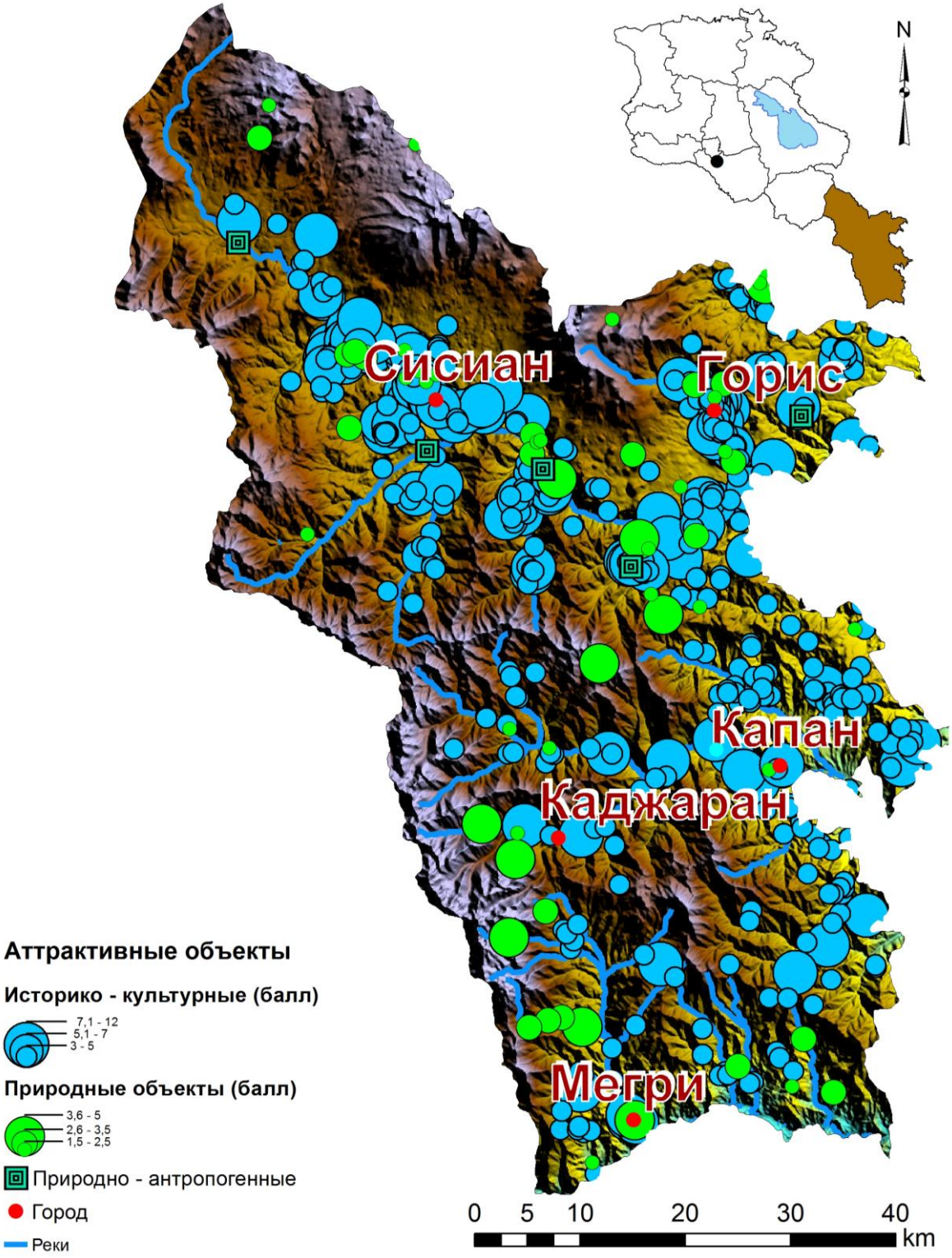


Рис.23. Аттрактивние объекты Сюникского марза

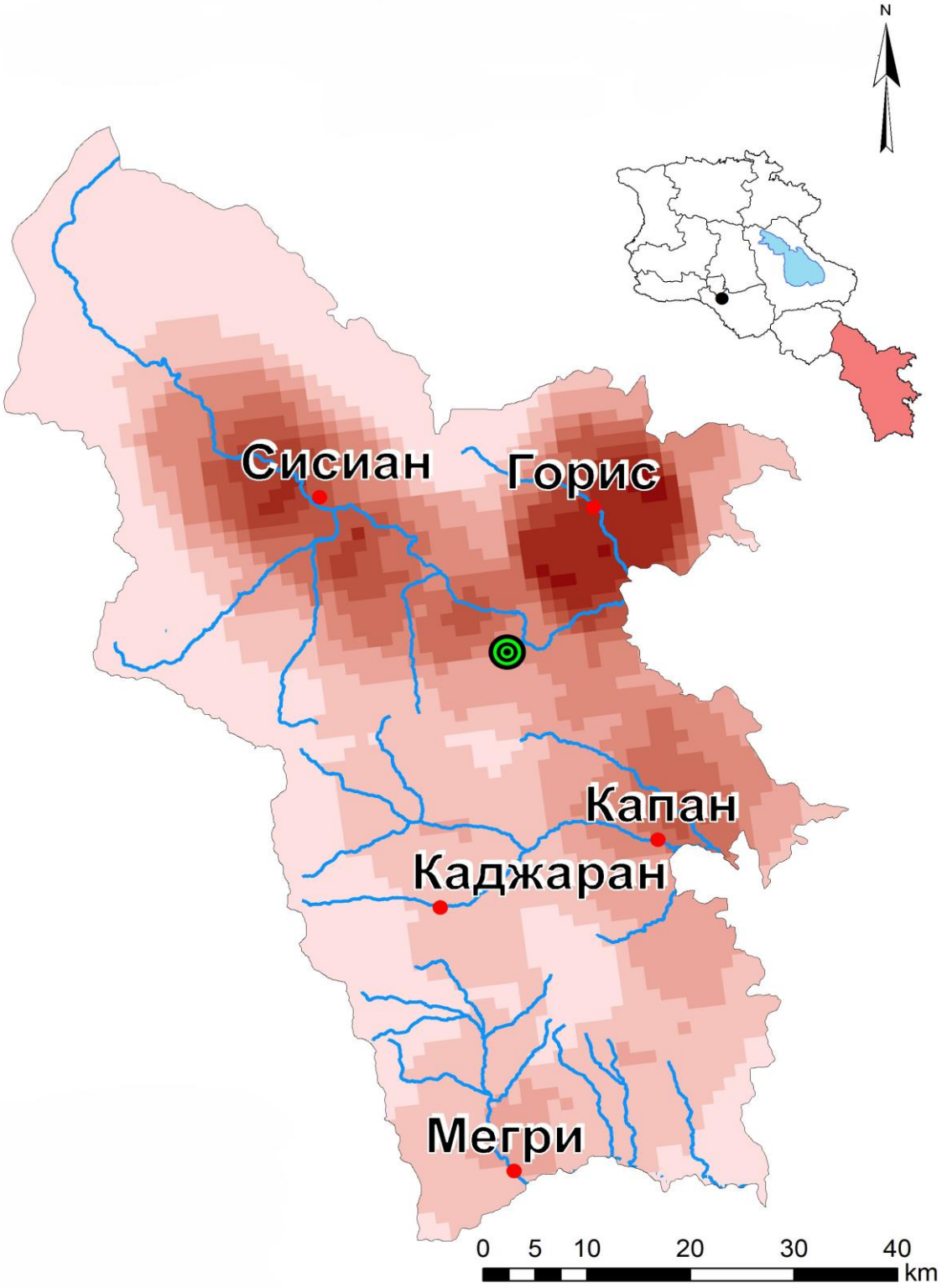


Рис. 24. Плотность историко-культурных объектов. Территориальный анализ по количеству.

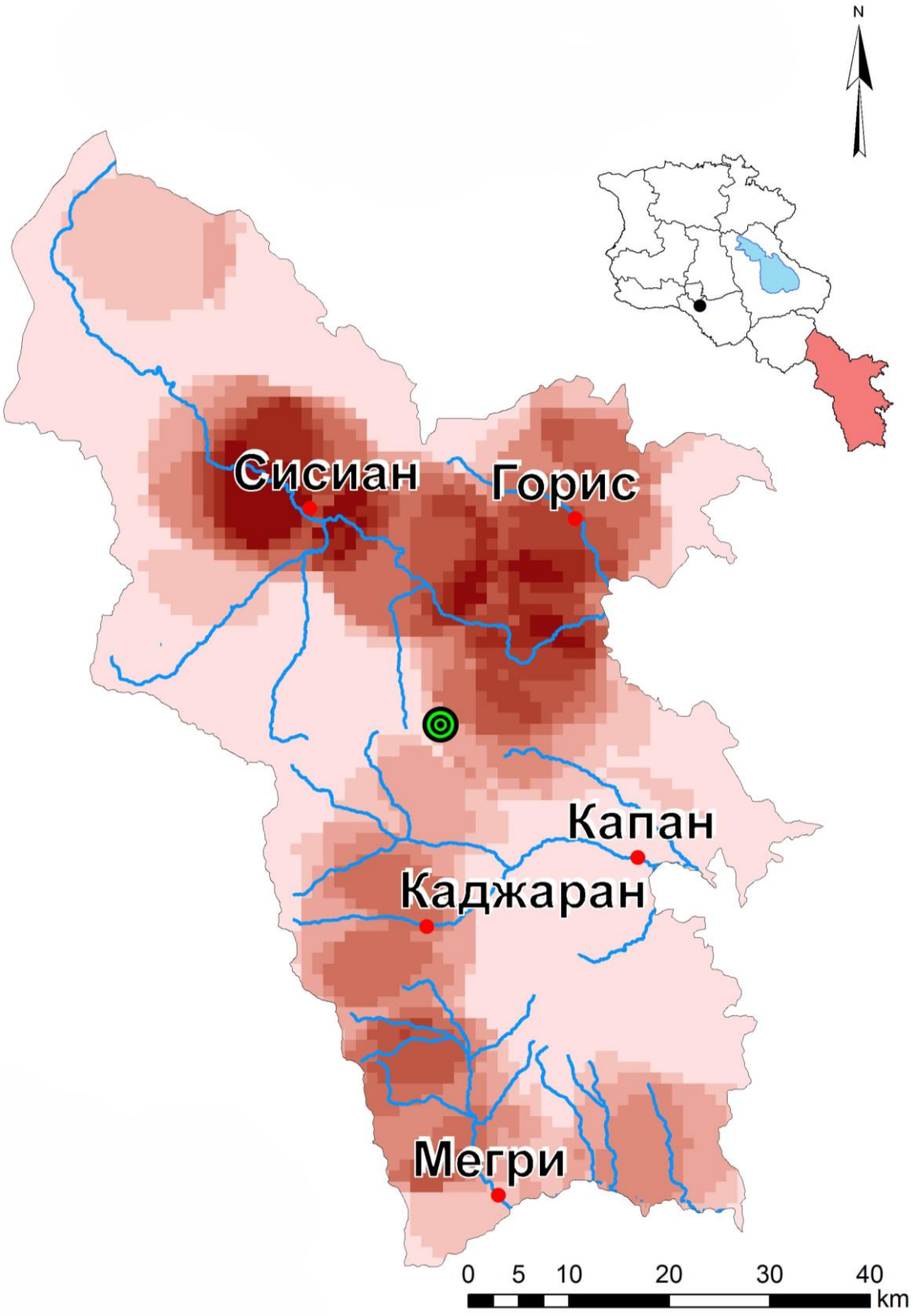


Рис. 25. Плотность природных объектов.Территориальный анализ по количеству.

Картина становится более ясной при рассмотрении этих двух изображений. Первое отличие, кроме уже отмеченных, в том, что распространенность природных и историко-культурных объектов в некоторых местах резко неодинакова. Если, например, около г. Горис можно заметить большую концентрацию объектов той или иной группы, то уже в окрестностях Сисиана природных объектов намного больше. Около Каджарана и южнее до Мегри встречается много природных объектов, что нельзя сказать об объектах историко-культурных. Последние в этой части представлены очень редкими экземплярами, это можно объяснить наличием крутых горных склонов и большой высотой над уровнем моря. Причем, объекты имеют большую плотность около г. Капан, где почти нет природных достопримечательностей.

Итак, если обобщить информацию на картах (рис. 24 и 25), то можно сделать следующие выводы. Основные ареалы концентрации историко-культурных и природных объектов находятся в окружении значительных городов, причем если г. Сисиан и Горис характеризуются высокой концентрацией и тех, и других объектов, то г. Каджаран и Мегри – природными туристскими, а Капан – культурными достопримечательностями. Кроме того, очень большая концентрация объектов в поясе между г. Сисиан и Горис. Между Каджараном и Мегри, возможно, в связи с существованием нескольких ООПТ отмечается большая плотность природных туристских объектов. Культурными достопримечательностями отличаются южная и северная части г. Капан, что объясняется сравнительно благоприятным рельефом и значением города как административного центра марза.

Усредненный (расчетный) центр (рис.26 и 27) представляет усреднённое расстояние от всех объектов и, как видно из карты, в двух случаях находится на территории с небольшой плотностью. Это можно объяснить горным рельефом и отдаленностью основных центров, тяготеющих к северу и к югу. При этом усредненный центр в большей степени направлен к северу марза, поскольку там выше плотность и природных, и историко-культурных туристских объектов.

На рисунках 24 и 25, карты отражают только плотность объектов. Эти результаты можно дополнить, если учесть потенциал каждого объекта. Получаем карту плотности, зависимую от потенциала объектов(рис.26 и 27).

Для получения таких карт был использован инструмент ArcGis «плотность ядер»[147], где отдельно рассчитывался «Радиус поиска» с помощью следующего алгоритма:

$$\text{Радиус поиска} = 0{,}9 \times \min\left(SD, \sqrt{\frac{1}{\ln(2)}} \times Dm\right) \times n^{-0{,}2}, \quad (5)$$

где SD – стандартное расстояние,

D_m – медианное расстояние,

n – число точек (рассматриваемых объектов).

Рис.26. Плотность историко-культурных объекто в зависимости от аттрактивности.

Рис. 27. Плотность природных объекто в зависимости от аттрактивности.

При таком подходе места с наибольшим количеством и высоким потенциалом выделяются более отчетливо. На карте природных объектов среди 6 основных точек концентрации выделяется место в северной части Сисиана. Это объясняется тем, что у природных объектов потенциал не очень высокий из-за отсутствия популярности и потому близкое положение к Еревану и дорогам значительно повышает потенциал этих объектов. Объекты, которые находятся южнее и дальше от основных дорог, например точка концентрации севернее Мегри, выделяются с помощью критериев эстетичности и информационной обеспеченности. Другие места с богатым природным потенциалом находятся на севере и юго-востоке Гориса, а также на юго-восточной окраине марза. Что касается историко-культурных объектов, то на карте четко выделяется только один – не слишком широкая, но очень насыщенная зона около г. Горис, что свидетельствует о том, что города и их окрестности – историко-культурные центры марза. Следующий центр, но уже с меньшим потенциалом находится к северу от г. Сисиан. Другие центры достаточно маленькие, кроме расположенного южнее Сисиана по долине реки Воротан, где находится монастырь Татев.

Для получения обшей картины стоит совместить центры этих объектов и учесть их усредненные центры, дороги и природно-антропогенные объекты для выявления центральной зоны региона в целях развития туризма.

Предложение. Туризм является сферой экономики страны а, как известно, все сферы экономики характеризуются центральными местами (Кристалер, Тюнен). Если таким местом для Армении является столица Ереван, то для Сюникского марза – г. Горис. Но из рассмотренных выше примеров следует, что Горис на территории марза не занимает самого благоприятного места для развития сферы туризма. Поэтому мы, исходя из продемонстрированного анализа территории, предлагаем новое место, которое может в дальнейшем претендовать на роль туристского центра Сюникского региона.

Для понимания критериев и значения выбора центрального места территории мы предлагаем внести термин «**туристский хаб»**, который будет характеризовать оптимальные расстояния от всех туристских объектов, необходимую

инфраструктуру. Это дает туристу наилучшую возможность сначала удобно добраться до объекта, не упуская достопримечательностей в пути, затем познакомиться по пути с другими объектами, насладиться красотой всего региона, при этом от туриста потребуются наименьшие физические усилия, меньше средств.

На первом этапе выбор хаба обусловливается видовыми (отраслевыми) туристскими центрами, например, центром историко-культурного туризма, пляжного, экологического. На следующей стадии следует делать корректировку места с помощью вторичных факторов, влияющих на сферу туризма, это, например, ландшафтная составляющая, экология места, социально-экономическая обстановка и т.д. Хабом может оказаться незаселённый район, что даст возможность превратить его в новый туристский город, обустраивая его с учетом туристской специфики. Как пример, можно рассмотреть создание агрогородков, что само по себе является достопримечательностью.

В ходе нашего исследования выяснилось, что на территории Сюникского региона есть определённые центры, где концентрируется наибольшее количество туристских объектов. При этом места концентрации разных видов туристских объектов, в нашем случае историко-культурных и природных, находятся далеко друг от друга, причем этих центров несколько, они отличаются друг от друга по значимости.

Исходя из этого в рассматриваемом регионе как хаб мы предлагаем географическое место, расположенное между Шакинским водопадом и Татевским монастырем, где находятся сельские поселение Вахатин, Воротан, Шамб, Лтсен и Дарбас. Попробуем пояснить выбор места для туристсткого хаба (Рис. 28).

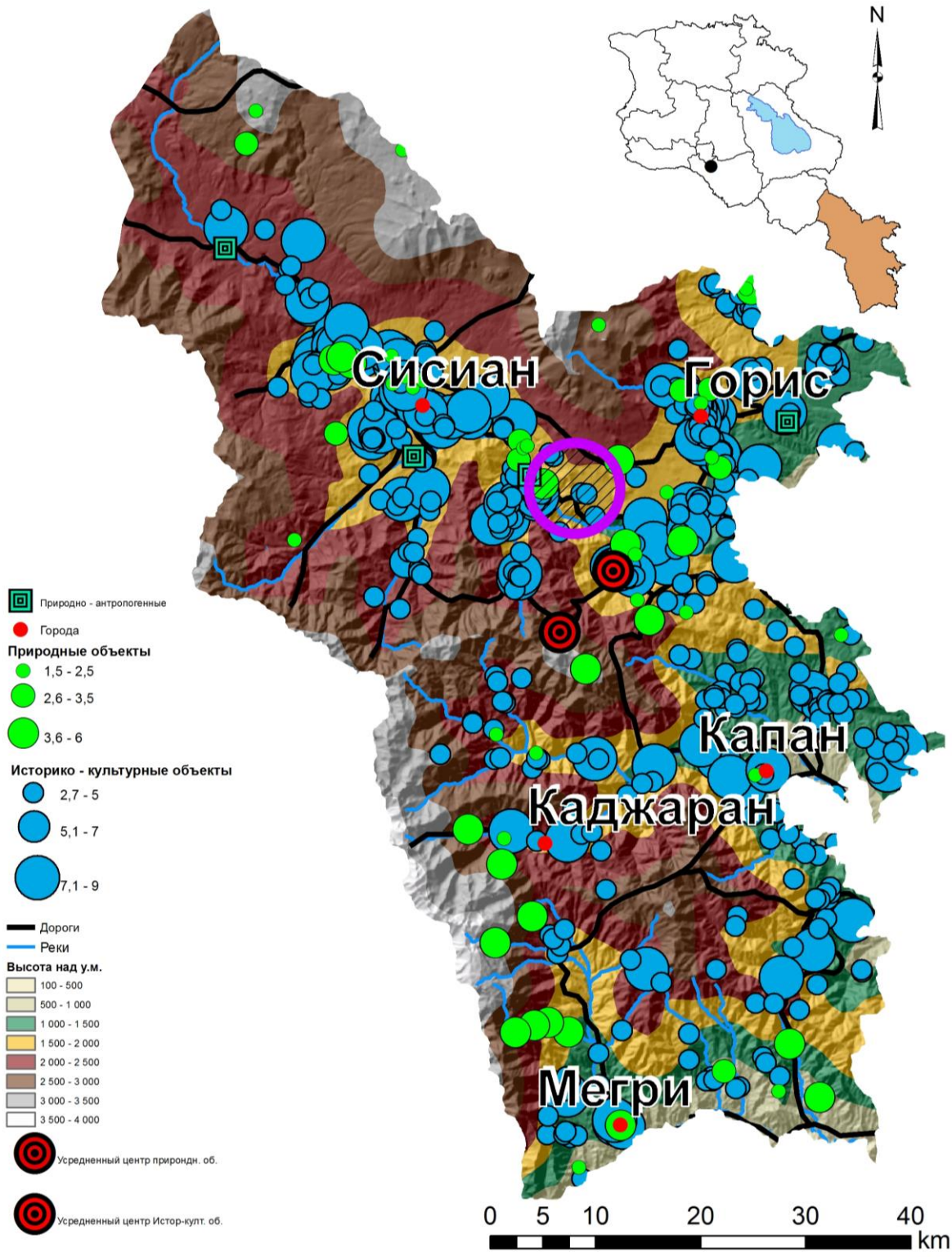


Рис. 28. Пример возможного туристского хаба в Сюникском марзе.

С одной стороны, оно находится на середине между северным и южным полюсами концентрации достопримечательностей региона, с другой, на небольшом высоте над уровнем моря, что по классификации Н. С. Мироненко и И. Т. Твердохлебова[69], является наиболее благоприятным для организма человека(до 2000 м — зона индифферентности, пребывание в которой не вызывает заметных реакций в организме). Преимуществом является и то, что в середине территории протекает река Воротан, а по окраинам начинаются горы. Стечение сразу нескольких ландшафтов делает территорию более привлекательной. Оптимальное расстояние от больших городов региона, где существует развитая инфраструктура, делает место удобным для посещения местными жителями.

Выбор хаба важен тем, что в горных регионах из-за ограниченности площади и хрупкости ландшафтов неуместно бесконечное увеличение площади городов, необходимо искать новые географические решения в территориальной организации туризма. Развитие туризма нельзя представить без новой инфраструктуры, что возможно в предложенном месте.

С другой стороны, территория в большей степени сохранила свои природные качества, слабозаселенная, что позволяет проектировать ее будущее развитее с учетом экологический норм и туристских характеристик.

И последнее. Благодаря своим природным и туристским качествам рассматриваемое место может стать сосредоточением санаториев, развлекательных центров, тем самим привлечь больше инвестиций, что поможет направить сюда как основной туристский поток из центральной части страны так и из соседней страны Иран.

Все это поможет решению многих социально-экономических проблем, возникших в горном регионе в том числе из-за отдаленности от центра и сложности рельефа.

3.3. Туристский геопортал как инструмент визуализации результатов исследования и продвижения дестинации

На наш взгляд, в информационном веке для развития туризма на конкретной территории необходим специальный туристско-информационный ресурс с обеспечением специализированными картами. Таким универсальным web-картографическим ресурсом является геопортал. Он может послужить для нескольких целей: исследовательских, коммерческих, информационно-познавательных.

В данной части работы описан туристский геопортал, созданный по авторской методике. Одним из важных моментов является то, что при создании геопортала необходимо учитывать местные особенности, поскольку любая территория уникальна. Основными особенностями туристского потенциала Армении являются горный рельеф и историко-культурные объекты. Армении, как стране с развивающейся туристской отраслью, такой ресурс полезен и необходим.

Целесообразность ГИС в разных областях географической науки не вызывает сомнения. Об этом свидетельствует множество работ. В некоторых работах внимание сконцентрировано на обосновании важности использования геоинформационных ресурсов в географических исследованиях, а также даются структурные рекомендации для создания геопорталов [91,121,120,156,177], в ряде работ применяется анализирующий подход, описаны существующие на сегодняшний день геопорталы, их возможности [51, 53, 70, 81,161,]. Появилось много русскоязычных научных исследований, которые уже не имеют обзорного и рекомендательного характера. Исследователи ставят перед собой конкретные практические задачи, например, работают над созданием геопорталов по регионам России [81,94,121].

Например, M. Brach и D. Górski [156] рассматривают ГИС для решения проблем природопользования и создания геопортала для лесной территории в целях развития экотуризма. M. Sigala [177] обращает внимание на более практическое значение геопорталов и на то, как с их помощью туристы создают собственные

туристские маршруты. На постсоветском пространстве М. А. Чуб [120] одной из первых отметила и начала использовать ГИС в туристских исследованиях. С. В. Шайтура [121], Е. О. Ушакова[112], Б. В. Робинсон [91] отмечают важность геопорталов в туризме с точки зрения их экономической эффективности и этапов внедрения, в их работах, кроме того, говорится о большом значении такого ресурса для развития туризма в масштабе отдельных регионов.

G. Giff и др. [161] изучают геопорталы пяти европейских стран с точки зрения их возможностей и эффективности в сравнении. Сравнением геопорталов занимаются также такие ученые, как Ю. Н. Миронова [70], А. В. Кошкарев [52]. Последний автор, кроме этого, уточняет значение термина «геопортал» и соответствие ему разных ныне существующих ресурсов, называющихся геопорталами. С. А. Осокин [81], раскрывая и уточняя понятие геопортала, идет дальше и представляет авторский геопортал на основе конструкции, предложенной им же.

М. А. Саранча [94], кроме предложения авторской концепции туристского геопортала, сам создает его и представляет как готовый продукт. Примечательно то, что геопортал посвящен Республике Удмуртия. Похожей по тематике является работа В. С. Зуйкова [38], посвящённая Ульяновской области, где описаны принципы создания, функционирования и наполнения пространственными данными геопортала.

А. В. Кошкарев считает, что ключ к пониманию сути геопортала лежит в понятии «портал», который определяется как «исходная точка выполнения тематического поиска в распределенной сети» и «сервер, предоставляющий прямой доступ пользователям к некоторому множеству серверов, включая установленные на них информационные ресурсы, а также web-приложения, которые реализуют web-сервисы, соответствующие назначению портала» [51].

В связи с геопорталом часто используется словосочетание «инфраструктура пространственных данных» (ИПД). Согласно А. В. Кошкареву[51], инфраструктура пространственных данных – это информационно-телекоммуникационная система поддержки метаданных, наборов пространственных данных и ГИС услуг, обеспечивающая доступ пользователей к распределенным ресурсам

пространственных данных, их распространение и обмен ими с помощью Интернета или иной общедоступной глобальной сети в целях повышения эффективности их производства и использования [15] .Иными словами – геопортал это вроде как более узкое понятие, чем ИПД, и геопорталы являются компонентом ИПД, ее географическим информационным узлом.. А. Р. Аляутдинов и др. [14] анализируют вопросы, связанные с формированием и использованием ИПД, а также на примере подробно представляют процесс создания локальной ИПД.

Геопортал в общем воспринимается как интернет-ресурс, который используется для поиска и доступа к географическим (пространственным) данным. Они бывают разные по охвату территории (национальные, региональные и локальные) и по тематике.

По техническим характеристикам геопорталы тоже бывают различными. Например, одни предоставляют только карты разных маршрутов и разных мест, вторые – карты и другую текстовую и мультимедийную информацию о регионе, а третьи – интерактивную карту с метаданными (информацией, связанной с объектами на карте). На наш взгляд, все три имеют свои преимущества, но в туристской практике более популярными на сегодня являются геопорталы с интерактивной картой и метаданными.

Число геопорталов с туристской тематикой растет во всем мире. Удачными примерами можно назвать геопорталы National Geographic [144] под названием MapGuide (в 15 регионах и 6 странах)[143], геопортал Нарочинского парка [134], геопортал Ульяновской области [135] и концепцию туристского портала М.А. Саранчи для Республики Удмуртия [94].

Идея и схема геопортала РА. Возможная востребованность такого продукта может быть представлена следующих пунктах:

1. Увеличение количества самоорганизующихся туристов.
2. Востребованность новых туристских мест и маршрутов.
3. Необходимость достоверной, доступной и подробной информации.
4. Туристский кадастр территорий.
5. Научно-исследовательская работа.

Современные методы коммуникации диктуют новый подход. Например, организация информационного портала требует своеобразной структуры вследствие

развития сферы туризма и для локальных различий территорий. Создание такого информационного ресурса для Армении требует переосмысления всей туристской сферы.

Для разных географических регионов местные различия играют большую роль, и это необходимо учитывать. Например, относительно малое значение будут иметь для равнинной территории слои рельефа, и наоборот, важную – для пляжей и горной местности. Картографический слой исторических объектов будет очень важен для территории с древней историей, слой сервисных объектов – для торгового региона (Сингапур, Дубай), слой природных объектов – для обширной территории, национального парка.

Из вышесказанного вытекает следующее: во-первых, необходимо выявить развитые туристские направления конкретного региона, ресурсный потенциал и определить стратегические направления. После инвентаризации, создания кадастра объектов этих сфер и создания их картографических слоев следует перейти к решению других вопросов. Туристский геопортал должен иметь топографическую основу и тематические слои, в данном случае на туристскую тематику (рис.29). Для Армении, как горной страны, логично предположить большое значение множества разных видов природных красот. Второе, на что стоит обратить внимание – длительное проживание людей на этой территории: за долгую историю было создано множество антропогенных объектов, которые создают основную аттрактивность территории.

Список исходных данных для создания геопортала РА составлен на основе картографических слоев из открытого доступа, слоев из армянского гидрометцентра, основная часть слоев достопримечательностей была создана автором. Сбор, обработка и представление данных были осуществлены с помощью программного продукта ArcGIS 10.1. Для опубликования геопортала данные были загружены на сервер ПГНИУ.

Рис. 29. Структура подачи информаций туристского портала

Перед конечным пользователем геопортал предстает в виде web-сайта, предоставляющего прямо в web-интерфейсе инструменты для поиска и изучения географических данных. web-сайт доступен всем пользователям Интернета и создан на основе технологии ArcGis online[149], ставшей достаточно популярной за короткое время. На рис. 30 представлена начальная страница «Туристского портала Республики Армения» [140].

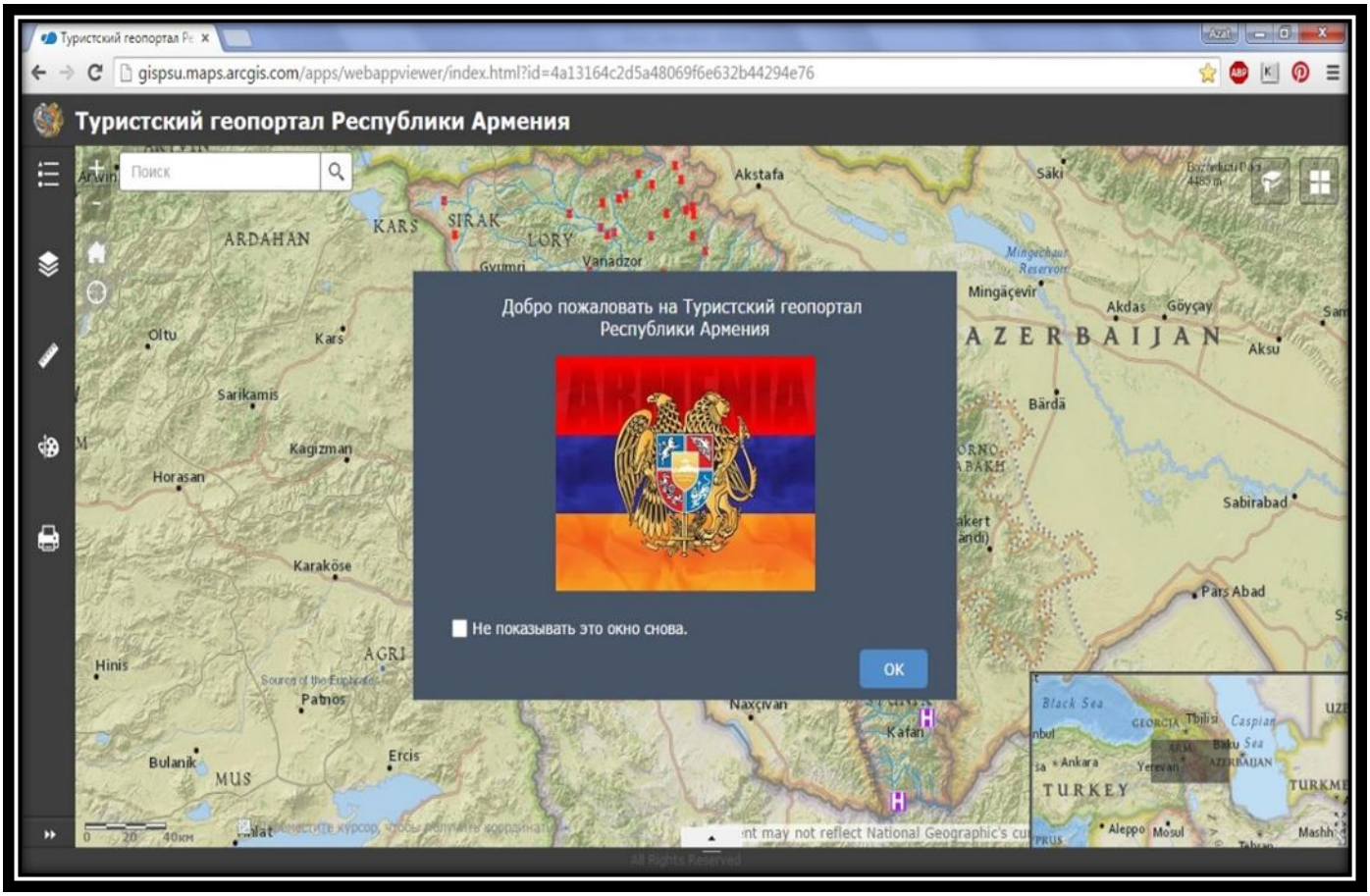


Рис 30. Туристский геопортал Республики Армения, начальная страница

Туристский геопортал республики Армения доступен по адресу http://gispsu.maps.arcgis.com/apps/webappviewer/index.html?id=4a13164c2d5a48069f6e632b44294e76

В левой части страницы находится всплывающее окно, которое состоит из пяти частей: легенда, список слоев, измерение, рисование и печать. Рядом с ними, в правой верхней части, расположены инструменты поиска, приближение и отдаление (возможно также с помощью скроллинга). В верхнем правом углу находятся три базовых слоя: National geographic map, Open-street map, снимки из космоса. В левом

нижнем углу представлен масштаб, а в правом нижнем находится обзорная карта-навигатор, служащая для перемещения центра карты в указанную точку.

Главным элементом интерфейса геопортала является список слоев (отдельные карты со своими метаданными)представлена на рисунке 31. Для удобства обзора он разделен на отдельные тематические категории, согласно схеме на рис. 29. В каталоге выделены три группы категорий картографических слоев. Там же существует возможность включать или отключать любой слой.

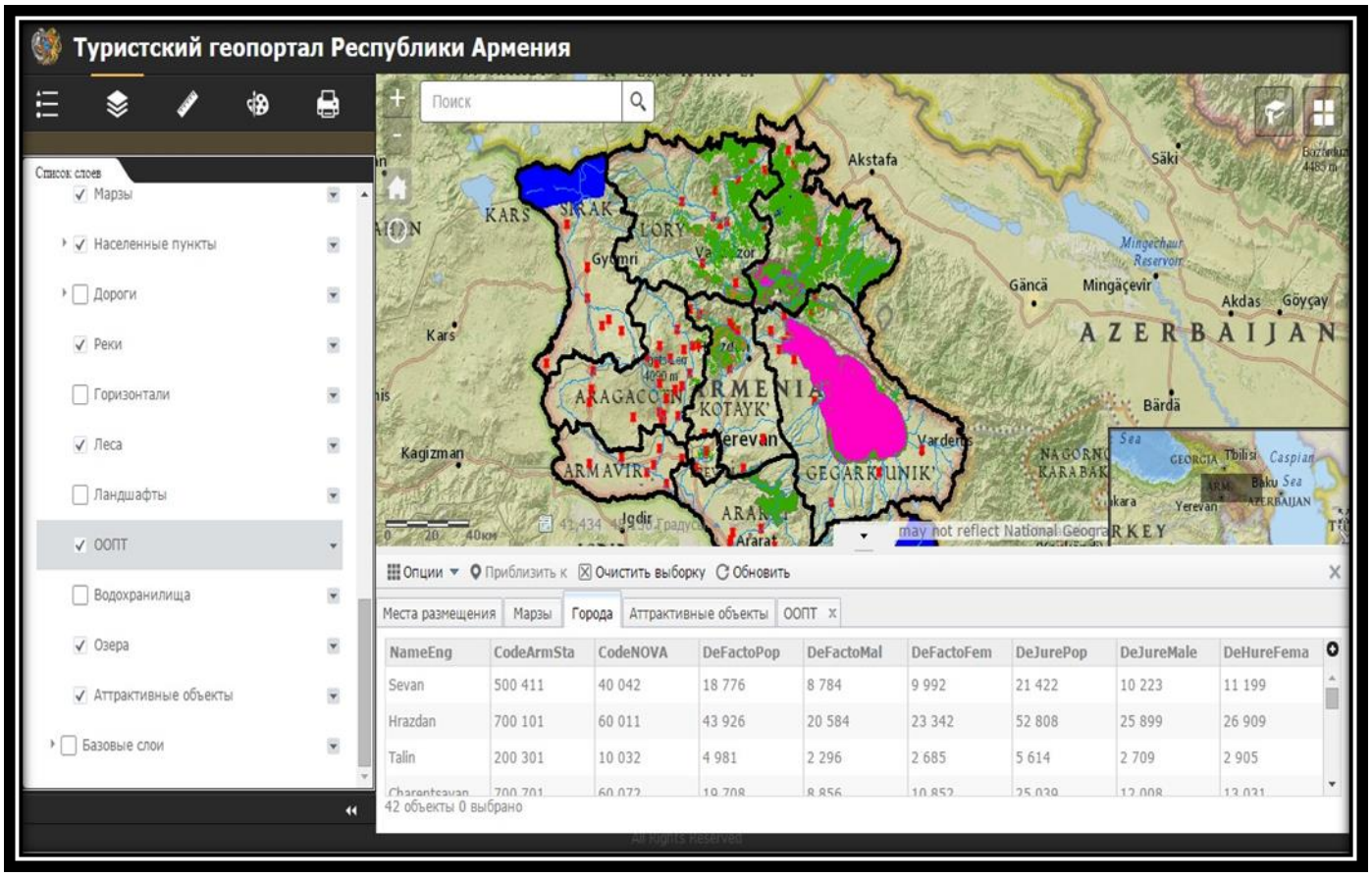


Рис. 31. Туристский геопортал РА. Слои и атрибутивные данные

Количество слоев – 41, из которых 27 – слои достопримечательностей, 12 – общие слои, а 2 слоя – подробное визуализирование рельефа. При нажатии на слой дается возможность масштабирования, включения/отключения, получения атрибутивной информации, поиска объектов (рис.31). Здесь с помощью «опций» можно сделать анализ данных и отобразить их на карте. Например, в открывшемся окне атрибутивной информации поставить фильтр для объектов с самым высоким показателем аттрактивности или же преобразовать на карте самые высокие точки.

Можно измерять расстояние, площадь, определять координаты, вести поиск различных объектов и др. Кроме того, можно использовать печать отображаемого фрагмента карты.

Этот туристический геопортал пригодится всем, кто планирует туристические походы, экскурсии или просто поездки в РА.

При нажатии левой кнопкой мыши на любое место или объект на самой карте откроется окно с метаданными об этом месте или объекте: название, местонахождение, вид объекта, оценка его аттрактивности, фотография, краткое описание и ссылка на более подробное описание (рис. 32).

Раздел «Измерение» дает возможность измерить расстояние и площадь, рассмотреть координаты конкретных точек или сравнить координаты двух объектов. В разделе «Рисование» можно отметить маршруты или места для посещения, сделать некоторые заметки (рис.32).

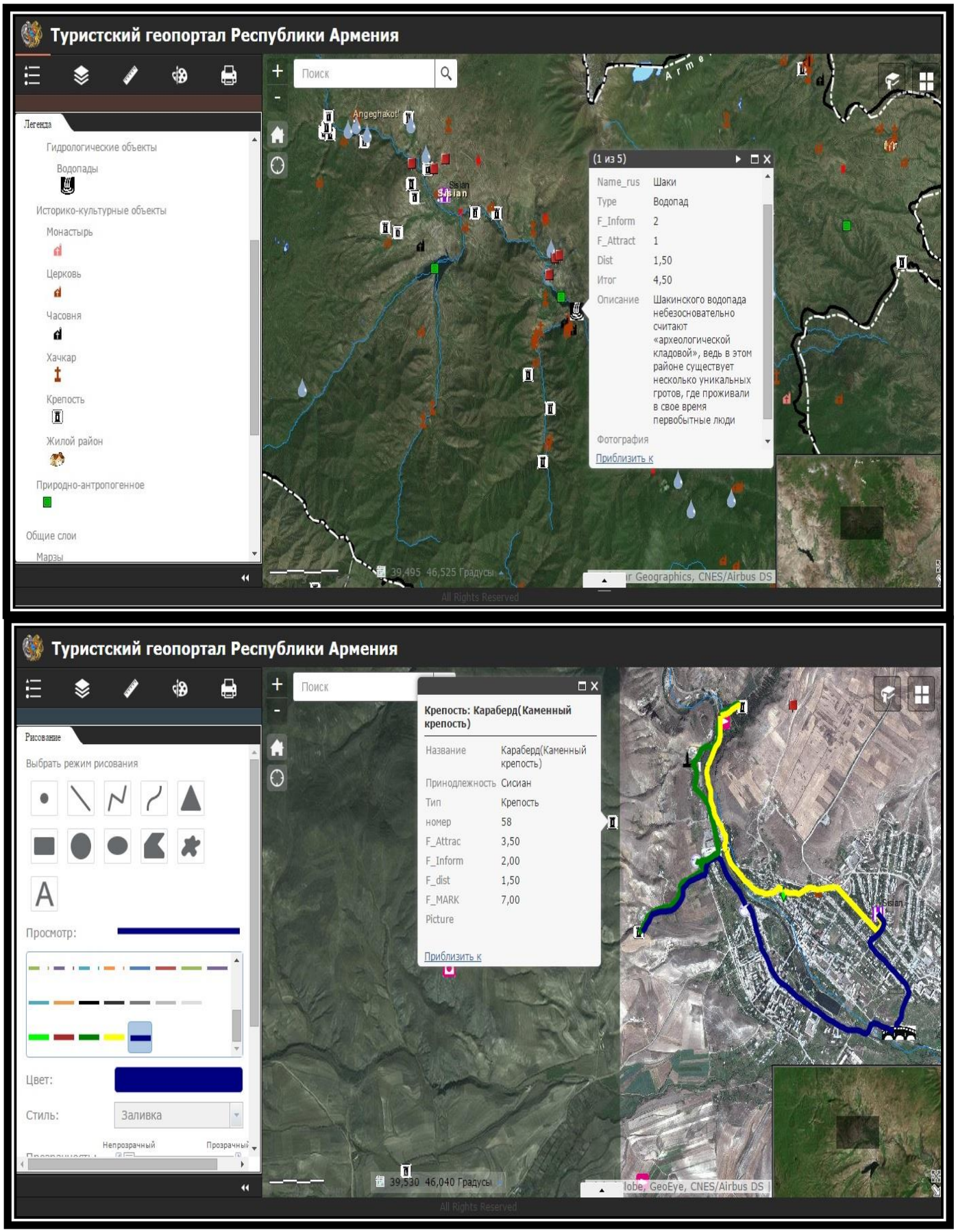


Рис.32. Туристскии геопортал РА. Информация об объектах и раздел «Рисование»

Важность и пути использования. Во-первых, геопортал призван представить туристский портрет страны и обеспечить поддержку в формировании благоприятного инвестиционного климата и развитии туризма.

Попробуем объяснить, в чем важное значение данного ресурса для развития туризма. В стране с помощью пиаркомпаний основные аттрактивные объекты представлены очень хорошо, и люди, которые заинтересовались страной, в первую очередь желают посетить именно их. Такими объектами являются монастыри Татев, Санаин, Ахпат, Гегард, Нораванк, Хор Вирап, Звартноц, замки Амберд, Эребуни, города Ереван, Еджмиацин, Гюмр, канатная дорога «Крылья Татева», в общем счете около тридцати объектов. Заметим, что когда туристом будут освоены данные достопримечательности, страна для него потеряет свою таинственность.

В реальности эти достопримечательности представляют собой лишь часть аттракций страны. Более того, в стране можно выделить несколько туристских районов, где основные туристские особенности будут отличаться. С помощью турпортала можно будет показывать яркие различия между этими регионами, благодаря чему турист захочет посетить каждый из них и провести некоторое время в данном регионе, чтобы понять местный колорит и познакомится с природой.

Автором была создана пилотная версия геопортала, который находится в процессе доработки, но доступен для просмотра [140]. С помощью данного ресурса можно привлечь внимание общественности к вопросам сохранения природного и историко-культурного наследия страны. С другой стороны, картографическая продукция позволяет дасть первичную оценку туристского потенциала в регионе, а также может служить удобным средством для интерпретации результатов оценки.

Целевая аудитория геопортала подразумевается достаточно широкой. Это граждане Республики Армения и других государств, интересующиеся туризмом разных видов на территории Армении, студенты, учителя и преподаватели, использующие геопортал в образовательных целях, ученые и исследователи, для которых геопортал будет являться значимым источником научных знаний. Управленцы могут использовать представленные на геопортале сведения для принятия верных решений по сохранению природного и историко-культурного

наследия региона, инвесторы – изучать страну или ее отдельные регионы как объект вложения целевых средств. Аудитория геопортала не ограничена жесткими рамками, что позволяет ему быть полезным для разных социальных групп.

Среди основных перспектив развития геопортала прежде всего можно назвать дальнейшее пополнение базы данных, увеличение числа пользователей, создание новых разделов для представления информации.

Несмотря на преимущества создания и использования туристского геопортала, существуют проблемы их разработки, внедрения и сопровождения. Этовосновном технические и финансовые проблемы, но также можно выделить и основную методическую проблему – оценка туристских ресурсов регионов. Сбор сведений о туристских ресурсах является достаточно сложным и трудоемким процессом. При этом в российской практике пока отсутствуют общепринятые методики оценки туристских ресурсов.

С этих позиций в функционировании и мониторинге такого инструмента чрезвычайно важно государственное вмешательство, с одной стороны, для кадастра и мониторинга объектов туристской сферы, а с другой – для более эффективного функционирования геопортала, опирающегося на государственную стратегию развития туризма. Большим преимуществом для дальнейшей работы туристского геопортала окажется содействие туристских организаций, которые смогут делиться накопившейся информацией.

Туристский геопортал позволит снизить степень неопределенности в системе данных о ресурсах развития туризма Армении, более эффективно продвигать туристский продукт, формировать положительный туристский имидж страны, информировать пользователей о проводимых мероприятиях.

Создание геопортала в целях управления развитием туризма страны является инновационным подходом, позволяющим решать большой спектр задач по подготовке и принятию решений по управлению туризмом, в том числе и по оценке эффективности использования ресурсной составляющей его развития. туризма. Возможности использования ГИС управления туризмом очень широкие.

Можно сказать, что туристский геопортал и база данных, полученная во время этого исследования, могут быть использованы:

1) как материал во время создания проектов развития туризма,
2) консалтинг для инвестиций в сфере туризма,
3) средство для создания туров и маршрутов,
4) средство для создания туристских карт,
5) онлайн информационный ресурс.

В рамках этой работы с помощью инструмента ArcGis online стала возможной стала визуализация большинства результатов исследования в открытом web-доступе, что может послужить базой данных для последующих исследований на территории.

Обобщая, можно сделать следующие выводы. В нашем информационном веке от количества и качества информации во Всемирной сети, в значительной мере зависит развитие сферы туризма в конкретных регионах и странах. Одним из инструментов для обработки, анализа и представления туристской информации в мировой сети является туристский портал с наличием интерактивной карты. Такой инструмент может стать важным шагом для развития сферы туризма Республики Армения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Диссертационное исследование позволило автору сделать ряд важных выводов, касающихся как общетеоретических вопросов рекреационной географии, так и особенностей использования туристского потенциала Республики Армения. Прежде всего хотелось бы начать с термина «дестинация».

Этот термин является новым в рекреационной географии, поскольку относится к терминологии практического туризма. В связи с этим есть необходимость вписать его в систему научных понятий, в первую очередь в пространственном аспекте. Термин «дестинация» может быть использован для обозначения территорий разного масштаба, необходимо, только чтобы такая территория соответствовала экономическим, туристским и географическим критериям. Признание территории дестинацией означает, что у неё есть ряд особенностей и преимуществ для развития туризма. Основа этих преимуществ состоит в принятии территории однородной в туристском отношении.

В ходе изучения процессов развития дестинаций было выявлено, что развитие внутреннего туризма предваряет развитие въездного и международного туризма. Кроме того, территориальная организация иностранных потоков повторяет и акцентирует сложившуюся пространственную организацию внутреннего туризма, используя уже появившиеся на местном уровне доминанты. Развивая туризм на какой-либо территории, стремясь вывести его на более широкий географически или более массовый уровень, следует технологически разделить работу на два этапа. Сначала необходимо сформировать рациональную и эффективно функционирующую рекреационную систему и только затем ставить задачу создания туристской системы. Критерием отнесения объекта к рекреационной или к туристской сфере является характеристика его расстояния (радиус охвата). Работа с посетителями на территории с радиусом ее контура в 100 километров является индикатором рекреационного объекта, а за его пределами – индикатором туристского объекта.

В целях развития туризма на территории важным методом исследования становится сравнительно-географический анализ. Местность с горным рельефом отличается концентрацией природных аттрактивных объектов. В этом аспекте как наиболее важные были выделены следующие отличия таких районов: рост туристского интереса к горным районам, разнообразие ландшафтов, встречающихся на небольших дистанциях, более хрупкий и трудно восстановимый характер природных систем, недостаток комплексных исследований горных районов с точки зрения оценки культурно-исторических объектов, большое количество архитектурных памятников, более трудные условия для жизни людей.

В качестве способа решения многих проблем, связанных с туристским природопользованием, может рассматриваться «экотуризм». Несмотря на популярность этого термина, он воспринимается специалистами неоднозначно. Под экотуризмом в широком значении мы предлагаем понимать любой вид туризма, который связан с более или менее сохранившимися природными ландшафтами и с соблюдением правил экологической безопасности. В узком значении – это вид туризма, связанный с ООПТ.

Наше исследование показало, что понятие «туристский потенциал» шире, чем понятие «туристский ресурс», оно и включает в себя последнее. Под туристским потенциалом следует понимать помимо туристских ресурсов все сферы жизнедеятельности и компоненты природы, которые могут повлиять на развитие туризма: это производство, наука, природопользование, культура, образование, здравоохранение, а также политическая, социальная и экономическая ситуация.

Исходя из сложности понятия потенциала для его оценки предложено следующее уточнение: в сфере туризма к ресурсу должны относиться не объекты и средства, которые притягивают туристов, а само обслуживание, при этом, группу факторов, которые отвечают за привлечение туристов следует назвать аттрактивностью территории. Для расчета туристского потенциала оцениваются, с одной стороны, объекты, которые имеют туристскую привлекательность – т.е. оценивается аттрактивность, а с другой – туристская инфраструктура. В условиях

современных тенденций в мире очень важное значение приобретают информационные ресурсы как компонент туристского потенциала территории.

Таким образом основными составляющими туристского потенциала являются туристские ресурсы и аттрактивность, последняя оценивается с помощью следующих позиций: 1) аттрактивные объекты, 2)информационные ресурсы и 3) социально-эколого-экономические предпосылки. Аттрактивность объекта свидетельствует о том, является ли объект интересным для туриста, и если он представляет интерес, то в какой степени. Важными компонентами аттрактивности являются привлекательность, информационная обеспеченность и географическое положение, а для туристских ресурсов важными характеристиками представляются качественные, количественные и ценовые.

Аттрактивные феномены представляют собой традиционные объекты научных исследований туристского профиля, их можно сгруппировать следующим образом: природные, историко-культурные (антропогенные), природно-антропогенные, событийные, популярные, сервисные.

Проведенное нами исследование выявило, что Республика Армения не является традиционной туристской страной, но при нынешних туристских тенденциях оно представляет большой интерес, особенно её природные условия и горный рельеф, множество историко-архитектурных памятников, своеобразная армянская культура и кухня. Благодаря достаточному количеству туристских объектов, их сравнительно равномерному рассредоточению, наличию густой дорожной сети и городов вблизи всех туристских объектов, Республику Армения можно считать дестинацией. В дальнейших исследованиях проводимых на территории страны, можно воспользоваться этим статусом и конструктом.

В результате исторического обзора туризма на территории Республики Армения нами были выделены следующие стадии развития: дотуристская - до 1800 г., начальная стадия - с 1800-х г., становление туризма - с 1920 г., стадия развития - с 1960 г., стадия упадка - с 90-х и стадия возрождения - с 2000-х гг. Научные работы о сфере туризма РА, вышедшие как в Армении, так и за рубежом, рассматривают тенденции и проблемы, которые актуальны в туристских исследованиях во всем

мире. Чувствуется интерес к исследованиям изучение развития экологически чистых видов туризма, таких как агротуризм, экотуризм, пешеходный туризм, но при этом превалируют исследования экономического характера, назрела необходимость работ комплексно-географического плана.

Одними из самых важных факторов, влияющих на развитие туризма в Армении являются информационные туристские ресурсы. По виду источников и средств распространения информации информационный турпотенциал территории можно подразделить на прямой и косвенный. Согласно разработанному и использованному методу оценки информационных туристских ресурсов автором был сделан вывод о том, что туристский информационный потенциал Армении, который и так не очень богатый, используется меньше чем на половину. Такая оценка заставляет задумаьтся о способах улучшения использования туристских информационных ресурсов страны.

Экологическая ситуация в РА хотя и не критичная, но нуждается в значительном улучшении. В целях развития туризма важно исследование горных ландшафтов и лесных массивов с точки зрения оценки их рекреационной емкости, пропускной способности, организации контроля использования.

По итогам анализа статистических данных и экспертного опроса, нами был сделан анализ туристских потоков и социально-экономической ситуации в РА. Поток туристов в республику растет непрерывно, начиная с 2000 г., и в 2013 – 2014 гг. он составлял 1/3 населения страны (более миллиона человек). Половина туристов являются этническими армянами. Среди стран бывшего СССР в лидерах по прибытиям Россия и Грузия, за ними идут следует Украина и Белоруссия. Из стран Европейского Союза лидерами по величине туристского потока являются Германия, Франция, Италия, Австрия. Из других стран стоит отметить Китай, Японию, Израиль, Ливан, Индию.

Туристы меньше всего останавливаются на ночлег в марзах близ Еревана и чаще размещаются в марзах Лори и Ширак, что связано с их удалённостью от столицы и значимостью. Высокую посещаемость на юге, в Сюникском марзе, можно объяснить его транзитным положением. В Гехаркунике чаще

останавливаются в летний сезон и редко в зимний, что обусловлено пляжным туристским профилем побережья озера Севан.

Водные объекты и лесные массивы рассматриваются как ключевые особенности сферы туризма РА, обусловленные аридностью климата. Огромное значение для развития сферы туризма озеро представляет Севан, где возможна организация водных видов туризма и пляжного отдыха. Также из водных объектов высоко оцениваются роль реки и водопады. В этой связи особенно остро встал вопрос о сохранении их географического характера в контексте строительства водохранилищ и ГЭС. Для лесных территорий Армении, и особенно на территории национального парка Дилижан, развитие экотуризма является одним из гарантированных путей спасения дикой природы и улучшения экономического положения местного населения.

Методика оценки аттрактивности туристских объектов была нами разработана и апробирована на примере Сюникского марза. Предложенный метод может быть применен в дальнейшем для выявления аттрактивности как отдельных объектов, так и всего региона. В процессе такой оценки можно будет выявить слабые и сильные стороны аттрактивности региона, создать рейтинг объектов по аттрактивности, наметить очередность вовлечения достопримечательностей в развитие территории.

Туристский потенциал Сюникского марза создает возможность для развития в первую очередь культурного и познавательного туризма. С другой стороны, на его территории находится множество природных аттрактивных объектов. На основе рассчитанного потенциала можно рекомендовать развитие таких видов туризма, как экологический и пешеходный комплексный, с целью изучения как природы, так и культурного наследия. Полученная средняя взвешенная оценка аттрактивности 44,6% свидетельствует о недостаточном использовании туристских аттрактантов.

Из анализа карты аттрактивных объектов можно сделать некоторые выводы. Наибольшая концентрация объектов совпадает с речными долинами. Расположение Сюникского марза в южной части страны создает на его южных окраинах особую труднодоступность для туристов. Регион имеет особый потенциал и потому в будущем может превратиться в своеобразный культурный мост между

христианским и исламским мирами. В восточной части марза можно обнаружить множество объектов, что обусловлено его более выразительным рельефом, историческими, экономическими факторами и возможностями автомобильного транзита. Это направление в последние 10 лет становится довольно популярным у туристов.

Основные ареалы концентрации историко-культурных и природных объектов находятся в окружении городов, причем если города Сисиан и Горис можно характеризовать высокой концентрацией и тех, и других объектов, то города Каджаран и Мегри – природными туристскими, а Капан - культурными достопримечательностями. Очень большая концентрация объектов проявляется в поясе между городами Сисиан и Горис. Между Каджараном и Мегри, возможно, в связи с существованием нескольких ООПТ, отмечается большая плотность природных туристских объектов. Культурными достопримечательностями отличается южная и северная часть города Капан, что объясняется сравнительно благоприятным рельефом и значением города как административного центра марза.

Исходя из всего этого, в рассматриваемом регионе как возможный туристский хаб (туристский центр) предлагается место, располагающееся между Шакинским водопадом и Татевским монастырем, где находятся сельские поселения Вахатин, Воротан, Шамб, Лтсен и Дарбас. Выбор места был сделан по итогам оценки факторов расстояний от туристских объектов, пейзажной привлекательности, удаленности от других городов региона и от столицы и др.

Установлено, что при нынешних тенденциях развития туризма важным инструментом для изучения и продвижения территории является геопортал. Научно-практическим результатом данного исследования является геопортал, разработанный автором и опубликованный в Интернете, он носит название «Туристский геопортал Республики Армения». С помощью данного ресурса можно привлечь внимание общественности к вопросам сохранения природного и историко-культурного наследия страны. Картографическая продукция позволяет провести первичную оценку туристского потенциала, а также служить удобным средством

для интерпретации результатов оценки. Такой инструмент может помочь развитию туризма в Республике Армения.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Аветисян Н. А.* Перспективы развития курортных городов Армении Вестник Московского государственного строительного университет 2014. № 1. С. 7-12
2. *Агаджанян Г. И., Топчян Ж. С.* Здравницы Профсоюзов Армянской ССР; /Арм. респ. совет по упр. курортами профсоюзов. Ереван, 1972. 59. с.
3. *Акопян А.А., Гянджунцян Р.* Справочник по курортам и домам отдыха ССР Армении. С приложением туристических маршрутов Эривань: Гос. изд-во, 1935. 300 с.
4. *Акопян Т. Х.* Историческая География Армении // 5-ое издание Ереван, 2007. 520 с.
5. *Алаев Э.* Б. Социально-экономическая география. Понятийно-терминологический словарь. М.: Мысль, 1983. 350 с.
6. *Александрова А.Ю.* Экономика и территориальная организация международного туризма. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1996. 105 с.
7. *Алексанян Г. П.* Геоэкологические особенности и последствия природопользования территории Республики Армении (географический аспект). Ереван, 2013. с 132.
8. *Аляутдинов А.Р., Лурье И.К., Осокин С.А*. Проектирование и использование локальной инфраструктуры пространственных данных // Мат-лы XIV Всероссийского форума «Рынок геоинформатики в России. Современное состояние и перспективы развития». URL:http://www.gisa.ru/38332.html .(дата обращения: 15.05.2015)
9. Армения. Путеводитель - «Ле Пти Фюте» / Строгов, П.К. Броше, Д. Озиас и др. М., Авангард, 2006. 200. с.
10. *Баранский Н.Н.* Становление советской экономической географии// Избр. труды. М.: Мысль, 1980. С. 128 – 160.
11. *Барсегян А. В.* Содержание регионального компонента дополнительного образования туристско-краеведческого профиля(на примере Республики Армения). Сходня, 2004.

12. *Барсегян И. В.* Проблемы развития сферы туризма в РА и формирование законодательного поля // Лрабер: общественные науки. Ереван, 2008. № 3 С. 151-158.
13. *Богданов Е. И., Кострюкова О.Н., Орловская В.П., Фенин П.М.* Планирование на предприятии туризма: учеб. пособие для вузов, /под ред. Е.И. Богданова. СПб.: Изд. дом Бизнес-пресса 2, 2003. 288 с.
14. *Бурменко Т. Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т.А.* Сфера услуг: экономика: учеб. пособие / под ред. Т.Д. Бурменко. М.: КНОРУС, 2007. 328 с.
15. *Веденин Ю. А*. Динамика территориальных рекреационных систем. М.: Наука, 1982. 190 с.
16. *Веденин Ю. А.* К изучению эволюции рекреационных функций территории // Изв. АН СССР. Сер. География. 1977. № 4. С. 12–14.
17. *Веденин Ю.А., Мирошниченко Н.Н.* Оценка природных условий для организации отдыха // Известия АН СССР. Сер. географическая. 1969. № 4. С. 51–60.
18. *Веденин Ю.А., Филиппович А.С.* Опыт выявления и картирования пейзажного разнообразия природных комплексов // Географические проблемы организации туризма и отдыха. 1975. М., 1975. Вып. 2. С. 12-23.
19. *Винокуров В.И., Леонов В.А.* Индустрия туризма: теоретические, методологические и практические аспекты: монография. Сочи, 1998. 214 с.
20. *Владарчик Б.* Цикл развития туристского пространства // Туризм и региональное развитие. Смоленск: Универсум, 2006. Вып. 4. С. 225–234.
21. Всемирная туристская организация (UNWTO). URL: http://media.unwto.org/ru/press-release/2014-01-20/mezhdunarodnyi-turizm-prevyshaet-ozhidaniya-chislo-pribytii-v-2013-godu-voz. (дата обращения: 20.04.2014).
22. *Гайдукович Л.М., Хомич С.А.* и др. География международного туризма: Страны СНГ и Балтии: учеб. пособие/ Минск.: Аверсэв, 2004. С. 183-186.
23. *Галян Ж.А.* Экотуризм в особо охраняемих участках природы Армении. Ереван, 2007.
24. *Гуляев В.Г.* Организация туристской деятельности. М.: Нолидж, 1996. 320 с.

25.*Данилова Н.А.* Проблемы территориальной организации туризма и отдыха // Материалы III Всес. совещ. по географическим проблемам туризма и отдыха. М., 1976. С. 62–439.

26.*Джанджугазова Е.А* Актуальные проблемы изучения туристских ресурсов РФ на основе применения современных информационных технологий, 2012. 134 с.

27.*Джанджугазова Е.А.* Формирование стратегии развития регионального туристско-рекреационного комплекса: дис. … д-ра экон. наук М., 2005. 204 с.

28.*Дик В.В.* Туристические и курортные богатства Советской Армении / под ред. проф. А. А. Акопяна; Наркомздрав Арм. Сов. Соц. Республики. Ереван. 1937. 93 с.

29.*Дмитревский Ю. Д.* Туристские районы мира. Смоленск, 2000. 224 с.

30.Доклад об международных визитах на пограничных постах РА. Ереван, 2014.

31.*Дроздов А.В.* Основы экологического туризма. М.: Гардарики, 2005. 271 с.

32.*Дроздов А.В.* Экотуризм: определения, принципы, признаки, формы // Актуальные проблемы туризма-99. Перспективы развития туризма в южном Подмосковье: сб. докл. и тез. сообщений науч. практ. конф. 27 апреля 1999 г. М., 1999. С. 122–129.

33.*Дугаренко И. А.* Подходы к географическому исследованию эволюции рекреационных функций территории // Учен. зап. Тавр. нац. университета им. В. И. Вернадского. Сер. География. 2012. Т. 25 (64), №2. С.121–130.

34.*Ераносян Г. М., Чатинян А. А., Арутюнян З. А.* Туризм. Ереван, 1976.384 с.

35.*Зорин И. В., Квартальнов В. А.* Энциклопедия туризма: справочник. М.: Финансы и статистика, 2003. 368 с.

36.*Зорин И. В., Квартальнов В.А.* Словарь туристский терминологический. М.: Советский спорт, 1999. 666 с.

37.*Зорин И.В.* Туристская дестинация // Роль туризма в модернизации экономики российских регионов: сб. науч. статей по матер. междунар. науч.прак. конф., 8-10 июня 2010 г. Петрозаводск-Кондопога. Петрозаводск: КарНЦ РАН. 2010. С. 71-75.

38. *Зуйков В.С.* создание и развитие региональной инфраструктуры пространственных данных на примере Ульяновской области // Фундаментальные исследования. 2015. № 2–25. С. 5681-5685; URL: www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=10007755 (дата обращения: 04.09.2015).
39. *Зырянов А. И., Мышлявцева С.Э.* Технология развития туризма в новом районе // Регион. исследования 2011. № 4 (34). С. 49–56.
40. *Зырянов А.И.* Дестинация // География. 2013. № 6. С. 12-13.
41. *Зырянов А.И.* Ландшафтные рубежи контрастности и территориальные социально-экономические системы. Пермь: Изд-во Перм. гос ун-та, 1995. 144 с.
42. *Зырянов А.И.* Регион: пространственные отношения природы и общества/ Пермь. гос. ун- т. 2006. 372с.
43. *Зырянов А.И.* Систематизация туристских таксонов // Вестн. Моск. ун-та. Сер.5. География. 2014. №3. С.16-22,
44. *Зырянов А.И., Сафарян А.А.* Рекреация и туризм как этапы развития территории / / Региональные исследования. Смоленск, 2015 Вып. 3. (В печати).
45. *Исаченко А.Г.* Представление о геосистеме в современной физической географии // Изв. РГО. 1981. Т. 113, №4. С. 297–306.
46. *Колбовский Е.Ю.* Экологический туризм и экология туризма: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Академия, 2006. 256 с.
47. *Колбовский Е. Ю., Морозова В. В.* Рекреационная география и территориальные аспекты формирования туристского продукта в России // *Ярославский педагогический вестни*к / 2010. Т. 3, № 3. С. 100–105.
48. Концепция развития туризма РА. Ереван, 2007. 61 с.
49. *Королев А. Ю.* Полюсы недоступности Пермского края // Регион. исследования. 2014. №1 (43) С.130–133.
50. *Котляров Е.А.* География отдыха и туризма. Формирование и развитие территориальных рекреационных комплексов. М.: Мысль, 1978. 238 с.

51. *Кошкарев А.В.* Картографическая визуализация на геопорталах ИПД// Геодезия, картография и маркшейдерия. Июнь 2014г.
52. *Кошкарев А.В.* Геопортал как инструмент управления пространственными данными и геосервисами // Пространственные данные. - 2008. - № 2 С 6-14
53. *Кошкарев А.В., Ряховский В.М., Серебряков В.А.* Инфраструктура рас пределенной среды хранения, поиска и преобразования пространственных данных http://seminar2010.fegi.ru/tezis/cat_view/7
54. *Крачило Н.П.* Основы туризмоведения. Киев, 1980. 120 с.
55. *Кружалин, В. И.* Теоретические и методологические подходы к изучению туристско-рекреационных территорий / В. И. Кружалин // Туризм и рекреация на пути устойчивого развития. М. : Советский спорт, 2008. С. 7-14.
56. *Кузнецов М. В.* Проблемы интенсификации рекреационно-географического процесса в системе общественной организации территории Крыма. Симферополь, 1982. 255 с.
57. *Кусков А.С, Иванов А.В. и.д.,* Туристское ресурсоведение: учебник / под ред. А.В. Иванова. М.: Университетская книга, 2011. 352 с.
58. *Кусков А.С., Арсеньева Е.И.* Современный экотуризм: основные концепции, направления и формы // Все о туризме. Туристическая библиотека. URL:http://tourlib.net/statti_tourism/kuskov_ecotourism.htm (дата обращения: 17.01.2014).
59. *Кусков А.С., Арсеньева Е.И.* Экотуристский потенциал особо охраняемых природных территорий и проблема его использования // Современный город: социокультурные и экономические перспективы: межвуз. сб. науч. ст. по итогам Всерос. науч.-практ. конф. Саратов, 2004. С. 257-260.
60. *Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н.* Рекреационная география М.: МПСИ: Флинта, 2005. – 496 с.
61. *Лихонов Б.Н., Ступина Н.М.* Программа характеристики природных компонентов в ландшафтов при проектировании рекреационных комплексов // Географические проблемы туризма и отдыха. М., 1975. С. 62-81.

62. *Лысенко Н.Н.* Совершенствование оценки потенциала туристского комплекса: на примере Сахалинской области: дис. … канд. экон. наук. Хабаровск, 2009. 174 с.

63. *Мажар Л.Ю.* Теоретические основы анализа условий и факторов формирования территориальных туристско-рекреационных систем / Региональные исслед 2008. № 3 (18). С. 17–29.

64. *Мартиросян Л.М.* Анализ рекреационного потенциала горной территории по бассейному принципу (на примере верхнего и среднего течения реки Ахурян) // Учен. Зап. Ерев. Гос. Университета. Геология и география. 2013. 2.

65. *Мартынова А.Н.* Аттрактивность как особый вид туристских ресурсов // Территориальные исследования Дальнего Востока: матер. III региональной школи – семинара молодых ученых, аспирантов и студентов. Биробиджан, 2005. С. 53-55.

66. *Мартышенко Н.С.* Кластерный подход к пространственному развитию туристских дестинаций региона (на примере Приморского края) //Экономические науки. 2010. №1. С. 143–147

67. *Машкевич Е.А.* Оценка понятия «туристская дестинация» в контексте современной туристики // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2007. №6. С. 89-92.

68. *Мироненко Н. С.* Рекреационная география. М., 1987. 280 с.

69. *Мироненко Н. С., Твердохлебов И. Т.* Рекреационная география. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981 . 207 с.

70. *Миронова Ю. Н.* Геоинформационные системы и интернет // Молодой ученый. 2015. №12.1. С. 39-42.

71. *Мнацаканян Б. П.* Бассейн Севана (Природа Климат и воды). Ереван , 2007 , 190 с.

72. *Мнацаканян Б.П.* Водный баланс Армении . Ереван, 2005.

73. *Назаров Н.Н., Постников Д.А.* Оценка пейзажно-эстетической привлекательности ландшафтов Пермской области для целей туризма и

рекреации // Известия русского географического общества. 2001. Т. 134, вып. 4. С. 61-67.

74. Национальная программа экономии энергии и возобновляемой энергетики Республики Армении. Ереван, 2004.
75. *Нефедов В.Б.* Рекреационное использование территорий озерных побережий // II Учен. записки Тартусского ун-та,1981. С. 27–32.
76. НИИ курортологии и физической медецины РА. URL:http://www.fizecomed.com (дата обращения: 02.08.2014)?
77. *Николаев В.А.* Эстетическое восприятние ландшафта // Вест. МГУ. Сер. 5. География. 1999. С. 10-15.
78. *Ройстомашвили Н.* Кавказский треугольник (Грузия, Азербайджан, Армения) – развитие туризма и угрозы общим и особым интересам // EuropeanResearcher. 2012. Vol.(25), № 7. P.
79. *Оганян Н. К.* Влияние позитивного имиджа на развитие туризма в Республике Армения. М. 2010.
80. *Оганян Н.К.* Анализ тенденций и перспектив развития индустрии туризма в Армении Современные проблемы сервиса и туризма. / 2008. №1. С. 51-56.
81. *Осокин С.А.* Теоретические основы и методика создания локальной инфраструктуры пространственных данных *дисс. ... канд. геогр. наук.* М., 2010. С. 145.
82. *Папирян Г.А.* Международные экономические отношения. Экономика туризма. М.: Финансы и статистика, 2000. 208 с.
83. *Пенский О.Г., Черников К.В*. Основы математической теории эмоциональных роботов: монография. Пермь, 2010 256 с.
84. *Погорелов А. М.* Влияние информационных технологий на развитие международного туризма // Изв. Тульского. гос. ун-та. 2014. № 1-1. 122–126 с.
85. *Преображенский В. С.* Теоретические основы рекреационной географии / М .: Наука, 1975. 222с.
86. *Прудский В.Т.* Туристский потенциал регионов РФ: понятие, структура, оценка // Прудский В.Г., Бурылова Л.Г., Голиков О.П. Пермь, 2005. С. 6.

87. *Путрик Ю.С., Свешников В. В.* Туризм глазами географа. М. : Мысль, 1986. 155 с. 79-81.

88.*Пучкин А.В.* Природные рекреационные ресурсы разновысотных ландшафтов горной страны (на примере Алтая): *дис. ... канд. геогр. наук.* Томск, 2004. 186с.

89.Региональный географический прогноз управлению природопользованием // Сб. ст. / АН СССР, Науч. совет по пробл. биосферы ; ред. В. С. Преображенский. - М. : Наука, 1989. 78 с.

90.*Реклю Э.* Народы и страны Заподной Европы. Швейцария. М., 1915. 72 с.

91.*Робинсон Б.В.* Вопросы повышения эффективности управления региональными ресурсами развития туризма/Б. В. Робинсон, Е. О. Ушакова//Вестник СГГА.-Новосибирск:СГГА,2013. т.№ 3(24).-С.63-71.

92.*Рубцов В.А.,* Оценка рекреационного потенциала и развитие внутреннего туризма в Республике Татарстан // Шабалина С.А. // Туризм и региональное развитие: материалы III Междунар. науч.-практ. конф. Смоленск: Универсум, 2004. С.376-381

93.*Румянцев В.А.,* Драбкова В.Г., Измайлова А.В. Великие озера мира. СПБ., 2012 с.271-281.

94.Саранча М.А. Потенциал и организация развития туристско-рекреационной деятельности в Удмуртской Республике: географический анализ и оценка: дис. … д-ра. геогр. наук. Воронеж, *2011. С. 309.*

95.*Саранча М.А.* Рекреационный потенциал Удмуртской Республики: географический анализ и оценка: дис. … канд. геогр. наук. Ижевск, 2006. 187 с.

96.*Сарафян К.М.* Геопарки– одна из форм сохранения и рационально-го использования природы Армении// Известия Национальной АН РА. 2008. Т. LXI, №3. С. 46-49.

97.*Саргсян М.Г.* состояние и перспективы развития гостиничного бизнеса Республики Армении // Сервиз в России и за рубежом. 2009. № 4, С. 158-164.

98.*Саркисян М.* Развитие экотуризма в марзах Республики и в особоа охраняемых территориях Ереван: ЕГУ, 2012. С. 633-635.

99. *Саушкин Ю.Г.* Экономическая география: история, теория, методы, практика. М.,1973.

100. *Сафарян А.А.* Поиск территорий для сравнительного анализа туристского развития Армении // Географический вестник. 2013. № 1. С. 110-115.

101. *Сафарян А.А.* Экотуризм: понятийные вопросы и туристская практика в территориях //Проблемы региональной экологии. 2014. № 6.С. 134-141.

102. *Сафарян А.А.,* Фирсова А.В. Кунгурский геопарк: условие создания и их соответствие требованиям ЮНЕСКО // Туризм в глубине России: сб. тр. III Междунар. конф. / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. Пермь, 2014. С. 153-159.

103. *Севастьянова С.А.* Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учеб. пособие. М.: КНОУРС, 2007. 256 с.

104. *Ситников С.В.* Рекреационный потенциал Кировской области: анализ, оценка, перспективы использования. : дис… канд. геогр. наук. Пермь, 2006. 167 с.

105. *Стебеньков М.А.* Комплексная оценка природного туристско-рекреационного потенциала Астраханской области. : дис… канд. геогр. наук. Астрахань, 2003. 187 с.

106. Стратегический проект «Южнего коридора » туризма Армении. Компания «AECOM» . Лондон, 2011. 214 с.

107. *Тарасов А.Н.* Опыт туристской классификации лесов Кавказа // Вопросы развития туризма. Сухуми, 1973. С. 28–33.

108. Товмасян Г.Р. Проблемы экономики и менеджмента. (32) апрель 2014. № 4 с. 66-68.

109. Трофимов А.М. Четыре лекции из цикла «Пространственная география». Казань, 1979. С. 6.

110. Уведомление об гостиничной сферы РА /Мин-экономики.Ереван, 2013.

111. *Ушаков Д.С. Стратегическое планирование в туризме. Ростов н/Д: Феникс, 2007. 285 с.*

112. Ушакова Е.О. эффективность внедрениягеоинформационных систем управления региональными ресурсами развития туризма // Российское предпринимательство (243) / ноябрь 2013 С., № 21 76-85.
113. *Файбусович Э.Л.,* Чечетова Л.В. Методика оценки природных условий для туризма // Краеведение и туризм. Л., 1973. С. 3–15.
114. Хачиян Д.Э. -Проблемы повышения эффективности въездного туризма РА // автореферт *дис… канд. экон. наук. Ереван, 2012. 26 с.*
115. Храбовченко В.В. Географические особенности развития туризма в горных районах Краснодарского края и республики Адыгея: *дис. … канд. геогр. наук*. Краснодар, 2000. 260с.
116. *Худеньких Ю.А.* Подходы к оценке туристского потенциала территории на примере районов Пермского края // География и туризм: сб. науч. тр.. Пермь: Перм.гос.ун-т, 2006. Вып. 2С. 217–230.
117. *Худеньких Ю.А.* Туризм в Пермском крае: территориальная организация и региональное развитие*: дис… канд. геогр. наук. Пермь, 2006. 234 с.*
118. *Черепанова К., Шанц Е. А.* Роль информации в туризме, Шадринск : Шадр. гос. пед. инс-т. 2010. С. 2.
119. *Чижова В.П.* Рекреационные ландшафты: устойчивость, нормирование, управление. Смоленск: Ойкумена, 2011. 176 с.
120. *Чуб М.А.* Рекреационный потенциал Амурской области и его использование: *дис. … канд. геогр. наук.* Владивосток, 2003. С. 184.
121. *Шайтура С.В.* Использование геопорталов в электронной коммерции Вестник МГОУ. Сер. : Экономика 2015 / № 2 С. 120 – 126
122. *Шарыгин М.Д. ,* Современные проблемы экономической и социальной географии: учеб. пособие/ Перм. гос. ун-т . Пермь, 2008. 427 с.
123. *Шарыгин М.Д.* Природно-ресурсный потенциал и его оценка // Эколого-экономические районы. Пермь, 1995. С. 108–118.
124. *Шимова О.С.* Устойчивое развитие. учеб. пособие. Минск: БГЭУ, 2010. 431 с.

125. *Ширинкин П.С., Пахомова А.С.* Определение приоритетных территорий Пермского края для развития туризма: теория , методология , практика // Вестник ПГИИК. 2007. №5. С.99 – 113
126. *Щепакин М. Б., Басюк А. С.* Туристская дестинация: характерные черты и этапы развития // КубГАУ(электронный журн.). 2014. № 97(03). С. 1-11. URL: http://ej.kubagro.ru/2014/03/pdf/82.pdf (дата обращения: 03.04.2015)
127. *Эрингс К.И., Будрюнас А.Р.* Сущность и методика детального эколого-эстетического исследования пейзажей // Экология и эстетика ландшафта. Вильнюс, 1975. С. 48 – 65.
128. *Юргенс Т. О* системе оценки эстетичности ландшафта // Изв. АН Эстонской ССР. Биология.1973. Т.22, № 2. С. 182 – 184.
129. *Яковенко И. М.* Рекреационное природопользование: методология и методика исследований. Симферополь: Таврия, 2003. 335 с.

130. Закон «об основах туристской деятельности в Российской Федераций», от 27.12.2009 N 365-ФЗ
131. Армянское бюро путешествий. URL:http://www.atb.am/ru/armenia/ sights/caves/lastiver/ (дата обращения:15.08.2015).
132. Генеральная Ассамблея ООН // Всемирная туристская организация. URL: http://media.unwto.org/ru/press-release/2013-01-09/generalnaya-assambleya-oon-ekoturizm-imeet-vazhnoe-znachenie-dlya-iskorenen (дата обращения: 11.12.2013).
133. Гегаркуниский марз / Официальная страница. URL: http://gegharkunik.org (дата обращения: 07.06.2013).
134. Геопортал Нарочанского Национального парка / Официальная страница URL: http://narochpark.by/karty/ (дата обращения: 15.08.2015).
135. Геопортал Уляновской / области Официальная страница URL: http://geo.ulgov.ru/ (дата обращения: 16.07.2015)
136. Европейские геопарки / Официальная страница. Электронный ресурс URL:http://www.europeangeoparks.org/ (дата обращения: 11.05.2015).

137. Министерство охраны природы Республика Армения / Официальня страница. URL: http://www.mnp.am/?p=194(дата обращения: 01.04.2014)
138. Министерство экономики Республики Армения / Официальная страница. Электронный ресурс.URL:http://www.mineconomy.am/arm/39/gortsaruyt.html (дата обращения: 10.05.2015).
139. Национальная статистическая служба РА / Официальня страница URL:http://www.armstat.am/
140. Туристский геопортал Республика Армения URL:http://gispsu.maps.arcgis.com/apps/webappviewer/index.html?id=4a13164c2d5a48069f6e632b44294e76(дата обращения: 15.09.2015)
141. Туристский портал «Армения». URL: http://www.travel.am/ дата обращения: 20.05.2015).

142. Armenian Geographic Project. URL: http://www.armgeo.am/ (дата обращения: 20.05.2015)
143. Greater Yellowstone *http://www.yellowstonegeotourism.org/map.php* (дата обращения: 11.09.2015).
144. National Geographic. электронный ресурс. URL:http://www.natgeomaps.com/geotourism (дата обращения: 11.05.2015).
145. Responsible Travel: Global Trends & Statistics // Market Trends Series. URL:http://www.responsibletravel.org/news /Fact sheets / Fact Sheet Global Ecotourism.pdf (дата обращения: 20.05.2014)
146. The International ecotourism society // official website URL: http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism (дата обращения: 13.04.2014).
147. URL:http://resources.arcgis.com/ (дата обращения 05.09.2015).
148. URL:http://www.renewableenergyarmenia.am (дата обращения: 05.12.2013).
149. URL:https://www.arcgis.com/home/ (дата обращения 05.12.2014).

150. USAID Tourism destination management/ Official page. URL: http://www.usaid.gov/documents/2151/tourism-destination-management (дата обращения: 15.05.2015).

151. *Benedikt S.* Sustainable Mountain Tourism Development Illustrated in the Case of Switzerland--SPNHA Review V olume 6 | Issue 1 Article 7

152. *Beritelli P.* Social network analysis in destination management //Univerit of St.Gallen. 2009. URL:http://etourism.economia.unitn.it/documents/3.pdf (дата обращения: 17.05.2015).

153. *Blanke J. Thea Chiesa* «The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013»//World Economic Forum (2009-2013). Geneva, 2013. 485p

154. *Boniface B.G., Elsevier C.C.* Worldwide Destinations. The geography of travel and tourism // Fourth edition. Butterworth-Heinemann, 2005. 515 p.

155. *Bourdeau P.* Mountain Tourism in a Climate of Change // Alpine space - man & environment. 2009. Vol. 7. P. 39–52.

156. *Brach M., Górski D.* Application of network analysis for development and promotion of sustainable tourism in public forests // Folia Forestalia Polonica, series A, 2014, Vol. 56 (2). P. 105–112

157. *Brandham L.* // Otago Polytechnic College URL: http://wikieducator.org/Tourist_Destinations (дата обращения: 10.05.2015).

158. *Clawson M., Knetsch J.* The Economics of Outdoor Recreation. Johns Hopkins University Press, Baltimore, 1966.

159. *Collins-Kreiner, N. & Wall, G.* Evaluating tourism potential: A SWOT analysis of the Western Negev, Israel. Tourism Review, 55(1), 2007. P 51 – 63.

160. *Framke W.* The Destination as a Concept: A Discussion of the Business-related Perspective versus the Socio-cultural

Approach in Tourism Theory // Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 2002, Vol 2, no 2, P 92-108.

161. *Giff G., Loenen B. van, Crompvoets J., Zevenbergen J.* Geoportals in Selected European States: A Non-Technical Comparative Analysis [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: http://www.gsdi.org/gsdiconf/gsdi10/papers/TS41.3paper.pdf [Дата обращения 07.09.2015]
162. *Gregory J., Pedroni A.* Models of Ecotourism. URL: http://www.stanford.edu/class/e297c/trade_environment/photo/hmodels.html (дата обращения: 15.05.2014)
163. *Hagerstrand T.* The domain of human geography // Directions in geography. Lund: Methuen, 1973(1977). P.67-87.
164. *Hvass K. A. and Munar A. M.* The takeoff of social media in tourism // Journal of Vacation Marketing. 2008. No. 18(2). P. 93–103.
165. *Kiesling B.* Rediscovering Armenia Yerevan, 1999. 139p
166. *Klak T.* Sustainable Ecotourism Development in Central America and the Caribbean: Review of Debates and Conceptual Reformulation // Miami University URL://https://www.users.muohio.edu/klakt/KlakSustainableEcotourism2007.pdf (дата обращения 15.01.2014).
167. *Kotler, P., Haider D.H., Rein I.* Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States and Nations. New York: Free Press. 1993. 400p.
168. *Krippendorf J.* Marketing im Fremdenverkehr. 2. Auflage. Bern; Frankfurt am Main; Las Vegas, 1980.
169. *Lew A.* Framework of Tourist Attraction Research // Annals of Tourism Research. 1987. Vol 14, no. 4. P. 553-575.
170. Li, Fung Mei Sarah. Chinese Common Knowledge, Tourism And Natural Landscapes. PhD thesis, Murdoch University. *2005. 520 p.*
171. *Litvina Stephen W., Goldsmithb Ronald E., Pana Bing* Electronic word of mouth in hospitality and tourism management // Tourism Management 29. 2008.P. 458 – 468 .

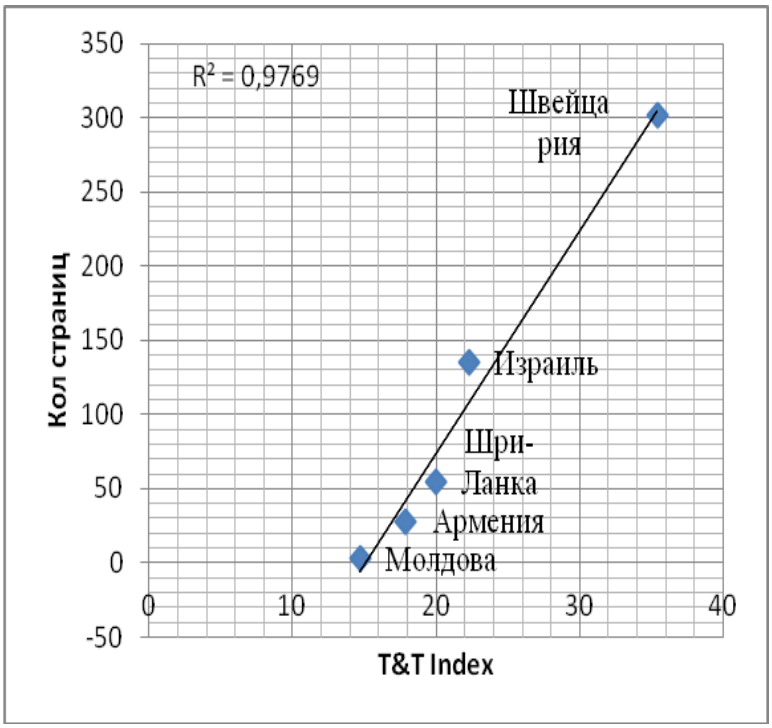
172. *Mitchell V.* Tennessee River Basin Clean Water Partnership. 2003. May.
173. *Morgan N., Pritchard A., and Piggott R.* Destination branding and the role of the stakeholders: The case of New Zealand // Journal of Vacation Marketing. 2003. Vol. 9, No. 3(July). P. 285–299.
174. Mountain Areas in Europe: Analysis of mountain areas in EU member states, acceding and other European countries // Final report. 2004.January.
175. *Ribeiro J.C., Vareiro L.C.* The Tourist Potential of the Minho-Lima Region (Portugal). Visions for Global Tourism Industry // Creating and Sustaining Competitive Strategies / Dr. M. Kasimoglu (Ed.). Lisabon 2012.
176. *Saraniemi S., and Kylänen M.* Problematizing the Concept of Tourism Destination: An Analysis of Different Theoretical Approaches // Journal of Travel Research. 2011. Vol 50, no. 2, P. 133–143.
177. *Sigala M.* Geoportals and Geocollaborative Portals: Functionality and Impacts on Travellers' Trip Panning and Decision Making Processes" (July 31, 2009). International CHRIE Conference-Refereed Track. Paper 28. URL:http://scholarworks.umass.edu/refereed/Sessions/Friday/28 (дата обращения: 15.05.2015)
178. *Swarbrooke J.* The Development and Management of Visitor Attractions. Butterworth-Heinemann. Oxford 1995.
179. The Impact of Culture on Tourism: The Vorarlberg Province, Austria, OECD. Paris. 2009. P. 97-113.
180. Tourism development strategy review: A roadmap 2014-2019 USAID
181. Tourism, ecotourism and protected areas: the state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development. – Cambridge, 1996. 301 p.
182. Tourtellot J. UNESCO's Geoparks "Clarify" Geotourism http://voices.nationalgeographic.com/2011/11/16/unescos-geoparks-embrace-geotourism/ (дата обращения: 15.05.2015)
183. *Zeng B., Gerritsen R.,* What do we know about social media in tourism? A review //Tourism Management Perspectives–Vol. 10, April 2014, P. 27–36.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Приложение 1.

Соотношение популярности аттракций стран в Google.com и индекса ДКТ

Страны	Индекс ДКТП	Кол-во страниц (100000)
Швейцария	35,4	302
Израиль	22,3	135
Шри-Ланка	20	55
Армения	17,9	28
Молдова	14,7	3



Приложение 2.

Оценка веб страниц туристских организации

	Количество языков	Бал	Число web-страниц	Итог
1	1 международный язык	0,5	29	14,5
2	2 международных языка	1	13	13
3	3 и больше	1,5	10	15

Приложение 3

Туристский опрос специалистов по РА сделанное автором

	Вопрос	**Ответ**
1	Популярные виды туризма	Традиционные виды – познавательный, культурный, паломнический, оздоровительный
2	Основные рынки	Россия, Грузия и Иран, также Германия, Франция, Италия, Австрия, ОАЭ и этнические армяне
3	Возраст туристов	Старше 50 лет (связано с дороговизной перелета, с видами туризма)
4	Чем довольны туристы?	Гостеприимство, кухня, пейзажи, природа, историко-культурное наследие
5	Чем туристы недовольны?	Дороги, цены на перелет (Министерство экономики предпринимает меры по снижению цены на перелет. Страна вошла в содружество «Открытое небо», поэтому уже сейчас цены снизились
6	Тенденции, связанные с количеством туристов	Операторы отмечают спад количества туристов, что потверждается данными об иностранных туристах за первое полугодие 2015 г (Мин-во экономики). Несмотря на эту общую тенденцию, министерство заверяет об увеличении количества.
7	Какие есть проблемы?	Узнаваемость страны в мире как дестинации, Создание положительного имиджа страны. Отсутствие необходимого законодательства о туристской деятельности
8	Какие конкурентные преимущества страны?	Качество сервисного обслуживание на региональном уровне. Своя кухня, культура и обычаи . Историко-культурные и природные ресурсы. Этнические армяне, проживаюшие в других странах
9	Основные направления внутри страны	Ответы в основном совпадают с картой в главе 2.1 (дестинации). Ереван, Севан, Дилиджан, Санаин-Ахпат, Эчмиадзин, Джермук, Татев и т.д.
10	Новые тенденции на рынке вообше	Первое появления «офроуд» маршрутов и таких видов как пеший, джипинг и экстремальные виды туризма. Кроме этого, начинают более популярными стали совместные туры с Грузией, Ираном и с Турцией. Один из таких межнациональных туров называется «Гора Арарат с трех сторон».

Приложение 4

Информация о сравнимых территориях

Страна	Территория, всего, км²	Население, млн чел.	Плотность населения, чел./км²	ВВП, итого, млрд. $	ВВП на душу населения, $	Доля туризма в ВВП , млн. $ / %	Доля рабочих в сфере туризма, 1000мест /%)	Прибившие туристы 1000чел.
Армения	29 743	3,1	110,2	8.5	4 982	894/10,3	95/8,3	**575.3**
Молдавия	33 846	3,6	111,4	5,4	2 838	336/6,2	62/5	**7.0**
Словакия	49 034	5,400	110	88,2	21,244	9,890/9,9	206/8,8	**1.298,1**
Чехия	78,866	10,512	133	190,264	18 135	21,427/10,4	473/9,8	**6,032.4**
Республика Македония	25 333	2,057	81	9,4	9 183	595/6,2	33/5,7	**259**
Босния и Герцеговина	51 197	3,8	90	17,0	7 633	1,855/10,2	91/8,3	**310.9**
Австрия	83 871	8,4	100	382,1	38 567	52,074/12,5	559/13,4	**.21.355,4**
Швейцария	**41 284**	**7,7**	**181,4**	**491,9**	**40,483**	**72,403/13.6**	**785/17,5**	**8.293,9**

Приложение 5

Критерий оценивание историко-культурных объектов

1. по возрасту

	Промежуток времени	Код	Балл
1	До- первого тысичилетия д.н.э.	1	1
2	С 1000 д.н.э. до IV века	2	0,9
3	С IV до XIII века	3	0,8
4	XIII до XIX века	4	0,7
5	XIX до 1920г	5	0,6
6	1920 до 1990гг	6	0,5
7	1990г до сих пор	7	0,4

2. Тип объекта

	Тип объекта	**Балл**
1	Крепости	1
2	Церкви	1
3	Монастырь	1
4	Курганные могильники	0,5
5	Статуя	0,5
6	Мемориальные комплексы	0,5
7	Поселения	0,5
8	Селища городища	0,5
9	Жилой район	0,5
10	Жилой дом	0,5
11	Здание	0,5
12	Стоянки каменного века	0,5
13	Часовни	0,5
14	Пещеры-жилища	0,5
15	Наскальные изображения	0,5
16	Наблюдательные пункты башни	0,5

	Тип объекта	**Балл**
17	Мост	0,5
18	Мельница	0,5
19	Памятники	0,5
20	Родник-памятник	0,5
21	Селища-древнейший	0,5
22	Извлечение растительного масла	0,5
23	Виноградная давильня	0,5
24	Гробницы, курганы	0,2
25	Исторические захоронения	0,2
26	Хачкары	0,2
27	Камень указатель	0,2
28	Канал	0,2
29	Акведук	0,2
30	Надгробные плиты	0,2
31	Камень-статуя(Портакар)	0,2

3. Состояние

	Сахранность	Балл
1	Целое	1
2	Полуразрушенное	0,5

4. Количество соружений

	Кол. объектов	Балл
1	1	0,2
2	2-5	0,5
3	6-10	0,7
4	11 <	1

Остальные критерии

Балл	**Назва-ние**	**Остановкой турмаршрута**	**Кол-во языков в Википедии**	**Наличие страниц в Интернете**	**Дальность от Еревана**	**Дальность от дороги**	**ООПТ**	**Свежесть постройки**	**Дистанция от леса**	**Дистанция от водного объекта**
1	есть	является	больше 5	больше 10	до 160км	до 1 км	на терит. оопт	менее10 лет	до 100м	до 100м
0,5			меньше 5	меньще 10	более160км	более 1 км		10 - 50 лет	с 100 до 500	с 100 до 500
0	нету	не является		нет			вне терит. ООПТ	более50	свыше 500	свыше 500

Приложение 6.

Результат оценки аттрактивности историко-культунрых объектов

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
1	1	0,8	0,5	0,5	1	1	0	1	0,5	1	0,5	1	8,8	9,57	0,919	0,962	0,04	Катаравак	Крепость	Капан
2	0,5	0,5	0,2	1	1	0	0	1	0,5	0,5	0	0,5	5,7	7,17	0,794	0,900	0,11	Зангезурская девушка	Статуя	Капан
3	0,5	0,5	0,2	1	1	1	0	1	0,5	1	0,5	1	8,2	9,19	0,892	0,937	0,04	Ключ Каджарана	Статуя	Капан
4	0,5	0,8	0,7	1	1	0	0	1	0,5	0,5	0	1	7	8,40	0,833	0,934	0,10	Бех(Крепость Гализор)	Жилой район	Капан
5	0,5	0,8	0,5	1	1	0	0	1	0,5	1	0	0,5	6,8	8,23	0,827	0,927	0,10	Верхный Вачаган	Жилой район	Капан
6	0,5	0,7	0,5	1	1	0,5	0	1	0,5	1	0	0	6,7	8,12	0,825	0,925	0,10	Башкенд	Селища	Капан
7	0,5	0,5	0,5	1	0	0	0	1	0,5	0,5	0,5	0	5	6,48	0,772	0,955	0,18		Мемориальный комплекс	Капан
8	0,5	0,4	0,2	1	1	1	1	1	0,5	1	0	0	7,6	8,97	0,848	0,895	0,05	Гарегин Нжде	Мемориальный комплекс	Капан
9	0,5	0,5	0,2	1	1	1	1	1	0,5	0,5	0	0	7,2	8,51	0,846	0,900	0,05	Давит Бек	Мемориальный комплекс	Капан
10	0,5	0,5	0,2	1	1	1	0,5	1	0,5	0,5	0,5	0	7,2	8,15	0,883	0,937	0,05	Унан Аветисян	Статуя	Капан
11	0,5	0,8	0,5	0,5	1	1	1	1	0,5	1	0	1	8,8	9,57	0,919	0,919	0,00	Капан	Городища	Капан
12	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0	3,9	6,03	0,647	0,907	0,26		Каравансарай	Агарак(Мегри)
13	0,5	1	1	1	1	0	0	1	0,5	1	0	0,5	7,5	9,00	0,833	0,937	0,10	Стары Горис	Поселения	Горис
14	0,5	0,6	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0	4,8	6,84	0,702	0,904	0,20		Жилой дом	Горис
15	0,5	0,6	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	1	5,8	7,67	0,756	0,904	0,15		Жилой дом	Горис

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
16	0,5	0,6	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0,5	0	5,3	7,06	0,751	0,940	0,19		Жилой дом	Горис
17	0,5	0,6	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0,5	0	5,3	7,06	0,751	0,940	0,19		Жилой дом	Горис
18	0,5	0,6	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0,5	0	5,3	7,06	0,751	0,940	0,19		Жилой дом	Горис
19	0,5	0,6	0,2	0,5	0	0	0	1	0,5	1	0	0	4,3	6,15	0,699	0,896	0,20		Жилой дом	Горис
20	0,5	0,6	0,5	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0	5,1	7,02	0,726	0,922	0,20		Жилой дом	Горис
21	0,5	0,6	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0	4,8	6,84	0,702	0,904	0,20		Жилой дом	Горис
22	0,5	0,6	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0	4,8	6,84	0,702	0,904	0,20		Жилой дом	Горис
23	0,5	0,6	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0,5	1	6,3	7,86	0,801	0,940	0,14		Жилой дом	Горис
24	0,5	0,6	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0,5	1	6,3	7,86	0,801	0,940	0,14		Жилой дом	Горис
25	1	0,7	0,2	0,5	0	0	0	1	0,5	1	0,5	1	6,4	7,96	0,804	0,943	0,14		Церковь	Горис
26	1	0,7	0,7	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0	5,9	7,92	0,745	0,941	0,20		Церковь	Горис
27	1	0,6	0,7	1	1	0	0	1	0,5	1	0,5	0,5	7,8	8,90	0,876	0,972	0,10	Св. Григорий Просветитель	Церковь	Горис
28	0,2	0,8	0,2	1	1	0	0	1	0,5	1	0,5	0,5	6,7	8,10	0,827	0,926	0,10	Месропи	Хачкар	Горис
29	0,2	0,8	0,2	1	1	0	0	1	0,5	1	0,5	0	6,2	7,91	0,783	0,926	0,14	Похоси и Анагор	Хачкар	Горис
30	0,5	0,4	0,2	1	1	0	0	1	0,5	1	0,5	0	6,1	7,71	0,791	0,932	0,14	Фидайннери	Мемориальный комплекс	Горис
31	0,5	0,5	0,2	1	1	0	0	1	0,5	1	0,5	0	6,2	7,78	0,797	0,937	0,14	павшим во Второй мировой войне	Родник-памятник	Горис
32	0,5	0,5	0,2	1	1	1	1	1	0,5	1	0,5	0	8,2	9,19	0,892	0,937	0,04	Аксел Бакунц	Статуя	Горис
33	0,5	0,4	0,2	1	1	1	0	1	0,5	1	0,5	0	7,1	8,45	0,840	0,932	0,09	Гусан Ашот	Статуя	Горис
34	0,5	0,5	0,2	1	1	0	0	1	0,5	1	0,5	0	6,2	7,78	0,797	0,937	0,14	павшим во Второй мировой войне	Статуя	Горис
35	0,5	0,4	0,2	1	1	1	0,5	1	0,5	1	0,5	0	7,6	8,63	0,881	0,932	0,05	Серо Ханзадян	Статуя	Горис

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
36	0,5	0,4	0,2	1	1	1	1	1	0,5	1	0,5	0	8,1	9,13	0,887	0,932	0,04	Гарегин Нжде	Статуя	Горис
37	0,5	0,6	0,2	1	1	0	0	1	0,5	1	0,5	0	6,3	7,86	0,801	0,940	0,14	Пассаж магазинов	Здание	Горис
38	0,5	0,6	0,2	0,5	0	0	0	1	0,5	1	0	1	5,3	7,06	0,751	0,896	0,15		Мельница	Горис
39	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0	4,6	6,77	0,679	0,888	0,21		Надгробная плита	Горис
40	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0	4,6	6,77	0,679	0,888	0,21		Надгробная плита	Горис
41	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0,5	0,5	5,6	7,20	0,778	0,925	0,15		Надгробная плита	Горис
42	0,2	0,7	0,2	1	1	0	0	1	0,5	1	0	0,5	6,1	7,80	0,782	0,888	0,11	Довлати	Надгробная плита	Горис
43	0,2	0,7	0,2	1	1	0	0	1	0,5	1	0,5	0,5	6,6	7,99	0,826	0,925	0,10	Саркси	Надгробные плиты	Горис
44	0,5	0,6	0,2	1	1	1	1	1	0,5	1	0	0	7,8	9,10	0,857	0,904	0,05	Аксел Бакунц	Дом-музей-здание	Горис
45	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,4	6,73	0,653	0,916	0,26		Пещера-жилища	Дастакерт
46	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,4	6,73	0,653	0,916	0,26		Пещера-жилища	Дастакерт
47	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,4	6,73	0,653	0,916	0,26		Селища	Дастакерт
48	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,1	6,55	0,626	0,897	0,27		Хачкар	Дастакерт
49	0,2	0,7	0,2	1	1	0	0	0	1	1	0,5	0	5,6	7,61	0,736	0,933	0,20	Хапа Вардапети	Хачкар	Дастакерт
50	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,1	6,55	0,626	0,897	0,27		Надгробная плита	Дастакерт
51	0,5	0,7	1	1	1	0	0	1	0,5	1	0	0	6,7	8,48	0,790	0,934	0,14	Мец тах	Жилой район	Мегри
52	0,5	0,6	1	1	1	0	0	1	0,5	1	0,5	0	7,1	8,56	0,829	0,966	0,14	Покр тах	Жилой район	Мегри

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
53	1	0,7	0,5	0,5	0	0	0	1	0,5	1	0,5	0	5,7	7,34	0,777	0,961	0,18		Церковь	Мегри
54	1	0,7	0,5	1	1	0	0	1	0,5	1	0	0	6,7	8,48	0,790	0,934	0,14	Св.Оганес	Церковь	Мегри
55	0,5	0,7	1	0,5	1	0	0	1	0,5	1	0	0	6,2	7,93	0,782	0,925	0,14	Деревням Ванк и Калер	Памятники	Мегри
56	1	1	0,2	0,5	0	0	0	1	1	0,5	0,5	1	6,7	8,34	0,804	0,953	0,15		Крепость	Сисиан
57	1	0,8	0,2	1	1	0	0	1	1	0,5	0	0	6,5	8,44	0,771	0,928	0,16	Цак кар (Дырявий Камень)	Крепость	Сисиан
58	1	1	0,5	1	1	0	0	1	1	0,5	0	0,5	7,5	9,00	0,833	0,947	0,11	Караберд(Каменный крепость)	Крепость	Сисиан
59	0,2	1	0,2	1	0	0	0	1	1	0,5	0,5	1	6,4	8,18	0,782	0,936	0,15		Гробница	Сисиан
60	0,2	1	0,2	1	0	0	0	1	1	1	0,5	1	6,9	8,72	0,792	0,936	0,14		Гробница	Сисиан
61	0,2	0,8	0,2	1	0	0	0	1	1	1	0,5	0,5	6,2	7,91	0,783	0,935	0,15		Гробница	Сисиан
62	0,5	1	0,2	0,5	0	0	0	1	1	1	0,5	0	5,7	7,58	0,752	0,944	0,19		Курганные Могилники	Сисиан
63	0,5	1	0,2	1	0	0	0	1	1	1	0	0	5,7	7,97	0,715	0,919	0,20		Курганные Могилники	Сисиан
64	0,5	1	0,2	1	1	0	0	1	1	1	0,5	0,5	7,7	9,03	0,853	0,953	0,10	Сисиан 2	Курганные Могилники	Сисиан
65	1	0,8	0,5	1	1	1	0	1	1	1	0,5	1	9,8	10,47	0,936	0,979	0,04	Св. Оганес	Церковь	Сисиан
66	0,5	0,8	0,2	0,5	0	0	0	1	1	1	0	0	5	7,08	0,706	0,908	0,20		Мост	Сисиан
67	0,5	0,5	0,2	1	1	0	0	1	1	1	0,5	0	6,7	8,34	0,804	0,944	0,14	павшим во Второй мировой войне	Родник-памятник	Сисиан
68	0,5	0,5	0,2	1	1	0	0	1	1	0,5	0,5	0,5	6,7	7,97	0,841	0,944	0,10	В честь победы в Великой Отечестенной войне	Родник-памятник	Сисиан
69	0,5	0,5	0,2	1	1	0	0	1	1	0,5	0,5	1	7,2	8,51	0,846	0,944	0,10	павшим во Второй мировой войне	Памятник	Сисиан

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
70	0,5	0,5	1	1	0	0	0	1	1	1	0,5	0,5	7	8,49	0,825	0,971	0,15		Статуя -камни	Сисиан
71	0,5	1	0,2	1	0	0	0	1	1	0,5	0,5	1	6,7	8,34	0,804	0,953	0,15		Пещера-жилища	Сисиан
72	0,5	1	0,2	1	0	0	0	1	1	0,5	0	1	6,2	8,15	0,760	0,919	0,16		Пещера-жилища	Сисиан
73	1	1	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	6,2	8,15	0,760	0,919	0,16	Напат	Крепость	Каджаран
74	0,5	0,5	0,2	1	1	0	0	0	0,5	1	0	0,5	5,2	6,96	0,747	0,900	0,15	Анкагорц(Шахтер)	Статуя	Каджаран
75	0,2	0,7	0,5	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0	3,9	6,03	0,647	0,907	0,26		Историческое захоронение, церковь	Агарак(Капан)
76	1	0,6	0,2	1	1	0	0	0	0,5	1	0	0	5,3	7,47	0,710	0,913	0,20	Св. Богородица	Церковь	Агарак(Капан)
77	1	0,8	0,5	1	1	0	0	0	0,5	1	0	0	5,8	7,85	0,739	0,936	0,20	Сардаранц	Церковь, Историеское захоронение	Агарак(Капан)
78	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,1	4,98	0,622	0,888	0,27		Историческое захоронение	Алдара
79	0,5	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	4,9	6,51	0,753	0,907	0,15	Икис	Селища	Алдара
80	0,5	0,7	0,5	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	4,7	6,47	0,726	0,925	0,20	Верхный Малев	Селища	Алдара
81	0,5	0,7	0,5	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	5,7	7,34	0,777	0,925	0,15	Куджерт	Селища	Алдара
82	0,5	0,6	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0,5	1	4,8	6,39	0,751	0,940	0,19		Наблюдательный пункт-башня	Алдара
83	0,5	0,6	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	4,3	6,15	0,699	0,904	0,20		Наблюдательный пункт-башня	Алдара
84	0,5	0,6	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0,5	0,5	4,3	5,64	0,763	0,940	0,18		Наблюдательный пункт-башня	Алдара
85	1	0,6	0,2	0,5	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	4,8	6,39	0,751	0,904	0,15	Св. Акопа	Церковь	Алдара

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
86	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0,5	0,5	4,1	5,55	0,738	0,925	0,19		Хачкар	Алдара
87	1	0,7	0,5	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	5,2	7,13	0,729	0,934	0,20	Анапат	Монастырь женский	Алдара
88	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,1	6,55	0,626	0,897	0,27		Исторические захоронение	Ахлатян
89	0,5	0,7	0,2	1	1	0	0	0	1	1	0	0	5,4	7,57	0,713	0,916	0,20	Село Хачи	Селища	Ахлатян
90	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,1	6,55	0,626	0,897	0,27		Надгробная плита	Ахлатян
91	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	1	1	1	0	0	5,4	7,57	0,713	0,916	0,20		Родник-памятник	Ахиту
92	1	1	0,5	1	0	0	0	1	1	1	0,5	0	7	8,83	0,793	0,980	0,19		Крепость	Ахиту
93	1	0,9	0,2	1	0	0	0	1	1	1	0	0	6,1	8,38	0,728	0,929	0,20		Церковь	Ахиту
94	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	4,7	6,74	0,697	0,909	0,21		Курганные Могилники	Ахвани
95	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0	4,2	6,52	0,644	0,909	0,26		Курганные Могилники	Ахвани
96	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	4,7	6,74	0,697	0,909	0,21		Курганные Могилники	Ахвани
97	0,5	1	0,5	1	1	0	0	1	1	1	0,5	0	7,5	9,00	0,833	0,971	0,14	Цахки Сурб	Стоянка каменного века под открытим небом	Ангехакот
98	0,5	1	0,2	1	0	0	0	1	1	1	0	0	5,7	7,97	0,715	0,919	0,20		Поселения	Ангехакот
99	0,2	1	1	1	0	0	0	1	1	0,5	0	0	5,7	7,97	0,715	0,929	0,21		Исторические захоронение	Ангехакот
100	0,5	0,9	0,2	1	0	0	0	1	1	1	0	1	6,6	8,56	0,771	0,919	0,15		Курганные Могилники	Ангехакот

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
101	0,5	1	0,2	1	1	0	0	1	1	1	0	0	6,7	8,69	0,771	0,919	0,15	Гутанасар	Курганные Могилники	Ангехакот
102	0,5	1	0,2	1	1	0	0	1	1	1	0	0	6,7	8,69	0,771	0,919	0,15	Воротан	Курганные Могилники	Ангехакот
103	1	0,8	0,2	0,5	0	0	0	1	1	1	0	0	5,5	7,69	0,715	0,918	0,20		Церковь	Ангехакот
104	1	0,7	0,2	0,5	1	1	0	1	1	1	0,5	0	7,9	9,18	0,860	0,951	0,09	Азарапркич	Церковь	Ангехакот
105	1	0,7	0,5	0,5	1	0	0	1	1	1	0	0	6,7	8,48	0,790	0,934	0,14	Св. Стефан	Церковь	Ангехакот
106	0,5	1	0,2	1	0	0	0	1	1	0,5	0	0	5,2	7,38	0,705	0,919	0,21		Наскальные изображения	Ангехакот
107	0,5	1	0,5	0,5	1	0	0	1	1	1	0,5	0	7	8,49	0,825	0,962	0,14	Полигон	Селища _ древнейший	Ангехакот
108	0,5	0,4	0,2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	8,1	9,46	0,857	0,904	0,05	Андраник Озанян	Памятник	Ангехакот
109	0,5	0,6	0,2	1	0	0	0	1	1	1	0	0	5,3	7,47	0,710	0,913	0,20		Извлечения растительного масла	Ангехакот
110	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	1	1	1	0	0	5,1	7,41	0,689	0,897	0,21		Надгробная плита	Ангехакот
111	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	1	1	0	0,5	6	7,88	0,761	0,918	0,16		Пещера-жилища	Ангехакот
112	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	1	1	0,5	0	6	7,88	0,761	0,953	0,19		Пещера-жилища	Ангехакот
113	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	1	1	0	0	5,5	7,69	0,715	0,918	0,20		Пещера-жилища	Ангехакот
114	1	0,8	0,2	0,5	1	1	1	1	0,5	0,5	0,5	1	9	9,60	0,938	0,945	0,01	Бахаберд	Крепость	Андокаван
115	1	0,8	0,5	1	1	0	0	0	0,5	1	0,5	0	6,3	8,04	0,783	0,970	0,19	Зеву	Крепость	Андокаван
116	0,5	0,8	0,5	0,5	0	0	0	0	0,5	0,5	0,5	1	4,8	6,14	0,782	0,956	0,17		Селища/мост	Андокаван
117	0,5	0,6	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	4,8	6,39	0,751	0,904	0,15	ГЭС Джрахор	Здание	Андокаван

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
118	1	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	5	7,08	0,706	0,918	0,21		Церковь	Антарашат
119	1	0,8	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	6	7,88	0,761	0,918	0,16	Св. Рипсимэ	Церковь	Антарашат
120	0,2	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,2	5,16	0,620	0,890	0,27		Исторические захоронение	Арачадзор
121	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,1	4,98	0,622	0,888	0,27		Исторические захоронение	Арачадзор
122	0,5	0,8	0,5	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	5,3	6,83	0,776	0,927	0,15	Крапашт	Селища	Арачадзор
123	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,5	5,40	0,648	0,908	0,26		Пещера-жилища	Аравус
124	1	0,7	0,5	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	5,2	7,13	0,729	0,934	0,20		Церковь	Аравус
125	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0	4	6,18	0,648	0,908	0,26		Пещера-жилища	Арцваник
126	0,2	0,8	0,5	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0	4	6,18	0,648	0,908	0,26		Исторические захоронение	Арцваник
127	0,2	0,8	0,5	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0	4	6,18	0,648	0,908	0,26		Исторические захоронение	Арцваник
128	0,5	1	0,2	0,5	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,2	4,95	0,647	0,900	0,25		Курганные Могилники	Арцваник
129	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,7	5,79	0,639	0,909	0,27		Курганные Могилники	Арцваник
130	0,5	1	0,2	0,5	0	0	0	0	0,5	1	0	0	3,7	5,79	0,639	0,900	0,26		Курганные Могилники	Арцваник
131	1	0,6	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0	4,3	6,62	0,650	0,913	0,26		Церковь	Арцваник
132	0,2	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0	3,7	5,97	0,620	0,890	0,27		Хачкар	Арцваник
133	0,2	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0	3,7	5,97	0,620	0,890	0,27		Хачкар	Арцваник
134	0,2	0,8	0,2	1	1	0	0	0	0,5	1	0	0	4,7	6,90	0,681	0,890	0,21	Давити	Хачкар	Арцваник

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
135	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,5	5,40	0,648	0,908	0,26		Часовня	Арцваник
136	0,5	0,8	0,2	1	1	0	0	0	0,5	1	0,5	0	5,5	7,29	0,754	0,945	0,19	Чгнавор	Часовня	Арцваник
137	0,5	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	1	0	0	4,9	6,95	0,705	0,907	0,20	Школа	Здание	Арцваник
138	1	0,8	0,7	0,5	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	5,5	7,04	0,781	0,934	0,15	Ерицаванк	Монастырь	Арцваник
139	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0	3,6	5,82	0,619	0,888	0,27		Надгробная плита	Арцваник
140	1	0,8	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0	4,5	6,87	0,655	0,928	0,27		Крепость	Аревис
141	1	0,8	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	5	7,49	0,667	0,928	0,26		Крепость	Балак
142	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0	3,6	5,82	0,619	0,897	0,28		Исторические захоронение	Балак
143	1	0,7	0,2	1	1	0	0	0	1	1	0,5	0	6,4	8,33	0,768	0,960	0,19	Св. Георга	Церковь	Балак
144	0,2	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	4,2	6,22	0,676	0,890	0,21		Исторические захоронение	Бардзраван
145	0,2	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	4,2	6,22	0,676	0,890	0,21		Исторические захоронение	Бардзраван
146	1	0,7	0,5	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	6,2	7,93	0,782	0,934	0,15	Кратаки Св. Минас	Церковь	Бардзраван
147	1	0,8	0,5	1	1	1	1	1	0,5	1	0	0,5	9,3	10,03	0,927	0,936	0,01	Бхено	Монастырь	Бардзраван
148	0,2	0,8	1	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0	4,5	6,87	0,655	0,928	0,27		Исторические захоронение	Бнунис
149	0,5	0,8	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0	0	5	7,08	0,706	0,918	0,21	Ахаи	Селища	Бнунис
150	0,5	0,8	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0	0	5	7,08	0,706	0,918	0,21	Джанхутаран	Селища	Бнунис
151	1	0,7	1	1	1	0	0	0	1	0,5	0	0	6,2	8,30	0,747	0,954	0,21	Св. Богородица	Церковь	Бнунис
152	0,5	0,7	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0	0,5	5,4	7,17	0,753	0,916	0,16	Туми	Родник-памятник	Брнакот
153	1	1	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0	0,5	6,2	8,15	0,760	0,929	0,17	Вордзаберд 1	Крепость	Брнакот

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
154	1	1	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0	0	5,7	7,97	0,715	0,929	0,21	Вордзаберд 2	Крепость	Брнакот
155	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,4	6,73	0,653	0,916	0,26		Пещера-жилища	Брнакот
156	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0,5	4,1	6,07	0,675	0,897	0,22		Исторические захоронение	Брнакот
157	0,5	0,6	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0	0,5	5,3	7,06	0,751	0,913	0,16	Клеванс	Селища	Брнакот
158	1	0,7	1	1	1	0	0		1	0,5	0	0,5	6,7	8,48	0,790	0,954	0,16	Св. Григорь	Церковь	Брнакот
159	0,5	0,5	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0	0,5	5,2	6,96	0,747	0,909	0,16	павшим во Второй мировой войне	Родник-памятник	Брнакот
160	0,5	0,5	0,5	1	1	0	0	0	1	0,5	0	0,5	5,5	7,14	0,770	0,927	0,16	павшим во Второй мировой войне	Памятник	Брнакот
161	0,5	0,5	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0	0,5	5,2	6,96	0,747	0,909	0,16	павшим во Второй мировой войне	Памятник	Брнакот
162	0,5	0,5	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0	0,5	5,2	6,96	0,747	0,909	0,16	Комитас	Памятник	Брнакот
163	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,5	6,87	0,655	0,918	0,26		Часовня	Брнакот
164	0,5	0,6	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0	0,5	5,3	7,06	0,751	0,913	0,16	Школа	Здание	Брнакот
165	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0,5	0	4,5	6,42	0,701	0,953	0,25		Пещера-жилища	Брун
166	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0,5	0,5	4,7	6,28	0,748	0,944	0,20		Поселения	Гехануш
167	0,2	0,6	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	3,5	5,13	0,683	0,885	0,20		Исторические захоронение	Гехануш
168	0,5	0,8	0,2	1	1	0,5	0	0	0,5	0,5	0	1	6	7,49	0,801	0,908	0,11	Тандзут	Селища	Гехануш
169	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	4,2	6,04	0,695	0,909	0,21		Курганные Могилники	Гехануш
170	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,7	5,79	0,639	0,909	0,27		Курганные Могилники	Гехануш

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
171	1	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0,5	0,5	5	6,65	0,752	0,953	0,20		Церковь	Гехануш
172	0,5	1	0,5	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	4	6,00	0,667	0,927	0,26		Поселения	Гехи
173	0,2	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0,5	0	3,7	5,44	0,680	0,926	0,25		Исторические захоронение	Гехи
174	1	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0,5	0	4,4	6,27	0,701	0,951	0,25		Церковь	Гехи
175	1	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0,5	0,5	5	6,65	0,752	0,953	0,20		Крепость	Кард
176	0,5	0,7	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0	0	4,9	6,95	0,705	0,916	0,21	Верхный Кард	Селища	Кард
177	1	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0,5	1	5,4	7,17	0,753	0,951	0,20		Церковь	Кард
178	1	1	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0,5	5,2	7,38	0,705	0,929	0,22		Крепость	Гетатах
179	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,4	6,73	0,653	0,916	0,26		Пещера-жилища	Гетатах
180	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0,5	0,5	5,4	7,17	0,753	0,951	0,20		Пещера-жилища	Гетатах
181	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0	1	4,6	6,77	0,679	0,897	0,22		Исторические захоронение	Гетатах
182	0,5	0,7	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0,5	1	6,4	7,96	0,804	0,951	0,15	Акнут	Селища	Гетатах
183	0,5	0,7	0,2	1	1	1	0	0	1	0,5	0	1	6,9	8,51	0,811	0,916	0,10	Тандзатап	Селища	Гетатах
184	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0,5	0,5	5,2	6,96	0,747	0,953	0,21		Курганные Могилники	Гетатах
185	1	0,7	1	1	1	0	0	0	1	0,5	0,5	0,5	7,2	8,65	0,832	0,987	0,15	Св. Богородица	Церковь	Гетатах
186	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0	4,2	6,52	0,644	0,919	0,27		Поселения	Горайк
187	0,5	0,5	0,2	1	1	1	0	0	1	0,5	0	0	5,7	7,58	0,752	0,909	0,16	Ворота Зангезура	памятник	Горайк
188	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	3,6	5,28	0,682	0,888	0,21		Исторические захоронение	Гудемнис
189	1	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	5,4	7,17	0,753	0,916	0,16	Св. Богородица	Церковь	Гудемнис

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
190	0,5	0,7	0,5	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	5,7	7,34	0,777	0,925	0,15	Тахн	Селища	Давит Бек
191	1	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,9	6,03	0,647	0,916	0,27		Церковь	Давит Бек
192	1	0,8	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	5	7,08	0,706	0,918	0,21	Карани	Церковь	Давит Бек
193	1	0,6	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0,5	0	5,3	7,06	0,751	0,948	0,20	Св. Стефан	Церковь	Давит Бек
194	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0,5	0	4,5	6,42	0,701	0,953	0,25		Пещера-жилища	Дарбас
195	0,2	0,6	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0,5	4	5,94	0,673	0,894	0,22		Исторические захоронение	Дарбас
196	0,2	0,6	1	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0	4,3	6,62	0,650	0,923	0,27		Исторические захоронение	Дарбас
197	1	0,6	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0,5	0	5,8	7,67	0,756	0,957	0,20	Св. Стефан	Церковь	Дарбас
198	0,2	0,8	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0,5	0	4,2	6,22	0,676	0,935	0,26		Хачкар	Дарбас
199	0,2	0,7	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0,5	0	5,1	6,99	0,730	0,933	0,20	Тысячи спасителя	Хачкар	Дарбас
200	0,2	0,8	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0,5	0	4,2	6,22	0,676	0,935	0,26		Хачкар	Дарбас
201	0,5	0,7	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0	0	4,9	6,95	0,705	0,916	0,21	Арзумани	Мост	Дарбас
202	0,5	0,7	0,2	0,5	0	0	0	0	1	1	0,5	0	4,4	6,27	0,701	0,943	0,24		Пещера-жилища	Шамб
203	0,2	0,8	0,2	0,5	0	0	0	0	1	1	0	0	3,7	5,97	0,620	0,890	0,27		Хачкар	Шамб
204	0,5	0,8	0,2	0,5	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	3,5	4,81	0,727	0,900	0,17		Селища	Ехвард
205	1	0,7	0,5	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	6,2	7,93	0,782	0,934	0,15	Св. Богородица	Церковь	Ехвард
206	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	1	4,6	6,77	0,679	0,888	0,21		Канал	Легваз
207	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	4,4	6,27	0,701	0,907	0,21		Селища	Лернадзор
208	0,5	0,7	0,2	0,5	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	2,9	4,28	0,677	0,899	0,22		Селища	Лернадзор
209	0,5	0,7	0,5	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	5,7	7,34	0,777	0,925	0,15	Катнарат	Селища	Лернадзор

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
210	0,5	0,7	0,5	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	4,7	6,47	0,726	0,925	0,20	Старый Лернадзор	Селища	Лернадзор
211	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	4,2	6,04	0,695	0,909	0,21		Курганные Могилники	Лернадзор
212	1	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0,5	1	5,5	7,29	0,754	0,953	0,20		Церковь	Муссаллам
213	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	1	4,6	6,77	0,679	0,888	0,21		Исторические захоронение	Личк
214	1	0,7	0,5	1	0	0	0	0	0,5	1	0,5	0,5	5,7	7,34	0,777	0,969	0,19		Церковь	Личк
215	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0,5	0	5,2	7,38	0,705	0,953	0,25		Поселения	Лцен
216	0,2	0,7	0,5	1	0	0	0	0	1	1	0,5	0	4,9	6,95	0,705	0,951	0,25		Исторические захоронение	Лцен
217	1	0,6	0,5	1	1	0	0	0	1	1	0,5	0	6,6	8,39	0,787	0,974	0,19	Св. Стефан	Церковь	Лцен
218	0,2	0,7	0,2	1	1	0	0	0	1	1	0,5	0	5,6	7,61	0,736	0,933	0,20	Больший Дали крест	Хачкар	Лцен
219	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0,5	4,7	6,74	0,697	0,919	0,22		Поселения	Лцен
220	0,2	0,7	0,5	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,4	6,73	0,653	0,916	0,26		Исторические захоронение	Лцен
221	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,1	6,55	0,626	0,897	0,27		Исторические захоронение	Лцен
222	1	0,7	0,5	1	0	0	0	0	1	1	0,5	0	5,7	7,74	0,737	0,977	0,24		Церковь	Лцен
223	1	0,7	0,5	0,5	1	0	0		1	1	0	0	5,7	7,74	0,737	0,934	0,20	Цару Св. Оганес	Церковь	Лцен
224	0,5	0,5	0,2	1	1	0	0	0	1	1	0	0	5,2	7,38	0,705	0,909	0,20	павшим во Второй мировой войне	Памятник	Лцен
225	0,5	0,7	0,2	1	1	0	0	0	1	1	0,5	0	5,9	7,77	0,759	0,951	0,19	Св. Богородица	Часовня	Лцен
226	0,5	0,8	0,2	0,5	1	0	0	0	1	1	0	0,5	5,5	7,29	0,754	0,908	0,15	Дрнапан	Часовня	Лцен
227	0,2	0,8	0,5	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	4,5	6,42	0,701	0,908	0,21		Исторические захоронение	Хдранц
228	1	0,6	0,5	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	4,1	6,11	0,671	0,931	0,26		Церковь	Хдранц

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
229	0,5	0,8	0,5	0,5	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	5,3	6,83	0,776	0,919	0,14	Чорекдрни	Часовня	Хдранц
230	1	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	4,2	6,52	0,644	0,919	0,27		Крепость	Хнацах
231	1	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	4,9	6,95	0,705	0,916	0,21	Мелик Ахназар А	Крепость	Хнацах
232	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,4	5,23	0,650	0,907	0,26		Пещера-жилища	Хнацах
233	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,4	5,23	0,650	0,907	0,26		Пещера-жилища	Хнацах
234	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,7	5,79	0,639	0,909	0,27		Курганные Могилники	Хнацах
235	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,7	5,79	0,639	0,909	0,27		Курганные Могилники	Хнацах
236	1	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	4,9	6,95	0,705	0,916	0,21	Св Рипсимэ	Церковь	Хнацах
237	0,2	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,2	5,16	0,620	0,890	0,27		Хачкар	Хнацах
238	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,1	4,98	0,622	0,888	0,27		Хачкар	Хнацах
239	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,1	4,98	0,622	0,888	0,27		Хачкар	Хнацах
240	0,2	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	4,1	6,07	0,675	0,888	0,21	Свешенику Есаи	Хачкар	Хнацах
241	0,2	0,7	0,2	0,5	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,6	5,28	0,682	0,879	0,20	Ахназари	Хачкар	Хнацах
242	0,2	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	4,1	6,07	0,675	0,888	0,21	Хулии	Хачкар	Хнацах
243	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,4	5,23	0,650	0,907	0,26		Мост	Хнацах
244	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,4	5,23	0,650	0,907	0,26		Часовня	Хнацах
245	0,5	0,7	0,2	0,5	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,9	5,51	0,708	0,899	0,19	Бавери	Часовня	Хнацах
246	1	0,8	0,2	1	1	0	0	1	0,5	0,5	0	0	6	7,88	0,761	0,918	0,16	Крепость девушки	Крепость	Хндзореск
247	0,5	1	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0	5,2	7,38	0,705	0,909	0,20		Поселения	Хндзореск
248	0,2	0,5	0,5	1	1	1	0,5	1	0,5	0,5	0	0,5	7,2	8,15	0,883	0,900	0,02	Сурен Айвазян	Исторические захоронение	Хндзореск

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
249	0,5	0,8	1	1	1	1	1	1	0,5	0,5	0	0	8,3	9,42	0,881	0,936	0,05	Хндзореск	Селища	Хндзореск
250	0,2	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	0,5	0	0	4,2	6,22	0,676	0,890	0,21		Канал	Хндзореск
251	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	1	0,5	0,5	0	0,5	4,6	6,31	0,729	0,888	0,16		Надгробная плита	Хндзореск
252	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,4	5,23	0,650	0,907	0,26		Пещера-жилища	Хвзнавар
253	1	0,7	0,5	0,5	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	5,2	6,70	0,776	0,925	0,15	Св. Минас	Церковь	Хвзнавар
254	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0	3,6	5,82	0,619	0,897	0,28		Хачкар	Хвзнавар
255	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0	3,9	6,03	0,647	0,907	0,26		Поселения	Хот
256	0,5	0,7	0,5	0,5	1	1	1	0	0,5	1	0	0	6,7	8,12	0,825	0,918	0,09	Хот	Селища	Хот
257	1	0,7	0,2	0,5	0	0	0	0	0,5	1	0	0	3,9	6,03	0,647	0,907	0,26		Церковь	Хот
258	1	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	1	0	0	5,4	7,57	0,713	0,916	0,20	Мргадзори хач	Церковь	Хот
259	0,5	0,8	0,5	0,5	0	0	0	0	0,5	1	0	0	3,8	5,63	0,675	0,919	0,24		Часовня	Хот
260	1	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	5	7,08	0,706	0,918	0,21		Крепость	Цав
261	0,5	0,8	0,5	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	4,3	5,89	0,730	0,927	0,20		Селища	Цав
262	0,5	0,8	0,5	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	5,8	7,46	0,777	0,927	0,15	Таргманчац	Селища	Цав
263	0,5	0,8	0,5	1	1	0	0	0	0,5	1	0	1	6,3	8,04	0,783	0,927	0,14	Навс	Селища	Цав
264	1	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0,5	0,5	5,5	7,29	0,754	0,953	0,20		Церковь	Цав
265	1	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	1	0	0,5	5,9	7,77	0,759	0,916	0,16	Св. георга	Церковь	Цав
266	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	4,4	6,27	0,701	0,907	0,21		Здание	Цав
267	0,5	0,7	0,2	0,5	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	3,4	4,62	0,736	0,899	0,16		Селища	Шишкерт
268	1	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	4,9	6,95	0,705	0,916	0,21		Церковь	Шишкерт
269	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	4,4	6,27	0,701	0,907	0,21		Мост	Шишкерт

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
270	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0	4,2	6,52	0,644	0,919	0,27		Курганные Могилники	Цхук
271	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,7	5,79	0,639	0,909	0,27		Курганные Могилники	Кахнут
272	1	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	4,9	6,95	0,705	0,916	0,21	Анапат	Церковь	Кахнут
273	1	0,7	0,2	0,5	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,4	5,23	0,650	0,907	0,26		Крепость	Карчеван
274	0,2	0,7	0,5	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,4	5,23	0,650	0,907	0,26		Исторические захоронение	Карчеван
275	1	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	4,9	6,95	0,705	0,916	0,21	Св. Богородица	Церковь	Карчеван
276	1	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	5,9	7,77	0,759	0,916	0,16	Кцавур хач	Церковь	Карчеван
277	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,5	5,40	0,648	0,908	0,26		Наскальные изображения	Карчеван
278	0,5	0,7	0,5	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	5,7	7,34	0,777	0,925	0,15	Св. Крест	Часовня	Карчеван
279	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,1	4,98	0,622	0,888	0,27		Канал	Карчеван
280	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	3,6	5,28	0,682	0,888	0,21		Исторические захоронение	Кврнидзор
281	0,5	0,7	0,5	1	1	1	0	0	0,5	0,5	0	0,5	6,2	7,54	0,822	0,925	0,10	Карнидзор	Селища	Кврнидзор
282	0,2	1	0,5	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0,5	0	4,2	6,04	0,695	0,944	0,25		Гробница	Кврнидзор
283	0,2	0,7	0,7	0,5	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	3,6	4,92	0,731	0,905	0,17		Исторические захоронение	Курис
284	1	0,7	0,2	1	1	0	0	1	0,5	0,5	0	0,5	6,4	7,96	0,804	0,916	0,11	Св. Саркис	Церковь	Курис
285	0,5	0,5	0,2	1	1	0	0	1	0,5	1	0	1	6,7	8,34	0,804	0,900	0,10	Вазген А и Гарегин Б Епископам	Памятник	Алидзор
286	0,5	0,6	0,2	1	1	0	0	1	0,5	0,5	0	0,5	5,8	7,27	0,798	0,904	0,11	Кримскому Отцу	Памятник	Алидзор
287	1	0,7	0,5	0,5	1	0	0	1	0,5	0,5	0	1	6,7	8,12	0,825	0,925	0,10	Аранц Анапат	Монастырь	Алидзор
288	0,5	0,8	0,7	1	1	0,5	0	0	0,5	0,5	0	0	5,5	7,04	0,781	0,934	0,15	Азаташен	Селища	Арташен

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
289	0,5	0,7	0,5	1	1	0,5	0	0	0,5	0,5	0	0	5,2	6,70	0,776	0,925	0,15	Айгедзор	Селища	Арташен
290	0,5	0,8	0,5	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	4,8	6,61	0,726	0,927	0,20	Зорашен	Селища	Арташен
291	1	1	0,2	1	1	0	0	0	0,5	1	0	0	5,7	7,97	0,715	0,919	0,20	Четверохолме	Крепость	Аржис
292	0,5	1	0,5	1	0	0	0	0	1	1	0	1	6	8,12	0,739	0,937	0,20		Поселения	Аржис
293	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,5	6,87	0,655	0,918	0,26		Селища	Аржис
294	0,5	0,8	0,5	1	0	0	0	0	1	0,5	0	1	5,3	7,26	0,730	0,936	0,21		Селища	Аржис
295	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0	4,2	6,52	0,644	0,919	0,27		Курганные Могилники	Аржис
296	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0,5	1	4,9	6,51	0,753	0,943	0,19		Мост	Аржис
297	0,2	1	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0	0	4,9	7,21	0,680	0,901	0,22	Менир	Камень указатель	Аржис
298	0,2	0,7	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0	0	4,6	6,77	0,679	0,897	0,22	Циц кар	Камень указатель	Аржис
299	0,2	0,7	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0	0	4,6	6,77	0,679	0,897	0,22	Циц кар	Камень указатель	Аржис
300	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,7	7,17	0,655	0,919	0,26		Курганные Могилники	Ацаван
301	1	0,6	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	5,3	7,06	0,751	0,913	0,16	Св. Троица	Церковь	Зорастан
302	1	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0,5	1	6,4	7,96	0,804	0,951	0,15	Сломаный Ехци	Церковь	Зорастан
303	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	4,4	6,27	0,701	0,907	0,21		Мост	Зорастан
304	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	4,4	6,27	0,701	0,907	0,21		Часовня	Зорастан
305	0,5	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	5,4	7,17	0,753	0,907	0,15	Ороманц	Селища	Харатха
306	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0	4,2	6,52	0,644	0,919	0,27		Поселения	Хзлджух
307	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,7	7,17	0,655	0,919	0,26		Поселения	Хзлджух
308	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,4	6,73	0,653	0,916	0,26		Пещера-	Хзлджух

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
																			жилища	
309	0,2	0,8	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,2	6,68	0,629	0,899	0,27		Хачкар	Хзлджух
310	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,1	4,98	0,622	0,888	0,27		Исторические захоронение	Чакатен
311	0,5	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	5,4	7,17	0,753	0,907	0,15	Глмеш	Селища	Чакатен
312	0,5	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	5,4	7,17	0,753	0,907	0,15	Шндръен	Селища	Чакатен
313	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	4,7	6,74	0,697	0,909	0,21		Курганные Могилники	Чакатен
314	1	0,7	0,2	0,5	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	3,9	5,51	0,708	0,907	0,20		Церковь	Чакатен
315	1	0,6	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	4,3	6,15	0,699	0,913	0,21		Церковь	Чакатен
316	0,2	0,8	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	5,2	7,12	0,731	0,890	0,16	Георга и Арби	Хачкар	Чакатен
317	0,2	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	4,2	6,22	0,676	0,890	0,21		Хачкар	Чакатен
318	0,2	0,8	0,5	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0,5	4,5	6,42	0,701	0,918	0,22		Исторические захоронение	Муцк
319	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0	1	5,2	7,38	0,705	0,919	0,21		Курганные Могилники	Муцк
320	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,7	7,17	0,655	0,919	0,26		Курганные Могилники	Муцк
321	1	0,6	0,2	0,5	1	0	0	0	1	0,5	0	0,5	5,3	7,06	0,751	0,913	0,16	Св. Богородица	Церковь	Муцк
322	0,2	0,6	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	4	5,94	0,673	0,885	0,21		Исторические захоронение	Нижный Анд
323	1	0,6	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	4,8	6,84	0,702	0,913	0,21		Церковь	Нижный Анд
324	0,5	1	0,2	0,5	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,2	4,95	0,647	0,900	0,25		Поселения	Норашеник
325	0,5	0,8	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	4,5	6,42	0,701	0,908	0,21	Старый Норашеник	Селища	Норашеник
326	1	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0,5	0	4,4	6,27	0,701	0,951	0,25		Церковь	Норашеник

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
327	0,5	1	0,2	1	1	0	0	0	1	1	0	0	5,7	7,97	0,715	0,919	0,20	Авазаанки блур	Поселения	Нораван
328	1	1	0,5	1	1	0	0	0	1	1	0	0	6,5	8,66	0,751	0,947	0,20	Шахат 1	Крепость	Шахат
329	1	1	0,2	1	1	0	0	0	1	1	0	0	6,2	8,51	0,728	0,929	0,20	Шахат 2	Крепость	Шахат
330	1	0,9	0,2	0,5	1	0	0	0	1	1	0,5	0	6,1	8,01	0,761	0,954	0,19	Шахат 3	Крепость	Шахат
331	1	0,9	0,2	1	1	0	0	0	1	1	0,5	0,5	7,1	8,73	0,813	0,963	0,15	Шахат 4	Крепость	Шахат
332	0,2	0,8	0,7	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,7	7,07	0,664	0,925	0,26		Исторические захоронение	Шахат
333	0,2	0,8	0,5	1	0	0	0	0	1	1	0	0,5	5	7,08	0,706	0,918	0,21		Исторические захоронение	Шахат
334	0,5	1	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0	1	6,2	8,15	0,760	0,919	0,16	Гора отщелника	Курганные Могилники	Шахат
335	1	1	0,2	1	0	0	0	1	1	1	0	0	6,2	8,51	0,728	0,929	0,20		Крепость	Шаки
336	0,5	1	0,2	1	0	0	0	1	1	1	0	0	5,7	7,97	0,715	0,919	0,20		Поселения	Шаки
337	0,5	0,8	0,2	1	1	0	0	1	1	1	0	0	6,5	8,44	0,771	0,918	0,15	Сетлый Андзав	Пещера-жилища	Шаки
338	0,5	0,8	0,2	1	1	0	0	1	1	1	0	0	6,5	8,44	0,771	0,918	0,15	Темный Андзав	Пещера-жилища	Шаки
339	0,5	0,8	0,2	1	1	0	0	1	1	1	0	0	6,5	8,44	0,771	0,918	0,15	Гнездо ёжика	Пещера-жилища	Шаки
340	1	0,8	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0,5	0	5,5	7,69	0,715	0,962	0,25		Крепость	Шенатах
341	1	0,8	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0,5	0	5	7,08	0,706	0,962	0,26		Крепость	Шенатах
342	0,2	0,7	0,5	1	0	0	0	0	1	1	0,5	0	4,9	6,95	0,705	0,951	0,25		Исторические захоронение	Шенатах
343	0,2	0,6	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0,5	0	4,5	6,65	0,676	0,930	0,25		Исторические захоронение	Шенатах
344	0,5	0,8	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0,5	0	5,5	7,29	0,754	0,953	0,20	Агавиз	Селища	Шенатах

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
345	1	0,7	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0,5	0	5,9	7,77	0,759	0,960	0,20	Св. Мартирос	Церковь	Шенатах
346	1	0,8	0,2	1	1	0	0	0	1	1	0	0	6	8,26	0,727	0,928	0,20	Св. Саргис	Церковь	Шенатах
347	1	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	5,9	7,77	0,759	0,916	0,16	Конасар	Крепость	Шикаох
348	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0,5	4,7	6,74	0,697	0,909	0,21		Курганные Могилники	Шикаох
349	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	1	5,2	7,38	0,705	0,909	0,20		Курганные Могилники	Шикаох
350	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	1	5,2	7,38	0,705	0,909	0,20		Курганные Могилники	Шикаох
351	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	1	5,2	7,38	0,705	0,909	0,20		Курганные Могилники	Шикаох
352	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	1	5,2	7,38	0,705	0,909	0,20		Курганные Могилники	Шикаох
353	1	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0,5	4,9	6,95	0,705	0,916	0,21		Церковь	Шикаох
354	1	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	4,9	6,95	0,705	0,916	0,21	Св. Стефан	Церковь	Шинуайр
355	1	0,7	0,5	0,5	1	0	0	0	0,5	0,5	0,5	1	6,2	7,54	0,822	0,961	0,14	Ванк	Церковь	Шинуайр
356	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	1	4,9	6,95	0,705	0,907	0,20		Часовня	Шинуайр
357	1	0,8	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	5	7,08	0,706	0,918	0,21	Бердин кар	Крепость	Шванидзор
358	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,1	4,98	0,622	0,888	0,27		Исторические захоронение	Шванидзор
359	0,5	0,7	0,5	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	5,7	7,34	0,777	0,925	0,15	Гомеранц	Селища	Шванидзор
360	0,5	0,7	0,2	0,5	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,9	5,51	0,708	0,899	0,19	Тохут	Селища	Шванидзор
361	1	0,6	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	5,8	7,67	0,756	0,913	0,16	Св. Богородица	Церковь	Шванидзор
362	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0,5	0,5	4,1	5,55	0,738	0,925	0,19		Акведук	Шванидзор
363	0,2	0,7	0,5	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,4	5,23	0,650	0,907	0,26		Исторические захоронение	Шрвенанц

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
364	1	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	4	6,18	0,648	0,918	0,27		Церковь	Шрвенанц
365	0,5	0,6	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	4,3	6,15	0,699	0,904	0,20	Школа	Здание	Шрвенанц
366	0,5	0,8	0,2	1	1	0	0		0,5	0,5	0	0	4,5	6,42	0,701	0,908	0,21	Похоси	Часовня	Шрвенанц
367	1	0,8	0,2	0,5	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	4,5	6,42	0,701	0,908	0,21		Крепость	Ахбуллах
368	0,5	0,8	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	5,5	7,29	0,754	0,908	0,15	Шлорут	Селища	Ахбуллах
369	1	0,8	0,2	0,5	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	4	5,67	0,705	0,908	0,20		Церковь	Хурдхуллах
370	0,5	0,6	0,5	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,6	5,32	0,676	0,922	0,25		Мост	Воротан
371	0,5	0,8	0,5	1	1	0	0	0	0,5	1	0	0	5,3	7,26	0,730	0,927	0,20	Ркенац	Селища	Чапни
372	1	0,6	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0	4,3	6,62	0,650	0,913	0,26		Церковь	Чапни
373	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0,5	0	4,4	6,27	0,701	0,951	0,25		Селища	Сарнакунк
374	0,5	0,8	0,5	1	1	0	0	0	1	0,5	0	0	5,3	7,26	0,730	0,936	0,21	Мухурторян	Селища	Сарнакунк
375	0,5	0,9	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,6	7,01	0,656	0,919	0,26		Курганные Могилники	Сарнакунк
376	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,7	7,17	0,655	0,919	0,26		Наскальные изображения	Сарнакунк
377	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,7	5,79	0,639	0,909	0,27		Курганные Могилники	Сюник
378	0,5	0,7	0,2	0,5	0	0	0	0	1	1	0	0	3,9	6,03	0,647	0,907	0,26		Селища	Цхуни
379	0,5	0,7	0,2	0,5	0	0	0	0	1	0,5	0	0	3,4	5,23	0,650	0,907	0,26		Селища	Цхуни
380	1	0,8	0,2	0,5	1	0	0	0	1	1	0,5	1	7	8,61	0,813	0,953	0,14	Каджац Берд	Крепость	Спандарян
381	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0,5	5,2	7,38	0,705	0,919	0,21		Курганные Могилники	Спандарян
382	0,2	0,8	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	1	5,2	7,53	0,691	0,899	0,21		Хачкар	Спандарян
383	1	0,7	0,2	1	1	0	0	0	1	1	0	1	6,9	8,85	0,779	0,926	0,15	Цуцаберд	Крепость	Спандарян

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
384	1	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	1	5,9	8,15	0,724	0,926	0,20		Церковь	Спандарян
385	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0	3,6	5,82	0,619	0,897	0,28		Хачкар	Спандарян
386	1	0,7	0,5	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	6,2	7,93	0,782	0,934	0,15	Св. Рипсимэ	Церковь	Срашен
387	0,5	0,8	0,5	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	4,8	6,61	0,726	0,927	0,20	Унуц Дзор	Селища	Севакар
388	1	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,9	6,03	0,647	0,916	0,27		Церковь	Севакар
389	0,5	0,6	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,3	5,08	0,650	0,904	0,25		Извлечения растительного масла	Севакар
390	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	3,6	5,28	0,682	0,888	0,21		Исторические захоронение	Вагравар
391	1	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	5,9	7,77	0,759	0,916	0,16	Красная церковь	Церковь	Вагравар
392	0,2	0,8	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,2	6,68	0,629	0,899	0,27		Хачкар	Вахатин
393	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,1	6,55	0,626	0,897	0,27		Надгробная плита	Вахатин
394	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,4	5,23	0,650	0,907	0,26		Пещера-жилища	Вахатур
395	1	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	4,4	6,27	0,701	0,916	0,21		Церковь	Вахатур
396	1	1	0,5	0,5	0	0	0	0	0,5	0,5	0,5	0	4,5	6,24	0,721	0,962	0,24		Крепость	Варданидзор
397	0,5	0,8	0,2	1	1	0	0	0	0,5	1	0,5	1	6,5	8,07	0,805	0,945	0,14	Лагаванк	Селища	Варданидзор
398	0,5	0,8	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0,5	1	6	7,49	0,801	0,945	0,14	Хумаран	Селища	Варданидзор
399	0,2	0,8	0,2	0,5	0	0	0	0	0,5	0,5	0,5	0,5	3,7	4,86	0,761	0,919	0,16		Хачкар	Варданидзор
400	1	0,7	0,2	0,5	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	4,4	6,27	0,701	0,907	0,21	Св. Богородица	Церковь	Верхний Хотанан
401	0,5	0,5	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	4,2	6,04	0,695	0,900	0,20	павшим во Второй мировой войне	Памятник	Верхний Хотанан

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
402	0,5	0,5	0,2	1	0	0	0	1	1	0,5	0	0	4,7	6,74	0,697	0,909	0,21		Родник-памятник	Веришен
403	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0	5	7,08	0,706	0,908	0,20		Наскальные изображения	Веришен
404	0,5	0,7	0,2	1	1	0	0	1	1	0,5	0,5	0	6,4	7,96	0,804	0,951	0,15	Харахани	Жилой дом	Веришен
405	0,5	0,8	0,5	1	1	1	1	1	1	0,5	0	0	8,3	9,42	0,881	0,936	0,05	Веришен	Селища	Веришен
406	0,5	1	0,2	1	0	0	0	1	1	0,5	0,5	0	5,7	7,58	0,752	0,953	0,20		Курганные Могилники	Веришен
407	1	0,8	0,5	1	1	0	0	1	0,5	0,5	0,5	0	6,8	8,23	0,827	0,970	0,14	Св. Рипсимэ	Церковь	Веришен
408	0,2	0,8	0,2	0,5	0	0	0	1	1	0,5	0	0	4,2	6,22	0,676	0,890	0,21		Хачкар	Веришен
409	0,5	0,7	0,5	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0	5,2	7,13	0,729	0,925	0,20		Родник-памятник	Татев
410	1	0,8	0,2	0,5	1	0	0	1	0,5	1	0	0	6	7,88	0,761	0,908	0,15	Св. Богородица (Кер)	Церковь	Татев
411	1	0,7	0,2	1	1	0	0	1	0,5	1	0	0	6,4	8,33	0,768	0,916	0,15	Св. Минас	Церковь	Татев
412	1	0,8	0,2	0,5	1	0	0	1	0,5	1	0	0,5	6,5	8,07	0,805	0,908	0,10	Цакути	Церковь	Татев
413	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0	4,9	6,95	0,705	0,907	0,20		Мост	Татев
414	0,5	0,5	0,2	1	1	0	0	1	0,5	1	0	0	5,7	7,58	0,752	0,900	0,15	павшим во Второй мировой войне	Памятник	Татев
415	1	0,7	0,7	1	1	1	1	1	0,5	1	0	1	9,9	10,52	0,941	0,941	0,00	Татеви мец Анапат	Монастырь	Татев
416	1	0,8	0,5	1	1	1	1	1	0,5	1	0	0	8,8	9,88	0,890	0,936	0,05	Церковь Татев	Монастырь	Татев
417	1	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	1	5,7	7,97	0,715	0,919	0,20		Крепость	Тандзавер
418	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	1	5,2	7,38	0,705	0,909	0,20		Курганные Могилники	Тандзавер
419	1	0,7	0,2	0,5	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	3,9	5,51	0,708	0,907	0,20		Церковь	Тандзавер
420	1	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	5,9	7,77	0,759	0,916	0,16	Св. Рипсимэ	Церковь	Тандзавер

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
421	1	0,6	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	1	5,3	7,47	0,710	0,913	0,20		Церковь	Тандзатап
422	1	0,8	0,5	0,5	1	0	0	0	0,5	1	0	0,5	5,8	7,46	0,777	0,927	0,15	Св. Богородица	Церковь	Тандзатап
423	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0,5	4,1	6,07	0,675	0,888	0,21		Хачкар	Тандзатап
424	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	1	4,6	6,77	0,679	0,888	0,21		Надгробная плита	Тандзатап
425	0,2	0,8	0,5	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,5	5,40	0,648	0,908	0,26		Исторические захоронение	Таштун
426	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0	3,6	5,82	0,619	0,888	0,27		Исторические захоронение	Таштун
427	1	0,7	0,2	0,5	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,4	5,23	0,650	0,907	0,26		Церковь	Таштун
428	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	4,4	6,27	0,701	0,907	0,21		Мост	Таштун
429	0,5	0,6	0,5	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0	4,1	6,11	0,671	0,922	0,25		Родник-памятник	Тех
430	0,5	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	1	0	0	4,9	6,95	0,705	0,907	0,20	Шор Джур	Родник-памятник	Тех
431	0,5	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	1	0	0	4,9	6,95	0,705	0,907	0,20	Мелик Бархударяни Амарат	Жилой Район	Тех
432	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0	3,9	6,03	0,647	0,907	0,26		Пещера-жилища	Тех
433	0,2	0,7	1	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0	4,4	6,73	0,653	0,916	0,26		Исторические захоронение	Тех
434	0,5	0,7	0,5	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0	4,2	6,24	0,674	0,925	0,25		Селища	Тех
435	0,2	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0	3,7	5,97	0,620	0,890	0,27		Гробница	Тех
436	0,5	1	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0	4,2	6,52	0,644	0,909	0,26		Курганные Могилники	Тех
437	1	0,8	0,5	1	1	0	0	0	0,5	1	0	0	5,8	7,85	0,739	0,936	0,20	Св. Георга	Церковь	Тех

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
438	1	0,8	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	5	7,08	0,706	0,918	0,21	Арехци	Церковь	Тех
439	0,2	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	1	0	0	3,7	5,97	0,620	0,890	0,27		Хачкар	Тех
440	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,4	5,23	0,650	0,907	0,26		Мост	Тех
441	0,2	0,7	1	1	0	0	0	0	1	1	0,5	0,5	5,9	7,77	0,759	0,960	0,20		Исторические захоронение	Толорс
442	0,5	0,9	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,6	7,01	0,656	0,919	0,26		Курганные Могилники	Торуник
443	0,2	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,2	5,16	0,620	0,890	0,27		Исторические захоронение	Ужанис
444	1	0,6	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	4,8	6,84	0,702	0,913	0,21	Св. Оганес	Церковь	Ужанис
445	1	0,6	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0,5	5,3	7,06	0,751	0,913	0,16	Крест Белого родника	Церковь	Ужанис
446	1	1	0,5	1	0	0	0	0	1	1	0	0,5	6	8,12	0,739	0,947	0,21		Крепость	Уйц
447	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4,4	6,73	0,653	0,916	0,26		Пещера-жилища	Уйц
448	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0,5	0	4,4	6,27	0,701	0,951	0,25		Пещера-жилища	Уйц
449	0,2	0,7	1	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0	4,4	6,73	0,653	0,926	0,27		Исторические захоронение	Уйц
450	0,5	1	0,2	0,5	0	0	0	0	1	1	0	0	4,2	6,52	0,644	0,909	0,26		Курганные Могилники	Уйц
451	1	0,7	0,5	0,5	1	0	0	0	1	1	0,5	0	6,2	7,93	0,782	0,969	0,19	Св. Григорий	Церковь	Уйц
452	1	0,7	0,5	1	0	0	0	0	1	0,5	0,5	0	5,2	7,13	0,729	0,977	0,25		Церковь	Пайаан
453	0,2	0,8	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0	3,7	5,97	0,620	0,899	0,28		Исторические захоронение	Аджабадж
454	1	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0,5	0	4,9	6,95	0,705	0,960	0,26		Церковь	Аджабадж
455	1	0,7	0,2	1	1	0,5	0	0	0,5	1	0,5	0	6,4	7,96	0,804	0,951	0,15	Св. Акопаа	Церковь	Каджаран

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
456	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0,5	5,5	7,29	0,754	0,908	0,15		Пещера-жилища	Караундж
457	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	0,5	0	1	5,5	7,29	0,754	0,908	0,15		Пещера-жилища	Караундж
458	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	0,5	0	1	5,5	7,29	0,754	0,908	0,15		Пещера-жилища	Караундж
459	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	0,5	0	1	5,5	7,29	0,754	0,908	0,15		Пещера-жилища	Караундж
460	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	0,5	0	0,5	5	6,65	0,752	0,908	0,16		Пещера-жилища	Караундж
461	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	0,5	0,5	0,5	5,5	6,87	0,801	0,945	0,14		Пещера-жилища	Караундж
462	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0,5	0,5	6	7,49	0,801	0,945	0,14		Пещера-жилища	Караундж
463	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0,5	5,5	7,29	0,754	0,908	0,15		Пещера-жилища	Караундж
464	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0	5	7,08	0,706	0,908	0,20		Пещера-жилища	Караундж
465	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0	5	7,08	0,706	0,908	0,20		Пещера-жилища	Караундж
466	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0,5	5,5	7,29	0,754	0,908	0,15		Пещера-жилища	Караундж
467	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0,5	0,5	6	7,49	0,801	0,945	0,14		Пещера-жилища	Караундж
468	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	1	6	7,88	0,761	0,908	0,15		Пещера-жилища	Караундж
469	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0,5	1	6,5	8,07	0,805	0,945	0,14		Пещера-жилища	Караундж
470	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0,5	1	6,5	8,07	0,805	0,945	0,14		Пещера-	Караундж

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
																			жилища	
471	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0,5	1	6,5	8,07	0,805	0,945	0,14		Пещера-жилища	Караундж
472	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	1	6	7,88	0,761	0,908	0,15		Пещера-жилища	Караундж
473	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0,5	5,5	7,29	0,754	0,908	0,15		Пещера-жилища	Караундж
474	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0,5	1	6,5	8,07	0,805	0,945	0,14		Пещера-жилища	Караундж
475	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0,5	5,5	7,29	0,754	0,908	0,15		Пещера-жилища	Караундж
476	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0,5	5,5	7,29	0,754	0,908	0,15		Пещера-жилища	Караундж
477	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	1	0,5	0,5	0	0	4,4	6,27	0,701	0,907	0,21		Пещера-жилища	Караундж
478	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	1	6	7,88	0,761	0,908	0,15		Пещера-жилища	Караундж
479	0,5	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0,5	5,5	7,29	0,754	0,908	0,15		Пещера-жилища	Караундж
480	0,5	1	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0,5	5,7	7,58	0,752	0,909	0,16		Курганные Могилники	Караундж
481	0,5	1	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	0	5,2	7,38	0,705	0,909	0,20		Курганные Могилники	Караундж
482	1	0,7	0,5	1	1	0	0	1	0,5	1	0,5	0,5	7,7	8,82	0,873	0,969	0,10	Св. Рипсимэ	Церковь	Караундж
483	0,5	0,7	0,2	1	1	0	0	1	0,5	1	0,5	0,5	6,9	8,15	0,847	0,943	0,10	Охт Калибельная камень	Наскальные изображения	Караундж
484	0,2	0,8	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0	1	5,7	7,72	0,738	0,890	0,15		Хачкар	Караундж
485	0,5	0,6	0,2	1	1	0	0	1	0,5	1	0	1	6,8	8,41	0,808	0,904	0,10	Адор 1	Виногадная	Караундж

N	Тип объекта	Возрост	Количества	Уров. сахранен.	Наличие назван.	Наличие в Интер.	Налич. В Википед.	Популярность	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Удол. от водн. об.	Удолен. от лесов	Итоговый Бал / Числитль	Знаменатель	Реальное(δр)	Перспектива(δп)	Разница(Δ=δп-δр)	Название	Тип	Ближайший населенный пункт
																		давильня	
486	0,5	0,6	0,2	1	1	0	0	1	0,5	0,5	0	0	5,3	7,06	0,751	0,904	0,15	Адор 2	Виногадная давильня	Караундж
487	0,5	0,6	0,2	1	1	0	0	1	0,5	0,5	0	0	5,3	7,06	0,751	0,904	0,15	Йолунц	Виногадная давильня	Караундж
488	0,5	0,6	0,5	1	1	0	0	1	0,5	1	0,5	0,5	7,1	8,20	0,865	0,958	0,09	Школа	здание	Караундж
489	0,5	0,6	0,2	0,5	0	0	0	1	0,5	1	0	1	5,3	7,06	0,751	0,896	0,15		Мельница	Караундж
490	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	1	0,5	0,5	0	0	4,1	6,07	0,675	0,888	0,21		Акведук	Караундж
491	0,2	0,6	0,2	1	0	0	0	1	0,5	1	0,5	0	5	6,88	0,727	0,922	0,19		Акведук	Караундж
492	0,2	0,6	0,2	1	0	0	0	1	0,5	0,5	0	0	4	5,94	0,673	0,885	0,21		Канал	Караундж
493	0,2	0,7	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	0	3,1	4,98	0,622	0,888	0,27		Исторические захоронение	Карашен
494	1	0,7	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	4,9	6,95	0,705	0,916	0,21	Св. Георгаа	Церковь	Карашен
495	1	1	0,5	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0	5	7,35	0,680	0,947	0,27		Крепость	Кюрут
496	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0,5	0	4,4	6,27	0,701	0,951	0,25		Селища	Кюрут
497	0,5	0,7	0,2	1	1	0	0	0	1	0,5	0	0	4,9	6,95	0,705	0,916	0,21	Ширич	Селища	Кюрут
498	1	0,6	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0	4,3	6,62	0,650	0,923	0,27		Церковь	Кюрут
499	0,5	0,7	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0	3,9	6,03	0,647	0,916	0,27		Селища	Кирс
500	1	0,6	0,2	1	0	0	0	0	1	0,5	0,5	0	4,8	6,84	0,702	0,957	0,26		Церковь	Кирс
501	1	0,8	0,2	1	0	0	0	0	0,5	0,5	0	1	5	7,08	0,706	0,918	0,21		Церковь	Охтар
502	1	0,8	0,2	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	0	5	7,08	0,706	0,918	0,21	Крест ветра	Церковь	Охтар
503	1	0,8	0,5	1	1	1	1	1	1	1	0	0	9,3	10,33	0,900	0,936	0,04	Воротанаванк	Моностырь	Вахатин

Приложение 7.

Результат оценки аттрактивности природных объектов

Номер	Название	Тип объекта	Наличие назван.	Вид и эстетич.	Популя. и информ. Обеспечение	На территории ООПТ	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Итоговый Бал / Числитл	Знаменател	Реальное($\delta_р$)	Перспектива($\delta_п$)	Разница($\Delta=\delta_п-\delta_р$)
1	Мегринский платан	Биологические	1	0,5	1	1	0,5	1	5	5,20	0,962	0,962	0,00
2	Шибляк	Биологические	1	0,5	0	0	0,5	0,5	2,5	3,24	0,772	0,962	0,19
3	Сфагновые мхи	Биологические	1	0,5	0	0	0,5	1	3	3,87	0,775	0,962	0,19
4	Капутджух	Водопад	1	0,5	0	1	0,5	1	4	4,58	0,873	0,962	0,09
5	Шинуаир	Водопад	1	0,5	0	0	1	1	3,5	4,42	0,793	0,980	0,19
6	Ахван	Водопад	1	0,5	0	1	0,5	0,5	3,5	4,06	0,862	0,962	0,10
7	Варданидзор	Водопад	1	0,5	0	1	0,5	1	4	4,58	0,873	0,962	0,09
8	Аджибадж	Водопад	1	0,5	0	0	0,5	0,5	2,5	3,24	0,772	0,962	0,19
9	Шаки	Водопад	1	1	1	0	0,5	1	4,5	5,05	0,891	0,980	0,09
10	Паравадзор	Водопад	1	0,5	0	1	0,5	0,5	3,5	4,06	0,862	0,962	0,10
11	Антак	озеро	1	0,5	0	0	0,5	1	3	3,87	0,775	0,962	0,19
12	Бердалич	озеро	1	0,5	0	0	0,5	0,5	2,5	3,24	0,772	0,962	0,19
13	Айлах	озеро	1	0,5	0	0	0,5	0,5	2,5	3,24	0,772	0,962	0,19
14	Айлах	озеро	1	0,5	0	0	0,5	0,5	2,5	3,24	0,772	0,962	0,19
15	Газана	озеро	1	0,5	0	1	0,5	1	4	4,58	0,873	0,962	0,09
16	Капутан	озеро	1	0,5	0	1	1	1	4,5	5,05	0,891	0,980	0,09
17	Капуйт	озеро	1	0,5	0	1	0,5	0,5	3,5	4,06	0,862	0,962	0,10

Номер	Название	Тип объекта	Наличие назван.	Вид и эстетич.	Популя. и информ. Обеспечение	На территории ООПТ	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Итоговый Бал / Числитл	Знаменател	Реальное($\delta_р$)	Перспектива($\delta_п$)	Разница($\Delta=\delta_п-\delta_р$)
18	Цахкар	озеро	1	0,5	0	1	0,5	1	4	4,58	0,873	0,962	0,09
19	нет	Родники	1	0,5	0	0	1	2	4,5	6,12	0,735	0,980	0,25
20	нет	Родники	1	0,5	0	0	0,5	0,5	2,5	3,24	0,772	0,962	0,19
21	нет	Родники	1	0,5	0	0	1	1	3,5	4,42	0,793	0,980	0,19
22	нет	Родники	1	0,5	0	0	1	1	3,5	4,42	0,793	0,980	0,19
23	нет	Родники	1	0,5	0	1	0,5	0,5	3,5	4,06	0,862	0,962	0,10
24	нет	Родники	1	0,5	0	0	0,5	0,5	2,5	3,24	0,772	0,962	0,19
25	нет	Родники	1	0,5	0	0	0,5	0,5	2,5	3,24	0,772	0,962	0,19
26	нет	Родники	0	0,5	0	0	1	1	2,5	3,67	0,680	0,980	0,30
27	нет	Родники	1	0,5	0	0	0,5	0,5	2,5	3,24	0,772	0,962	0,19
28	нет	Родники	1	0,5	0	0	0,5	1	3	3,87	0,775	0,962	0,19
29	нет	Родники	1	0,5	0	0	0,5	0,5	2,5	3,24	0,772	0,962	0,19
30	нет	Родники	1	0,5	0	0	0,5	0,5	2,5	3,24	0,772	0,962	0,19
31	нет	Родники	1	0,5	0	0	0,5	1	3	3,87	0,775	0,962	0,19
32	нет	Родники	1	0,5	0	0	0,5	0,5	2,5	3,24	0,772	0,962	0,19
33	нет	Родники	1	0,5	0	1	0,5	1	4	4,58	0,873	0,962	0,09
34	нет	Родники	1	0,5	0	1	0,5	0,5	3,5	4,06	0,862	0,962	0,10
35	Природная скульптура«Сатана»	Геологические	1	0,5	0	0	0,5	1	3	3,87	0,775	0,962	0,19
36	«Безымянные» скалы-останцы	Геологические	0	0,5	0	0	1	1	2,5	3,67	0,680	0,980	0,30
37	«Безымянные» малые формы рельефа	Геологические	0	0,5	0	0	1	1	2,5	3,67	0,680	0,980	0,30

Номер	Название	Тип объекта	Наличие назван.	Вид и эстетич.	Популя. и информ. Обеспечение	На территории ООПТ	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Итоговый Бал / Числитл	Знаменател	Реальное($\delta_р$)	Перспектива($\delta_п$)	Разница($\Delta=\delta_п-\delta_р$)
38	«Безымянные» малые формы рельефа	Геологические	0	0,5	0	1	0,5	0,5	2,5	3,24	0,772	0,962	0,19
39	«Интрузия Малева»	Геологические	1	0,5	1	0	0,5	0,5	3	3,46	0,866	0,962	0,10
40	Обнажение горных пород	Геологические	0	0,5	0	0	1	1	2,5	3,67	0,680	0,980	0,30
41	«Хордзор» V - образное ущелье	Геологические	1	1	1	0	0,5	0,5	4	4,58	0,873	0,980	0,11
42	Безымянный эрозионный рельеф	Геологические	0	0,5	0	0	0,5	0,5	1,5	2,12	0,707	0,962	0,26
43	Безымянные колоновыдные базальты	Геологические	0	0,5	0	0	0,5	0,5	1,5	2,12	0,707	0,962	0,26
44	Безымянные аплитовые дайки	Геологические	0	0,5	0	1	0,5	0,5	2,5	3,24	0,772	0,962	0,19
45	Природная скульптура «Ерт» (Очередь)	Геологические	1	0,5	0	0	0,5	0,5	2,5	3,24	0,772	0,962	0,19
46	Природная скульптура «Пхи чтер» (Детеныши слона)	Геологические	1	0,5	0	1	0,5	0,5	3,5	4,06	0,862	0,962	0,10
47	Безымянные колоновидные базальты	Геологические	0	1	0	0	0,5	0,5	2	3,00	0,667	0,980	0,31
48	Безымянные колоновидные	Геологические	0	0,5	0	0	0,5	1	2	3,00	0,667	0,962	0,30

Номер	Название	Тип объекта	Наличие назван.	Вид и эстетич.	Популя. и информ. Обеспечение	На территории ООПТ	Удол. От Еревана	Удол. от дорог	Итоговый Бал / Числитл	Знаменател	Реальное($\delta_р$)	Перспектива($\delta_п$)	Разница($\Delta=\delta_п-\delta_р$)
	базальты												
49	Безымянные пирамидальные останцы	Геологические	0	1	1	0	0,5	1	3	3,87	0,775	0,980	0,21
50	Природный мост «Сатани камурдж» (Мост сатаны)	Геологические	1	1	1	0	0,5	0,5	4	4,58	0,873	0,980	0,11
51	Природный туннель	Геологические	0	0,5	1	0	0,5	0,5	2	2,45	0,816	0,962	0,15
52	«Агараки» Ископаемая Флора	Геологические	1	0,5	0	0	0,5	0,5	2,5	3,24	0,772	0,962	0,19
53	«Шамб» Ископаемая Флора и фауна	Геологические	1	0,5	0	0	0,5	1	3	3,87	0,775	0,962	0,19
54	Дайка «Шишкар» (Багакар)	Геологические	1	0,5	0	1	0,5	0,5	3,5	4,06	0,862	0,962	0,10

Приложение 7

Наличие остоновок у популярных объектов во время туров главных туристских организаций

Турист. Органи--зации	Hyur	Arara_ tour	Armenia_ travel	Erkir_ Nairi	Dreamland_ Armenia	Tourism_ Armenia	Levon_ Travel	Visitarm	travel_am	Welcome_ Armenia
10	Ахпат	Ахпат	Ахпат	Ахпат	Ахпат	Ахпат	Ахпат	Ахпат	Ахпат	Ахпат
10	Гарни	Гарни	Гарни	Гарни	Гарни	Гарни	Гарни	Гарни	Гарни	Гарни
10	Гегард	Гегард	Гегард	Гегард	Гегард	Гегард	Гегард	Гегард	Гегард	Гегард
10	Гошаванк	Гошаванк	Гошаванк	Гошаванк	Гошаванк	Гошаванк	Гошаванк	Гошаванк	Гошаванк	Гошаванк
10	Нораванк	Нораванк	Нораванк	Нораванк	Нораванк	Нораванк	Нораванк	Нораванк	Нораванк	Нораванк
10	Хор Вирап	Хор Вирап	Хор Вирап	Хор Вирап	Хор Вирап	Хор Вирап	Хор Вирап	Хор Вирап	Хор Вирап	Хор Вирап
10	Эчмиадзин	Эчмиадзин	Эчмиадзин	Эчмиадзин	Эчмиадзин	Эчмиадзин	Эчмиадзин	Эчмиадзин	Эчмиадзин	Эчмиадзин
9	Амберд	Амберд	Амберд	Амберд		Амберд	Амберд	Амберд	Амберд	Амберд
9	Дилижан	Дилижан	Дилижан	Дилижан	Дилижан		Дилижан	Дилижан	Дилижан	Дилижан
9	Звартноц	Звартноц	Звартноц	Звартноц		Звартноц	Звартноц	Звартноц	Звартноц	Звартноц
9	Ошакан	Ошакан	Ошакан	Ошакан	Ошакан		Ошакан	Ошакан	Ошакан	Ошакан
9	Сагмосаванк	Сагмосаванк		Сагмосаванк	Сагмосаванк	Сагмосаванк	Сагмосаванк	Сагмосаванк	Сагмосаванк	Сагмосаванк
9	Санаин	Санаин		Санаин	Санаин	Санаин	Санаин	Санаин	Санаин	Санаин
9	Севан	Севан	Севан	Севан	Севан		Севан	Севан	Севан	Севан
9	Татев	Татев	Татев		Татев	Татев	Татев	Татев	Татев	Татев
9	Тур по Еревану	тур по Еревану	Тур по Еревану		Тур по Еревану	Тур по Еревану	Тур по Еревану	Тур по Еревану	Тур по Еревану	Тур по Еревану
9	Цахкадзор	Цахкадзор		Цахкадзор	Цахкадзор		Цахкадзор	Цахкадзор	Цахкадзор	Цахкадзор
8	Агарцын	Агарцын		Агарцын	Агарцын	Агарцын		Агарцын	Агарцын	Агарцын
8	Караундж	Караундж	Караундж	Караундж		Караундж	Караундж		Караундж	Караундж

8	Хндзореск	Хндзореск	Хндзореск		Хндзореск	Хндзореск	Хндзореск	Хндзореск		Хндзореск
7		Арагац		Арагац	Арагац	Арагац	Арагац	Арагац		Арагац
7	Арени	Арени	Арени	Арени			Арени	Арени	Арени	
7	Джермук	Джермук			Джермук		Джермук	Джермук	Джермук	Джермук
7	Норадус		Норадус	Норадус		Норадус	Норадус	Норадус		Норадус
7	Памятник армянского алфавита	памятник армянского Алфавита		Памятник армянского алфавита	Памятник армянского алфавита		Памятник армянского алфавита	Памятник армянского алфавита	Памятник армянского алфавита	
7	Селим	Селим	Селим	Селим	Селим	Селим	Селим			
6	Дсех	Дсех			Дсех		Дсех	Дсех	Дсех	
6	Одзун	Одзун		Одзун	Одзун	Одзун			Одзун	
6	Сардарапат			Сардарапат		Сардарапат	Сардарапат	Сардарапат	Сардарапат	
5	Айраванк			Айраванк		Айраванк	Айраванк	Айраванк		
5	Аруч		Аруч		Аруч		Аруч	Аруч		
5		Горис	Горис		Горис				Горис	Горис
5	Гюмри		Гюмри		Гюмри		Гюмри	Гюмри		
5	Кари озеро			Кари озеро			Кари озеро	Кари озеро.		Кари озеро
5	Кармравор	Кармравор					Кармравор	Кармравор	Кармравор	
5	Мармашен		Мармашен			Мармашен	Мармашен	Мармашен		
5		Мецамор	Мецамор		Мецамор		Мецамор			Мецамор

Приложение 8

Оценка популярности туристских объектов

	Название	по маршрутам	Wiki	Youtube	Goog map	Trip Adviser .ru	Lonely planet	
1	Дсех	6	1	1	1	0	2	11
2	Одзун	6	2	2	1	1	2	14
3	Сардарапат	6	2	2	1	1	2	14
4	Арагац	7	2	2	1	1	2	15
5	Арени	7	2	2	1	1	2	15
6	Джермук	7	2	2	1	1	2	15
7	Норатус	7	2	0	1	1	0	11
8	Памятник армянского алфавита	7	0	2	0	0	0	9
9	Селим (перевал)	7	1	0	0	0	0	8
10	Агарцын	8	2	2	1	1	1	15
11	Караундж	8	2	2	1	0	2	15
12	Хндзореск	8	2	2	1	1	1	15
13	Амберд	9	2	2	1	0	1	15
14	Дилижан	9	2	2	1	0	2	16
15	Звартноц	9	2	2	1	1	2	17
16	Ошакан	9	2	2	1	0	1	15
17	Сагмосаванк	9	2	2	1	0	1	15
18	Санаин	9	2	2	0	1	2	16
19	Севан	9	2	2	1	1	2	17
20	Татев	9	2	2	1	1	2	17
21	Тур по Еревану	9	2	2	1	1	2	17
22	Цахац Кар	9	1	0	0	0	0	10
23	Ахпат	10	2	2	1	1	1	17
24	Гарни	10	2	2	1	1	2	18
25	Гегард	10	2	2	1	1	2	18
26	Гошаванк	10	2	2	1	1	2	18
27	Нораванк	10	2	2	1	1	2	18
28	Хор Вирап	10	2	2	1	1	2	18
29	Эчмиадзин	10	2	2	1	1	1	17

Приложение 9

Анализ зависимости туристской популчрности и иноформации в интернете.

Аттракции	1		2		3		
	Англий ском	Русский	Англий ском	Русский	Англий ском	Русский	
Швейцария	Zürich	Цюрих	Geneva	Женева	Lucerne	Люцерн	Сумма
Кол страниц (1000)	105000	3240	161000	6140	26300	441	302121
Израел	Masada	Масада	The Dead Sea	Мертвое море	Eilat	Эйлат	
Кол страниц (1000)	8480	142	124000	605	2050	578	135855
Армению	Garni	Гарни	Lake Sevan	Озеро Севан	Dilijan	Дилижан	
Кол страниц (1000)	27200	627	302	90	414	348	28981
Молдову	Cahul	Кагул	Orhei	Орхей	Soroca	Сороки	
Кол страниц (1000)	507	484	546	566	532	857	3492
Шри-Ланка	Kandy	Канди	Galle	Галле	Negombo	Негомбо	
Кол страниц (1000)	23700	506	23300	462	6820	336	55124

Приложение 10

Данные от туристах по марзам

	Ереван	Арагацотн	Армавир	Гехаркуник	Котайк	Лори	Ширак	Тавуш	Вайоц дзор	Арарат	Сюник
Итог	**44.10**	**2.83**	**8.35**	**8.17**	**7.35**	**5.29**	**7.85**	**4.60**	**2.77**	**3.58**	**3.68**
Страны бывшей СССР	**32.72**	**1.85**	**5.00**	**4.59**	**4.10**	**3.80**	**6.91**	**2.90**	**1.36**	**1.78**	**1.45**
Россия	18.69	1.47	3.95	3.91	3.37	3.11	4.75	2.44	1.12	1.44	1.23
Грузия	12.06	0.25	0.57	0.29	0.31	0.51	1.96	0.26	0.09	0.11	0.01
Украина	1.15	0.10	0.29	0.25	0.25	0.11	0.11	0.12	0.11	0.16	0.13
Белорус	0.45	0.02	0.13	0.10	0.12	0.04	0.05	0.05	0.03	0.03	0.06
Казахстан	0.22	0.01	0.05	0.03	0.04	0.02	0.02	0.02	-	0.02	0.02
Другие страны б. СССР	0.13	0.01	0.02	0.02	0.02	0.02	0.03	0.01	0.01	0.02	0.01
Остальной мир	**11.39**	**0.98**	**3.35**	**3.58**	**3.25**	**1.49**	**0.94**	**1.71**	**1.41**	**1.80**	**2.23**
Страны ЕС	**5.06**	**0.64**	**1.84**	**1.71**	**2.00**	**0.99**	**0.64**	**1.10**	**0.85**	**1.07**	**0.90**
Германия	0.94	0.12	0.34	0.34	0.42	0.11	0.10	0.18	0.18	0.23	0.17
Польша	0.49	0.04	0.20	0.19	0.20	0.14	0.05	0.15	0.11	0.12	0.07
Италия	0.37	0.05	0.16	0.17	0.15	0.10	0.05	0.13	0.07	0.11	0.11
Франция	0.39	0.06	0.18	0.16	0.17	0.10	0.09	0.10	0.07	0.09	0.11
Великобритания	0.33	0.04	0.12	0.09	0.16	0.05	0.04	0.07	0.07	0.06	0.05
Чехия	0.34	0.06	0.16	0.16	0.16	0.09	0.06	0.09	0.06	0.08	0.08
Белгия	0.31	0.01	0.08	0.04	0.09	0.02	0.02	0.02	0.01	0.05	0.02
Австрия	0.26	0.03	0.06	0.05	0.06	0.05	0.05	0.06	0.04	0.04	0.04
Нидерланды	0.23	0.05	0.08	0.06	0.08	0.04	0.03	0.04	0.03	0.06	0.03
Испания	0.25	0.03	0.07	0.09	0.11	0.07	0.05	0.06	0.06	0.04	0.03
Дания	0.14	0.03	0.06	0.06	0.06	0.02	0.03	0.03	0.02	0.03	0.03
Греция	0.18	0.04	0.04	0.05	0.06	0.09	0.04	0.04	0.03	0.03	0.02
Швеция	0.15	0.01	0.03	0.06	0.04	0.02	0.01	0.03	0.02	0.02	0.03
Болгария	0.13	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	-	0.01	-	-	0.01
Словения	0.09	0.04	0.07	0.07	0.06	0.03	0.01	0.04	0.05	0.04	0.06
Венгрия	0.07	0.02	0.04	0.02	0.03	0.02	-	0.02	0.02	0.02	0.02
Другие страны ЕС	0.40	0.04	0.13	0.10	0.15	0.06	0.03	0.05	0.04	0.05	0.06
Другие страны	**6.33**	**0.33**	**1.51**	**1.87**	**1.25**	**0.50**	**0.30**	**0.60**	**0.56**	**0.73**	**1.33**
Иран	3.04	0.03	0.47	1.04	0.30	0.03	0.01	0.04	0.19	0.20	0.89
США	0.86	0.09	0.32	0.24	0.32	0.15	0.10	0.15	0.09	0.12	0.15
САЭ	0.47	0.01	0.08	0.06	0.07	-	0.01	0.06	0.04	0.03	0.03
Турция	0.33	-	0.01	0.01	0.03	0.02	-	0.01	0.01	-	-
Канада	0.19	0.01	0.06	0.06	0.05	0.02	0.01	0.03	0.03	0.03	0.02
Израиль	0.15	0.04	0.08	0.08	0.08	0.06	0.04	0.06	0.05	0.07	0.05
Ливан	0.16	-	0.03	0.03	0.02	-	-	0.01	-	0.01	-
Япония	0.16	0.06	0.10	0.08	0.09	0.06	0.05	0.05	0.04	0.06	0.03
Сирия	0.11	0.02	0.06	0.03	0.04	0.02	0.02	0.02	0.01	0.02	0.01
Индия	0.09	-	0.03	0.03	0.03	0.01	-	0.02	-	0.02	0.01
Швейцария	0.13	0.02	0.05	0.03	0.04	0.03	0.03	0.03	0.02	0.03	0.03
Австралия	0.10	0.01	0.04	0.03	0.04	0.02	0.02	0.03	0.01	0.04	0.03
Китай	0.09	0.01	0.03	0.02	0.04	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Другие	0.45	0.05	0.15	0.15	0.13	0.08	0.03	0.10	0.09	0.11	0.09