

ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ
ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО

Кафедра спортивного туризму

Скабара Р.М.

Туризм як об'єкт вивчення туристичного країнознавства

Лекція з навчальної дисципліни

„ТУРИСТИЧНЕ КРАЇНОЗНАВСТВО”

Для студентів спеціальності 242 Туризм

(спеціалізація «Туризм»)

“ЗАТВЕРДЖЕНО”

на засіданні кафедри спортивного туризму

„ ” 201 р. протокол №

Зав.каф _____ Кухтій А.О.

1. Види та форми туризму
2. Історичні передумови виникнення та розвитку туризму
3. Основні чинники розвитку туризму

Туризм – різновид рекреації, один з видів активного відпочинку. Він відображає характерну тенденцію сучасності, коли перевага віддається розвиткові динамічного відпочинку, у процесі якого відновлення працездатності поєднується з пізнавальною діяльністю.

З економічного погляду, туризм – це особливий спосіб споживання матеріальних та духовних благ, послуг і товарів, що виокремлюється в самостійну галузь господарства.

У законі України Про туризм зазначено, що туризм – це тимчасовий виїзд (подорож) осіб з постійного місця проживання з пізнавальною, оздоровлювальною, професійно-діловою, спортивною, релігійною та іншою метою на термін від 24 годин до одного року поспіль, без зайняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування.

Види і форми туризму. Для територіальної організації та планування туристського господарства важливе значення має класифікація туризму, яка полягає у виокремленні класів, форм і видів туризму за найрізноманітнішими напрямками. Класифікація туризму за видами і формами дає змогу розв'язати низку проблем розвитку і територіальної організації туристського господарства, визначати попит на окремі види туристських послуг і на цій підставі розробляти плани розвитку матеріально-технічної бази туризму.

Туризм можна класифікувати за найрізноманітнішими показниками: за метою, засобами пересування, характером, термінами і тривалістю подорожі, засобами розміщення тощо. У класифікації туристських подорожей і розподілі їх на види вирішальне значення має їх мета. Щоправда, мандруючи, турист ставить перед собою не одну мету. Втім, залежно від індивідуальних потреб туриста, одна з них переважає.

Залежно від виду, туризм поділяють на: внутрішній або національний – подорожі у межах своєї країни; іноземний або міжнародний – подорожі поза межами країни.

Внутрішній туризм обслуговує переважно громадян своєї країни, іноземний – туристів з-за кордону. Для кожної країни здійснення туристських подорожей її громадян за кордон буде пасивним туризмом, а приїзд іноземців – активним.

Розвиткові внутрішнього туризму не у всіх країнах приділяється достатня увага, проте щороку його економічне значення зростає. Хоча внутрішній туризм і не забезпечує притоку іноземної валюти, але він поживляє економічну кон'юнктуру, сприяючи розвитку туристського господарства.

У Законі України Про туризм подається інший поділ. Вказано, що туризм є іноземний, внутрішній та зарубіжний. До першого належать іноземці, котрі подорожують територією України, до другої – особи, котрі подорожують в межах своєї країни, і до третьої групи належать громадяни України, які подорожують за кордоном. Вважаємо цю класифікацію (за напрямом здійснення туристичної подорожі) недостатньою для законодавчої бази, хоча цілком виправданою з погляду держави, адже пріоритетним видом туризму для України залишається іноземний (в'їзний) туризм як вагомий чинник поповнення валютними надходженнями державного бюджету та створення додаткових робочих місць.

За характером організації туризм поділяють на: плановий (організований); самодіяльний (неорганізований).

Плановий туризм – це внутрішній туризм за маршрутами, розробленими і організованими відповідними туристичними організаціями, з виданням туристам певного комплексу послуг (екскурсійне обслуговування, транспортне перевезення, забезпечення місцями проживання, харчування

тощо). В Україні плановий туризм поширився з 60-х років двадцятого століття. Через територію України проходить майже 500 планових туристичних маршрутів.

Подорожі груп або окремих туристів, що здійснюються не за планом, передбаченим туристичними організаціями і підприємствами, є самодіяльним (неорганізованим) туризмом. Туристи самі вибирають і розробляють маршрути своїх подорожей. Самодіяльний туризм об'єднує на добровільних засадах аматорів пішохідних, лещетарських, велосипедних, автомобільних, гірських та інших походів різної кваліфікації. Відпочинок під час самодіяльних походів не обмежується оздоровленням і відновленням сил, а спрямований також на активне пізнання довкілля, охорону природи, вивчення пам'яток історії та культури, ознайомлення з минулим і сучасним місця подорожі. Самодіяльний туризм поєднує форми краєзнавчої та екскурсійної діяльності, суспільно корисну роботу за дорученнями науково-дослідних, природоохоронних та інших організацій, а також організацію і проведення туристичних зборів і змагань, самодіяльну і технічну творчість, навчання туристичних кадрів. Усі самодіяльні походи відбуваються згідно з правилами проведення туристських спортивних походів.

За кількістю учасників виокремлюють: індивідуальний туризм; груповий туризм.

Подорож окремої сім'ї або однієї людини за власним планом – це індивідуальний туризм, подорож групи людей – груповий. Хоча деякі теоретики виділяють подорож окремої сім'ї як сімейний туризм.

За термінами і тривалістю подорожей туризм поділяють на: короткочасний (туризм вихідного дня); тривалий.

Короткочасний туризм передбачає перебування людей у туристичній подорожі не більше трьох діб. Він є масовою формою, тому що в нього втягнуті широкі прошарки населення. Зростає значення короткочасного туризму, особливо серед молоді. У цих умовах короткочасний, але

багаторазовий відпочинок наприкінці тижня в туристичних подорожах буде конкурувати з тривалим, але одноразовим відпочинком. При п'ятиденному робочому тижня із загального річного бюджету часу на відпочинок, майже половина припадає на вихідні і тільки 15-20% - на відпустки або канікули. Інша частина вільного часу припадає на щоденний відпочинок після робочого дня. Потрібно також враховувати постійний чинник – транспортну доступність, виражену в часі.

Міське населення усе більше прагне до відпочинку на лоні природи. З огляду на важливе значення організації короткочасного відпочинку, а також тенденцію подальшого збільшення вільного часу населення, слід звернути особливу увагу на створення зон неміського короткочасного відпочинку.

За територіальною ознакою внутрішній туризм поділяють на: місцевий; дальній. Місцевий туризм передбачає організацію туристичних подорожей у межах рідного краю, а дальній – за його межами.

За інтенсивністю туризм поділяють на: постійний, сезонний, односезонний, двосезонний.

Під постійним туризмом розуміють рівномірне відвідування туристських районів і населених пунктів упродовж року, а під сезонним – у певний час року. Сезонний туризм поділяють на односезонний і двосезонний. Односезонний туризм поширений у тих районах, які відвідують у певний час року, переважно влітку або взимку, а двосезонний туризм характеризується туристичними потоками і влітку, і взимку.

Залежно від мети подорожі туризм поділяють на: пізнавальний (екскурсійний) – відвідування та ознайомлення з пам'ятними місцями та пам'ятками культури, історії, природи; оздоровлювально-пізнавальний – поєднання цілей оздоровлення і пізнання; курортно-лікувальний – пересування людей, зумовлене потребою поліпшити стан здоров'я; спортивний – участь у спортивних заходах; вихідного дня – перебування

кілька днів за межами міст чи у спеціалізованих зонах відпочинку; діловий – відвідування об'єктів за професійним інтересом; релігійний; зелений; аматорський – мисливство, рибальство тощо.

Курортно-лікувальний туризм вважають одним з найстаріших видів туризму, який розвинутий у країнах з найвигіднішим географічним розташуванням та сприятливими кліматичними умовами, що мають бальнеологічні та кліматичні літні й зимові курорти (в Україні, Росії, Італії, Франції, Чехії, Словаччині, Австрії, Швейцарії, Болгарії, Угорщині, Румунії тощо). Для організації курортно-лікувального туризму важливим є цілющий клімат, лікувальні джерела і грязі, мальовничі природні й садово-паркові ландшафти. Розвиток курортно-лікувального туризму зумовлює появу великих і малих туристичних центрів і навіть цілих туристичних комплексів.

Спортивний туризм – це пересування людей у вільний час, щоб займатися спортом. Він має такі різновиди: пішохідний, гірський, водний, лещетарський, гірськолижний, велосипедний, автомобільний тощо.

Активно розвиваються цільові туристичні поїздки на різноманітні фестивалі мистецтв, виставки, свята, спортивні змагання, а також спільна робота та відпочинок молоді багатьох країн у спортивних та оздоровчих таборах тощо. Такі заходи теж сприяють розвитку туризму.

Діловий туризм виник порівняно недавно. Першими організованими туристичними подорожами пізнавально-ділового характеру в закордонні країни були поїздки на міжнародні ярмарки і виставки. Кількість поїздок ділових людей збільшилася з розширенням комерційних ринків і поступовим ослабленням митних обмежень, а також завдяки збільшенню швидкості руху транспорту та зниженню транспортних витрат. Міжнародні виставки, ярмарки, аукціони, які відвідують мільйони туристів, – досить прогресивна форма спілкування.

Діловий туризм відіграє значущу роль у міжнародному внутрішньому й іноземному туризмі України, перспективи його розвитку - якнайсприятливіші. Частка ділового туризму у світі, за оцінками експертів ВТО, становить майже 20%. Діловий туризм – один з економічно найефективніших видів туризму у світі. Майже 50% доходів авіакомпаній, 60% доходів готелів складає обслуговування саме цієї категорії туристів.

Релігійний туризм – подорожі, які мають на меті які-небудь релігійні процедури, місії. Історично – це найстаріший вид туризму. Сьогодні особливо помітне прагнення туризму і релігії до якнайтіснішого співробітництва. У туризмі з релігійною метою можна виокремити такі види поїздок: паломництво, тобто відвідування святих місць, щоб вклонитись церковним реліквіям, святиням і взяти участь у відправленні релігійних обрядів; пізнавальні поїздки, щоб ознайомитись з релігійними пам'ятками, історією релігії та релігійною культурою; наукові поїздки – поїздки науковців, які вивчають різні релігії.

Останніми роками в Україні активно розвивається сільський зелений туризм.

Туризм також поділяють на активний і пасивний. Суть такого поділу – визначення видів пересування й інтенсивної діяльності людини у процесі туризму.

Історичні передумови виникнення та розвитку туризму. Туризм – продукт тривалого історичного розвитку. Передумови його появи сягають далекої давнини. Відомо, що процес пізнання людиною довкілля тісно пов'язаний із подорожами. Вже в давні часи народи Середземномор'я мали у своєму розпорядженні географічні описи, що давали загальне уявлення про сусідні території.

Розвиток обміну і торгових зв'язків вимагав достовірної й докладної інформації про країни, їх населення та звичаї. Фактично першими

мандрівниками були купці. Поїздки давніх греків і римлян до Єгипту у VI ст. до нашої ери не були поодинокими випадками. В Єгипті їх приваблювала незвичайна природа, давня історія, культура, велич єгипетських споруд.

Подорожжю по своїй країні для давніх греків були поїздки до Олімпії, на Олімпійські ігри. Щорічно на Олімпійські ігри з'їжджалися тисячі аматорів спорту і шанувальників мистецтва не тільки з Еллади, а й з інших держав Середземномор'я. До цього періоду належить і спорудження спеціальних великих будинків, у яких могли розміститися й відпочити атлети та глядачі.

Істотний внесок у розвиток подорожей зробило паломництво. Прочани різних конфесій, маючи за мету поширювати свою релігію, поклоніння святиням, здійснювали важкі й тривалі, як на ті часи, подорожі. Досить згадати масове паломництво, актуальне й сьогодні, прихильників ісламу до Мекки або християн до Гробу Господнього в Єрусалимі, відвідування інших святих місць у релігійні свята тощо.

Масове пересування людей у середньовічній Європі відбувалося в часи хрестових походів, які розпочали європейські лицарі та купці, що пливли за ними, щоб захопити чужі багатства і території. Слідом за ними рухалися на Схід священики і прочани в супроводі незліченної юрби бурлаків та знедолених. Однак, незважаючи на різні цілі походів і подорожей, усі вони об'єктивно розширювали географічні знання людини. Докладні описи рік, морів, материків і країн залишили Марко Поло, Васко де Гама, Христофор Колумб та інші. Так створювалися передумови для великих географічних відкриттів кінця 15 – другої половини 17 ст.

До початку 19 ст. завершився процес відкриття населених континентів. Було пройдено і досліджено цілком чи в більшій частини своєї течії усі великі ріки, нанесено на карти великі озера, встановлено найважливіші ознаки рельєфів населених територій.

Розширення торговельних і культурних зв'язків, географічні відкриття, що розширили межі відомого, зумовили збільшення рухливості населення, а це сприяло пізнанню людством навколишнього світу.

За багаторічну історію подорожей, географічних відкриттів, промислового освоєння нових територій, розширення господарських зв'язків були накопичені численні наукові та літературні матеріали, звіти і щоденники. Вони стали неоціненним скарбом для поповнення людством знань у різних царинах науки, культури, техніки. У багатьох людей з'явилася природня потреба побачити нові райони та країни, ознайомитися з життям і звичаями інших народів. Це зумовило виникнення особливої форми подорожей – туризму.

Природно, що процес активізації господарських зв'язків не тільки збільшував у величезних масштабах рух населення, а й супроводжувався будівництвом доріг, облаштуванням готелів, ресторанів, створенням зон відпочинку, лікування, вивченням історичних і географічних пам'яток тощо.

Із появою регулярного руху пасажирського транспорту, мережі підприємств харчування і засобів розміщення відпало багато елементів ризику і труднощів, які сторіччями були пов'язані з подорожами. Наприкінці 18 ст. представників заможних класів європейських держав, які відвідували зарубіжні країни з цікавості та для розваги називали "туристами". До початку 19 ст. переважно це були аристократія і буржуазія.

Початок 20 ст. пов'язаний із виникненням і розвитком національного (етнічного) туризму. З'явився також новий, принципово відмінний від інших вид транспорту – автомобільний. Особливо великим поштовхом для розвитку туристичних подорожей стала поява автобусів. Однак до Першої світової війни більша частина туристів та мандрівників користувалася залізничним або морським транспортом.

Перша світова війна вкрай негативно вплинула на розвиток міжнародних туристичних зв'язків. Можна навіть сказати, що тоді туризм призупинив свою діяльність. Закінчення війни стало початком нового етапу розвитку міжнародного туризму. Це було пов'язано передусім із зростанням ролі США на світовій арені та активізацією американського капіталу в Європі. Досить швидко обсяг міжнародного туризму і подорожей досягнув передвоєнного періоду, а за три-чотири роки перевищив його у більшості держав.

Серйозним чинником, що вплинув на розвиток туризму в 20-30-х роках 20 ст., став бурхливий розвиток нових видів транспорту – автомобільного і авіаційного.

Однак цей період характеризується і низкою негативних чинників, що вплинули на міжнародний туризм і дещо затримали його розвиток. Це насамперед світова економічна криза 1929-1933 рр., загострення політичної ситуації в Європі у зв'язку з приходом до влади в Німеччині нацистської партії Гітлера і підготовки Німеччини до війни. З початком Другої світової війни різко скоротився обсяг міжнародного туризму. Практично уся Європа лежала в руїнах. Потрібно було відновлювати зруйновані дороги, залізниці, електростанції, вокзали, готелі тощо. У перші післявоєнні роки гостро відчувалась нестача паливно-енергетичних ресурсів, кваліфікованих кадрів. Слід також зазначити такий впливовий чинник, як різке загострення зовнішньо-політичної ситуації в Європі та світі в другій половині 40-х років 20 ст. Тільки за декілька років після Другої світової війни міжнародний туризм в Європі почав відроджуватись. До 1950 р. загальна кількість іноземних туристів, зареєстрованих в усьому світі, перевищувала жовоєнний рівень і досягла 25 млн. осіб.

Потреба розвитку відносин між державами в політичних, економічних, соціальних та культурних аспектах через міжнародні туристичні зв'язки ще в 20-х роках 20 ст. актуалізувала питання співпрацю між національними

туристичними і транспортними організаціями різних країн. У Парижі 1947 року була створена Міжнародна спілка офіційних туристичних організацій – МСОТО. Це була міжнародна спеціалізована організація, до якої входило 116 держав. Її дійсними членами стали урядові та неурядові організації.

Особливо бурхливе піднесення в розвитку туристичної індустрії простежується в період між 1960-1970 роками. Кількість туристів, які виїжджали за кордон, 1960 р. досягла 71 млн. осіб, тобто зросла втричі. У 1971 р. ця кількість сягнула 168, 4 млн. осіб. Причинами такого інтенсивного зростання кількості мандрівників стали передусім зміна політичної ситуації у світі, розвиток економіки провідних капіталістичних держав, післявоєнна перебудова промислового комплексу виробництва. До того ж, розширився і соціальний статус туристів. Важливу роль зіграла також науково-технічна революція у сфері авіаційного транспорту, що сприяло зниженню вартості перевезень.

Згідно з резолюцією Генеральної асамблеї ООН неурядова організація МСОТО 1969 р. була реорганізована у міждержавну Всесвітню туристичну організацію (ВТО). Цей факт засвідчив загальне визнання не тільки економічного, соціального, культурного, а й політичного значення міжнародного туризму. Юридичне створення ВТО було оформлене прийняттям 28 вересня 1970 року резолюції надзвичайної сесії Генеральної асамблеї МСОТО про ухвалення проекту Статуту ВТО, який набув чинності 2 січня 1975 р. Його ратифікувала 51 держава.

1985-1992 рр – новий етап у розвитку міжнародного туризму. Зауважимо, 80-м рокам ХХ ст. передував період туристичного піднесення. За 30 років кількість учасників міжнародних туристичних зв'язків зросла в 11 разів.

Туризм розвивається в усіх країнах світу. Збільшення обсягів міжнародного туристичного обміну в Європі, Африці та Латинській Америці було на рівні середньосвітових показників, а в країнах Близького Сходу він

перевищив їх більш ніж утричі, у країнах Південної Азії – більш ніж у 5 разів, в Східній Азії – 10 разів.

Основні чинники і проблеми розвитку туризму. Сезонність створює значні труднощі в індустрії туризму, знижуючи рентабельність туристичних підприємств, ефективність використання основних фондів, погіршення обслуговування туристів у розпал туристичного сезону. Сезонність у туризмі ускладнює розвиток туристичного господарства, загострюючи протиріччя між еластичним попитом на туристичні послуги та порівняно стабільною туристичною пропозицією і тим самим викликаючи проблеми в обслуговуванні туристів. У місяці “пік” виникають певні труднощі в роботі транспорту, організації харчування, забезпеченні житлом, проведенні екскурсійної роботи і т. д.

Якщо в “гарячий” сезон перевантажені усі готелі, мотелі і кемпінги Європи, то в міжсезонний період, як правило, велика кількість місць в об’єктах розміщення туристів виявляється не зайнятою. Тому сезонність потребує постійного регулювання туристичного попиту. В багатьох країнах світу 80% туристичних потоків припадає на період між травнем і жовтнем.

Основні причини сезонності туризму: а) найсприятливіші рекреаційні умови в літній період; б) традиційний час літніх відпусток; в) літні місяці – час студентських і шкільних канікул.

У сучасному іноземному туризмі простежується певна закономірність сезонності: чим південніше розміщена та чи ніша країна від основних туристичних центрів Європи і Північної Америки, тим менше виражена сезонність. Це можна пояснити, передусім, як відносною стабільністю природно-рекреаційних умов, так і порівняно невисоким рівнем розвитку туризму в країнах південної півкулі. З країн південної півкулі тільки в Австралійському Союзі помітно виражена сезонність. Тут на жовтень-грудень припадає третина усіх іноземних туристів, що відвідують країну. Саме цей період найсприятливіший для туризму за комплексом природно-

рекреаційних умов, коли в країнах північної півкулі спадає інтенсивність туристичного сезону. Така ж закономірність простежується й у внутрішньому туризмі. Європа як район найбільшого розвитку туризму відрізняється найвищим рівнем сезонності. Висока конкуренція іноземних туристів проявляється яскраво вираженою літньою сезонністю. На два літніх місяці (липень, серпень) в Європі припадає приблизно половина загальнорічної кількості іноземних туристів. Причому рівень концентрації туристичних потоків у ці місяці зростає в Середземноморських країнах Європи, так і Африки й Азії. Зимово потік помітно переміщується в африканські країни басейну Середземного моря, насамперед це стосується Марокко та АРС. Тому в цих країнах згладжується сезонність і для них проблеми сезонності як такої практично не існує. Майже протягом усього року більш-менш рівномірно проходить заїзд сюди іноземних туристів. Таким чином, рівень сезонності не у всіх країнах однаковий, а в окремих з них навіть відсутній. У тих країнах, де річні коливання елементів клімату невеликі, сезонність туризму проявляється слабше чи взагалі відсутня, а в країнах, де помітно проявляються природні відмінності за порами року, літо залишається основним туристичним сезоном.

Із метою приваблення туристів у міжсезонний період чи в зимовий час здійснюється ряд стимулюючих засобів. Для розширення туристичного сезону, а потім для згладжування сезонності у багатьох країнах проводиться пропаганда туристичних маршрутів у несезонний період через рекламу. Туристична реклама показує переваги відпочинку взимку в горах і розкриває можливості для зимових видів спорту, пропагує різні фестивалі та виставки, що проводяться в осінні, зимові й весняні місяці. Туристам, які подорожують у несезонний період, надаються пільги у вигляді скидок на тарифи за проїзд і туристичне обслуговування. Досвід таких країн, як Югославія, Італія, Швейцарія, Австрія, Франція та інші показує, що розвиток туризму в міжсезонний період не тільки можливий, але й достатньо вигідний. Враховуючи те, що міжсезоння для розвитку морського туризму практично

суттєвої ролі не відіграє, туристичні організації Італії та Франції збільшили в цей період кількість круїзів.

Останнім часом простежується швидкий ріст темпів зимових видів відпочинку і кількості відпочиваючих узимку. За даними ООН через кожні сім років подвоюється кількість туристів, які відпочивають узимку.

Розширенню туристичного сезону сприяє організація різноманітних спортивних фестивалів, конкурсів, виставок, наукових конференцій і т. д. Особливо важливе місце у розширенні туристичного сезону займає т. зв. Конгресовий туризм, але і він характеризується значною сезонністю. В більшості країн-організаторів міжнародних конгресів найінтенсивнішим місяцем у проведенні конгресів є вересень, на який припадає 15-18% усіх конгресів. В Європі на період з травня по жовтень проводиться 76% усіх конгресів, а в країнах південної півкулі більшість форумів проходить у період з листопада по лютий.

Поряд із згладжуванням сезонних коливань виникає завдання пристосування туристичних об'єктів необхідно в певних пропорціях, що витікають саме із сезонного характеру виробництва, споруджувати об'єкти літнього і цілорічного функціонування. Спорудження літніх туристичних об'єктів потребує менших капіталовкладень. Під час їхнього будівництва бажано використовувати національні традиції народів. При цьому слід мати на увазі, що багато туристів віддають перевагу відпочинку в наметах і будинках сільського типу, не потребуючи обов'язкового набору комфортних умов. Практика забезпечення усіх відпочиваючих у "гарячий" сезон комфортними об'єктами розміщення сприяє росту числа круглорічних місць. Це також приводить до зниження їх середньорічної завантаженості й підвищення собівартості туристичних послуг. Ось чому більш капіталомісткі туристичні об'єкти цілорічного функціонування не повинні перевищувати потреби зимового періоду. Тому сезонні коливання в попиті на туристичні

послуги повинні в основному задовольнятися за рахунок полегшених тимчасових будівель.

Кожен турист, який хоче дістатися до обраного ним місця/пункту, мучить скористатися доступним йому транспортним засобом. Рух – загальне переміщення – є одним із основних елементів туризму, а транспорт (комунікаційно-транспортні послуги) – одна з найважливіших туристичних послуг. Брак транспортно-комунікаційних можливостей утруднює, а інколи робить цілком неможливим заняття туризмом. Таким чином, транспорт і туризм взаємозв'язані, взаємозалежні, і важко було б говорити про туризм, за винятком пішоходного в околицях помешкання, не враховуючи транспорт.

Комунікаційна доступність означає можливість доїзду існуючими засобами комунікації до цілі подорожі. Це забезпечує функціруюча сітка транспортних зв'язків між місцем постійного проживання туриста і ціллю його подорожі. Існуюча система зв'язків, шляхів, а навіть туристичних підйомників уможливує проведення вільного часу зацікавленої особи у вибраному регіоні. Турист має багато можливостей вибору певного транспортного засобу. Це залежить, між іншим, від: віддаленості об'єкта, до якого прямує турист; запланованої швидкості доїзду до цілі; запланованого ступеня вигідності і тривалості подорожі; комунікаційних зв'язків, що є у розпорядженні на цій трасі.