

Съдържание

I. Същност на активния туризъм. Анализ на значението и развитието на активния туризъм на Чехия

Кратка характеристика на Чехия

Същност на понятието активен туризъм

Статистика и анализи

Данни, представени в табличен вид за броя туристи от 30 европейски страни, посетили Чехия за периода 2007-2009г.

Анализ на статистическите данни за периода 2007-2009г.

Таблично представяне на данните за броя туристи от 30 европейски страни, посетили Чехия за периода 2000-2006г.

Анализ на данните за периода 2000-2006г. в ретроспекция

II. Етапи при проектиране и изработване на картата

Основа, компоновка и мащаб на картата

Избор на способности и общогеографско съдържание

Граници

Хидрография

Населени места

Избор на способности за картографиране на специалното съдържание

Картодиаграма

Картограма

Способ качествен фон

Оформяне на картата

Щрихово

Фоново

Шрифтово

Рамково и извънрамково

Легенда

III. Литературни и картографски източници.

2. Същност на понятието активен туризъм

Според критерия произход и национална принадлежност на туристите разграничаваме два основни вида туризъм – вътрешен (национален), когато посетителите живеят в същата страна и международен, когато посетителите живеят постоянно в друга страна. Международният туризъм от своя страна според влиянието си върху платежния баланс на страната се дели на активен (когато посетителите пристигат в дадена страна от други държави) и пасивен (когато жителите на една страна посещават други държави). Това деление има преди всичко икономически характер – активният туризъм влияе положително върху намаляването на дефицита и държавния платежен баланс. В териториите, в които туризмът е доминиращ стопански отрасъл (морски крайбрежия, планини, селища — архитектурни резервати, и други), материалната база за обслужването на туристите и туристическите услуги непрекъснато се усъвършенстват и променят. Целта е целогодишно да се привличат повече туристи и да се увеличават доходите от извършените туристически услуги. Изменят се и централните части (ситито) на големите градове, откриват се нови ресторанти, търговски заведения и други, за да се оползотворят по-рационално туристическите им ресурси.

Европа осигурява най-интензивния туристически поток — вътре в континента и от континента за другите туристически райони. Европейската природа е разнообразна, континентът е люлка на древни цивилизации, на сравнително малката му територия са разположени десетки, богати на туристически ресурси страни, което стимулира туристическите пътувания. Стимул за туризма са и високата степен на икономическо развитие на страните в Западна Европа и доходите на населението в тях не превишават значително средното равнище за света.

3. Статистика и анализ

Общият брой на посетителите на Република Чехия от тридесетте европейски страни за 2007 година са 11 045 498 души, за 2008 година - 11 010 556 души и за 2009 година са 10 156 375 души. Тази тенденция към намаляване броя на туристите от повечето европейски страни е в световен мащаб – както за Чехия, така и за цяла Европа има спад на туристическите пътувания през 2009 г. Очаква се тази неблагоприятна тенденция да продължи и през 2010 г.

Данните за активния туризъм на Чехия са представени в следната таблица, която се отнася на 2007, 2008 и 2009 година. Разгледан е броят посетители на страната от 30 европейски страни. Източникът е Националният статистически институт на Чехия.

Държава/Година

2007

2008

2009

Белгия

80 360

87 240

87 851

България

18 491

21 394

18 713

Дания

109 935

108 552

99 563

Естония

18 393

20 689

13 480

Финландия

47 105

48 270

42 537

Франция

236 790

235 654

223 901

Хърватска

40 448

41 219

38 268

Ирландия

48 615

54 447

33 159

Италия

413 085

374 632

357 492

Сърбия

13 269

13 703

14 021

Литва

61 453

66 180

45 168

Латвия

20 949

20 501

9 998

Унгария

99 154

103 826

90 096

Германия

900 441

875 858

713 112

Нидерландия

247 861

236 193

203 764

Норвегия

81 445

79 773

85 001

Полша

298 621

376 592

341 136

Португалия

25 790

26 896

27 482

Австрия

177 170

170 663

177 715

Румъния

35 118

48 435

48 367

Русия

321 520

418 184

326 895

Гърция

61 982

74 737

66 648

Словакия

309 255

299 278

287 810

Словения

22 836

25 723

26 009

Великобритания

565 470

484 279

371 346

Испания

256 722

247 240

194 406

Швеция

75 779

84 185

80 961

Швейцария

80 478

67 568

67 355

Турция

34 238

36 043

34 163

Украйна

61 508

76 126

76 419

Данните от таблицата показват динамиката на посещенията на туристите в Чехия от 30 европейски държави за 2007-2009 година. Наблюдава се тенденция към намаляване броя на туристите от страните Великобритания, Испания, Швейцария, Турция, Нидерландия, Словакия, Германия, Латвия, Литва, Италия, Хърватска, Естония, Дания и България, което е резултат от световната криза. Единствено от 2007 до 2009 година нараства броят на туристите от Украйна, Швеция, Словения, Гърция, Русия, Румъния, Португалия, Полша, Норвегия, Белгия и Сърбия. Като цяло Чехия като туристическа дестинация представлява интерес най-много за германци, англичани, италианци, руснаци, словашки и полски туристи. По-слабо посещавана е от португалци, хърватци, словенци, българи, сърби, гърци и турци, поради по-голямото разстояние, на което се намират от Чехия. Все повече намаляващият интерес към Чехия от страна на туристите от европейските държави в главно следствие световната икономическа рецесия.

Чехия успешно развива през последните години така наречения дентален туризъм, който привлича много туристи от съседните страни – Германия, Англия, Австрия, тъй като денталните услуги в тези страни са много скъпи. В Англия има сериозни проблеми със здравеопазването и много англичани предпочитат да отидат в Чехия. Полша е сериозен конкурент на Чехия относно развиването на дентален туризъм, но въпреки това туристическият поток от Полша към Чехия се увеличава в периода 2007-2009 г.

Чехия е една от 20те членки на европейската СПА асоциация. Повишеният интерес към здравните курорти и услугите, свързани с профилактиката и рехабилитацията, се обуславя преди всичко от позиционирането им на европейския здравен пазар от информирането на широката общественост в страната и чужбина. Предлаганият СПА продукт в Чехия е с едно от най-високите качества в Европа и е стимул за много турсити да посещават страна именно с цел СПА туризъм. Такива страни, които практикуват балнео туризъм на територията на Чехия са Германия, Англия, Португалия, Гърция.

Въпреки голяма отдалеченост на Русия от Чехия, броят на руските туристи е много висок – около 300 000 туристи за 2007г. През периода 2007-2008 се наблюдава рязко повишаване на туристопотока от Русия - с около 100 000 броя туристи. За 2009г. броят им отново намалява с около същата бройка, което се дължи на световната криза, която сериозно е засегнала туристическите пътувания, както в Европа, така и в световен мащаб.

В следващата таблица е представен относителния дял на посетителите от 30 европейски държави на Чехия за 2007-2009 година. Данните са в %.

Държава/Година

2007

2008

2009

Латвия

0,2

0,2

0,1

Естония

0,2

0,2

0,1

Сърбия

0,1

0,1

0,1

България

0,2

0,2

0,2

Словения

0,2

0,2

0,2

Португалия

0,2

0,2

0,3

Ирландия

0,4

0,5

0,3

Турция

0,3

0,3

0,3

Хърватска

0,3

0,4

0,4

Финландия

0,4

0,4

0,4

Литва

0,5

0,6

0,4

Румъния

0,3

0,4

0,4

Гърция

0,5

0,6

0,6

Швейцария

0,7

0,6

0,6

Украйна

0,5

0,7

0,7

Швеция

0,6

0,7

0,7

Норвегия

0,7

0,7

0,8

Белгия

0,7

0,8

0,8

Унгария

0,8

0,9

0,8

Дания

0,9

0,9

0,9

Австрия

1,5

1,5

1,6

Испания

2,2

2,1

1,8

Нидерландия

2,1

2,0

1,9

Франция

2,1

2,0

2,0

Словакия

2,6

2,6

2,7

Русия

2,7

3,6

3,0

Полша

2,5

3,2

3,1

Италия

3,5

3,2

3,3

Великобритания

4,8

4,2

3,4

Германия

13,2

12,7

12,8

В следващата таблица са представени данните за активния туризъм на Чехия в период от 6 години (2000-2006г.).

Държава/Година

2000

2001

2002

2003

2004

2005

2006

Белгия

73 473

83 321

58 240

66 071

77 477

80 811

74 694

България

9 215

15 023

12 735

19 497

13 571

14 410

13 877

Дания

195 612

138 165

95 955

105 273

127 671

117 738

115 336

Естония

12 762

10 959

9 632

8 082

9 154

12 579

14 459

Финландия

31 705

44 459

32 160

39 659

45 221

48 981

45 413

Франция

161 782

188 445

194 616

193 215

256 429

257 683

240 280

Хърватска

17 030

30 598

25 607

31 125

39 081

42 672

41 569

Ирландия

7 403

16 547

13 829

32 502

44 299

42 728

40 270

Италия

233 179

317 320

250 586

281 420

391 192

405 079

399 023

Сърбия

4 448

7 836

Литва

26 383

23 847

21 615

24 377

29 402

35 285

51 165

Латвия

12 475

10 198

5 716

8 331

10 844

12 627

15 914

Унгария

44 191

62 810

59 334

72 289

88 169

108 957

94 806

Германия

1 208 068

1 151 671

1 051 325

1 039 124

1 269 369

1 306 947

1 317 431

Нидерландия

314 153

241 926

190 369

238 564

273 757

295 856

284 499

Норвегия

34 911

47 831

39 850

52 783

65 975

86 360

88 222

Полша

332 933

382 436

349 374

291 344

253 916

261 576

273 659

Португалия

11 094

11 893

10 605

12 079

19 066

21 958

22 144

Австрия

137 743

191 262

173 766

165 283

183 871

184 235

175 911

Румъния

13 510

13 965

9 849

12 943

16 399

20 039

24 155

Русия

103 077

117 149

112 850

124 655

164 036

185 705

239 632

Гърция

25 030

29 048

41 505

44 558

58 604

56 853

54 869

Словакия

145 100

237 790

225 799

252 763

266 917

260 212

281 854

Словения

8 768

17 064

15 005

14 743

19 355

20 414

18 897

Великобритания

236 517

302 793

305 676

412 402

650 622

657 110

566 225

Испания

132 007

156 475

143 292

153 331

201 110

224 327

220 050

Швеция

88 090

99 826

74 960

80 443

88 755

83 286

81 644

Швейцария

48 667

62 248

53 057

57 799

66 419

69 733

70 860

Турция

19 767

16 067

16 180

24 483

24 052

25 272

32 262

Украйна

32 817

49 564

Наблюдава се тенденция към сравнително равномерно разпределение на данните през шестте години, като рязък спад има на посещенията на туристи през 2002 и 2003г., поради наводненията в Чехия предишната година. Проливни дъждове причиниха големи наводнение в Централна Европа и Чехия бе една от най-пострадалите страни в региона. Множество исторически райони и десетки квартали на Прага са били напълно опустошени от поройните дъждове. Други европейски страни пострадали от наводненията през лятото на 2002г. са Германия, Словакия и Австрия. Значително намалява броят на туристите, посетили Чехия, през 2002-2003г. от Белгия, Дания, Естония, Литва, Латвия, Германия, Румъния и Нидерландия. След 2003г. напливът от туристи се увеличава прогресивно, което е една благоприятна тенденция, очакваща се да продължава и през следващите няколко години.

II. Етапи при проектиране и изработване на картата.

1. Основна компоновка и мащаб на картата

Курсовият проект представлява правоъгълна правоъгълна карта, с размери 803,50/890мм. Картата е ксерокопие като за основа е послужила политическа карта на Европа с М 1:5 500 000, издадена от издателство “Картография” ЕООД, 1997г.

2. Избор на общо географско съдържание и неговото изобразяване

2.1 Граници - върху картата с помощта на линеен условен знак са изобразени държавните граници, които са повдигнати с червен бордюр с дебелина 2мм.

2.2. Хидрография - изобразена с линеен условен знак в син цвят. Изобразени са бреговата линия на моретата и океаните като са повдигнати със син бордюр с дебелина 1мм. Бреговата линия на езерата е повдигната със син бордюр със същата дебелина. Имената на океаните и моретата са повдигнат със син бордюр.

2.3. Населени места – с геометричен условен знак (кръг) са изобразени столиците като ще се повдигнат с червен цвят

1. Избор на методи за картографиране на специалното съдържание

3.1 Картодиаграма

Специалното съдържание на картата е изобразено чрез метода картодиаграма, който отразява абсолютната величина на даденото явление в териториалната единица. Методът картодиаграма дава възможност за характеризиране на изобразяваното явление чрез показване на количествени и качествени характеристики и на неговата структура. Този метод се използва широко в туристическите карти за изобразяване на различни явления – активен туризъм, материално-техническа база на туризма и други.

Чрез метода картодиаграма може да се покаже и динамиката на явлениято (нарастваща фигура). Като главен изходен материал при състоянието на диаграмите служат статистическите данни.

Методът е използван за да картографира разположението на явлениято (активен туризъм на Чехия) посредством диаграми в рамките на отделните държави. Използвани са стълбовидни диаграми, като височината им отговаря на броя на туристите посетили Чехия. На 1мм от стълбовидната диаграма отговарят 2000 туристи. Използвана е стълбовидната диаграма, тъй като чрез нея ясно би могло да се направи

сравнение между данните за конкретния период (2007г. – 2009г.). Стълбовидната диаграма позволява да се покаже и динамиката на явлението (активен туризъм) за посочения период. За правилното изобразяване на динамиката на диаграмите върху картата се използва следната формула:

На 1 кв. мм. отговарят 2000 души. Данните за всяка страна (броят туристи) за трите години се разделят мащабното число, което е 2000. Оттук получаваме височината на стълбчестата диаграма в мм.

3.2. Картограма

Способът картодиаграма е съчетан със способа картограма, който се използва за да картографира средната интензивност на дадено явление в границите на дадена териториално-административна единица (държава, област, община и т.н.). Всяка териториална единица в зависимост от статистическите данни и разработената легенда се защрихова или оцветява така, че по интензивността на щриховката или на оцветяването да може да се съди за усреднената количествена характеристика на изобразяваното явление.

Картограмата е лесна и удобна както за построяване, така и за възприемана. Като нейн недостатък може да се изтъкне, че в цялата териториална единица са представени осреднени стойности на изобразяваното явление, т.е картограмата не показва различията на интензивността на явлението вътре в териториалните единици. По този начин се създава впечатлението за равномерното разпределение на явлението в рамките на отделната териториална единица и за смяна на интензивността на границите между тях, което не става в действителност. В случая картограмата илюстрира изменението и показва интензивността на явлението – относителния дял на броя туристи по страни. Това е изобразено на картата, като този относителен дял на броя туристи е за 2009 г. Използвана е скала на интензивността като отделните държави са оцветени в различни топли цветове. (жълто, светло оранжево, тъмно оранжево, червено и кафяво). По промяната в нюанса на цвета може да се съди за интензивността на картографираното явление (активен туризъм или по-конкретно за броя на туристите, посетили Чехия).

3.3. Друг използван способ при картографирането е способът качествен фон, който показва делението на дадена територия по някакъв признак. Използва се качествена

характеристика на картографираното явление. В туристическите карти качественият фон се използва, като се оцветява площта, заета от горите, със зелен цвят. Този способ може да се използва и за отделяне на районите за различен вид туризъм, оцветени с различен цвят.

В конкретния случай способът с качествен фон е използван за да се покаже по-добре картографираното явление (активен туризъм на Чехия). Всяка европейска страна, от която Чехия е посещавана (броят туристи) е оцветена с различен цвят - преливащи се тонове на топлите хроматични цветове – жълто и кафяво. Този способ е съчетан със способа картограма за ясното и цялостно картографиране на посоченото явление.

4. Оформяне на картата

4.1. Щрихово

Към щриховите елементи на картата се отнасят онези елементи изпълнени посредством линии, щрихи или точки. Различните съчетания на от тези елементи образуват щриховите условни знаци.

Използваните чертожни материали и инструменти при изготвянето на картата са следните: червен текст маркер "Schneider" 2 мм - за повдигане на държавните граници и столиците на държавите; черен тънкописец "Schneider" 1 мм - за оконтуряване на стълбовидните диаграми и за очертаване на рамката на картата; син тънкописец „Faber Castell” - за повдигане на бреговата линия и имената на хидрографските обекти; линия – за изчертаване на стълбовидните диаграми; лепило С 200 – за залепяне на легендата и калкулатор – за изчисляване на статистическите данни.

4.2. Фоново

За да се създаде по-добър художествен вид на съдържанието на картата се използва цветовото оформяне, което повишава естетически качеството на картографското съдържание. Цветът дава качествени характеристики на изобразяваното явление и

чрез него картата би могла да бъде прочетена по по-лесен начин. Цветовете създават условия визуално да се анализира и оцени съотношението между отделните оцветени площи. В конкретния случай специалното съдържание е показано с по-ярки, изпъкващи цветове. Използвани са текст маркери “Schneider” като чрез тях специалното съдържание контрастира на общия фон. Относителният дял на посетителите, който е изобразен посредством картограмата, е представен от преливащи се тонове на топлите хроматични цветове – жълто и кафяво. Хидрографските обекти са оцветени в син цвят. Държавите, за които няма данни за даденото явление са в светло зелен неутрален цвят, а Чехия, за която се илюстрира явлението активен туризъм е в тъмно розово. За оцветяване на водните и държавните площи, както и специалното съдържание на легендата, са използвани цветни моливи “Faber-Castell”; цветни текст маркери “Schneider” 4мм (жълт, розов и зелен цвят) - за оцветяване на стълбовидните диаграми.

4.3. Шрифтово оформяне на картата

Посредством шрифтове се оформят заглавието на картата, мащабът и текстът в легендата и извънрамковото оформление. Използваните картографски шрифтове са подбрани и съобразени с мащаба и съдържанието на картата (останалите компоненти – легендата, рамката), така че да бъдат точни, изразителни и четливи.

Надписите на океаните и моретата, държавите и столиците са с главни букви и са разположени успоредно на паралелите и меридианите. Надписите на големите водни пространства са разположени върху площта на водните басейни, в средата на обекта на плавна крива линия. Размера на шрифта на заглавието е съобразено с мащаба на картата и е 7мм.

4.4. Рамково и извънрамково оформяне

Картата има две рамки – вътрешна и външна. Вътрешната рамка ограничава съдържанието на изобразяваното явление, а външната придава завършен вид на картографираното произведение.

Вътрешната рамка е с размер 1мм, а външната е на разстояние 5мм от вътрешната и е с дебелина 8мм.

Заглавието е разположено северно от картата над външната рамка и буквите са с размер 10мм. Разстоянието между отделните букви е 3мм, а между отделните думи 12мм. Разстоянието на заглавието от външната рамка е 20мм.

В югоизточната част на извънрамковото пространство е посочен съставителят и оформителят на картата

4.5. Легенда

Легендата се намира в югозападния край на картата и е оконтурена с черна рамка 1мм. Тя е с размери 242/88 мм. В легендата са прегрупирани единични данни по общи признаци като тя отразява способите, с които са изобразени общото географското съдържание, специалното съдържание и мащабът на картата.

Вляво са изобразени условни знаци, илюстриращи общото географско съдържание, както и мащабът на картата. Вдясно е дадено специфичното географско съдържание като първо е изобразен способа картодиаграма. Очертана е една стълбовидна картодиаграма като под нея е изписан мащабът - на 1 мм от стълбовидната диаграма отговаря броят туристи за дадената година. Още по вдясно е изобразено специфичното географско съдържание по способа картограма – относителен дял на броя туристи по страни за 2009 (в %). Дадена е степенуваната скала с различните нюанси на топлите хроматични цветове жълто-кафяво, отразяващи относителния дял на броя туристи, посетили Чехия.