
INITIATING AND RECEPTIVE FACTORS OF TOURIST MOVEMENTS IN THE ROLE OF TOURIST PRACTICE IN A GIVEN SOCIAL CONTEXT

Zoran Nikolovski

University "Goce Delchev" - Shtip, Faculty of Tourism and Business Logistics,
Republic of North Macedonia, nikolovskizoran@yahoo.com

Biljana Nikolovska

University "Goce Delchev" - Shtip, Faculty of Tourism and Business Logistics,
Republic of North Macedonia, nikolovska.biljana@yahoo.com

Goran Antonievski

University "Goce Delchev" - Shtip, Faculty of Tourism and Business Logistics,
Republic of North Macedonia, goran.antonievski@yahoo.com

Abstract: Tourism in the modern world is characterized by dynamism and mass development. This mass also refers to the international tourist movements and the development of tourism in individual countries and regions. Rapid industrialization and urbanization are increasingly leading to pollution of natural environment and increasing psychophysical fatigue among people living and working in these highly dehumanized areas. The working man more and more needs to change the environment in spaces that are still clean and unpolluted in order to meet recreational needs. On the other hand, there are more trips to meet certain cultural and educational needs.

All this has led to the creation of a special kind of movements - tourist movements and concentration of people in certain areas and at certain times as tourists. Their number is constantly growing. Thus, while in 1965 there were 113 million tourists in the world, of which the countries in which tourists stayed earned USD 11.8 billion, in 2004 that number increased to 763 million tourists, and the foreign exchange inflow increased to USD 623 billion. In 2019, a record 1.5 billion tourist arrivals were recorded and international tourism receipts grew to USD 14,878 billion. This year is taken as the limit for further tourist boom, until the Covid-19 pandemic. Mass development of tourism also occurs as a consequence of a series of significant economic and social changes such as: increase in earnings, increase in free time, use of vacation pay, health insurance, gaining the right to a pension for a growing number of people and so forth. Influenced by all these factors, tourism needs today have grown from the category of luxury (as they were in the past), to the category of existential and from subjective to objective needs. Formerly individual, they have nowadays acquired the significance of widely recognized social needs. Tourism is no longer a time-limited or occasional phenomenon. It is a consequence and part of the way and conditions of life of modern man. Hence, in its development, laws appear as they exist in the social progress itself. The purpose of this paper is to give a clear overview of the factors that influence the improvement of the direction of tourist flows. They enable increase of the volume of tourist turnover and tourist consumption, and contribute to the formation of new types of tourist movements. This domain includes: initiating factors, receptive factors and mediating factors. Regarding the methodological framework, the content analysis method, synthesis method, generalization and specification method, as well as comparison method will be included. The main idea is to ask research questions on the basis of which theoretical guidelines will be set for future relevant research in this field, especially through the analysis of certain specifics of the areas for tourism development. The main recommendations that will emerge from the paper refer to highlighting the specifics of quality promotion in different geographical areas, which, based on existing tourism resources, have the potential to grow into very attractive tourist areas.

Keywords: tourism, development, factors, influence, tourist practice

ИНИЦИЈАТИВНИ И РЕЦЕПТИВНИ ФАКТОРИ НА ТУРИСТИЧКИТЕ ДВИЖЕЊА ВО УЛОГА НА ДВИГАТОРИ НА ТУРИСТИЧКАТА ПРАКТИКА ВО ДАДЕНИ ОПШТЕСТВЕНИ РАМКИ

Зоран Николовски

Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Факултет за туризам и бизнис логистика,
Република Северна Македонија, nikolovskizoran@yahoo.com

Билјана Николовска

Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Факултет за туризам и бизнис логистика,
Република Северна Македонија, nikolovska.biljana@yahoo.com

Горан Антониевски

Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Факултет за туризам и бизнис логистика,
Република Северна Македонија, goran.antonievski@yahoo.com

Апстракт: Туризмот во современиот свет се карактеризира со динамичност и масовност во развојот. Таа масовност се однесува и за меѓународните туристички движења и за развојот на туризмот во одделните земји и региони. Брзата индустријализација и урбанизација се повеќе доведуваат до загадување на природната средина и до зголемување на психофизичкиот замор кај луѓето што живеат и работат во овие доста дехуманизирани простори. Кај работниот човек се повеќе е присутна потребата за промена на средината во простори што сеуште се чисти и незагадени со цел да се задоволат рекреативните потреби. Од друга страна, помногубројни се и патувањата за задоволување на определени културни и образовни потреби. Сето тоа доведе до создавање на еден посебен вид движења - туристички движења и концентрација на луѓе во определени простори и во определено време како туристи. Нивниот број е во постојан пораст. Така, додека во 1965 година во светот се забележани 113 милиони туристи, од кои земјите во коишто престојувале туристите оствариле 11,8 милијарди американски долари, во 2004 година тој број се наголемува на 763 милиони туристи, а девизниот прилив пораснува на 623 милијарди долари. Во 2019 година, регистрирани се рекордни 1,5 милијарди туристички пристигнувања, а приходите од меѓународниот туризам пораснаа на 14.878 милијарди американски долари. Оваа година е земена како граница за понатамошниот туристички бум, се до Ковид-19 пандемијата. Масовниот развој на туризмот се јавува и како последица на низа значајни економско-социјални промени како што се: зголемување на заработувачката, порастот на слободното време, користењето на надоместокот за годишниот одмор, здравственото осигурување, стекнувањето на правото на пензија кај се поголем број луѓе и сл. Под влијание на сите овие фактори, туристичките потреби денес прераснаа од категоријата луксузни (како што биле во минатото), во категоријата егзистенцијални и од субјективни во објективни потреби. Од порано индивидуални, тие денеска стекнаа значење на широко признати општествени потреби. Туризмот не е веќе временски ограничен ниту повремен феномен. Тој е последица и дел на начинот и условите на живеењето на современиот човек. Оттаму во неговиот развој се јавуваат законитости какви што постојат и во самиот општествен прогрес. Целта на овој труд е да даде јасен приказ на факторите кои влијаат за подобрување на насочувањето на туристичките текови. Истите овозможуваат зголемување на обемот на туристичкиот промет и туристичката потрошувачка, како и придонесуваат за формирање на нови видови туристички движења. Во овој домен спаѓаат: иницијативни фактори, рецептивни фактори и посреднички фактори. Во однос на методолошката рамка, опфатени ќе бидат метод на анализа на содржина, метод на синтеза, метод на генерализација и спецификација, како и метод на компарација. Основната замисла е да се постават истражувачки прашања на чија основа ќе се постават теоретски насоки за идни релевантни истражувања во овој домен, особено преку анализа на одредени специфики на областите за развој на туризмот. Главните препораки кои ќе произлезат од трудот се однесуваат на истакнување на специфики за поттикнување на квалитет во различни географски средини, кои, на основа на постоечките туристички ресурси, имаат потенцијал да прераснат во мошне атрактивни туристички области.

Клучни зборови: туризам, развој, фактори, влијание, туристичка практика

1. ВОВЕД

Туризмот е дејност што се јавува на определен степен од општествено-економскиот развој. Тој настанува и се развива кога ќе се создадат услови луѓето привремено да го напуштаат местото на постојаното живеење и да поминуваат извесно време во туристички места, излетишта или пак на патување, а заради проширување на хоризонтот, рекреација, одмор, дополнување на знаењата, лекување и сл. Туристичките движења се јавуваат како последица на низа околности што поттикнуваат и овозможуваат нивно нормално одвивање. Тие се нарекуваат фактори за развој на туристичките движења. По својата содржина тие се од различна природа. Едни влијаат врз насочувањето на туристичките текови, други овозможуваат зголемување обемот на туристичкиот промет и туристичката потрошувачка, додека трети придонесуваат за формирање на нови видови туристички движења. Според Антунац, тие можат да се групираат во три поголеми групи: (1) иницијативни фактори; (2) рецептивни фактори и (3) посреднички фактори (Antunac, 2011). Иницијативните фактори делуваат во матичните места и го условуваат движењето на туристите, рецептивните во рецептивните туристички места, а посредничките и во едните и во другите. Според големината на влијанието факторите може да се поделат на: (1) локални; (2) регионални, (3) национални и

(4) фактори со меѓународно значење. Во зависност од траењето на дејствието тие се делат на: (1) повремени и (2) постојани (Andrić, 2016: 45).

Во рамките на овој труд се врши целосен приказ на фактори на влијание на туристичките движења како и нивната понатамошна улога на влијание врз изворот на начин на одвивање на туризмот, како и директната врска со туристичко-географската положба.

2. МАТЕРИЈАЛИ И МЕТОДИ

Во рамки на трудот се приложува теоретско-практична рамка за туристичките движења, особено преку издвојување на длабоко истражена листа на фактори кои имаат голем удел за индикација на туристичките движења а на основа на кои можат да се постават идни издржани препораки, со цел предвидување на текот на движењата и поставување на реална стратешка рамка.

Во однос на методолошката рамка, се применуваат методи од групата на квалитативно истражување, притоа со посебен акцент на метод на анализа на содржина, метод на компарација, во однос на достапните материјали, како и метод на генерализација и спецификација.

Предмет на овој труд е увид на реалните можности и постоечки капацитети на едно општество за поставување на рамка за фактори кои можат да ги таргетираат туристичките движења, како и реални теоретски аспекти за поставеност и применливост на фактори од овој домен.

Во насока на наведеното, главната цел и предмет се заснова на следните истражувачки насоки:

- Утврдување на насоки и пристапи за зголемување на туристичките движења и практика во дадени општествени рамки;
- Согледување на факторите на можно влијание (иницијативни и рецептивни) на туристичките движења;
- Анализирање на ефектите од влијание на иницијативните и рецептивни фактори на туристичките движења;
- Спроведување на истражувачка рамка за можните аспекти на влијание на иницијативните и рецептивни фактори, особено со цел подобрување на постоечката туристичка практика.

Основната методолошка замисла во тестирањето на емпириското истражување е насочено кон анализа и интерпретација на посебните хипотези врз чии анализи и коментари на крајот се анализира и интерпретира генералната хипотеза.

Теоретската истражувачка рамка која е прикажана во овој труд, сепак има и одредена лимитираност, во насока на идни подобрувања. Имено, станува збор за анализа на одредена изолирана состојба, со постоечки можности за идни перспективи и доработки на ова истражување. Сепак, своевременно, истото може да се искористи и како позитивна придобивка, поради фокусираноста на одреден сегмент на влијание на факторите врз моделот на туристичките движења, кој според географската основа и социо-културни специфики на едно општество, е уникатен по својата природа и може да се користи како реален пример од пракса, а понатаму и компарација со слични општествени практики.

Станува збор за целосно транспарентен теоретски преглед, на основа на постоечка достапна литература, од современ капацитет на истражување.

3. РЕЗУЛТАТИ

Од особена важност за овој труд е јасен приказ на факторите кои имаат свој придонес во таргетирање а потоа и насочување на туристичката положба во едно општество. Во иницијативни или покренувачки фактори се вбројуваат оние фактори што ги иницираат потребите за туристички патувања. Тие се јавуваат и дејствуваат во местата на постојано живеење на луѓето и силно влијаат врз правците на туристичките текови. Иницијативните фактори се делат на две групи и тоа (Bartoluci, 2013: 67-69): (1) објективни и (2) субјективни фактори. Во групата на објективни фактори се вбројуваат: животната и работната средина, слободното време, расположливите слободни средства и други објективни фактори. За омасовување на туристичките движења големо влијание има средината во која живее и работи човекот - работната и животната средина. Концентрацијата на голем број луѓе во градовите, потоа индустријализацијата со сите придружни појави, како што се аеро-загаденоста, бучавата и слично, негативно влијаат врз здравјето на луѓето. Затоа се јавува нагласена потреба за привремена промена на престојот и тоа во местата во кои не се јавуваат приведените негативни појави. За развој на туризмот од суштествена важност е расположливиот фонд на слободното време. Тој може да се користи за разни цели, но и туристичките движења се во директна зависност од неговата должина. Овде не се мисли само на времето што може да се користи за годишен одмор или на слободното време што е на крајот на неделата, туку и на слободното време што е потребно за секојдневно обновување на работната способност. Во порастот на слободното време во многу земји како и

во нашата, е остварен задоволителен развој. Така од некогашната 70- часовна работна недела, се помина на 48-часовна, па на 42-часовна, а веќе има земји во кои се подготвува 36-часовна, односно 30- часовна работна недела. Денеска постои тенденција во сите развиени земји работната недела да се намали на пет дена, а должината на платениот годишен одмор да изнесува минимум три недели.

Вклучувањето на луѓето во туристичките движења, зависи како од состојбата на животната и работната средина, така и од слободното време и расположливите материјално-финансиски средства. Се смета дека туризмот се јавува и омасовува кога кај поголем број лица нивото на приходите почнува да ја надминува границата што е нужна за задоволување на основните животни потреби. Со други зборови кога личниот стандард ќе достигне определен степен и ќе се задоволат неопходните потреби за живот, се создаваат услови за задоволување и на други секундарни потреби, меѓу кои и на туристичките. Самиот стандард пак е одраз како на висината, така и на распределбата на националниот доход. Досегашните проучувања покажуваат дека при национален доход од над 1000 САД долари по жител се задоволуваат примарните потреби и остануваат средства за задоволување на секундарните потреби. Во последните 20 години низа земји во светот остваруваат брз пораст на општествениот производ и националниот доход, а со тоа растат и реалните примања. Ова придонесе средствата за туристичка потрошувачка перманентно да се зголемуваат, а со тоа нагло се зголемува и бројот на туристите. Во формирањето на туристичката побарувачка покрај наведените делуваат и некои други фактори. Меѓу нив спаѓаат разни социјално-туристички придобивки, дејствувањето на одредени општествени организации, како и придонесот што го даваат самите претпријатија или поединци за зголемување на туристичкото движење. Во групата на социјално-туристички придобивки спаѓаат разните социјални повластици и погодности што ги дава државата (на пример за државни празници, школски екскурзии и сл.) и одделни претпријатија (сообраќајни - за патување, угостителски - за сместување) и сл. За омасовување на туристичките движења голем придонес имаат и одредени организации како: туристичките сојузи, Феријалниот сојуз, Сојузот на извидниците, Планинарскиот сојуз, Авто-мото сојузот и други слични на нив (Holjevac, 2018: 81).

Во субјективни иницијативни фактори се сметаат оние фактори што зависат лично од човечките субјективни сознанија за вклучување во туристичките текови. Тие се карактеризираат со тоа што се јавуваат и дејствуваат по постоењето на објективните фактори. Главно се темелат врз психолошки моменти и мошне придонесуваат во формирањето на туристичките сознанија кај поширок слој од населението. Меѓу поголемиот број субјективни фактори, во овој труд се посочени оние што се позначајни, а тоа се: традицијата, културното и образовно ниво на населението, личните потреби и склоности (за закрепнување, рекреација, одмор), социјалната средина (политичката ситуација, модата, роднинските врски) и слично. Традицијата, односно навиките да се оди на годишен одмор е еден од факторите што доста влијае кај луѓето дали ќе се вклучат во туристичките движења или не. Често и кога постојат објективни услови, односно личноста поседува финансиска моќ, не го користи одморот како турист, едноставно не е склон да патува. Оттаму постојат разлики помеѓу одделни земји во поглед на учеството во туристичките патувања. Глобално гледано, во Европа навиките за туристички патувања се поголеми кај населението од Западна, Средна и Северна Европа, отколку кај населението од земјите на другите делови на континентот. Културното и образовното ниво на населението исто така се значајни фактори. Утврдено е дека луѓето со повисока култура и образовно ниво помасовно се вклучуваат во туристичките движења. Меѓу субјективните фактори уште се вбројуваат туристичката пропаганда и информативна служба. Во тој однос мошне сугестивно влијаат и мислењата на лица што порано престојувале во определено место, со други зборови, овде играат значајна улога сите оние фактори што во современиот живот влијаат врз формирањето на јавното мислење (Vaum, 2017: 98).

Како надополна на наведеното, се истакнуваат иницијативните фактори дејствуваат врз човекот да го промени привремено местото на својот престој за да задоволи одредени рекреативни или културни потреби, дотогаш рецептивните фактори дејствуваат врз привлекување на туристите во туристичките места. Оттука, под рецептивни фактори се подразбира постоење на добра и услуги од определен квалитет во едно место што се во состојба да ги задоволат потребите и желбите на туристите. Тие можат да се групираат во пет основни групи: (1) атрактивна група фактори; (2) туристичко-географска положба; (3) комуникативни фактори; (4) угостителство; (5) туристичка политика.

4. ДИСКУСИЈА

Во овој дел на трудот, основната дискусија се движи во насока на посочување на поврзаноста на факторите на влијание на туристичките движења со изборот на транспорт за реализација на туризмот, односно се истакнува директната врска помеѓу реалниот избор на фактор и негово влијание, од една страна, како и туристичко-географската положба, од друга страна.

Развојот на туризмот во едно место или земја мошне е зависен од постоечката туристичко-географска положба. Обемот на туристичкиот промет и видот на туризмот во тесна зависност се од таа положба. Оние земји што имаат поволна туристичко-географска положба се вели дека имаат еден од условите за развој на туризмот и обратно. Затоа туристичко-географска положба претставува значаен фактор за развој на туризмот (Congady, Buck, 2016). Таа искажува однос на поодделни мотиви, места или земји спрема правците на туристичките движења. Според тој однос се разликува: светска, континентална, регионална и локална туристичко-географска положба. Светска туристичко-географска положба имаат оние земји преку кои минуваат или се наоѓаат на светските туристички токови. Таков еден тек, на пример се движи од Северна Америка преку Атлантикот за Европа. Сите земји што се наоѓаат на правецот на овој туристички ток како Франција, Белгија, Холандија, Велика Британија, Португалија и Шпанија имаат добра светска туристичко-географска положба. Континентална туристичко-географска положба имаат оние земји кои се наоѓаат на правците на туристичките движења во поодделните континенти. Во Европа, на пример туристичките движења се насочени спрема Средоземното Море и Алпите. Така од Северна и Средна Европа спрема средоземјето водат три туристички тока и тоа еден спрема Пиринејскиот Полуостров, втор спрема Апенинскиот и трет спрема бреговите на Балканскиот Полуостров. Земјите кон кои водат овие текови или се наоѓаат на нив, како Шпанија, Италија, или Швајцарија и Австрија имаат поволна туристичко-географска положба. Регионалната положба означува однос спрема туристичките движења од едно во друго подрачје, додека локалната положба искажува однос спрема локалните токови како излетничките туристички правци и сл. Најповолна туристичко-географска положба имаат оние места каде што се сечат два или повеќе туристички правци. Но, вредноста на туристичко-географската положба зависи и од поврзаноста како и од сообраќајните средства со кои се врши патувањето. На пример, кога се патува со авион корист имаат само авионската компанија и двата аеродрома. Но кога се патува комбинирано, на пример со брод и железница, авион-брод, или автомобил-железница и слично, тогаш корист ќе имаат повеќе туристички места. Во однос на положбата, според погоре посочените фактори, туристичко-географска положба може да биде поволна или неповолна (Andrić, 2016).

Дополнително, сообраќајот претставува основа за туристичките движења. Следствено, оправдано се наведува дека без сообраќај нема туризам. Развојот и унапредувањето на туризмот тесно е поврзано со развојот на сообраќајот и сообраќајните средства. Со зголемување и усовршување на сообраќајните средства и подобрување на нивната структура овозможен е масовен, брз и евтин превоз на голем број луѓе. Со тоа новите сообраќајни средства извршиле големо влијание врз развојот на туризмот, но и туризмот има свое влијание врз развојот на сообраќајот и усовршувањето на сообраќајните средства. И самите сообраќајни средства, (брод “Квин Елизабет”, авион “Конкорд” или жичари), и одделни сообраќајници (туристичката сообраќајница “Грослокнер”, автострадата “Сонце” во Италија) често претставуваат посебна туристичка атракција и вредност. Од друга страна сообраќајниците пак ги одредуваат правците на туристичките движења како што и туристичките тенденции често го одредуваат правецот при изградбата на одредени сообраќајници. Со масовување на туризмот и појавата на нови форми туризам како авто-мото туризмот, настануваат промени и во сообраќајот. Денеска туристите се помалку се задржуваат во одредени туристички места, а се повеќе одморот го поминуваат во патување. Тенденцијата за пократко време да се види што повеќе, придонела за масовување на сообраќајот, потоа развој на нови форми сообраќај и усовршување на сообраќајните средства. Според просторот во кој се одвива, сообраќајот се дели на: копнен, воден и воздушен. Копнениот може да биде патен и железнички, а водениот поморски, езерски, речен и каналски. Сите набројани видови на сообраќај имаат определена улога во 45 туристичките движења. Меѓутоа, секое од сообраќајните средства во туристичкиот промет треба да обезбеди сигурност, удобност, брзина и редовност. Туристите во зависност од своите потреби и можности избираат сообраќајна гранка и сообраќајно средство, а обично се одлучуваат за оние земји и подрачја, каде постојат квалитетни сообраќајни услуги (Candela, Figini, 2015: 19).

Дополнително, се забележува дека во изборот на сообраќајното средство, туристите често се определуваат во зависност од оддалеченоста на местото за одмор. Кога е во прашање патување на кратки релации и до 1000 км (во еден правец) главно се користи автомобил, на релации до 1500 км се користи железница, а на подолги релации од 1500 км се користи авион. Меѓутоа, често при патувањето се прават комбинации - железница - брод, брод – авион.

5. ЗАКЛУЧОК

Туризмот претставува сложен и комплексен социоекономски и просторен феномен. Тој може да се следи од различни научни гледишта. Со неговиот развој се јавиле низа нови научни дисциплини кои секоја од свој аспект го проучувала овој феномен.

Туризмот меѓу сите општествени движења најјасно е определен со одредени просторни релации. Тие релации се: местото од каде што тргнуваат туристите, правците по кои се движат и местата каде што доаѓаат и престојуваат туристите. Овие просторни релации се одраз на квалитетно различните географски средини. Географската средина пак ја сочинуваат различни елементи кои имаат свое влијание врз туризмот и туристичките движења. Така на пример некои подрачја по особините и богатството на туристичките ресурси, туристички се мошне атрактивни, други се посиромашни, а трети имаат само транзитно значење. Во некои случаи туристичките движења во целина можат да влијаат врз трансформацијата на пејзажот и на географската средина.

На основа на наведеното, во рамките на овој труд е претставен краток, но суштински опис на факторите кои што придонесуваат за формирање на нови видови туристички движења. Тие може да се групираат во три поголеми групи: иницијативни фактори; рецептивни фактори и посреднички фактори. Иницијативните фактори се делат на две групи и тоа: објективни и субјективни фактори. Рецептивните фактори ја опфаќаат следната група на фактори: атрактивна група фактори; туристичко-географска положба; комуникативни фактори; угостителство; туристичка политика и други дејности.

Основна цел на овој труд е да посочи на директната поврзаност помеѓу факторите на влијание на туристичките движења и туристичко-географската положба, односно меѓусебните постоечки импликации,

БЛАГОДАРНОСТ

Во овој труд се истакнува благодарност до сите автори кои творат и делуваат во оваа проблемска рамка, со цел да се даде особен придонес кон развој на туристичката гранка во едно општество, а на основа на веќе постоечкиот теоретско-категоријален апарат.

БИБЛИОГРАФИЈА

- Andrić, N. (2016). *Turizam i regionalni razvoj*, Informator, Zagreb
- Antunac, I. (2011). *Turizam: Teorijsko-znanstvene rasprave*, Institut za turizam, Zagreb
- Avelini Holjevac, I. (2018). *Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija
- Bartoluci, M. (2013). *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva: Turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu*, Školska knjiga, Zagreb
- Baum, T. (2017). *Managing human resources in the European hospitality industry: A strategic approach*, Chapman & Hall, London
- Blažević, B. (2010). *Turizam u gospodarskom sustavu, Sveučilište u Rijeci*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Opatija
- Candela, G., & Figini, P. (2015). *The Economics of Tourism Destinations*, SpringerVerlag, Berlin-Heidelberg
- Conrady, R., & Buck, M. (2016). *Trends and Issues in Global Tourism 2010*, SpringerVerlag, Berlin-Heidelberg
- Hall, C. M., & Butler, R. W. (2016). *In search for common ground: Reflections on sustainability, complexity and process in the tourism system*. *Journal of Sustainable Tourism*, 3(2), 99–105.
- Hall, C. M., & Lew, A. A. (2008). *Sustainable tourism: A geographical perspective*. Harlow: Longman