

**Міністерство освіти і науки України
Дніпропетровський національний університет
ім. Олеся Гончара**

Кафедра менеджменту та туризму

В.Є. РЕДЬКО

**ПОСІБНИК ДО САМОСТІЙНОГО
ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ
«ОСНОВИ ТУРИЗМОЗНАВСТВА»**

**Дніпропетровськ
2014**

УДК 379.85 (076.5)
ББК 75.81я 73
Р 33

Рецензенти: канд. екон. наук, доц. Г.В. Нямешук
канд. екон. наук, доц. К.А. Панасюк

Р 33 Редько В.Є. Посібник до самостійного вивчення дисципліни «Основи туризмознавства». – Дніпропетровськ: Біла К.О., 2014. – 63 с.

Уміщений теоретичний матеріал, що розкриває сутність туризму як виду господарської діяльності та особливості формування туристичної політики України. Виходячи зі змісту робочої програми навчальної дисципліни «Основи туризмознавства», цей посібник передбачає допомогу студентам в опануванні теоретичних знань і практичних навичок з організації туристичної діяльності. Подано завдання для самостійної роботи, тести й задачі для перевірки знань.

Для студентів першого курсу ДНУ, які навчаються за напрямом підготовки 6.140103 «Туризм».

ББК 75.81я 73
Редько В.Є., 2014

ВСТУП

Посібник складається з двох змістових модулів та дев'яти тем згідно з робочою програмою дисципліни «Основи туризмознавства» для студентів денної форми навчання напряму «Туризм». Кожна тема містить план лекції, навчальні завдання, форми їх контролю, коротке викладення теоретичних питань, завдання для самостійної роботи, що включають питання для самостійного вивчення, огляд періодичної літератури за темами, тести, ситуаційні завдання та задачі.

Основи туризмознавства припускають теоретичне вивчення сутності туризму, галузі соціокультурного та економіко-бізнесового знання. Наукове та прикладне призначення дисципліни «Основи туризмознавства» розкривається через функції туризму: світоглядну, етнічну, комунікаційну, етичну, екологічну та акумулюється в наукових багатовекторних напрямках: філософському, економічному, психологічному, культурологічному, країнознавчому, політологічному, соціологічному, правознавчому, педагогічному, історичному, географічному, демографічному та ін.

Об'єктом вивчення туризмознавства виступають процеси, пов'язані з формуванням і розвитком туристичної галузі, а предметом – основні поняття туризмології, головні напрями розвитку сучасного вітчизняного і міжнародного туризму.

Метою вивчення дисципліни «Основи туризмознавства» є формування системи знань щодо сутності основних понять та термінів, якими оперує туристична галузь, значення туризму як соціального явища, його основних функцій, туристичної політики країн світу, роботи міжнародних туристичних організацій, визначення ролі туризму для розвитку економіки України.

Мета викладання курсу «Основи туризмознавства» охоплює:

отримання студентами теоретичних основ та навичок творчого підходу до дослідження сутності категорії туризму й основних понять сфери туризму, дослідження основних понять сфери туризму;

ознайомлення із типізацією та класифікацією туризму;

формування знань щодо соціопсихологічних аспектів діяльності учасників туристичного бізнесу;

вивчення основних туристичних організацій світу та напрямків туристичної політики України.

В результаті оволодіння цим курсом студент повинен отримати уявлення про сутність туризму, його види, напрями туристичної політики світу та України, розвинути творчі здібності щодо вирішення практичних ситуацій в туризмі.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ТУРИЗМ ЯК ВИД ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ТЕМА 1. ФУНКЦІЇ ТУРИЗМУ, УМОВИ ТА ФАКТОРИ ЙОГО РОЗВИТКУ

ПЛАН ЛЕКЦІЇ

- 1.1. Туризм як сфера господарської діяльності
- 1.2. Основні поняття та визначення в туризмі
- 1.3. Функції туризму в суспільстві
- 1.4. Чинники розвитку туризму
- 1.5. Туристичний продукт та його складові

НАВЧАЛЬНІ ЗАВДАННЯ:

- визначити сутність туризму;
- дослідити функції й чинники розвитку туризму;
- проаналізувати три рівні підготовки турпродукту.

ФОРМИ КОНТРОЛЮ:

- усне опитування,
- тестування.

ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ТЕМИ:

1.1. Туризм як сфера господарської діяльності

Термін «туризм» в міжнародній практиці до цього часу не має однозначного тлумачення. Можна виділити три групи відповідних формулювань.

Перша група визначень розглядає туризм як **рекреацію**. *Рекреація* – це розширене відтворення (відновлення і примноження) фізичних, духовних, інтелектуальних і емоційних сил людини.

Друга група визначень туризму розглядає його, в основному, як **форму міграції** населення. Тобто – як подорож, поїздку. Наприклад, за ВТО: туризм охоплює діяльність осіб, які подорожують і здійснюють перебування в місцях, що знаходяться за межами їх звичайного середовища, протягом періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою відпочинку, з діловими та іншими цілями.

І третя група визначень розглядає **туризм як галузь економіки і складне соціально-економічне явище**, якому притаманні єдність і різноманіття різних властивостей і відносин.

Що стосується визначення туризму в Законі України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм», то воно більше відноситься до другої групи, але має свої особливості (**туризм** - тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування).

Туризм володіє подвійністю внутрішньої природи. З одного боку, туризм є окремим випадком подорожі, з іншого – діяльністю з виробництва туристичного продукту. В принципі і подорож, і виробництво турпродукту є діяльністю. Проте **виробництво** – це економічна діяльність і його метою є отримання прибутку, а мета туристичної подорожі – відпочинок, що припускає витрату грошей. **Виробництво** – це процес створення матеріальних благ, послуг і духовних цінностей, необхідних для існування й стійкого розвитку сфери туризму.

У туристичну діяльність, як в соціально-економічне явище, зараз залучаються різні галузі як матеріального, так і нематеріального виробництва.

Виробництво буває матеріальним і нематеріальним.

На сучасному етапі розвитку туризму все більшої ваги в цілях подорожі набувають духовні цінності – нові знання, освіта, знайомство з пам'ятками матеріальної культури людства; екзотика, звичаї й етнографія різних народів і країн світу; культурні, видовищні та спортивні заходи.

З економічної точки зору туристичний бізнес – це різновид торгівлі. Особливість цієї торгівлі полягає в тому, що покупцеві пропонуються не стільки товари у фізичному сенсі, скільки послуги.

1.2. Основні поняття та визначення в туризмі

Туристична діяльність – це діяльність з надання різних туристичних послуг. Відповідно до Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» учасниками взаємин при здійсненні туристичної діяльності є юридичні й фізичні особи, що створюють, реалізують і споживають туристичний продукт, – громадяни України, іноземні громадяни й особи без громадянства.

Місце продажу туристичних послуг – країна, в якій зареєстрований відповідний суб'єкт господарювання, що реалізовує туристичний продукт.

Місце надання туристичних послуг – країна, на території якої безпосередньо надаються туристичні послуги.

Характерні туристичні послуги і товари – послуги і товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання і виробництво яких істотно скоротиться без їх реалізації туристам.

Супутні послуги і товари призначені для задоволення потреб всіх людей. Наприклад, послуги суспільного транспорту в країні перебування, послуги громадського харчування.

1.3. Функції туризму в суспільстві

До головних функцій туризму відносяться:

а) функція відпочинку, пов'язана із задоволенням потреб відновлення фізичних і психічних сил;

б) оздоровча функція, пов'язана з покращенням стану здоров'я в результаті туристичних виїздів, відвідування санаторіїв;

в) виховна функція, яка стосується сукупності впливів і діяльності,

спрямованої на формування розвитку людини (туриста) в процесі туристичного виїзду;

г) економічна функція, яка виникає з факту, що туризм є, зокрема, чинником економічного розвитку територій туристичної рекреації;

д) навчальна функція (наприклад, пізнавальна, освітня), пов'язана з пізнанням світу, набуванням досвіду;

е) функція охорони природи, яка виникає з охорони об'єктів природної спадщини для розвитку туризму (наприклад, національних парків) а також формування екологічної свідомості серед туристів;

є) політична функція, наприклад, через формування іміджу країни за кордоном;

ж) містоформуюча функція, що виникає з процесу туристичної урбанізації і розвитку міст;

з) етнічна функція, яка супроводжує приїзд осіб (емігрантів або їх нащадків) до країни предків.

1.4. Чинники розвитку туризму

Чинники розвитку туризму – це найбільш істотні обставини й умови, що діють на розвиток туризму в конкретному соціально-економічному середовищі.

До **статичних чинників** розвитку туризму відносяться природно-географічні й історико-культурні.

До **динамічних чинників** розвитку туризму відносяться ті, які визначаються соціально-економічними туристичними ресурсами.

Динамічні чинники діляться на позитивні й негативні. До негативних (стримуючих) чинників розвитку туризму відносяться, наприклад, криміногенність, політична нестабільність і т.д.

А що відноситься до позитивних чинників розвитку туризму? Перш за все відзначимо, що вони діляться на **екстенсивні** та **інтенсивні**. Під першими маються на увазі кількісні чинники розвитку туризму, під другими - зростання, якісних показників.

1.5. Туристичний продукт та його складові

Згідно Закону України «Про туризм» *туристичний продукт (ТП)* – це заздалегідь розроблений комплекс туристичних послуг, що поєднує не менше двох таких послуг, що реалізуються або пропонуються для реалізації за певною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідин об'єктів культури, відпочинку і розваг, реалізації сувенірної продукції і тому подібне).

Розрізняють три рівні підготовки турпродукту:

1. Турпродукт **за задумом** розробляється до рівня задоволення мінімальних потреб туристів, пов'язаних з їх конкретним бажанням зробити тур. Можна сказати, що це турпродукт первинної стадії підготовки, або

низького ступеню якості. Насправді продається не **послуга**, а **можливість** задовольнити потребу.

2. Турпродукт **в реальному виконанні** вже включає певний комплекс турпослуг на маршруті, а також припускає безпеку, економічність, комфорт, престижність туру, рівень якості подорожі, що дозволяє реалізувати задум продукту з урахуванням сучасних вимог до туристичної діяльності.

3. Турпродукт **з підкріпленням**. Він включає додаткові компоненти: максимальну швидкість обслуговування, велику інформацію і рекламу, консультацію клієнта, високу якість обслуговування.

Іноді туристичний продукт асоціюють з поняттям «**турпакет**» – основним (обов'язковим) комплексом послуг, що надаються в подорожі по індивідуальному або груповому плану, який має серійний характер.

Ще одним визначенням є «**Тур**» – це подорож в конкретно певний термін, за певною програмою і з обумовленим комплексом послуг, що продаються в одному «пакеті».

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

1. Питання для самостійного вивчення:

- розглянути основні терміни, що характеризують туристичну діяльність.

2. Тестові завдання:

1. Ознакою туризму не є:

- а) поїздка за межі звичайного середовища перебування людини;
- б) наявність мети подорожі;
- в) придбання туристичного продукту;
- г) відсутність оплачуваної діяльності.

2. Характеристикою туриста в Законі України «Про туризм» є:

- а) здійснення будь-якої оплачуваної діяльності;
- б) перебування туриста за межами свого постійного місця проживання більше 1 року;
- в) участь фізичної або юридичної особи;
- г) зобов'язання залишити країну перебування в зазначений строк.

4. У Законі України «Про туризм» указується, що:

- а) головною вимогою до турпродукту є наявність не менш двох будь-яких турпослуг;
- б) комплекс турпослуг, що входять у турпродукт може бути розроблений попередньо або одночасно з наданням турпослуг;
- в) комплекс турпослуг повинен бути запропонований до реалізації за встановленою державою ціною;
- г) повноцінний турпродукт повинен обов'язково містити в собі послуги з перевезення й розміщення туристів.

5. Супутні туристичні послуги – це:

- а) послуги, не передбачені ваучером чи путівкою, які доводяться до споживача в режимі вільного вибору;
- б) прокат, телефон, побутове обслуговування, пошта, обмін валюти;
- в) додаткове харчування, громадський транспорт, збереження речей, розваги;
- г) всі відповіді правильні.

6. Виробництво в туризмі – це:

- а) процес надання матеріальних благ, необхідних для розвитку сфери туризму.
- б) процес створення матеріальних благ, послуг і духовних цінностей, необхідних для існування й стійкого розвитку сфери туризму.
- в) виробництво, що створює сукупний суспільний продукт у вигляді засобів виробництва і предметів споживання;
- г) всі відповіді правильні.

7. Закон України «Про внесення змін у Закон України «Про туризм» вступив у дію:

- а) 18 листопада 2003 р.;
- б) 1 січня 2004 р.;
- в) 10 вересня 2000 р.;
- г) 15 жовтня 1995 р.

8. Туристична діяльність – це:

- а) діяльність з надання різних туристичних послуг;
- б) сукупність суб'єктів туристичної діяльності;
- в) діяльність, що здійснюють туроператори й турагенти;
- г) транспортне обслуговування, розміщення, харчування, трансфер, розваги, екскурсії тощо.

9. Рекреація – це:

- а) просте відтворення фізичних, духовних, інтелектуальних й емоційних сил людини;
- б) відновлення фізичних, духовних, інтелектуальних й емоційних сил людини;
- в) єдина форма проведення людиною вільного часу;
- г) відновлення й збільшення втрачених сил людини.

10. Турпродукт із підкріпленням – це:

- а) турпродукт первинної стадії підготовки, або низького ступеня якості;
- б) певний комплекс турпослуг на маршруті, що припускає безпеку, економічність, комфорт, престижність тура, рівень якості, і дозволяє реалізувати задум продукту з урахуванням сучасних вимог до туристичної діяльності;
- в) певний комплекс турпослуг на маршруті, що включає додаткові компоненти: максимальну швидкість обслуговування, велику інформацію й рекламу, консультацію клієнта, високу якість обслуговування;
- г) подорож у конкретно певний термін за певною програмою й з обумовленим комплексом послуг, що продаються в одному "пакеті".

ТЕМА 2. ОРГАНІЗАЦІЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

ПЛАН ЛЕКЦІЇ

- 2.1. Соціально-економічне значення сфери послуг
- 2.2. Сегментація ринку туристичних послуг
- 2.3. Споживачі й виробники туристичних послуг
- 2.4. Ресурси туризму
- 2.5. Мотивація та потреби споживачів

НАВЧАЛЬНІ ЗАВДАННЯ:

- визначити сутність туристичної послуги;
- проаналізувати сегменти туристичного ринку;
- розкрити сутність туристичної індустрії;
- охарактеризувати туристичний інтерес і мотивацію.

ФОРМИ КОНТРОЛЮ:

- усне опитування,
- ситуаційні завдання;
- тестування.

ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ТЕМИ:

2.1. Соціально-економічне значення сфери послуг

Сфера послуг – частина економіки, яка включає всі види комерційних послуг. Саме сфера послуг складає в економічно розвинутих країнах основну частину економіки (більше 50%). Рештою частин економіки прийнято вважати промисловість і сільське господарство.

В економічному сенсі послуга – це діяльність підприємств, організацій та окремих осіб, що виконується для задоволення чийось потреб; обслуговування. Згідно «Державного класифікатору продукції та послуг» **послуга** – це наслідок безпосередньої взаємодії між постачальником та споживачем і внутрішньої діяльності постачальника для задоволення потреб споживача.

В законі «Про захист прав споживачів» категорія «**послуга**» класифікується як «діяльність виконавця з надання (передачі) споживачеві певного визначеного договором матеріального чи нематеріального блага, що здійснюється за індивідуальним замовленням споживача для задоволення його особистих потреб». Тобто послугу можна розглядати як результат економічної діяльності, яка не створює товару, але продається та купується під час торговельних операцій.

Отже, сфера послуг – це сукупність галузей економіки, які надають послуги населенню (культура, освіта, транспорт, громадське харчування, туризм).

Під матеріальною послугою розуміють діяльність виконавця щодо задоволення матеріальних потреб споживача. Її результатом є, як правило,

перетворена продукція (наприклад, приготовлена їжа, побудований будинок, технічно обслугований автомобіль, комунальні ресурси і под.). *Матеріальні послуги впливають на споживчі властивості предмета.*

Нематеріальна (або соціально-культурна) послуга — це діяльність виконавця щодо задоволення соціально-культурних потреб споживача: фізичних, етичних, інтелектуальних і духовних. Об'єктом такої послуги є власне споживач (наприклад, пацієнт клініки; відпочиваючий санаторію; відвідувач ресторану; турист; пасажир; студент і аспірант; глядач; відвідувач музею та ін.).

Виробнича послуга — це діяльність виконавця щодо задоволення потреб підприємств і організацій (наприклад, роботи з налагодження й техобслуговування обладнання, засобів вимірювань й випробувань; дослідно-конструкторські та технологічні роботи і т.д.).

Доцільно виділити в сфері послуг функціональну спрямованість:

послуги, орієнтовані на виробництво;

послуги, орієнтовані на суспільство або державні (урядові) послуги;

послуги, орієнтовані на домашнє господарство;

послуги особистого характеру.

Крім того, послуги розрізняються за іншими класифікаційними ознаками.

Так, стандартизовані й творчі послуги розрізняються **за ступенем їхньої алгоритмізації**. *Стандартні види* послуг виявляються за строго встановленими правилами. *Творчі послуги* можуть формуватися й змінюватися за індивідуальними вимогами споживача.

Виробничі й невиробничі послуги здійснюються в різних сферах діяльності суспільства. **Комерційні й некомерційні послуги** розрізняються кінцевою метою. **За формою організації послуг їх можна розділити на державні й недержавні. Послуги ділять на чисті й змішані. Легітимні й нелегітимні послуги** розрізняються стосовно держави й суспільства.

У сервісології існує поняття **ідеальної послуги й реальної послуги**. Ідеальна послуга - це абстрактна теоретична модель того або іншого виду сервісної діяльності. Реальна послуга індивідуалізована виконавцями, споживачами, конкретними умовами їхнього надання.

На відміну від товарів, послуги не можуть накопичуватися, не підлягають зберіганню, не передаються з рук в руки. Вони передаються від суб'єкта до об'єкту туризму шляхом їх безпосередньої взаємодії. Якщо характеризувати послуги детальніше, то можна виділити ряд **характерних рис**, що відрізняють їх від товарів.

1. **Невідчутність** – вони не мають ні кольору, ні запаху, ні фізичної маси, беззвучні.

2. **Невіддільність** послуги від її виробника і споживача.

3. **Непостійність** якості.

4. **Неможливість зберігання** – власне послугу неможливо зберігати або накопичувати.

Особливостями туристичних послуг є:

1. Споживач завжди долає відстань, що відокремлює його від продукту і місця споживання, а не навпаки.

2. Турпродукт залежить від таких змінних, як простір і час, для нього характерні коливання попиту.

3. Туристичний продукт створюється зусиллями багатьох підприємств, кожне з яких має власні методи роботи, специфічні потреби й різні комерційні цілі.

4. Не може бути досягнута висока якість туристичних послуг за наявності навіть незначних недоліків, оскільки обслуговування туристів складається з цих самих дрібниць і дрібних деталей.

2.2. Сегментація ринку туристичних послуг

Сегментація ринку туристичних послуг або його структурування за комплексом ознак ґрунтується переважно на чотирьох основних принципах - географічному, демографічному, психографічному та поведінковому.

Сегментація за географічним принципом передбачає групування споживачів за місцем проживання (регіон, країна, місцевість, тип населеного пункту).

На основі **демографічного принципу** ринок туристичних послуг сегментують за віком, статтю, сімейним станом, певним життєвим циклом сім'ї, національністю, віросповіданням та ін. Відповідно до запитів кожної вікової споживчої групи розрізняють три основні сегменти, яким має відповідати й різна пропозиція туристичного продукту: молодіжний туризм, туризм середнього та туризм третього віку.

Психографічна сегментація – спосіб поділу туристичного ринку залежно від належності до суспільного класу, способу життя і характеристик особи.

Поведінкові ознаки сегментації багато в чому визначаються психологічними ознаками, в основі яких лежить урахування аспектів поведінки споживача, а саме: мотиви подорожей, вигоди, прихильність до фірми, готовність придбати туристичний продукт, чутливість до обслуговування тощо.

Отже, *сегментація дозволяє* туристичній фірмі із загальної кількості потенційних споживачів обрати певні типи (ринкові сегменти), що виставляють однорідні вимоги до турпродукту і таким чином забезпечити адресність турпродукту, реалізуючи основний принцип маркетингу – задоволення потреб споживача. При цьому туристична компанія має змогу не розпилювати свої зусилля, а концентрувати їх у найбільш перспективному напрямі, тим самим підвищуючи ефективність своєї діяльності.

2.3. Споживачі й виробники туристичних послуг

Учасниками відносин, які виникають при здійсненні туристичної діяльності, є:

- виробники туристичних послуг;
- постачальники туристичних послуг;
- споживачі туристичних послуг.

Виробників туристичних послуг можна поєднати загальним терміном

«туристична інфраструктура», тобто сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів (рис. 2.1).

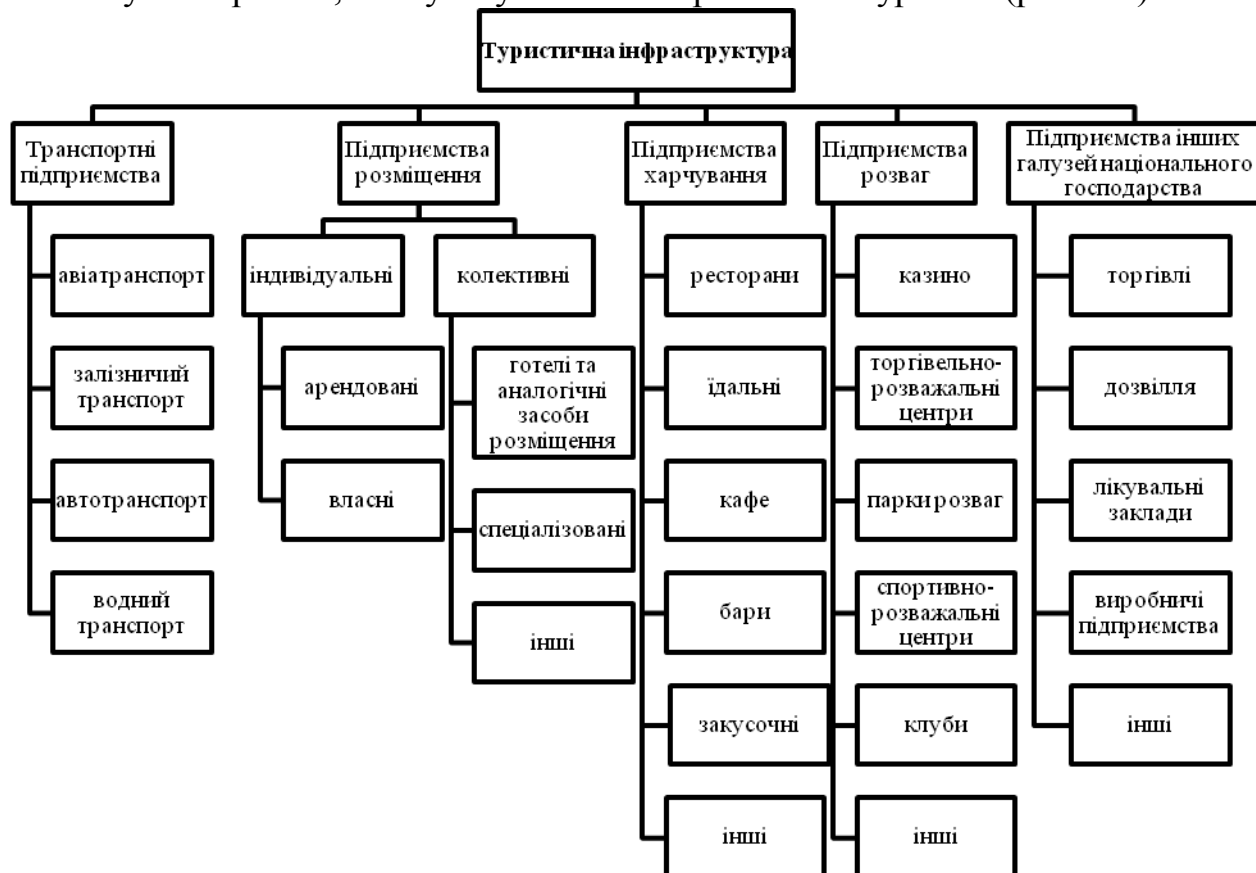


Рис. 2.1. Складові туристичної інфраструктури

Постачальниками туристичних послуг є юридичні й фізичні особи, які створюють (комплектують) туристичний продукт чи здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних і супутніх послуг, тобто до них відносяться підприємства, що займаються туроператорською або турагентською діяльністю.

До споживачів туристичних послуг відносяться громадяни України, іноземні громадяни й особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та інші), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

2.4. Ресурси туризму

У ст. 3 Закону України «Про туризм» дається досить загальне і, на перший погляд, дуже туманне визначення терміну «туристичні ресурси України».

Туристичними ресурсами України є пропонувані або такі, які можуть пропонуватися, туристичні пропозиції на основі і з використанням об'єктів державної, комунальної або приватної власності.

Більш точним є визначення: **туристичні ресурси (ТР)** – це сукупність

природно-кліматичних, оздоровчих, історико-культурних, пізнавальних і соціально-побутових ресурсів відповідної території, які задовольняють різні потреби туриста.

Туристичні або туристсько-рекреаційні ресурси – це сукупність природних і створених людиною предметів, а також явищ природи, що використовуються у сфері туризму як об'єкти туристичної зацікавленості і початкові компоненти створення туристичного продукту.

Туристсько-рекреаційні ресурси використовуються в оздоровчих, туристичних, спортивних й пізнавальних цілях і умовно не діляться на дві групи: природні й інфраструктурні. Унікальні туристичні ресурси можуть знаходитися в режимі обмеженого доступу до них, з урахуванням допустимого антропогенного навантаження і пропускнуої спроможності відповідних об'єктів, що витікає з неї.

Всі туристсько-рекреаційні ресурси умовно можна розділити на три групи: **природно-географічні, історико-культурні й соціально-економічні.**

До природно-географічних ресурсів відносяться привабливі, з погляду туризму, особливості природних, географічних і кліматичних умов конкретних територій, а також природні явища, що рідко зустрічаються, й утворення. До цієї ж групи ресурсів відносяться й унікальні природно-кліматичні зони. Закон України «Про курорти» виділяє природні лікувальні ресурси, які виступають як оздоровчі та лікувальні кліматичні зони.

За ступенем унікальності лікувальних ресурсів курорти України можуть мати статус **загальнодержавного або місцевого** значення.

До історико-культурних туристичних ресурсів відносяться пам'ятки матеріальної й духовної культури людства, зосереджені в музеях, галереях, бібліотеках або просто неба, а також звичаї, етнічні особливості й культура (перш за все – фольклор) різних країн і народів.

До соціально-економічних ресурсів відноситься все, що забезпечує виробництво і доступність туристичного продукту, а також можливість його споживання.

2.5. Мотивація та потреби споживачів

Потреби туриста - сукупність потреб мандрівників і туристів, пов'язаних із проживанням і пересуванням, які забезпечуються функціонуванням підприємств системи харчування, засобами розміщення, транспортними компаніями, тощо. **Туристичні потреби людини** - сукупність станів людини, що породжують установки на активний відпочинок, готовність до подорожей і поїздок у різні регіони або інші країни.

Туристичні потреби людини можна розділити на три групи: *обов'язкові, специфічні й додаткові.*

Обов'язковими для туриста виступають потреби, пов'язані з доставкою до місць рекреації. **Специфічні** потреби пов'язані із задоволенням бажання реалізувати основну мету відпочинку, подорожі. **Додаткові** потреби людини-туриста зводяться до можливості купити сувеніри, одержати непрямі побутові

послуги, послуги зі змісту особистого транспорту й т.ін.

Туристичний інтерес – це бажання людини реалізувати отриману ним інформацію про туристські ресурси через здійснення подорожі.

Якщо інтерес - це прагнення діяти певним чином, то **мотив** - це особливий стан суб'єкта, що безпосередньо передуює поведінці, той зміст, що суб'єкт проведення надає своїм вчинкам, вибір способу дій для реалізації інтересів суб'єкта в конкретних умовах дії факторів зовнішнього середовища.

Туристична мотивація – це спонукання людини, спрямовані на задоволення рекреаційних потреб і туристичного інтересу, залежно від його індивідуальних фізіологічних і психологічних особливостей, системи поглядів, цінностей, схильностей, освіти. Мотивація є одним з визначальних чинників як при ухваленні рішення про подорож, так і при виборі туристичного продукту (якщо, зрозуміло, задумана подорож не є повністю самодіяльною). Майбутній мандрівник обирає туристичний продукт під свої потреби і можливості – відносно мети подорожі, його термінів і тривалості, вартості туру та інших бажань і можливостей.

Класифікація мотивів подорожей:

1. Залежно від виду обраного відпочинку:

- а) турбота про здоров'я (оздоровчі, лікувальні і спортивні тури);
- б) заняття спортом (різні спортивні тури);
- в) навчання;
- г) самовираження і самоствердження;
- д) вирішення ділових проблем;
- е) розвага і спілкування;
- ж) задоволення цікавості і підвищення культурного рівня;
- з) можливість зайнятися хобі в компанії однодумців.

2. Залежно від специфічних інтересів туриста:

- а) природно-кліматичні;
- б) культурно-пізнавальні;
- в) економічні;
- г) психологічні.

3. Залежно від цілей подорожі:

- а) відпочинок;
- б) пізнання;
- в) розвага;
- г) лікування;
- д) паломництво.

4. Залежно від співвідношення головної і другорядної цілей подорожі:

- а) єдиний мотив,
- б) чітко переважаюча мотивація;
- в) один мотив, що превалює і декілька очікуваних;
- г) головний мотив і декілька чітко виділених супутніх.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

1. Питання для самостійного вивчення:

- розглянути класифікацію туристичних мотивів.
- ознайомитися з основними положеннями Закону України «Про курорти»

2. Тестові завдання:

1. Туристична мотивація:

- а) залежить від системи поглядів споживача;
- б) виникає від різноманіття кількості й асортименту турпродуктів;
- в) тотожна туристичному інтересу;
- г) всі відповіді правильні.

2. До туристсько-рекреаційних ресурсів не відносять:

- а) природно-демографічні ресурси;
- б) природно-географічні ресурси;
- в) історико-культурні ресурси;
- г) соціально-економічні ресурси.

3. У Законі України "Про туризм" передбачене використання об'єктів:

- а) державної власності;
- б) комунальної власності
- в) приватної власності;
- г) всіх зазначених видів власності.

4. Туристичний інтерес:

- а) визначається мотивами й цілями подорожі;
- б) є спонуканням людини, спрямованим на задоволення рекреаційних потреб;
- в) є визначальним чинником як при ухваленні рішення про подорож, так і при виборі турпродукту;
- г) бажання людини реалізувати отриману інформацію про туристичні ресурси шляхом здійснення подорожі.

5. Туристична інфраструктура включає в себе:

- а) споживачів туристичних послуг;
- б) виробників туристичних послуг;
- в) постачальників туристичних послуг;
- г) конкурентів.

6. З метою найбільш ефективного використання унікальних туристичних ресурсів:

- а) зазначені ресурси можуть мати необмежене антропогенне навантаження;
- б) зазначені ресурси повинні перебувати в режимі обмеженого використання;
- в) створюється реєстр зазначених ресурсів;
- г) всі відповіді правильні.

7. Мотиви поділяють на економічні й психологічні залежно від:

- а) виду відпочинку;
- б) співвідношення головної й другорядної цілей;

- в) цілей подорожі;
- г) специфічних інтересів.

8. *Самовираження є мотивом подорожі залежно від :*

- а) виду відпочинку;
- б) співвідношення головної й другорядної цілей;
- в) цілей подорожі;
- г) специфічних інтересів.

9. *Особливостями туристичних послуг не є:*

- а) споживач завжди долає відстань, що відокремлює його від продукту і місця споживання, а не навпаки;
- б) турпродукт і послуги, що входять до його складу, мають завжди однакову якість і цінність для споживача;
- в) турпродукт залежить від коливань попиту;
- г) туристичний продукт створюється зусиллями багатьох підприємств, кожне з яких має власні методи роботи, специфічні потреби й різні комерційні цілі.

10. *Приналежність до певного суспільного класу – це ознака сегменту за:*

- а) демографічним принципом;
- б) географічним принципом;
- в) психографічним принципом;
- г) поведінковим принципом.

ТЕМА 3. КЛАСИФІКАЦІЇ В ТУРИЗМІ

ПЛАН ЛЕКЦІЇ

- 3.1. Класифікація туризму
- 3.2. Класифікація маршрутів та турів
- 3.3. Класифікація туристичного обслуговування
- 3.4. Класифікація туристичних підприємств
- 3.5. Типи туристів

НАВЧАЛЬНІ ЗАВДАННЯ:

- визначити основні класифікаційні ознаки туризму;
- вивчити особливості класифікації туристичних підприємств;
- вивчити типологію туристів.

ФОРМИ КОНТРОЛЮ:

- усне опитування,
- тестування.

ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ТЕМИ:

3.1. Класифікація туризму

Класифікація туризму – це угруповання його за окремими однорідними ознаками: за типами, категоріями, видами, формами.

Немає єдиного підходу до того, що вважати *видом, типом, категорією* або *формою*. Так, відповідно до рекомендацій ЮНВТО *типами* туризму є внутрішній, в'їзний і виїзний, а *категоріями* його є національний, міжнародний і туризм в межах країни. Ця класифікація не відповідає нашому внутрішньому законодавству.

За організаційними формами в ст.4 Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» виділяють внутрішню і міжнародну, виходячи з них визначаються види туризму (рис. 3.1).

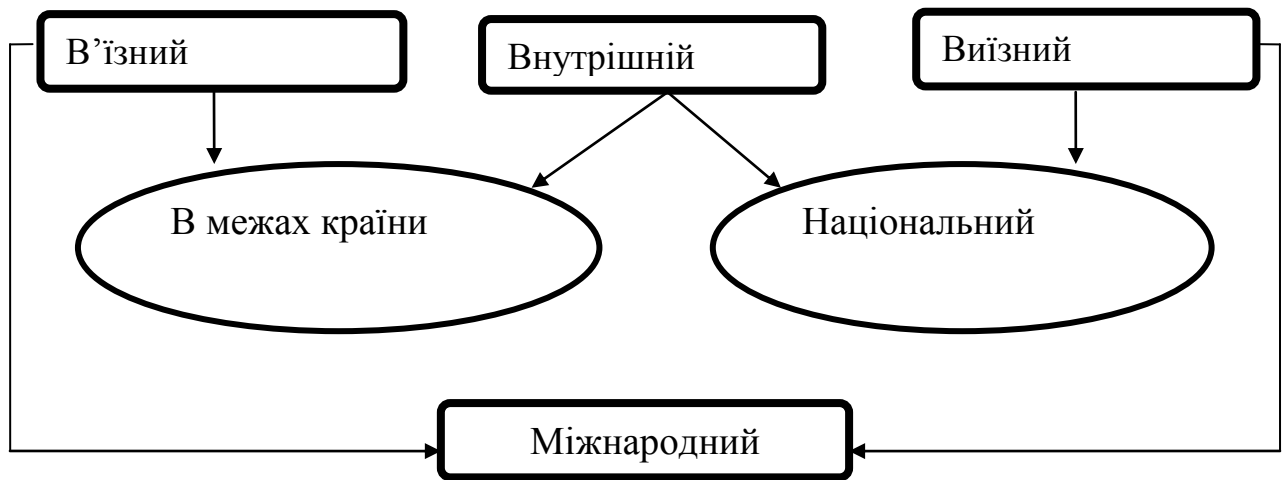


Рис. 3.1. Види туризму

Внутрішнім туризмом є подорожі в межах території України громадян України й осіб, що постійно проживають на її території, не є її громадянами.

Виїзний туризм – подорож громадян України в іншу країну.

В'їзний туризм – подорож в межах України осіб, що постійно не проживають на її території.

Туризм в межах нашої країни – це подорож Україною її громадян та іноземців.

Національний туризм – це подорож Україною і виїзд за кордон громадян України.

Залежно від категорії осіб, що здійснюють туристичні подорожі, їх цілей, використання або відвідування об'єктів, Закон України «Про туризм» розрізняє наступні види туризму: дитячий, молодіжний, сімейний, для інвалідів, культурно-пізнавальний, спортивний, пригодницький, самодіяльний, інші. Закон виділяє 17 різних видів туризму, не рахуючи інших.

За цілями відвідування за версією ЮНВТО:

1. Дозвілля, рекреація і відпочинок.
2. Відвідини знайомих і родичів.
3. Ділові й професійні цілі. Участь в різних конференціях, виставках, навчання і стажування.

4. Лікування, відвідини курортів і клінік. Лікування, а також профілактика захворювань

5. Релігія і паломництво.

6. Інші цілі. У тому числі і новий вид туризму - екстремальний.

За економічною ознакою туризм ділиться на VIP-туризм, комерційний, соціальний, інсентив-туризм.

За ступенем організованості туризм буває: плановий, замовлений і самодіяльний (через турклуби або індивідуально).

За формою організації: груповий, індивідуальний, індивідуально-груповий (тур купується індивідуально, а подорожує група туристів)

За характером організації: клубний, тайм-шер, стаціонарний, туризм самообслуговування.

3.2. Класифікація маршрутів та турів

Пакет послуг (турпакет) - це розроблений туроператором туристичний продукт, що складається з певного набору послуг: перевезення, розміщення, харчування, екскурсій тощо. Пакет послуг на тури формується залежно від мети подорожі й потреб туристів за обраним ними видом туристського відпочинку.

При формуванні тура і його пакета можливі два варіанти роботи з туристами: *а) реалізація замовлених турів; б) реалізація інклюзивів-турів.*

Замовлений тур. При продажах замовлених турів формування програми й комплектування його складу виробляються за бажанням і при особистій участі туриста.

Інклюзив-тур (ІТ). Цей тур із твердим, заздалегідь спланованим (до контакту із клієнтом) набором послуг, зорієнтованим на певний вид відпочинку або туризму, а також на соціальний клас туристів й їхній вік. *Склад послуг на інклюзив-турі при реалізації не змінюється.*

Вибір форми турпродукту визначається метою та видом подорожі. Відповідно тури поділяють на рухомі, що передбачають інтенсивне пересування з максимально можливим охопленням об'єктів показу, та стаціонарні, що передбачають більш спокійний відпочинок з обмеженими виїздами. За цим критерієм тур може формуватися в формі маршрутно-транспортного чи маршрутно-стаціонарного. Здебільшого маршрутно-стаціонарну форму мають рекреаційні тури з метою відпочинку в певному місці або курортно-лікувальні тури, коли рухомість обмежена режимом лікування. Вибір схеми маршрутно-транспортного руху передбачає динамічні форми проведення дозвілля і більше підходить для пізнавальних, молодіжних програм.

Туристичний маршрут — попередньо спланований туристами або суб'єктом туристичної діяльності шлях туристичної подорожі, що характеризується визначеним порядком пересування туристів через певні географічні пункти.

Складовими туристичного маршруту є початковий, проміжні і кінцевий пункти, стежки і дороги, які їх з'єднують безпосередньо чи розгалуженнями.

Для роботи з туристами маршрути класифікують залежно від:

території, якою вони прокладені, - далекобіжні (міжнародні, національні, регіональні), місцеві та близькі;

засобу пересування - пішохідні, велосипедні, лижні, водні, кінні, комбіновані;

тривалості - короткотермінові, багатоденні;

мети подорожі (призначення) - навчальні, пізнавальні (екскурсійні, краєзнавчі, екологічні), оздоровчі (рекреаційні), спортивні, екстремальні тощо; виду траси – лінійний, радіальний, кільцевий.

Місцеві маршрути - це ті, які починаються і закінчуються в одній місцевості (районі) і тривають не більше ніж день.

До **близьких маршрутів** відносяться 2—3 денні маршрути, які можуть охоплювати територію одного або більше районів.

Регіональні маршрути охоплюють територію певного регіону і тривають понад три дні, національні виходять за межі регіону, міжнародні — за межі держави.

Кільцевий маршрут – шлях проходження, що починається і закінчується в тому самому пункті, наприклад, «Золоте кільце Славутича».

Лінійний маршрут – шлях проходження, початок і закінчення якого припадають на різні пункти. Пролягає через ряд туристських баз, розташованих в різних районах.

Радіальний маршрут – шлях проходження, під час якого турист знаходиться на туристській базі (в готелі), реалізуючи програму походів чи екскурсій з одного туристського центра (баз).

Замкнутий маршрут – це шлях проходження з транспортуванням туристів до місця призначення і назад тим самим видом транспорту.

Комбінований маршрут – тур, що об'єднує в програмі обслуговування елементи тематичного, похідного і фізкультурно-оздоровчого маршрутів.

3.3. Класифікація туристичного обслуговування

Комплексне обслуговування – стандартний набір туристичних послуг, до складу якого входять зустріч та відправлення, розміщення у готелі, харчування та екскурсійне обслуговування.

Турист купує турпакет, який є набором послуг, включених у вартість туру. Вартість турпакету зазвичай нижча, ніж сума вартості окремих послуг, що входять у турпакет. Груповий турпакет оформлюється груповим ваучером, в обмін на який група туристів отримує комплексне обслуговування, включаючи авіаперевезення, трансфер, розміщення в готелі, харчування в ресторані, екскурсійне обслуговування та інші послуги.

Все включено (All-inclusive) - особливий вид послуги розміщення, що надається деякими дорогими готелями з включенням в одну ціну всього набору готельний-ресторанних послуг.

На велику увагу заслуговує пропозиція *комплексного туристичного обслуговування для особливо важливих персон (VIP)*, яке передбачає підвищений рівень сервісу (і підвищену ціну). *Клубний відпочинок (Club Holidays)* пропонують окремі організаційні структури, які мають у своєму

розпорядженні власні засоби розміщення й території, обладнані для активного відпочинку і розваг членів клубу.

Класи обслуговування туристів у готельному комплексі (готелі).

У країнах СНД, Україні класи обслуговування прийняті наступні: ві-ай-пі (VIP), люкс – апартамент, люкс, перший клас, туристський клас, кемпінг.

3.4. Класифікація туристичних підприємств

Суб'єктами, які здійснюють й/або забезпечують туристичну діяльність (далі суб'єкти туристичної діяльності), є:

Туристичні оператори – юридичні особи, створені відповідно до законодавства України, для яких винятковою діяльністю є організація й забезпечення створення туристичного продукту, реалізація й надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність з надання характерних і супутніх послуг й які у встановленому порядку одержали ліцензію на туropераторську діяльність;

Туropератори розділяються:

I. За видом діяльності: оператори масового ринку й спеціалізовані оператори.

II. За місцем діяльності: місцеві (внутрішні), виїзні, туropератори на прийомі (ініціативні й рецептивні).

Ініціативні туropератори – це оператори, що відправляють туристів за рубіж або в інші регіони за домовленістю із приймаючими (рецептивними) операторами або прямо з туристичними підприємствами. **Рецептивні туropератори** – це туropератори на прийомі, тобто комплектуючі тури й програми обслуговування в місці прийому й обслуговування туристів, використовуючи прямі договори з постачальниками послуг (готелями, підприємствами харчування, розважальними установами тощо.). Це чиста форма туropерейтингу

Туристичні агенти – юридичні особи, створені відповідно до законодавства України, а також фізичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туropераторів і туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних і супутніх послуг;

Інші суб'єкти підприємницької діяльності, які надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних й інших туристичних послуг;

Гіди-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники і інші фахівці туристичного супроводу - фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом й які у встановленому порядку одержали дозвіл на право здійснення туристичного супроводу, крім осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать або які обслуговують об'єкти відвідування;

Фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності й надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування й т.п.

3.5. Типи туристів

Велике значення в адаптації туриста до «нового» мають його індивідуальні якості. Умовний підбір типових комбінацій співвідношення «нового» і «знайомого» становлять певну типологію туристів:

1. **Організований масовий турист** - турист, який бажає, щоб туристичний маршрут для нього формувався заздалегідь; під час подорожі не приймає майже ніяких самостійних рішень.

2. **Індивідуальний турист** - турист, який бажає, щоб туристичний маршрут для нього формувався заздалегідь, але не повністю; частково бере участь у формуванні тура, контролює час подорожі й маршрут, не обмежений рамками групи, всі послуги одержує винятково від туристичних організацій.

3. **Турист-дослідник** - турист, який бажає організувати подорож самостійно, уникаючи відомих туристичних маршрутів; віддає перевагу комфорту при здійсненні подорожі.

4. **Турист-бродяга** - турист, який бажає все виконувати самостійно, розраховуючи тільки на себе, не маючи фіксованого маршруту, графіка пересування, чіткої мети подорожі.

Організований масовий турист й індивідуальний турист відносяться до *інституціональних (устояних) туристських форм* (взаємодія з туристськими організаціями максимальна). Інституціональний туризм є масовим.

Можна виділити **дев'ять типів туристів**, залежно від їх матеріального статку та туристичної мотивації, при цьому чим ширше мотив подорожі і вища ціна туру, тим більший діапазон часу, в який він може бути здійснений (рис. 3.3).

висока ↑ вартість	Дорого, отже престижно	Відомі і/або заможні люди	Хочу туди, не знаю куди, куплю те, не знаю що
	На людей подивитися та себе показати	Багато, але не дорого	Не знаю чого бажаю, але якісного
	Мені б туди, де зараз мене не має	«Дешево та сердито»	Не впевнений чого бажаю, але згоден на мало
низька	← вузьки		широкі →
	мотив		

Рис. 3.3. Матриця типів туристів

В нижньому ряду матриці представлені особи, що не мають можливості часто відпочивати. До типу «мені б туди, де зараз мене не має» відносяться люди, що прагнуть позбутися певного фізичного та психологічного навантаження, стресу. Для них важливо виїхати за межі звичного середовища. Головним критерієм є ціна і дати відпочинку, бо залежать від графіку роботи.

До типу **«дешево та сердито»** відносяться особи, що за мінімально можливу ціну прагнуть отримати найширший спектр послуг – основних та додаткових. Звертаються до співробітника турпідприємства змінюючи умови відпочинку. Бувають не задоволені, насамперед з суб'єктивних причин.

«Не впевнений чого бажаю, але згоден на мало» - цей тип туристів розглядає кілька варіантів турів у наявному ціновому діапазоні. Покладаються на думку менеджера. Бере участь в туристичних програмах типу «фортуна». Якщо не мали нічого кращого, завжди будуть задоволені.

Другий ряд матриці представляє середній клас. **«На людей подивитися та себе показати»** - це особи, що чергують працю з відпочинком. Віддають перевагу відпочинку за типом обслуговування «all inclusive». Протягом спілкування з менеджером змінюють бажані дестинації, пропонують розглянути результати їх власного пошуку, довіряють думці «третіх осіб».

«Багато, але не дорого» прагнуть отримати туристи, які мають чітку уяву про те, що бажають отримати. Тур планують заздалегідь, користуються послугою «раннє бронювання». Можуть відпочивати кілька разів на рік – тури вихідного дня і одна повноцінна відпустка.

«Не знаю чого бажаю, але якісного». Туристи цього типу подорожували раніше і бажають отримати сервіс не гірше. Мають певне грошове обмеження. Згодні з думкою «ліпше рідше проте краще». Прислуховуються до порад менеджера, можуть погодитися на подорож типу «гарячий тур» за умови відповідності якості їх очікуванням.

Верхня ланка матриці включає заможних осіб. До категорії **«дорого, отже престижно»** увійшли переважно ті, що раніше не подорожували, бо не мали вільного часу. Купують дорогі тури за умови, що вони чули (від знайомих, по телебаченню або з інших джерел) про високий клас курорту, готелю тощо. Обов'язковою умовою є іміджевий характер турпродукту, до якого вони включають високу ціну. Віддають перевагу послугам, що дозволяють підкреслити заможний статус. Відпочивають в сезон пік. Конфліктують з персоналом турпідприємства і/або приймаючої сторони, якщо вважають, що до них ставляться без належної поваги.

ВІП. Відпочивають в зручний для себе час, можливо кілька раз на рік. Не бажають відмовлятися від традиційних для себе умов життя та прагнуть отримати повний комплекс індивідуальних послуг. Приділяють увагу безпеці подорожі.

«Хочу туди, не знаю куди, куплю те, не знаю що». Багато подорожують, пересичені «масовими напрямками» та «відомими курортами». Бажають екзотичного відпочинку, незвичних послуг. Мотив подорожі один – здивуватися, але може бути кілька очікуваних – комфорт, безпека. Готові оплатити дуже дорогі тури. Наприклад, подорож до орбітальної станції.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

1. Питання для самостійного вивчення:

- розглянути класифікацію туристичних маршрутів.

2. Зробіть огляд періодичної літератури за темами:

- розвиток туризму в Україні;
- основні туристичні дестинації світу.

3. Тестові завдання:

1. Соціальний туризм як етап розвитку туризму характеризується:

- а) формуванням галузі туризму;
- б) формуванням індустрії туризму;
- в) монополізацією туристичної індустрії;
- г) тим, що є початковим етапом розвитку туризму.

2. Характеристикою туриста в Законі України «Про туризм» не є:

- а) відмова від здійснення якої-небудь оплачуваної діяльності;
- б) перебування туриста на строк від 24 годин до 1 року;
- в) участь фізичної або юридичної особи;
- г) зобов'язання залишити країну перебування в зазначений строк.

3. За цілями відвідування інсентив-туризм відноситься до:

- а) дозвілля, рекреації й відпочинку;
- б) релігії й паломництва;
- в) відвідування знайомих і родичів
- г) ділового й професійного туризму.

4. Індивідуально-груповий тур – це:

- а) індивідуальний і груповий туризм;
- б) коли подорож організовується групою туристів в індивідуальному порядку;
- в) індивідуальний туризм групи заможних людей;
- г) коли тур купується індивідуально, а за ним подорожує група туристів.

5. Національний туризм містить у собі:

- а) виїзний і внутрішній;
- б) внутрішній і в'їзний;
- в) у межах країни й міжнародний;
- г) міжнародний і внутрішній.

6. Міжнародний туризм містить у собі:

- а) внутрішній і в'їзний;
- б) виїзний і в'їзний;
- в) у межах країни й національний;
- г) національний і внутрішній.

7. За економічною ознакою інсентив-туризм це:

- а) VIP-туризм;
- б) комерційний туризм;
- в) соціальний туризм;
- г) спелеотуризм.

8. Туристичні подорожі, які повністю або частково оплачуються державою відносяться до:

- а) соціального туризму;
- б) комерційного туризму;
- в) тайм-шеру;
- г) самодіяльного туризму.

4. Задачі:

Задача 1. Розрахуйте обсяг реалізації туристичного оператора. Дані для розрахунків наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Напрями роботи виїзного та види внутрішнього туризму туристичного оператора

Напрямок/ вид туризму	Кількість путівок	Середня вартість путівки, грн
Виїзний туризм		
Туреччина	235	8700
Єгипет	240	6700
Австрія	24	6500
Бельгія	13	5800
Таїланд	43	11200
Домінікана	23	13000
Чехія	115	4300
Внутрішній туризм		
Лікування та оздоровлення	85	10300
Діловий	32	7400
Дозвілля	546	9600

Задача 2. Розрахуйте обсяг реалізації туристичного агента. Комісійна винагорода 10%. Дані для розрахунків наведені в таблиці 2.

Таблиця 2

Напрями роботи за виїзним туризмом туристичного агента

Напрямок	Кількість путівок	Середня вартість путівки, грн
Туреччина	320	8700
Єгипет	410	6700
Австрія	55	6500
Бельгія	12	5800
Таїланд	3	11200
Домінікана	14	13000

ТЕМА 4. МІЖНАРОДНІ, РЕГІОНАЛЬНІ ТА НАЦІОНАЛЬНІ ПОКАЗНИКИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ

ПЛАН ЛЕКЦІЇ

- 4.1. Статистика туризму
- 4.2. Метрологічна структура туризму
- 4.3. Мультиплікативний ефект туризму
- 4.4. Сталий розвиток туризму

НАВЧАЛЬНІ ЗАВДАННЯ:

- ознайомитися з метрологією в туризмі;
- визначити роль мультиплікатора в туризмі;
- вивчити показники розвитку світового туризму.

ФОРМИ КОНТРОЛЮ:

- усне опитування,
- задачі.

ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ТЕМИ:

4.1. Статистика туризму

Однією з особливостей міжнародного туризму є його економічний характер, що виявляється через вплив на платіжний баланс країни.

Активний туризм — приїзд іноземних туристів, які, оплачуючи товари і послуги, забезпечують надходження валюти в бюджет країни, що приймає, й активізують її платіжний баланс.

Пасивний туризм — виїзд туристів, який виражається відпливом національної грошової одиниці з країни їхнього постійного місця проживання. Потоки міжнародних платежів за такими туристичними операціями позначаються на пасиві платіжного балансу країни — "експортера" туристів.

Отже, в'їзний і виїзний туризм відрізняються напрямками туристських потоків. При цьому один і той самий турист може бути класифікований як такий, що в'їжджає, і як такий, що виїжджає. Це залежить від того, відносно якої країни розглядається його переміщення.

Ще одним типом туризму є внутрішній туризм, який, на відміну від міжнародного, охоплює подорожі жителів країни її територією. Тобто внутрішній туризм — це міграційні потоки людей у межах країни постійного місця проживання з туристськими цілями.

Концепції міжнародного, національного туризму і туризму в межах країни, запропоновані UNWTO, можуть бути використані на трьох рівнях: глобальному (в планетарному масштабі); регіональному (відносно групи країн) і місцевому (в межах окремого району будь-якої країни).

У статистиці міжнародного туризму використовують такі елементи:

- 1) основні одиниці туризму;
- 2) класифікація туристичного попиту;

3) статистика туристичних доходів і витрат.

Міжнародним подорожанином вважається будь-яка особа, яка подорожує за межами країни свого місця проживання, незалежно від мети подорожі та засобів транспорту, що використовуються, навіть якщо ця подорож здійснюється пішки. Це визначення не містить жодних обмежень щодо цілей і термінів подорожі.

На підставі цього визначення виокремлено інші статистичні одиниці, за допомогою яких провадиться статистичний облік міжнародного туризму.

Міжнародний відвідувач — будь-яка особа, яка подорожує в країну, що не є країною її звичного місця проживання, і перебуває поза межами свого звичного середовища протягом терміну, що не перевищує 12 місяців, головною метою поїздки при цьому не є заняття оплачуваною діяльністю з джерел у відвідуваній країні.

Міжнародним туристом вважається відвідувач, який здійснює щонайменше одну ночівлю в засобах розміщення у відвідуваній країні. До цієї категорії туристів належать іноземці, громадяни країни, які проживають за кордоном, а також члени екіпажів іноземних транспортних засобів, які ночують у засобах розміщення країни, що приймає.

Одноденним відвідувачем вважається особа, яка не ночує в засобах розміщення у відвідуваній країні. Потреба обліку цієї категорії відвідувачів пояснюється тим, що в багатьох країнах зростає значення одноденних подорожей як елемента масового туризму. До цієї категорії відвідувачів (екскурсантів) належать:

— одноденні відвідувачі, які відвідують будь-яку країну без зупинки в ній на ночівлю;

— пасажери круїзів, які прибувають у будь-яку країну на круїзному судні і ночують на борту суден, навіть якщо судно перебуває в порту кілька днів;

— члени екіпажів іноземних транспортних засобів, які не ночують у країні призначення.

Інші міжнародні подорожани, які не враховуються в статистиці міжнародного туризму, поділяються на такі категорії: іммігранти, прикордонні робітники, дипломати, консульські працівники, військовослужбовці, біженці й кочівники, транзитні пасажери, які формально не в'їжджають у країну через пункти прикордонного контролю.

4.2. Метрологічна структура туризму

Метрологія - це наука про виміри, методи забезпечення їх єдності й необхідної точності. Основне її завдання - установлення одиниць вимірів, відтворення їх у вигляді еталонів, а також розробка методів передачі розмірів одиниць від еталонів до зразкових і від них, до робочих засобів виміру

Система показників статистики туризму – це сукупність взаємопов'язаних числових характеристик статистичних показників, які всебічно характеризують стан і розвиток процесів та явищ туристичного господарства у відповідних умовах часу та регіону (світу, країни, області, міста тощо).

Всю сукупність показників статистики туризму можна згрупувати за напрямом дослідження та за ознакою значення для певної групи суспільства, що зацікавлена в розрахунку таких показників (рис. 4.1).

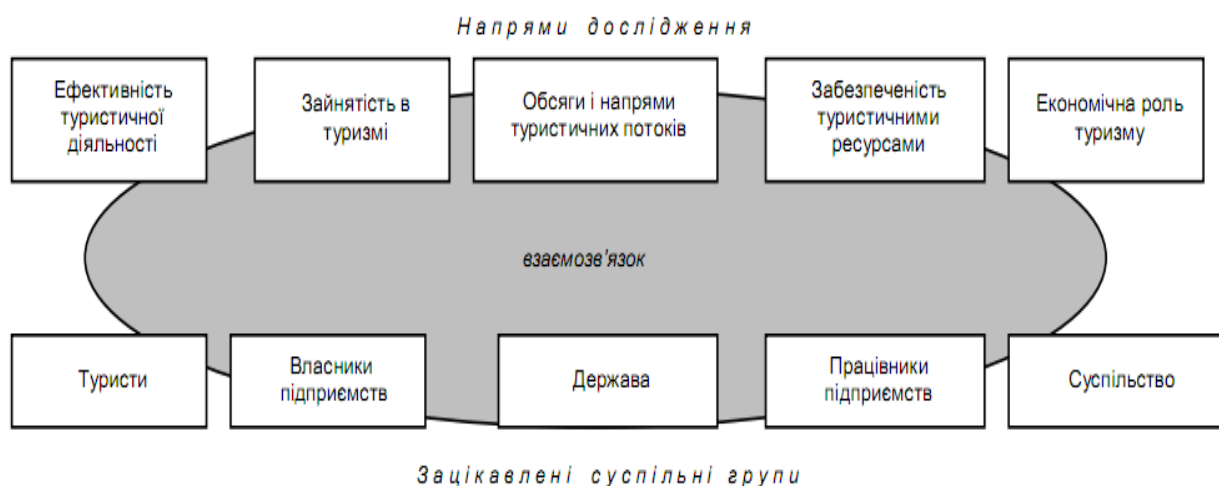


Рис. 4.1. Ознаки групування системи показників статистики туризму

Статистика міжнародного туризму включає два основних розділи: статистика туристських потоків і статистика туристичних доходів і витрат. Для кожного з них UNWTO розробила перелік основних показників.

Туристський потік — це форма взаємодії між місцем призначення, де є пропозиція (наприклад, туристична привабливість чи атрактивність), і місцем відправлення, де існує попит чи дефіцит подібних послуг і товарів. Практично можна побудувати цілком об'єктивні моделі туристських потоків, оскільки вони формуються не стихійно, а за певними правилами. Крім того, на них впливають первинні та вторинні фактори.

Найважливішими показниками туристських потоків є кількість прибуттів (вибуттів) і тривалість перебування. Під **кількістю прибуттів (вибуттів)** розуміють кількість зареєстрованих туристів, що прибули в ту чи іншу країну (чи вибули з неї) за визначений період часу, переважно календарний рік. **Тривалість перебування** вимірюється в годинах для одноденних подорожей і ночівлях, або туроднях. **Ночівлею** вважається одна доба, проведена одним туристом у певній країні (місці призначення).

Залежно від тривалості перебування (кількості ночівель) виокремлюють кілька сегментів ринку подорожей: короткотривалі подорожі (1-3 ночівлі) використовуються для відпочинку і розваг у вихідні та святкові дні, а також з діловими цілями. До другої групи (4-7 ночівель) належать подорожі з різними мотивами, які здійснюють переважно в час додаткової відпустки. Цей сегмент ринку розвивається випереджальними темпами. До середньотривалих подорожей (8-28 ночівель) відвідувачі вдаються, перебуваючи у тривалій відпустці, переважно для відпочинку. Нарешті, подорожі тривалістю 29-91 і 92-365 ночівель належать до довготривалого туризму.

Статистичні відомості про ночівлі групуються за календарними місяцями, типами і категоріями засобів розміщення, а також за територіальною ознакою. Тривалість перебування туристів неоднакова залежно від місця призначення (країни). Відмінності зумовлені туристичною спеціалізацією країни, що

приймає (діловий туризм чи подорожі з метою відпочинку і розваг), цінами на її внутрішньому ринку, характером туристських потоків (транзитні чи кінцеві), віддаленістю від основних ринків виїзного туризму та іншими факторами.

На відміну від статистики прибуттів, що формує загальне уявлення про обсяг туристських потоків, статистика тривалості перебування характеризує туристичні подорожі кількісно та якісно.

Статистика туризму поряд зі статистикою туристських потоків включає другий не менш важливий розділ — **статистику туристичних доходів і витрат**. Він охоплює вартісні оцінки туризму, необхідні при вивченні його впливу на національну економіку, зокрема платіжний баланс країни, а також для характеристики секторів самої індустрії туризму.

Випуск товарів і послуг в туризмі (ВПТт) – визначається їх вартістю і є результатом всіх видів діяльності, що визначають розвиток туризму (діяльність готелів і ресторанів, діяльність закладів культури і спорту, діяльність з виготовлення і реалізації сувенірів тощо). Випуск одночасно віддзеркалює як кількість вироблених об'єктів діяльності за асортиментом, так і рівень цін.

Проміжне споживання в туризмі (ПРСт) – відображає вартість товарів і послуг, використаних у процесі задоволення потреб туриста.

Валова додана вартість (ВДВт) розраховується як різниця між випуском та проміжним споживанням.

В той же час закордонними дослідниками та, зокрема, Всесвітньою туристичною організацією (ЮНВТО) пропонується розраховувати економічну роль туризму за допомогою використання сателітних рахунків туризму, які вже знайшли розповсюдження у країнах Західної Європи.

За методологічними поясненнями ЮНВТО, **сателітні рахунки туризму** – це структура виміру, що заснована на концепціях, визначеннях та класифікаціях системи національних рахунків, що розвинута з метою забезпечення визначення ймовірної міри економічного вкладу сектору туризму.

4.3. Мультиплікативний ефект туризму

Ефект мультиплікатора - це кількість разів, за які гроші, вкладені туристами в місцеву економіку, були фактично витрачені в приймаючому регіоні.

Мультиплікатор туризму - це відношення змін одного із ключових економічних показників (наприклад, виробництва, зайнятості, доходу й т.д.), до зміни витрат туристів.

Розглядаючи вплив туризму на регіон, і зокрема боротьбу з імпортом турпослуг, необхідно відзначити, що деякі види й форми розвитку туризму не можуть обходитися без володіння й управління ними іноземцями. Особливо впливають такі випадки на початкових етапах розвитку, коли місцевий капітал й управлінський потенціал обмежені, або недостатній обсяг місцевих продуктів й їх необхідно експортувати. Однак ці негативні фактори компенсуються деякою мірою забезпеченням зайнятості місцевого населення, одержанням певних доходів.

До економічних перекручувань може привести розвиток і зосередженість об'єктів туризму тільки в одному або деяких районах країни або регіону. Можуть виникнути негативні проблеми в плані зайнятості, якщо туризм залучає занадто багато працівників з інших секторів економіки у зв'язку з більш високими заробітками й кращими умовами роботи. Крім того, у туристичних зонах, які швидко розвиваються, може початися інфляція й зростання цін на землю, інші товари й послуги. Тому такі негативні явища повинні враховуватися при плануванні й оцінці економічної ефективності туристичної діяльності.

4.4. Сталий розвиток туризму

Одним з найважливіших наукових досягнень останніх десятиліть є створення нової концепції розвитку, що одержала назву концепції сталого розвитку (sustainable development).

В Декларації Першої конференції ООН про навколишнє середовище (Стокгольм, 1972 р.) було відзначено зв'язок економічного й соціального розвитку із проблемами навколишнього середовища. У таке розуміння розвитку важливий внесок зробили наукові доповіді Римського клубу, і особливо доповідь «Межі росту» (1972 р.), у яких формулювалися ідеї переходу цивілізації від експонційного економічного росту до стану «глобальної динамічної рівноваги», від кількісного росту – до «органічного» і «нового світового економічного порядку». При цьому, «предметом дослідження уперше стає не об'єкт або явище суспільства чи природи, а процес зміни під назвою **розвиток**».

Всесвітня туристична організація визначає **сталий розвиток туризму** як «такий розвиток, що дозволяє задовольнити потреби туристів у теперішньому часі, враховуючи інтереси туристської дестинації щодо забезпечення цієї можливості у майбутньому», а також «директиву й управління діяльністю, під яку підпадають всі форми туризму за всіма видами дестинацій, включно масовий туризм і різні ніші туристичного сегменту».

У проекті «Стратегії стійкого розвитку туризму й курортів України» сказано, що «подолання наявних негативних тенденцій, створення системних і комплексних передумов для стійкого розвитку туризму повинно стати одним із пріоритетних напрямів забезпечення стійкого розвитку країни...».

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

1. Питання для самостійного вивчення:

- дослідити динаміку світових туристичних потоків за останні 5 років.

2. Зробіть огляд періодичної літератури за темами:

- найпопулярніші туристичні напрями світу.

- рейтинг Дніпропетровської області як туристичного регіону серед інших регіонів України;

- прогнози ЮНВТО щодо розвитку міжнародного туризму.

3. Задачі:

Задача 1. Розрахуйте кількість туроднів, надану туристам, за кожною категорією й загальну кількість туроднів реалізовану підприємством.

Таблиця 1

Розподіл туристів за віковими категоріями

Категорія	Кількість туристів	Середня тривалість подорожі, дні
Діти 10-12 років	340	8,5
Діти 13-14 років	520	8,0
Підлітки	125	10,5
Молодь	673	14
інші	1085	12,5

Задача 2. Розрахуйте туристський потік лікувально-оздоровчої бази у серпні й у лютому на основі даних таблиці 1.

Таблиця 1

Дані про відвідування лікувально-оздоровчої бази «Пролісок» в серпні й у лютому в 2013р.

Кількість туристів у серпні, осіб	Термін перебування, дн.
23	9
34	12
56	10
30	7
7	6
35	21
2	24
32	15
5	4

Кількість туристів у лютому, осіб	Термін перебування, дн.
4	12
7	8
5	7
9	6
10	10
3	14
12	9
15	5
6	4

Визначте середню тривалість перебування туристів у серпні й у лютому.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

ТЕМА 5. ІСТОРИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

ПЛАН ЛЕКЦІЇ

- 5.1. Періодизація світового туризму
- 5.2. Туристична справа в Україні й Росії
- 5.3. Розвиток туризму на сучасному етапі
- 5.4. Міжнародні організації та їх роль в розвитку туризму

НАВЧАЛЬНІ ЗАВДАННЯ:

- визначити етапи розвитку туризму в світі;
- ознайомитися з розвитком туризму в Україні й Росії;
- охарактеризувати діяльність міжнародних організацій в розвитку туризму.

ФОРМИ КОНТРОЛЮ:

- усне опитування,
- тестування.

ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ТЕМИ:

5.1. Періодизація світового туризму

Неможливо визначити, з якого часу люди почали подорожувати. Швидше за все, початок історії подорожей слід вести з часів, коли почав відбуватися процес виділення людини з тваринного світу. В усякому разі, немає сумніву в тому, що початок подорожей покладений тоді, коли закладалися основи людської цивілізації.

Що примушувало наших далеких пращурів переміщатися по безкрайніх просторах Землі? *Спонукальні мотиви подорожей* були такі:

1. Первісна людина вимушена була переходити з однієї місцевості в іншу у пошуках їжі (охота, рибальство і тому подібне). Не дивлячись на те, що такі переходи роблять і тварини (наприклад, стада антилоп долають до тисячі кілометрів за сезон), все-таки подібні переміщення в просторі характерні для людини, оскільки носять осмислений і цілеспрямований характер.

2. З виникненням скотарства первісна людина почала здійснювати тривалі переходи у пошуках пасовищ, прокладаючи стежки і запам'ятовуючи їх. Часто пастухи відзначали свій шлях спеціальними знаками на місцевості.

3. З розвитком примітивного землеробства значно розширився інтерес людини до територіального розміщення рослинного світу. Людина переміщала у пошуках більш кращих і родючіших земель і навіть прагнула змінити ландшафт земель, непридатних для посівів.

4. Розвиток ремесла і торгівлі поставили перед необхідністю створювати

схеми маршрутів. Орієнтирами служили найбільш помітні риси рельєфу (гора, скеля, високе дерево і тому подібне). Революційним етапом переміщення людей стало виготовлення і використання плавзасобів для подолання відстані по воді. Спочатку використовувався перебіг води, а потім і сила вітру. Орієнтирами на морі служили сонце й зірки.

5. З розвитком міжгрупового спілкування створюються звичні шляхи між селищами. Розвивається міжплем'яне спілкування.

Умовно всю історію світового розвитку туризму зараз ділять на 4 етапи:

I етап Початковий (передісторія), 6000 р. до н.е. – 1841 р.

II етап Формування галузі туризму, 1841 – 1913 рр. (елітарний туризм)

III етап Формування індустрії туризму, 1919 – 1939 рр. (соціальний туризм)

IV етап Монополізація туристичної індустрії, 1944 р. – по теперішній час (масовий туризм).

В кінці ХХ століття туристична галузь стала однією з найбільших у сфері світової економіки. На частку туризму припадає близько 12% світового валового продукту, більше 30% обсягів послуг світової торгівлі і 11% світових споживчих витрат, 7% загального обсягу інвестицій і 5% всіх податкових надходжень. Зараз у сфері надання туристичних послуг зайнятий кожен десятий працівник (більше 260 млн. чоловік). До цих послуг належать також і такі ключові галузі, як транспорт, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, торгівля і тому подібне. Обслуговування одного іноземного туриста спонукає створення в країні 9 робочих місць!

5.2. Туристична справа в Росії та Україні

Етапи розвитку туризму в Україні.

1. Первинною формою туризму з IX до XIX ст. було мандрівництво.

2. Просвітницький період (кін. XIX - поч. XX ст.)

3. Підприємницький етап почався з розвитком капіталізму на українських землях. Формується туристська інфраструктура – ресторани, готелі, транспортна мережа, активізується туристський ринок, в якому виділяються два основних сегменти - елітарний туризм заможних прошарків і екскурсійний, рекреаційний туризм інтелігенції.

4. Післяреволюційний організаційно-централізований етап включає міжвоєнний (1918-1939) і повоєнний (1945 - кін. 60-х рр.).

5. Адміністративно-нормативний етап (1969-1990) співпадає з періодом розквіту радянського туризму. Посилюється міжнародний туристський рух. Лідером серед туристських організацій СРСР стало ВАТ «Інтурист».

6. Перехідний етап (з 1991). У ньому проявилися деякі нові тенденції розвитку національного туристського господарства в умовах економічних реформ:

а) зміна структури рекреаційних потреб і початок сегментації туристського ринку;

б) перехід від монопольного до багатоукладного туристського

господарства; активний розвиток малих і середніх туристських підприємств;

в) перехід до використання природних ресурсів і культурної спадщини на основі економічних відносин;

г) перехід від адміністративного регулювання функцій туристського господарства до економічного стимулювання туристського ринку на новій законодавчій основі.

Постановою Кабінету Міністрів України від 10 листопада 1992 р. №616 було створено Державний комітет України з туризму. У 1996 р. розпочинає свою діяльність Національна рада з туризму, в 1997 р. затверджено Програму розвитку туризму в Україні на 1997-2005 рр., того ж року Україну прийнято дійсним членом ЮНВТО, а в 1999 р. у Сантьяго (Чилі) – обрано до керівного органу ЮНВТО (Виконавчої ради).

5.3. Розвиток туризму на сучасному етапі

У нашій країні існують всі передумови для розвитку туризму: історичні, географічні, природні, економічні, соціально-демографічні. Причинами нестабільності є ряд проблем, які сповільнюють розвиток туризму в Україні й гальмують розвиток туристичної індустрії.

1. У засобах масової інформації населення активно проводиться реклама міжнародного туризму й майже відсутня реклама внутрішнього туризму, за винятком загальновідомих зон туризму й рекреації (Криму й Карпат).

2. Відсутність коштів на реконструкцію визначних пам'яток історії й архітектурного мистецтва, а залучення інвестицій гальмується через неурегульовану нормативно-законодавчу базу країни.

3. В Україні не розвитий сектор туристичної індустрії. Ні в одному місті України не розходяться безкоштовні буклети-путівники історико-культурних визначних пам'яток міста. Крім того, не у всіх містах є такі путівники, що обумовлено вузьким тлумаченням туризму й малою інформованістю про різноманіття туристичних послуг.

4. Різноманіттям туристичних послуг, можуть похвалитися переважно міста-мільйонери, міста загальноновизнаних зон рекреації й туризму, деякі історичні й культурні центри. У той час, коли у більшості міст України можна розвивати промисловий, оздоровчий й інші види туризму. Але для цього ж знову потрібні інвестиції для створення центрів бізнесу, рекреаційних зон відпочинку, які з'єднували в собі пасивні й активні види відпочинку.

5. Низький рівень сервісу. Стратегія розвитку туризму в Україні має передбачати й поліпшення рівня підготовки працівників туристичної сфери. Адже рівень сервісу на українських курортах часто не відповідає міжнародним стандартам.

6. Відсутність скоординованої висококваліфікованої та грамотної системи дій з проведення туристичного продукту України на світовий ринок, яка б давала відчутні результати.

7. Технологічна відсталість галузі.

8. Відставання масштабів (навіть порівняно з середніми показниками по СНД) нормативно-правового та організаційного забезпечення туристичної

діяльності, яке значною мірою пояснюється перманентною адміністративною реформою в Україні.

Розвитку туристичної галузі в Україні сприятимуть:

– розробка нових екскурсійних маршрутів (міських автобусних, міських пішохідних, музейних, замських автобусних, теплохідних) та видання анотованого переліку екскурсій;

– створення та організація роботи порталу туризму;

– діяльність туристично-інформаційного центру (ТІЦ);

– участь єдиним стендом «Україна туристична» протягом кількох років у міжнародних та вітчизняних туристичних виставках, де б широко презентувалися туристичні можливості країни шляхом розповсюдження високоякісної рекламної-інформаційної продукції різними мовами;

– випуск рекламної-інформаційної та сувенірної продукції про туристичні можливості України (буклети, путівники, журнали, довідники тощо), що дозволяє популяризувати туристичний потенціал;

– розвиток готельної мережі.

Серед пріоритетних видів туризму в Україні можна назвати:

сільський зелений туризм – Західна, центральна Україна;

водний туризм – Дністр, Дніпро;

подієвий туризм - кінофестивалі, музичні фестивалі, Євробаскет;

діловий туризм – Київ, Донбас;

гірськолижний – Карпати;

морський пляжний відпочинок – Азовське узбережжя, Крим;

круїзи – річки, моря;

культовий туризм – Київ, Святогірськ, Полтава.

навчання – національні університети;

лікування – Крим, Азовське узбережжя, Слов'янськ, Моршин, Трускавець.

5.4. Міжнародні організації та їх роль в розвитку туризму

Міжнародне регулювання – це міжнародна система впливу і комплекс заходів, націлених на ефективне управління певним видом міжнародної діяльності (підтримка стабільності, її зміна, впорядкування) відповідно до визначених міжнародних принципів, норм і стандартів.

Міжнародні організації – це об'єднання державних і національних організацій неурядового характеру, створених для досягнення загальних цілей у певній сфері людської діяльності (у сферах політики, економіки, соціального і культурного життя, туризму та ін.). Міжнародні організації служать в якості однієї з важливих і найбільш ефективних форм багатостороннього співробітництва між державами, що є їх членами. Членами деяких міжнародних організацій можуть бути тільки держави, а не національні об'єднання, союзи та асоціації. Такі організації називаються **міжурядовими**. Організації, членами яких є тільки організації, союзи й асоціації, називаються **неурядовими**.

До міжурядових міжнародних об'єднань відносяться Організація

Об'єднаних Націй (ООН) і ряд її спеціалізованих утворень.

До світових міжнародних туристичних організацій загального характеру відносяться: Всесвітня туристична організація (ЮНВТО), Всесвітня рада з подорожей і туризму (ВТТС), Міжнародна асоціація світового туризму (МТ), Міжнародний туристичний союз (ТУІ), Міжнародний туристичний альянс (АІТ), Всесвітня асоціація з питань дозвілля і відпочинку (ВАРА) та ін.

Цілями і завданнями світових міжнародних туристичних організацій загального характеру є представництво і захист інтересів організацій та компаній туристичної індустрії; визначення політики в сфері туризму; формування основних напрямів розвитку світового туризму; забезпечення взаємовигідного співробітництва між країнами - членами цих організацій і практичне сприяння їм у вирішенні проблем розвитку туристичної й економічного зростання країни.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

1. Питання для самостійного вивчення:

- ознайомитися з Декларацією прав людини, Хартією туризму, Кодексом туриста.

2. Тестові завдання:

1. Перші схеми туристичних маршрутів було створено завдяки:

- а) скотарству;
- б) замлеробству;
- в) розвитку ремесел і торгівлі;
- г) мисливству.

2. Найбільш тривалий за часом є етап розвитку туризму:

- а) передісторія туризму;
- б) формування галузі туризму;
- в) формування індустрії туризму;
- г) монополізація туристичної індустрії.

3. Четвертий етап розвитку туризму характеризується:

- а) великою конкуренцією на ринку туристичних послуг;
- б) монополізацією ринку туристичних послуг;
- в) відсутністю розвитку туристичного ринку;
- г) формуванням індустрії туризму.

4. Третій етап розвитку туризму характеризується:

- а) великою конкуренцією на ринку туристичних послуг;
- б) монополізацією ринку туристичних послуг;
- в) відсутністю розвитку туристичного ринку;
- г) формуванням індустрії туризму.

5. «Заохочувати введення в усі освітні програми спеціального курсу про

цінність туристського обміну, його економічні, соціальні й культурні вигоди, а також про потенційно пов'язані з туризмом і подорожами ризики» рекомендує:

- а) ЗУ «Про туризм»;
- б) Хартія туризму;
- в) Глобальний етичний кодекс туризму;
- г) Кодекс туриста.

6. Норми поведінки, права й обов'язки туристів під час участі в туристичних подорожах, що мають своєю поведінкою сприяти взаєморозумінню і дружнім відносинам між народами й у такий спосіб сприяти збереженню миру, визначає:

- а) ЗУ «Про туризм»;
- б) Хартія туризму;
- в) Глобальний етичний кодекс туризму;
- г) Кодекс туриста.

7. У Хартії туризму зазначено, що державам варто розвивати співробітництво в області туризму. Якому з видів туризму варто приділити найбільшу увагу?

- а) спортивному;
- б) молодіжному;
- в) екологічному;
- г) оздоровчому.

8. До світових міжнародних туристичних організацій загального характеру не відносяться:

- а) Всесвітня туристична організація (ЮНВТО);
- б) Всесвітня рада з подорожей і туризму (ВТТС);
- в) Всесвітня асоціація з питань дозвілля і відпочинку (ВАРА);
- г) Міжнародна морська організація.

9. Цілями і завданнями світових міжнародних туристичних організацій загального характеру є:

- а) представництво і захист інтересів організацій та компаній туристичної індустрії; визначення політики в сфері туризму;
- б) формування основних напрямів розвитку світового туризму;
- в) забезпечення взаємовигідного співробітництва між країнами - членами цих організацій і практичне сприяння їм у вирішенні проблем розвитку туристичної й економічного зростання країни;
- г) всі відповіді правильні.

10. Міжнародний день туризму святкується:

- а) 25 вересня;
- б) 26 вересня;
- в) 27 вересня;
- г) 28 вересня.

ТЕМА 6. СВІТОВА ТУРИСТИЧНА ПОЛІТИКА ТА РОЛЬ ЮНВТО У ЇЇ ФОРМУВАННІ

ПЛАН ЛЕКЦІЇ

- 6.1. Туристична політика: визначення та значення
- 6.2. Всесвітня туристична організація
- 6.3. Туристичні прибуття: їх структура
- 6.4. Інтеграційні та глобалізаційні процеси в туризмі

НАВЧАЛЬНІ ЗАВДАННЯ:

- визначити сутність туризму;
- визначити етапи розвитку туризму;
- вивчити структуру туристичних прибуттів світового туризму;
- дослідити глобалізаційні процеси в туристичній галузі.

ФОРМИ КОНТРОЛЮ:

- усне опитування.

ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ТЕМИ:

6.1. Туристична політика: визначення та значення

Туристична політика – це система методів, мір і заходів соціально-економічного, правового, зовнішньополітичного, культурного й іншого характеру, що здійснюється урядовими, державними й приватними організаціями, асоціаціями й установами з метою створення умов для розвитку туристичної індустрії, раціонального використання туристичних ресурсів, підвищення ефективності функціонування системи туризму.

Реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом:

- визначення і реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму;
- визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони;
- спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму;
- визначення основ безпеки туризму;
- нормативного регулювання відносин у галузі туризму (туристичного, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян);
- ліцензування в галузі туризму, стандартизації і сертифікації туристичних послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичного супроводу, видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу;
- встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу;
- організації й державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму;
- визначення пріоритетних напрямів і координації наукових досліджень та

підготовки кадрів у галузі туризму;

участі в розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туризму.

6.2. Всесвітня туристична організація

Всесвітня туристична організація була створена в 1925 р. як Міжнародний конгрес офіційних туристичних асоціацій в Гаазі. Після Другої світової війни організація була перейменована в Міжнародний союз офіційних туристичних організацій, а потім у Всесвітню туристичну організацію. В 2003 р. ЮНВТО одержала статус спеціалізованої установи Організації Об'єднаних Націй й, таким чином, підтвердила свою провідну роль у сфері міжнародного туризму.

Основною метою ЮНВТО, відповідно до ст. 3 Статуту ЮНВТО, є «сприяння розвитку туризму для внесення вкладу в економічний розвиток, міжнародне взаєморозуміння, світ, процвітання, загальну повагу і дотримання прав людини й основних людських цінностей для всіх людей без поділу на раси, стать, мову і релігію». Керівними органами ЮНВТО є:

1. Генеральна асамблея є вищим органом ЮНВТО.

2. Виконавча рада є керівним органом ЮНВТО, відповідальним за виконання Організацією своєї програми роботи відповідно до встановленого бюджету.

3. Регіональні комісії. У ЮНВТО є шість регіональних комісій: для Африки, Американського регіону, Близького Сходу, Східної Азії й Тихоокеанського регіону, Європи й Південної Азії.

4. Комітети. У ВТО існують спеціальні комітети, утворені членами ВТО для розробки рекомендацій з управління й змісту програми роботи. Наприклад, Бюджетно-фінансовий комітет, Комітет зі статистики й макроекономічного аналізу туризму та інші.

5. Секретаріат, яким керує Генеральний секретар Талеб Рифаї (громадянин Йорданії), має у своєму складі близько 90 співробітників, що працюють на повній ставці в штаб-квартирі ЮНВТО в Мадриді

6.3. Туристичні прибуття: їх структура

Сьогодні, на думку аналітиків, в основі розвитку міжнародного туризму лежать такі чинники:

- економічне зростання і соціальний прогрес привели до розширення обсягу ділових поїздок та подорожей із пізнавальними цілями;
- удосконалення всіх видів транспортних засобів зробило дешевшими подорожі;
- збільшення кількості найманих працівників і службовців у розвинутих країнах та підвищення їхнього матеріального й культурного рівня;
- інтенсифікація праці й отримання працюючими більш довгих відпусток;
- розвиток міждержавних зв'язків і культурних обмінів між країнами привів до розширення міжрегіональних зв'язків;

- розвиток сфери послуг стимулював розвиток перевезень й технологічний прогрес у галузі телекомунікацій;
- послаблення обмежень на вивіз валюти в багатьох країнах і спрощення прикордонних формальностей.

Сучасне світове господарство має складну ієрархічну структуру, що характеризується різнорівневою таксономічною моделлю, в якій у просторовому відношенні можна виокремити локальні регіональні утворення, мікрорегіони, мезорегіони, макрорегіони, мегарегіони, метарегіони тощо (табл. 6.1) [2, с. 117].

Таблиця 6.1

Просторова структура світового господарства

Рівень регіону	Географічний підхід	Інтеграційний підхід
Метарегіони	Північна Америка, Африка, Європа, Азія	американський ринок, європейський ринок, азійсько-тихоокеанський ринок
Мегарегіони	Центральна Америка, Західна Європа, Південно-Східна Європа	ЕС, НАФТА, АСЕАН, ЧСС, МЕРКОСУР
Макрорегіони	Балканські країни, країни Балтії, національні країни	Національно територіально-виробничий комплекс
Мезорегіони	Економічні райони в структурі національної економіки (Донбас в Україні, Ельзас і Лотарингія у Франції)	Регіональні територіально-виробничі комплекси, вільні економічні зони, євро регіони
Мікрорегіони	Територіальна частина в структурі економічного району (Силіконова долина в США)	Мікрорегіональні об'єднання
Локальні регіональні утворення	Міста, сільські райони	Кластери, комбінати тощо

Пріоритетність туризму держава підкреслила ще раз успішним проведенням фінальної частини чемпіонату з футболу Євро-2012, розробкою проекту Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 р. та інших заходів й нормативних актів.

6.4. Інтеграційні та глобалізаційні процеси в туризмі

Термін «глобалізація» (франц. global – загальний, від лат. globus – куля) з'явився у літературі в 1970-х роках на позначення нових стратегій світового виробництва та розподілу сировини, енергії, товарів, фінансів тощо.

Зростання попиту на туристичні послуги призвело до утворення гострої конкуренції та поширення багатьох наднаціональних корпорацій у туристичній торгівлі та готельній індустрії. Сучасний туризм відкриває особливості масового туристичного продукту разом із його стандартизацією та серійним виробництвом, спеціалізацією та різноманітністю його пропозицій, а також із сучасним продажем та рекламою, часто віртуальною.

Значення та роль туризму на регіональному та міжнародному рівнях можна помітити завдяки обсягу туристичних маршрутів, кількості робочих місць у туризмі та суміжних галузях, обсягу валютних надходжень завдяки туризму та витратам на туризм і дозвілля. Нові напрямки та тенденції в міжнародному туризмі є також похідною геополітичних змін.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

1. Питання для самостійного вивчення:

- ознайомитися з сучасною концепцією сталого розвитку туризму в світі.

2. Зробіть огляд періодичної літератури за темами:

- світові тенденції розвитку готельного бізнесу;
- світові тенденції туристичних прибуттів;
- соціально-відповідальний туризм.

ТЕМА 7. ТУРИСТИЧНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

ПЛАН ЛЕКЦІЇ

- 7.1. Структура управління туристичною сферою в Україні
- 7.2. Установи та організації управління туризмом в Україні
- 7.3. Програми розвитку туризму

НАВЧАЛЬНІ ЗАВДАННЯ:

- ознайомитися зі структурою управління туризмом в Україні;
- визначити основні завдання Державного агентства України з туризму та курортів;
- вивчити основні положення проекту Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 р.

ФОРМИ КОНТРОЛЮ:

- усне опитування,
- тестування.

ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ТЕМИ:

7.1. Структура управління туристичною сферою в Україні

Основними цілями державного регулювання в галузі туризму є: забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля,

задоволення духовних потреб та інших прав;
безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд;
збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій;
створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності.

Регулювання в галузі туризму здійснюється Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, центральним органом виконавчої влади в галузі туризму, Верховною Радою Автономної Республіки Крим та Радою міністрів Автономної Республіки Крим, місцевими державними адміністраціями, органами місцевого самоврядування, а також іншими органами в межах їх компетенції.

Головним органом у системі центральних органів виконавчої влади у формуванні та забезпеченні реалізації державної політики є Міністерство інфраструктури України.

7.2. Установи та організації управління туризмом в Україні

Центральним органом виконавчої влади в туризмі є **Державне агентство України з туризму та курортів (Держтуризмкурорт України)**, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Віце-прем'єр-міністра України – Міністра інфраструктури України, входить до системи органів виконавчої влади і забезпечує реалізацію державної політики у сфері туризму та курортів.

Основними **завданнями** Держтуризмкурорту України є реалізація державної політики у сфері туризму та курортів, а також внесення пропозицій Міністру інфраструктури України щодо її формування.

Держтуризмкурорт України відповідно до покладених на нього завдань:

- 1) видає ліцензії на право здійснення туроператорської діяльності;
- 2) здійснює контроль за дотриманням ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності;
- 3) видає свідоцтва про присвоєння об'єктам туристичної інфраструктури (готелям, іншим об'єктам, призначеним для надання послуг з розміщення, установам харчування, курортним установам тощо) відповідної категорії;
- 4) веде реєстр свідоцтв про встановлення категорій об'єктам туристичної інфраструктури;
- 5) видає дозволи на право здійснення туристичного супроводу;
- 6) готує та поширює інформацію про Україну і її туристичні можливості на міжнародному туристичному ринку та всередині держави;
- 7) організовує створення загальнодержавної інформаційної мережі у туристичній і курортній сферах;
- 8) організовує поширення соціальної реклами в галузі туризму та курортів;
- 9) формує та веде Державний реєстр суб'єктів туристичної діяльності;

10) організовує ведення обліку туристичних ресурсів України, забезпечує їх раціональне використання та охорону;

11) забезпечує розвиток в'їзного та внутрішнього туризму та курортів;

12) бере участь у підготовці навчальних планів і програм навчання фахівців у галузі туризму та курортів, їх професійній підготовці, перепідготовці та підвищенні кваліфікації;

13) організовує та виконує роботи із стандартизації та сертифікації туристичних послуг;

14) забезпечує створення та ведення Державного кадастру природних територій курортів України, а також бере участь у створенні та веденні Державного кадастру природних лікувальних ресурсів України;

15) в межах компетенції бере участь у здійсненні рятувальних заходів на об'єктах туристичних відвідувань;

16) здійснює інші повноваження, визначені законами України та покладені на нього Президентом України.

Організаційна структура Держтуризмкурорту включає:

Управління розвитку туризму і курортів:

Відділ туристичних ресурсів та регіонального розвитку

Відділ туристичної інфраструктури

Сектор готелів та аналогічних засобів розміщення

Відділ регуляторної політики, стандартизації та ліцензування

Сектор захисту прав та безпеки туристів

Відділ роботи з персоналом та організаційно-аналітичного забезпечення

Голови, діловодства та контролю

Сектор міжнародних відносин та протоколу

Сектор правового забезпечення

Відділ економіки, бухгалтерського обліку та звітності

Сектор з питань доступу до публічної інформації та звернень громадян.

7.3. Програми розвитку туризму

Програма розвитку туризму – це комплекс взаємопов'язаних правових, економічних та організаційних заходів, спрямованих на реалізацію конституційних прав громадян і на розвиток туристичної галузі.

Залежно від території поширення дії програми та органу, який їх затвердив, вони можуть бути: **державні цільові, регіональні та інші програми** розвитку туризму (наприклад, місцеві).

ЗУ «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» визначає мету затвердження вказаних програм:

забезпечення охорони туристичних ресурсів України їх збереження та відновлення, раціональне використання;

забезпечення безпеки туризму;

забезпечення конституційних прав громадян на відпочинок та інших прав громадян;

забезпечення патріотичного виховання;

реалізація довгострокових пріоритетів країни в галузі туризму.

Порядок формування, фінансування і реалізації регіональних та місцевих програм розвитку туризму визначається законом. До державних цільових програм такі процедури не застосовуються. Кабінет міністрів України розробляє та затверджує програми розвитку туризму в Україні і фінансує їх виконання відповідно до бюджетного законодавства.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

1. Питання для самостійного вивчення:

- розглянути основну функції Голови Держтуризмкурорт;
- ознайомитися з розпорядженням КМУ «Про затвердження плану заходів щодо утвердження позитивного іміджу України, поширення інформації про її туристичний потенціал у державах, які представлені у Міжнародному олімпійському комітеті і Міжнародному паролімпійському комітеті»;
- ознайомитися з розпорядженням КМУ «Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року»

2. Тестові завдання:

1. Серед пріоритетних видів туризму в Україні немає:

- а) сільський зелений туризм;
- б) виїзний туризм;
- в) подієвий туризм;
- г) діловий туризм.

2. Найбільшу частку туристичного ринку України, три чверті, займає:

- а) виїзний туризм;
- б) внутрішній туризм;
- в) в'їзний туризм.
- г) екскурсії.

3. Розвиток туристичних напрямів, що регулюються державною політикою, не передбачає:

- а) розвиток національних ремесел;
- б) сприяння створенню фольклорних ансамблів;
- в) проведення фестивалів мистецтв, розрахованих на притягнення іноземних туристів;
- г) створення нових туристичних центрів, беручі до уваги лише добре відомі райони туризму і відпочинку.

4. Розробляє та затверджує програми розвитку туризму в Україні:

- а) Міністерство інфраструктури України;
- б) Кабінет міністрів України;
- в) Державне агентство України з туризму та курортів;
- г) Управління туризму та курортів облдержадміністрації.

5. Голову Держтуризмкурорт України знімає з посади:

- а) Президент України;
- б) Верховна Рада України;
- в) Міністерство інфраструктури України;
- г) немає правильної відповіді.

6. Основним завданням Держтуризмкурорту України не є:

- а) видає ліцензії на право здійснення туроператорської діяльності;
- б) здійснює контроль за дотриманням ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності;
- в) видає свідоцтва про присвоєння об'єктам туристичної інфраструктури;
- г) видає ліцензії на право здійснення турагентської діяльності.

7. Головним органом у системі центральних органів виконавчої влади у формуванні та забезпеченні реалізації державної політики з туризму є:

- а) Верховна Рада України;
- б) Міністерство інфраструктури України;
- в) Державне агентство України з туризму та курортів;
- г) органи місцевого самоврядування.

8. До інших органів регулювання туризму не належать:

- а) Державне агентство України з туризму та курортів;
- б) органи прокуратори, внутрішніх справ, служби безпеки,
- в) органи охорони державного кордону,
- г) органи державної податкової служби.

9. Залучення інвестицій в туристичну галузь гальмується через:

- а) неурегульовану нормативно-законодавчу базу країни;
- б) високий рівень корупції;
- в) млявість та несподіваність економічних реформ та несприятливість існуючих умов для підприємництва;
- г) всі відповіді вірні.

10. Програма розвитку туризму – це

- а) комплекс взаємопов'язаних правових, економічних та організаційних заходів, спрямованих на реалізацію конституційних прав громадян і на розвиток туристичної галузі;
- б) програма формування, фінансування і реалізації регіональних та місцевих програм розвитку туризму;
- в) інструкції щодо впровадження туристичної діяльності;
- г) немає правильної відповіді.

ТЕМА 8. МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИЗМУ

ПЛАН ЛЕКЦІЇ

- 8.1. Організаційно-правовий механізм регулювання туристичної діяльності
- 8.2. Соціальний механізм регулювання
- 8.3. Економічний механізм регулювання
- 8.4. Екологічний механізм регулювання
- 8.5. Міжнародне співробітництво

НАВЧАЛЬНІ ЗАВДАННЯ:

- дослідити організаційний і правовий механізми регулювання туристичної галузі;
- проаналізувати недоліки соціального механізму;
- визначити ефективність реалізації економічного й екологічного механізмів;
- вивчити перспективи міжнародної співпраці в галузі туризму.
- визначити організаційний етап розвитку туризму;
- вивчити показники розвитку світового туризму.

ФОРМИ КОНТРОЛЮ:

- усне опитування,
- тестування.

ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ТЕМИ:

8.1. Організаційно-правовий механізм регулювання туристичної діяльності

Державний механізм управління в туристичній сфері - це виважена система прийомів, важелів та методів впливу державних органів влади на діяльність усіх суб'єктів туристичного ринку, а також способів практичного застосування їх за тієї чи іншої ситуації, якою обумовлюються цілі та завдання розвитку галузі.

Державне регулювання сфери туризму можна розглядати через дію основних механізмів регулювання на всіх рівнях управління, до переліку яких віднесено: правовий (адміністративно-правовий), організаційний, соціальний, економічний та екологічний.

Механізм правового регулювання — це система правових засобів (способів і форм), за допомогою яких забезпечується впорядкування суспільних відносин, їхня відповідність вимогам правових норм.

Основою державного регулювання є організаційний механізм. Тому він потребує найбільшого удосконалення. До основних засобів реалізації організаційного механізму відносяться:

- розмежування повноважень центрального та місцевих органів виконавчої влади у сфері туризму;

- створення структурних підрозділів з питань туризму і курортів на всіх рівнях управління та координаційних консультативно-дорадчих органів;
- удосконалення взаємовідносин органів місцевого самоврядування з суб'єктами господарської діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг;
- створення туристсько-інформаційних центрів; удосконалення системи підвищення кваліфікації державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, на яких покладено обов'язки з розвитку туризму.

8.2. Соціальний механізм регулювання

Враховуючи досвід державної підтримки розвитку соціального туризму радянських часів і зарубіжний, зокрема досвід Франції, Росії, Німеччини, визначено найбільш дієві **механізми соціалізації туристичної галузі України:**

- *законодавчі* — розробка та прийняття комплексної державної Програми розвитку соціального туризму в Україні, розрахованої на 10 років;
- *забезпечення умов для залучення до активного споживання туристичних послуг інвалідів, пенсіонерів, військовослужбовців, малозабезпечених і багатодітних громадян та їхніх родин;*
- *створення дієвих дисконтних систем* для молоді та студентів, впровадження системи «культурних карток», підтримка міжнародних дисконтних карток та студентських посвідчень, формування системи пільг для іноземних студентів та молоді, що прибули до України з метою навчання, подорожей чи за програмою культурного обміну;
- *сприяння розвитку спеціалізованої інфраструктури та супутніх послуг, розрахованих на потреби молодіжного туризму та культурного обміну (кемпінги, інформаційні служби, довідкова література, табори, хостели тощо);*
- *залучення до розвитку соціального туризму органів місцевого самоврядування.*

8.3. Економічний механізм регулювання

Економічними механізмами регулювання є комплекс організаційних, нормативних та правових заходів, спрямованих на оптимальну взаємодію державної економічної політики та туристичного бізнесу. Наприклад, через банківську, грошово-валютну, інвестиційну, інноваційну, кредитну, податкову, страхову діяльність тощо.

Згідно з дослідженнями ЮНВТО можна виділити такі економічні механізми держави щодо туристичного сектора: виділення державних субсидій для реалізації окремих туристичних проектів; надання пільгових позик за пільговими відсотками туристичним фірмам; державне поручительство щодо позик і субсидій, наданих комерційними банками на розвиток туризму.

8.4. Екологічний механізм регулювання

Екологічний механізм регулювання – це сукупність заходів держави, спрямованих на збереження безпечного навколишнього середовища, захист

життя і здоров'я населення від негативного впливу забруднення, досягнення гармонії у взаємодії суспільства і природи, охорону і раціональне використання природних ресурсів.

Розрізняють два типи екологічної політики – пасивну та активну. Сутність *пасивної політики* полягає у впровадженні заходів щодо стримування негативних впливів на природу. Вона ґрунтується на застосуванні адміністративних інструментів регулювання: екологічних норм і нормативів, дозволів, штрафних стягнень. *Активна екологічна політика* орієнтується на екологічний моніторинг, на послідовне зменшення негативних впливів на природу в результаті змін у свідомості громадян і товаровиробників.

Державне регулювання охорони довкілля та раціонального використання природних ресурсів в Україні здійснюється комплексом заходів правового, адміністративного та економічного характеру, сукупність яких формує екологічну політику держави

Завданням регіональної політики держави у сфері туризму є забезпечення комплексного і збалансованого розвитку цієї сфери з урахуванням її специфіки й особливостей конкретного регіону. Для цього держава може застосовувати ряд важелів прямого і непрямого впливу.

Таким чином, розвиток туристичного бізнесу в Україні відбуватиметься на ринкових засадах і перебуватиме під регулюванням держави на основі законодавства, національної політики та індикативного планування всіх видів туризму.

8.5. Міжнародне співробітництво

Співробітництво – це система партнерства на регіональному, державному та міждержавному рівнях. Саме воно забезпечує просування національного туристичного продукту країни на світовий ринок, сприяє залученню його до світового інформаційного простору, набуттю передового досвіду організації туристичної діяльності.

У рамках реалізації міжурядових і міжвідомчих Угод про співробітництво в області туризму утворено 13 міжвідомчих робочих груп з туризму за такими країнами: Австрією, Болгарією, Єгиптом, Латвією, Литвою, Німеччиною, Польщею, Росією, Словаччиною, Словенією, Туреччиною, Угорщиною, Чехією.

Особлива увага приділяється забезпеченню Дійсного членства України у Всесвітній туристській організації (ЮНВТО), участі в роботі статутних органів ЮНВТО – Генеральної асамблеї, Виконавчого ради. Багатобічне співробітництво розвивається у форматі Ради по туризму Співдружності Незалежних Держав (СНД). Україна плідно співпрацює в рамках Робочої групи по туризму Організації Чорноморського економічного співробітництва (ОЧЕС).

Співробітництво України в рамках Центральноєвропейської ініціативи (ЦЄІ) в області туризму здійснюється в рамках Робочої групи ЦЄІ по туризму відповідно до Комплексному плану співробітництва України із ЦЄІ.

Державною службою туризму й курортів проводиться системна робота щодо розвитку туристичного співробітництва із країнами ГУАМ, у тому числі

участі в засіданнях Робочої групи по туризму ГУАМ.

Для ефективного розвитку співпраці необхідним є:

збільшення обсягу фінансування розвитку галузі на державному та регіональному рівнях ;

створення сильного виконавчого органу в галузі туризму;

при розробці законодавчих актів, що стосуються туризму, слід широко використовувати знання і досвід спеціалістів підприємств туристичної сфери;

сприяння створенню в Україні різноманітних недержавних громадських туристичних організацій, а саме асоціацій з різних напрямків туристичної діяльності (туроператорів, виставкових організацій, туристичних видань), їх входження у світові об'єднання, міжнародні організації та асоціації різного спрямування;

активізація процедури спрощення візового режиму для туристів, що прибувають до України з країн ЄС та інших економічно розвинутих країн;

вдосконалення системи підготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів України через проходження відповідного навчання і стажування у спеціалізованих закладах світу;

відображення в законі України «Про туризм» формування представницького обличчя країни;

створення наукового центру туризму.

Лише за умови активної державної політики та узгоджених дій усіх органів державної та місцевої влади з розвитку туризму, створення сприятливих правил гри, сприйняття міжнародного туризму як форми розвитку інтеграційних комунікацій, туризм стане потужною національною індустрією, а міжнародні відносини стійкими та міцними.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

1. Питання для самостійного вивчення:

- розглянути особливості двосторонньої міжнародної співпраці з Німеччиною, Туреччиною, Польщею, ОАЕ.

2. Зробіть огляд періодичної літератури за темами:

- фінансування туристичної галузі;

- виїзд громадян України за кордон: візовий режим;

- Регіональні туристичні організації.

3. Тестові завдання:

1. Виважена система прийомів, важелів та методів впливу державних органів влади на діяльність усіх суб'єктів туристичного ринку, а також способів практичного застосування їх за тієї чи іншої ситуації, якою обумовлюються цілі та завдання розвитку галузі – це:

а) державний механізм управління туризмом;

б) державна програма розвитку туризму;

в) стратегія розвитку туризму;

г) закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм».

2. Система правових засобів (способів і форм), за допомогою яких забезпечується впорядкування суспільних відносин, їхня відповідність вимогам правових норм – це:

- а) організаційний механізм;
- б) правовий механізм;
- в) соціальний механізм;
- г) економічний механізм.

3. Який механізм управління в туризмі потребує найбільшого удосконалення:

- а) організаційний механізм;
- б) правовий механізм;
- в) соціальний механізм;
- г) економічний механізм.

4. Забезпечення умов для залучення до активного споживання туристичних послуг інвалідів, пенсіонерів, військовослужбовців, малозабезпечених і багатодітних громадян та їхніх родин – це:

- а) організаційний механізм;
- б) правовий механізм;
- в) соціальний механізм;
- г) економічний механізм.

5. Комплекс організаційних, нормативних та правових заходів, спрямованих на оптимальну взаємодію державної економічної політики та туристичного бізнесу – це:

- а) організаційний механізм;
- б) правовий механізм;
- в) соціальний механізм;
- г) економічний механізм.

6. Надання пільгових позик за пільговими відсотками туристичним фірмам – це:

- а) організаційний механізм;
- б) правовий механізм;
- в) соціальний механізм;
- г) економічний механізм.

7. Сукупність заходів держави, спрямованих на збереження безпечного навколишнього середовища, захист життя і здоров'я населення від негативного впливу забруднення, досягнення гармонії у взаємодії суспільства і природи, охорону і раціональне використання природних ресурсів.

- а) організаційний механізм;
- б) соціальний механізм;
- в) екологічний механізм;
- г) економічний механізм.

8. Активна екологічна політика орієнтується на:

- а) застосування адміністративних інструментів регулювання;
- б) використання екологічних норм і нормативів;
- в) екологічний моніторинг;
- г) немає правильної відповіді.

9. Державне регулювання прямого впливу не включає:

- а) закони та інші нормативно-правові акти;
- б) ліцензування;
- в) інформаційне забезпечення сфери надання туристичних послуг;
- г) запровадження фінансової гарантії відповідальності туристичних підприємств перед туристами.

10. Державне регулювання непрямого впливу не включає:

- а) державна політика розвитку туризму;
- б) система податків та податкових пільг;
- в) інформаційне забезпечення сфери надання туристичних послуг;
- г) запровадження фінансової гарантії відповідальності туристичних підприємств перед туристами.

ТЕМА 9. ПОРЯДОК ЛІЦЕНЗУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА СЕРТИФІКАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

ПЛАН ЛЕКЦІЇ

- 9.1. Ліцензування в туризмі
- 9.2. Сертифікація та стандартизація в туризмі
- 9.3. Порядок надання туристичних послуг
- 9.4. Правила проведення екскурсійної діяльності
- 9.5. Ліцензування та сертифікація транспортних перевезень
- 9.6. Категоризація закладів готельного та ресторанного господарства

НАВЧАЛЬНІ ЗАВДАННЯ:

- вивчити особливості ліцензування туроператорської діяльності;
- визначити порядок надання туристичних послуг й провадження екскурсійної діяльності;
- визначити вимоги до екскурсоводів;
- вивчити особливості організації міжнародних транспортних перевезень.

ФОРМИ КОНТРОЛЮ:

- усне опитування,
- тестування.

ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ТЕМИ:

9.1. Ліцензування в туризмі

Метою ліцензування туристичної діяльності є створення рівних можливостей для туроператорів і турагентів на ринку туристичних послуг, захист навколишнього середовища і законних інтересів громадян, підвищення загального рівня туристичних послуг.

Будь-який СТД (суб'єкт туристичної діяльності) не має права називатися «туроператором» до отримання ліцензії, а також мати назву що вже існує і зареєстрованого раніше іншого суб'єкта підприємницької діяльності.

Відповідно до Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» ліцензуванню підлягає:

туроператорська діяльність – виключна діяльність з організації та забезпечення створення туристичного продукту, реалізації та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг (тільки юридичні особи);

Плата за ліцензію здійснюється після того, як прийнято рішення про видачу ліцензії – 1 мінімальна заробітна плата на момент прийняття рішення про видачу ліцензії. Плата за видачу кожної копії ліцензії (для підрозділів, філій, офісних приміщень)- 1 неоподаткований мінімум доходів громадян.

Для отримання ліцензії на туроператорську діяльність подаються такі документи:

- заява про видачу ліцензії на бланку встановленої форми;
- виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців (оригінал жовтого кольору, який поверненню не підлягає, не «Витяг», а «Виписка»);
- нотаріально засвідчена копія довідки з банківської або іншої кредитної установи про підтвердження фінансового забезпечення відповідальності суб'єкта господарювання у розмірі, визначеному ст. 15 Закону України «Про туризм» (банківська гарантія);
- копія договору зі страховою компанією про обов'язкове страхування (медичне та від нещасного випадку) туристів, що здійснюють туристичні подорожі (страхування туристів як за кордоном, так і Україною, кожний аркуш завірений підписом керівника «Згідно з оригіналом» та печаткою);
- відомості за підписом заявника - суб'єкта господарювання про наявність власного або орендованого службового приміщення (офісу)

Документи подаються керівником суб'єкта господарювання (при наявності посвідчення особи, напр. паспорт), довіреною особою (при собі мати доручення з підтвердженням повноважень. Ліцензію одержує керівник суб'єкта господарювання, а в разі його відсутності - уповноважений ним представник за наявності доручення з підтвердженням повноважень.

9.2. Сертифікація та стандартизація в туризмі

Правила сертифікації туристичних, готельних і послуг громадського харчування розроблені Українським науково-дослідним інститутом стандартизації, сертифікації і метрології ще в 1997–1998 рр. і затверджені

Держстандартом України в 1999 році.

Сертифікація товарів, робіт і послуг у сфері туризму здійснюється з метою

а) запобігання реалізації товарів, робіт і послуг, небезпечних для життя і здоров'я людей, майна і навколишнього середовища;

б) сприяння споживачам у виборі найбільш відповідних послуг, робіт і товарів;

в) забезпечення охорони навколишнього середовища і природних ресурсів, а також екологічної безпеки;

г) гармонізації національних стандартів з міжнародними в частині вимог до якості туристичних послуг і до об'єктів відвідин, взаємодії туроператорів.

Держкомстандартом України затверджено національні стандарти:

а) ДСТУ 4268 «Послуги туристичні. Засобі розміщення. Загальні вимоги»;

б) ДСТУ 4269 «Послуги туристичні. Класифікація готелів».

Відповідно до Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» стандартизація у сфері туризму спрямована на

а) захист інтересів споживачів і держави в частині забезпечення безпеки туризму, життя і здоров'я людей, охорону майна і навколишнього середовища;

б) класифікацію туристичних ресурсів України, їх охорону і встановлення граничних навантажень на об'єкти туризму і навколишнє середовище;

в) підвищення якості послуг, робіт і товарів;

г) забезпечення безпеки об'єктів туристичних відвідин;

д) уніфікацію послуг і товарів, спрямовану на їх сумісність і взаємозамінність;

е) створення нормативної бази систем стандартизації і сертифікації послуг, робіт і товарів.

9.3. Порядок надання туристичних послуг

Порядок надання туристичних послуг регулюється законодавством України, а саме Законом України «Про туризм» в редакції від 9 лютого 2012 р. № 4385-VI. Згідно з ним туристичні підприємства повинні інформувати споживачів про умови надання туристичних послуг.

Будь-яка інформація, надана туроператором (турагентом), повинна містити достовірні відомості про умови договору на туристичне обслуговування.

Інформація про умови надання туристичних послуг, яку туроператор (турагент) поширює до укладення договору на туристичне обслуговування, має доводитися у доступній, наочній формі, бути розбірливою, зрозумілою та містити відомості про:

1) місце надання туристичних послуг, програму туристичного обслуговування;

2) характеристику транспортних засобів, що здійснюють перевезення, зокрема їх вид і категорію;

3) характеристику готелів та інших об'єктів, призначених для надання

послуг з тимчасового розміщення;

4) види і способи забезпечення харчування під час туристичної подорожі;

5) мінімальну кількість туристів у групі, а також інформування туриста про те, що туристична подорож не відбудеться через недобір групи, не пізніше ніж за три дні до початку туристичної подорожі;

6) ціну туристичних послуг.

До укладення договору на туристичне обслуговування споживачеві туристичного продукту надається інформація про:

1) основні вимоги до оформлення в'їзних/виїзних документів, у тому числі строк їх оформлення;

2) медичні застереження стосовно здійснення туристичної подорожі;

3) туроператора (турагента), його місцезнаходження, поштові реквізити, контактний телефон, наявність ліцензії на провадження туристичної діяльності, сертифікатів відповідності та інші відомості відповідно до законодавства про захист прав споживачів;

4) керівника групи та засоби зв'язку з ним у разі здійснення туристичної подорожі за кордон чи перебування за кордоном неповнолітньої та/або малолітньої особи з метою встановлення законними представниками неповнолітньої або малолітньої особи прямого зв'язку з нею;

5) час та місце проміжних зупинок і транспортних сполучень та категорію місця, яке споживач займатиме в певному виді транспортного засобу;

6) види і тематику екскурсійного обслуговування, порядок здійснення зустрічей і провідів, супроводу туристів;

7) стан навколишнього природного середовища, санітарного та епідеміологічного благополуччя;

8) назву, адресу та контактний телефон представництв туроператора або організації (організацій), уповноваженої туроператором на прийняття скарг і претензій туристів, а також адреси і телефони дипломатичних установ України у країні (місці) тимчасового перебування або місцевих служб, до яких можна звернутися у разі виникнення труднощів під час туристичної подорожі;

9) порядок забезпечення туроператором обов'язкового та/або добровільного страхування туристів, розмір, порядок і умови виплати страхового відшкодування, а також можливість та умови добровільного страхування витрат, пов'язаних з розірванням договору на туристичне обслуговування за ініціативою туриста, страхування майна;

10) розмір фінансового забезпечення туроператора (турагента) на випадок його неплатоспроможності (банкрутства) та кредитну установу, яка надала таке забезпечення".

Договір на туристичне обслуговування – є основним документом, який з правової точки зору регламентує відносини між покупцем (туристом) і продавцем (туристичним підприємством).

У договорі на туристичне обслуговування зазначаються **істотні умови договору**:

1) строк перебування у місці надання туристичних послуг із зазначенням дат початку та закінчення туристичного обслуговування;

2) характеристика транспортних засобів, що здійснюють перевезення,

зокрема їх вид і категорія, а також дата, час і місце відправлення та повернення (якщо перевезення входить до складу туристичного продукту);

3) готелі та інші аналогічні засоби розміщення, їх місце розташування, категорія, а також відомості про підтвердження відповідності послуг готелю встановленим вимогам, строк і порядок оплати готельного обслуговування;

4) види і способи забезпечення харчування;

5) мінімальна кількість туристів у групі (у разі потреби) та у зв'язку з цим триденний строк інформування туриста про те, що туристична подорож не відбудеться через недобір групи;

6) програма туристичного обслуговування;

7) види екскурсійного обслуговування та інші послуги, включені до вартості туристичного продукту;

8) інші суб'єкти туристичної діяльності (їх місцезнаходження та реквізити), які надають туристичні послуги, включені до туристичного продукту;

9) страховик, що здійснює обов'язкове та/або добровільне страхування туристів за бажанням туриста, інших ризиків, пов'язаних з наданням туристичних послуг;

10) правила в'їзду до країни (місця) тимчасового перебування та перебування там;

11) вартість туристичного обслуговування і порядок оплати;

12) форма розрахунку.

Туроператор несе перед туристом відповідальність за невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування, крім випадків, якщо:

невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування сталося з вини туриста;

невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування сталося з вини третіх осіб, не пов'язаних з наданням послуг, зазначених у цьому договорі, та жодна із сторін про їх настання не знала і не могла знати заздалегідь;

невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування сталося внаслідок форс-мажорних обставин або є результатом подій, які туроператор (турагент) та інші суб'єкти туристичної діяльності не могли передбачити.

9.4. Правила проведення екскурсійної діяльності

Екскурсійні послуги можуть надаватися суб'єктами підприємницької діяльності:

юридичними та фізичними (гіди-перекладачі та екскурсоводи) особами - фахівцями туристичного супроводу, які отримали на це дозвіл,

особами - працівниками підприємств, установ чи організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування і які обіймають відповідні посади. Останні надають екскурсійне обслуговування лише на цих об'єктах відвідування.

Дозвіл на проведення екскурсійної діяльності можуть отримати й інші громадяни України, які знають та захистили екскурсії містом відповідно до вимог чинного законодавства.

Екскурсоводи, гіді-перекладачі, методисти екскурсійної справи повинні раз на три роки проходити підвищення кваліфікації та атестацію згідно з вимогами чинного законодавства.

Підставою для проведення екскурсійної діяльності є наявність дозволу та комплекту документів відповідно до вимог міждержавного стандарту «Проектування туристичних послуг», зокрема:

- технологічної карти (методичної розробки) екскурсії;
- контрольного тексту екскурсії;
- матеріалів «Портфеля екскурсовода»;
- схеми маршруту екскурсії.

Для проведення екскурсійної діяльності організатори повинні мати:

- договори з транспортними підприємствами (при здійсненні транспортних екскурсій);
- договори з закладами культури та розваг (музеями, заповідниками, театрами, спортивними закладами тощо);
- прейскурант цін на екскурсійні послуги.

Екскурсійне обслуговування має включати організацію подорожей, що не перевищують 24 годин, у супроводі фахівця-екскурсовода за заздалегідь складеними маршрутами з метою ознайомлення з пам'ятками історії, культури, природи, музеями, з визначними місцями тощо.

Екскурсоводами можуть працювати особи, які мають вищу базову (бакалавр) або повну вищу (спеціаліст, магістр) освіту та відповідний диплом чи посвідчення (сертифікат) про спеціальну підготовку екскурсовода.

9.5. Ліцензування та сертифікація транспортних перевезень

Транспортну ліцензію (на внутрішні та міжнародні перевезення) видає Міністерство інфраструктури України. Термін дії ліцензій – 5 років.

Однією з умов отримання будь-якої транспортної ліцензії є наявність укладеного договору з АТП, згідно якого перед відправленням у рейс необхідно проводити технічний огляд автомобіля, а водій повинен проходити медичний огляд.

Наступною умовою отримання транспортної ліцензії є наявність двох страховок:

- страхування громадянсько-правової відповідальності
- страхування від нещасних випадків на транспорті.

Для отримання ліцензії на міжнародні перевезення додатково потрібен документ, який підтверджує проходження водіями курсів міжнародних перевізників. Транспортні засоби повинні відповідати вимогам безпеки, охорони праці та екології, державним стандартам, мати відповідний сертифікат.

Порядок проведення сертифікації товарів, робіт, послуг на транспорті визначає Кабінет Міністрів України.

9.6. Сертифікація закладів готельного та ресторанного господарства

Сертифікація готельних послуг з 2013р. є обов'язковою.

Порядок проведення сертифікації включає наступні етапи:

- подання заявки на сертифікацію опитувальної анкети;
- прийняття рішення за заявкою і визначення схеми сертифікації (від обраної схеми сертифікації залежить обсяг робіт і термін дії сертифікату відповідності);
- попередня оцінка процесу надання послуг;
- проведення перевірки й оцінки послуг;
- аналіз одержаних результатів і ухвалення рішення про можливість видачі сертифікату відповідності та укладання ліцензійної угоди;
- реєстрація сертифікату відповідності в Реєстрі системи, підписання ліцензійної угоди;
- технічний нагляд за сертифікованими послугами.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

1. Питання для самостійного вивчення:

- розглянути особливості заповнення заяви про видачу ліцензії;
- ознайомитися з вимогами до категоризації готельних послуг.

2. Зробіть огляд періодичної літератури за темами:

- динаміка транспортних перевезень в Україні.
- розвиток екскурсійної діяльності в Україні.

3. Тестові завдання:

- 1. Обо'язковими для отримання туроператорської ліцензії є:*
 - а) наявність сертифікату якості;
 - б) довідка з банківської або іншої кредитної установи про підтвердження фінансового забезпечення відповідальності суб'єкта господарювання;
 - в) присутність керівника організації;
 - г) всі відповіді неправильні.

- 2. Копія ліцензії на туроператорську діяльність коштує:*
 - а) 1 мінімальна заробітна плата;
 - б) 1 неоподаткований мінімум доходів громадян;
 - в) 200 грн;
 - г) 100 грн.

- 3. Ліцензування в туризмі є обов'язковим для:*
 - а) закладів розміщення туристів;
 - б) турагентів;
 - в) закладів харчування;
 - г) туроператорів.

4. Стандартизація у сфері туризму спрямована на:

- а) захист інтересів споживачів і держави у забезпеченні безпеки туризму, життя і здоров'я людей, охорону майна і навколишнього середовища;
- б) класифікацію туристичних ресурсів України, їх охорону і встановлення граничних навантажень на об'єкти туризму і навколишнє середовище;
- в) підвищення якості послуг, робіт і товарів;
- г) всі відповіді правильні.

5. Документ, що регламентує відношення між туристичним підприємством і туристом, – це:

- а) агентський договір;
- б) договір на туристичне обслуговування;
- в) страховий поліс;
- г) немає правильної відповіді.

6. Зміна ціни туристичного продукту можлива не пізніше як до початку туристичної подорожі:

- а) за 5 днів;
- б) за 20 днів;
- в) за 10 днів;
- г) за 15 днів.

7. Збільшення ціни туристичного продукту не може перевищувати його початкової ціни на:

- а) 5%;
- б) 10%;
- в) 1%;
- г) 3%.

8. Туроператор несе перед туристом відповідальність за невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування, крім випадків, якщо:

- а) невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування сталося з вини туриста;
- б) погіршилися умови туристичної подорожі, змінилися її строки;
- в) непередбачено підвищилися тарифи на транспортні послуги;
- г) підвищилися діючі ставки податків і зборів, інших обов'язкових платежів.

9. Екскурсійні послуги не можуть надаватись суб'єктами підприємницької діяльності:

- а) юридичними особами;
- б) фізичними (гідди-перекладачі та екскурсоводи) особами;
- в) особами - працівниками підприємств, установ чи організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування і які обіймають відповідні посади;

г) немає правильної відповіді.

10. *Екскурсоводи, гідри-перекладачі, методисти екскурсійної справи повинні проходити підвищення кваліфікації та атестацію згідно з вимогами чинного законодавства:*

- а) кожні 5 років;
- б) кожні 3 роки;
- в) кожний рік;
- г) немає правильної відповіді.

Програма екзамену з дисципліни «Основи туризмознавства»

1. Туризм як сфера господарської діяльності.
2. Основні поняття та визначення в туризмі.
3. Функції туризму в суспільстві.
4. Умови розвитку туризму.
5. Туристичний продукт та його складові.
6. Сегментація ринку туристичних послуг.
7. Соціально-економічне значення сфери послуг.
8. Споживачі й виробники туристичних послуг.
9. Ресурси туризму.
10. Мотивація та потреби споживачів.
11. . Класифікація туризму.
12. Класифікація маршрутів та турів.
13. Класифікація туристичного обслуговування.
14. Класифікація туристичних підприємств.
15. Типи туристів.
16. . Статистика туризму.
17. Метрологічна структура туризму.
18. Мультиплікативний ефект туризму.
19. Сталий розвиток туризму та дестинацій
20. Періодизація світового туризму.
21. Туристична справа в Росії та Україні.
22. Розвиток туризму на сучасному етапі.
23. Міжнародні туристичні організації та співробітництво в галузі туризму.
24. Туристична політика: визначення та значення.
25. Всесвітня туристична організація.
26. Туристичні прибуття: їх структура.
27. Інтеграція та глобалізація в туризмі
28. . Структура управління туристичною сферою в Україні.
29. Установи та організації управління туризмом в Україні.
30. Сучасний стан та перспективи розвитку туризму.
31. Програми розвитку туризму.
32. Організаційно-правовий механізм регулювання туристичної діяльності.
33. Соціальний механізм регулювання.
34. Економічний механізм регулювання.
35. Екологічний механізм регулювання.
36. Транскордонне співробітництво.
37. Ліцензування в туризмі.
38. Сертифікація та стандартизація в туризмі.
39. Порядок надання туристичних послуг.
40. Правила проведення екскурсійної діяльності.
41. Ліцензування та сертифікація транспортних перевезень.
42. Сертифікація закладів готельного та ресторанного господарства.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна література

1. Про внесення змін до Закону України «Про туризм» [Текст]: Закон України від 18 листопада 2003 р. № 1282 // Урядовий кур'єр. – 2003. – 25 груд. (№ 244) – С. 15-19.
2. ДСТУ «Системи управління якістю. Основні положення та словник» / ISO 9000/2000, ІДТ /. – К.: Держстандарт України, 2001. – 40 с.
3. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика [Текст]: навч. посіб./ Мальська М. П., Худо В. В. - К.: Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.
4. Мальська, М. П. Туристичне країнознавство. Європа [Текст]: навч. посіб. / М. П. Мальська, М. З. Гамкало, О. Ю. Бордун. — К. : ЦУЛ, 2009. - 224 с.
5. Михайліченко Г.І. Основи туризмознавства: Опорний конспект лекцій. [Текст] / Г.І. Михайліченко. – К.: КНТЕУ, 2003. – 99 с.
6. Организация туризма [Текст]: учеб. пособ. / А.П. Дурович, Г.А. Бондаренко, Т.М. Сергеева и др.; под общ. Ред. А.П. Дуровича. – 2-е изд., испр. – Мн.: Новое знание, 2005. – 640 с.
7. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності [Текст]: підручник / Т.Г. Сокол; за ред. В.Ф. Орлова. – К.: Грамота, 2006. – 264 с.
8. Туризм України: економічні та організаційні механізми розвитку [Текст] - Тернопіль, "Терно-граф". - 2008 - 976 с.
9. Холловой Дж. К. Туристический бизнес [Текст]: пер. с 7-го англ. изд. / Дж. К. Холловой, Н. Тейлор. — К.: Знания, 2007. — 798 с.

Додаткова література

10. Воронкова Л. История туризма [Текст]: учеб. пособие /Л. Воронкова. – М.: МГУ, 2001. – 304 с.
11. Гагская декларация по туризму. Конкретные выводы и рекомендации. Приложение к Гагской декларации по туризму от 14 апреля 1989 г. [Текст] // Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Зб. нормат. актів / За ред. В.К. Федорченка. – К.: Юрінком Інтер, 2002. – 640 с.
12. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу [Текст]: навч. посіб. / Л.П. Дядечко. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. – 224 с.
13. Енджейчик И. Современный туристский бизнес. Экстратегии в управлении фирмой [Текст]: пер. с польск. / И. Енджейчик. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 320 с.
14. Енциклопедичний словник-довідник з туризму [Текст] / Укл.: В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух. – К.: Вид. Дім «Слово», 2006. – 372 с.
15. Про туризм [Текст]: Закон України від 15.09.1995 № 323/95. – Урядовий кур'єр, 1995. – 40 с.
16. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу [Текст]: навч. посіб./ М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. –

272 с.

17. Михайліченко Г.І. Практика організації туристичних подорожей [Текст]: навч. посіб. / Г.І. Михайліченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. – 156 с.

18. Про внесення змін до Закону України "Про туризм" [Текст]: Закон України від 18 листопада 2003 р. № 1282 – ІУ.

19. Про Національну раду з туризму [Текст]: Постанова Кабінету Міністрів України від 13 березня 1996 р. № 322.

20. Про ратифікацію Кіотського протоколу до Рамкової Конвенції Організації Об'єднаних Націй про зміну клімату [Текст]: Закон України від 04 .02. 2004 р. №1430-IV.

21. Про утворення Наукового центру розвитку туризму [Текст]: Постанова Кабінету Міністрів України від 17 серпня 2002 р. № 1132.

22. Румянцева Т.В. Перспективы развития дестинаций культурного туризма [Текст]: Предпринт. / Т.В. Румянцева. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2003. – 16 с.

23. Стандартная международная классификация туристских видов деятельности [Текст]: Утверждена как временный документ Статистической комиссией ООН на 27 сессии. Разработана ВТО, Нью-Йорк, 1993.

24. Усе про облік та організацію туристичної діяльності [Текст] — 4-те вид., перероб. і доп. - Х. : Фактор, 2007. - 272 с

25. Федорченко В.К. Історія туризму в Україні [Текст]: навч. посіб. / В.К. Федорченко, Т.А. Дворова.; передм. В.А. Смоля. – К.: Вища шк., 2002. – 195 с.: іл.

26. Федорченко В.К. Філософія туризму [Текст]: навч. посіб. / В.К. Федорченко, В.С. Пазенок. – К.: Кондор, 2004. – 298 с.

27. Глобальный этический кодекс туризма ВТО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.world-ecotourism.org/ruso/declarations/dec_quebec.htm

28. Зелений туризм (сільський відпочинок в Україні) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ruraltourism.com.ua

29. Інформаційно-туристичний центр Рівненщини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.tourism.rv.ua

30. Інформаційно-туристичний центр Львівщини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.tourism.lviv.ua

31. Інформаційно-туристичний центр Чернігівщини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ch-turizm.com.ua

32. Квебекская декларация по экологическому туризму 22 мая 2002 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.world-ecotourism.org/ruso/global_globalcodeethicscode_documents

33. Офіційний сайт Міністерства культури і туризму України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.mincult.gov.ua

34. Міністерство курортів і туризму АР Крим [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.mintourism.crimea-portal.gov.ua

35. Музейний простір України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrmuseum.org.ua

36. Официальный сайт компании «Майгер Консалтинг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.maugerconsulting.com

37. Офіційний Інтернет-сайт Криму «Крим туристичний» [Електронний

- ресурс]. – Режим доступу: www.tourism.crimea.ua
38. Офіційний сайт Всеукраїнського проекту «7 чудес України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.7chudes.in.ua
39. Офіційний сайт Державного Комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
40. Офіційний сайт Конференції ООН з торгівлі і розвитку ЮНКТАД [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unctad.org>
41. Офіційний сайт Організації економічного співробітництва і розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oecd.org>
42. Офіційний сайт Світового економічного форуму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.weforum.org>
43. Офіційний сайт Світової Організації торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wto.org>
44. Офіційний статистичний сайт Євросоюзу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.europa.eu.int/comm/eurostat>
45. Офіційний туристичний сайт Київщини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ko-tourism.gov.ua
46. Портал Санаторно-курортне лікування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.crimea-skl.info/
47. Презентаційний туристичний сайт Закарпатської області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.transcarpathiatour.ua
48. Презентаційний туристичний сайт Тернопільщини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ternotour.com.ua
49. Регіональний інформаційний портал Херсонщини «АРТКАВУН» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.artkavun.kherson.ua
50. Сайт Туристична Диканщина [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.dikanka-turism.narod.ru
51. Спілка сприяння сільського зеленого туризму Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.greentour.com.ua
52. Українська спадщина (Історико-культурна спадщина України: пам'ятники історії, мистецтво, архітектура. Портал Науково-дослідного інституту пам'ятко-охоронних досліджень) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.heritage.com.ua
53. Українсько-польський туристичний портал, Рада з туризму Карпатського регіону [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.tourism-carpathian.com.ua
54. Феноменология путешествий как предмет туристики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://academy.rmat.ru/2005/09/23/fenomenologiya-puteshestvii-kak-predmet-turistiki.html>
55. Державне агентство України з туризму та курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.tourism.gov.ua

ЗМІСТ

Вступ	3
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ТУРИЗМ ЯК ВИД ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	4
Тема 1. Функції туризму, умови та фактори його розвитку	4
Тема 2. Організація ринку туристичних послуг	9
Тема 3. Класифікації в туризмі	16
Тема 4. Міжнародні, регіональні та національні показники розвитку сфери туризму	25
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ	31
Тема 5. Історичні передумови виникнення та розвитку туристичної системи України	31
Тема 6. Світова туристична політика та роль ЮНВТО у її формуванні	37
Тема 7. Туристична політика України на сучасному етапі	40
Тема 8. Механізм державного регулювання туризму	45
Тема 9. Порядок ліцензування туристичної діяльності та сертифікація туристичних послуг	50
Програма екзамену з дисципліни «Основи туризмознавства»	59
Список рекомендованої літератури	60

Для нотатків

Для нотатків

Для нотатків

Для нотатків

Для нотатків