

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ

Навчальний посібник

Укладач О. М. Перепелюк

Умань
Сочінський М.М.
2022

УДК 338.48(075.8)

О-64

Рецензенти:

Добржанський О. В., доктор історичних наук, професор, декан факультету історії, політології та міжнародних відносин Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича;

Кирилюк Л. М., кандидат географічних наук, доцент кафедри географії Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського;

Кузнець Т. В., доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри історії України Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

*Рекомендовано до друку вченою радою Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини
(протокол №15 від 24 травня 2022 р.)*

О-64 **Організація** туризму : навч. посіб. / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини ; уклад. О. М. Перепелюк. — Умань : Сочінський М.М., 2022. — 128 с.

Навчальний посібник відповідає робочій програмі курсу «Організація туризму», затвердженій Міністерством освіти і науки України. У ньому подано програму навчальної дисципліни, плани семінарських занять та короткі відомості, які сприятимуть підготовці студентів до них, рекомендовану літературу, завдання для ІНДЗ, запитання для підготовки до екзамену.

Видання буде корисним для студентів, які навчаються за спеціальностями у галузі туризму, а також викладачам та широкому колу фахівців, які цікавляться питаннями туризму.

УДК 338.48(075.8)

© Перепелюк О. М., уклад., 2022

ЗМІСТ

Вступ	4
Програма навчальної дисципліни «Організація туризму».....	6
Оцінювання (визначення рейтингу) навчальної діяльності.....	11
Підготовка студентів до семінарських занять	12

Матеріали до семінарських занять

Змістовий модуль 1. Теоретичні засади туризму	15
Тема 1. Туризм як вид господарської діяльності	15
Тема 2. Умови створення та функціонування туристичного підприємства	23
Тема 3. Класифікації в туризмі.....	35

Змістовий модуль 2. Соціальні та правові основи розвитку туризму.....	47
Тема 4. Механізм державного регулювання туризму	47
Тема 5. Порядок ліцензування туристської діяльності та сертифікації туристських послуг.....	52
Тема 6. Формування міжнародної туристської політики	65

Змістовий модуль 3. Організація ринку туристських послуг	79
Тема 7. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту	79
Тема 8. Загальні принципи організації транспортного обслуговування туристів	92
Тема 9. Технологія організації та умови здійснення туристичних подорожей	101
Тема 10. Безпека туристичних подорожей	108

Список рекомендованої літератури	122
Вимоги до підготовки ІНДЗ (презентації)	125
Підготовка до екзамену.....	127

ВСТУП

Україна – це держава із потужним туристичним потенціалом, оскільки має зручне географічне розташування (центр Європи), сприятливий клімат, різноманіття природних ресурсів (моря, гори, ліси, річки, озера, заповідники тощо), давню історію та культуру, а також гостинний народ. Тому останнє десятиліття держава активно стимулює розвиток туристичної індустрії, проголосивши туризм однією із головних галузей підвищення національної економіки.

Для досягнення поставленої мети туристична галузь України потребує великої кількості висококваліфікованих спеціалістів у сфері створення і надання туристичних послуг. Тому і тим, хто планує працювати у сфері туризму і, власне самим туристам, варто розбиратися у питаннях організації роботи туроператорів, турагентів, підприємств, що надають послуги розміщення, харчування, перевезення, санаторно-курортних підприємств, тих, що надають екскурсійні послуги, страхових компаній, установ і організацій державної влади та ін., а також володіти знаннями про процеси взаємодії цих підприємств.

Мета курсу «Організація туризму» – формування знань про функціонування міжнародної та національної туристичної політики та отримання практичних навичок щодо створення й організації діяльності туристичного підприємства; формування практичних навичок щодо забезпечення програми туристських подорожей, нарощування географії подорожей; організації транспортних перевезень; збереження безпеки туристських подорожей.

Завдання:

- сформулювати зміст основних термінів у сфері туризму;
- сформувати бачення системи організації туризму та її ключових елементів;
- ознайомити майбутніх фахівців з вітчизняними та міжнародними нормативно-правовими актами та організаціями, що регламентують туристичну діяльність;

- вивчити порядок ліцензування туристичної діяльності та сертифікації туристичних послуг;
- здобути практичні навички формування асортименту туристського продукту (турів), етапів планування туристських подорожей, програмного їх забезпечення;
- оволодіти інформацією про страхування та безпеку туристичних подорожей.

Курс складається із трьох змістових модулів, поділених на десять тем. На вивчення кожного модуля, залежно від його складності й значення, відведено певну кількість годин для аудиторної та самостійної роботи.

У навчальному посібнику «Організація туризму» подано необхідну інформацію для успішного оволодіння предметом, зокрема теми семінарських занять із матеріалом, який частково розкриває головні питання. Навчальний курс є доволі об'ємним, тому для успішної підготовки студент повинен опрацьовувати додаткову літературу.

У навчальному посібнику також подано інструкцію для підготовки до семінарського заняття, виконання індивідуального науково-дослідного завдання (у вигляді комп'ютерної презентації), а також підготовки до екзамену.

Бажаю успіху!

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ»

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТУРИЗМУ

Турпродукт: загальна термінологія та сутність. Властивості турпродукту. Туризм як вид соціокультурної та рекреаційної діяльності. Поняття туристичної послуги, її характеристика. Значення сфери послуг та її складової частини – туризму в структурі народного господарства країни. Роль та місце туризму в сучасному суспільстві. Основні поняття та визначення в туризмі: турист, туризм, туристична діяльність, туристичні ресурси, суб'єкт туристичної діяльності.

Загальна характеристика підприємства, мета його функціонування. Види підприємств. Напрями діяльності підприємств. Основні цілі створення і функціонування туристських підприємств. Етапи створення туристичного підприємства та запровадження підприємницької діяльності з надання туристичних послуг. Види туристських підприємств та їх особливості. Принципи організації їх діяльності. Ресурсне забезпечення туристського підприємства. Перспективи розвитку туристських підприємств в Україні.

Форми та види туристичної діяльності. Класифікація туризму за різними ознаками: за спрямованістю туристичних потоків, за охопленням території, за терміном подорожі, за сезонністю, за ступенем організованості, за демографічним та соціальним складом учасників подорожі, за формою організації подорожі та обслуговування, за засобом пересування, за метою подорожі. Значення туризму за видами. Класифікація туризму за формами: групові та індивідуальні подорожі. Класифікація маршрутів та турів за територіальною ознакою, за вибором засобів пересування, за сезонністю, за тривалістю, за змістом програм, за складом учасників подорожі, за формою організації подорожі, за побудовою траси маршруту.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. СОЦІАЛЬНІ ТА ПРАВОВІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Організаційно-правовий механізм регулювання туристської діяльності. Туристське законодавство. Закон України «Про туризм»: положення, статті, регулювання; зміни до Закону. Соціальний механізм регулювання. Соціальне значення туризму. Соціальні пільги та туризм. Досвід інших країн у формуванні туристських пакетів та програм для різних соціальних груп.

Ліцензування в туризмі. Нормативно-правова база ліцензування. Види туристської діяльності, що підлягають ліцензуванню. Ліцензійні умови та правила їх виконання. Вимоги до матеріально-технічної бази, кадрового складу та інші вимоги щодо забезпечення ліцензійних умов. Порядок надання туристських послуг. Регіональні та місцеві правила та інструкції. Порядок проведення екскурсійної діяльності. Порядок надання дозволів на туристичний супровід. Кваліфікаційні вимоги до екскурсоводів. Ліцензування транспортних перевезень. Правила ліцензування автотранспортних перевезень. Сертифікація маршрутів. Державні стандарти.

Всесвітня туристська організація: історія створення, організаційна структура, роль та значення у формування міжнародних туристських обмінів. Комітети та комісії UNWTO: їх функції та завдання. Туристська політика: визначення та класифікація. Світова туристська політика та роль міжнародних організацій у її формуванні та регулюванні. Структура міжнародних зв'язків та співробітництво у галузі туризму.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. ОРГАНІЗАЦІЯ РИНКУ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ

Вибір географії подорожей туристичним підприємством (фірмою). Принципи туристичного районування. Основні таксономічні одиниці: турцентр, туркомплекс, курорт. Туристичні ресурси та інфраструктура найпопулярніших курортів світу та України. Туристична освоєність території України. Основні туристичні регіони та райони України. Розвиненість туристичної інфраструктури впродовж транспортних

коридорів. Характеристика асортименту послуг туристичної фірми. Планування туристичних подорожей. Технологічний процес підготовки, реалізації та проведення туру. Аквізиція туристів та засоби залучення туристів. Культура обслуговування та основні правила прийому клієнтів. Організація туристичного обслуговування різних типів споживачів.

Система транспортного забезпечення в туризмі та класифікація транспортних засобів. Ознаки класифікації видів та форм транспортних перевезень. Види транспортних подорожей та їх характеристика. Діяльність міжнародних організацій з питань безпеки перевезень різними видами транспорту. Основні вимоги щодо поведінки пасажирів (туристів) при транспортуванні різними видами транспортних засобів. Особливості розробки транспортних маршрутів.

Програмне обслуговування в туризмі. Правила та порядок складання програм перебування туристів. Фактори, що впливають на формування та комплектацію програм перебування туристів. Особливості створення програм перебування туристів в залежності від видів туризму, інфраструктури курорту та місцевості основного перебування. Види та характеристика програмних заходів в туризмі. Умови виконання програм перебування туристів.

Страховання в туризмі. Види страхування в туризмі. Основні види туристичних документів. «Фактори ризику» в туризмі та основні заходи щодо нівелювання їх наслідків. Правила та норми, що регулюють питання безпеки туристичних подорожей в Україні. Перелік нормативно-правових актів, що забезпечують безпеку туристичних подорожей (міжнародних та українських). Правила поведінки на транспорті. Основні умови забезпечення безпеки на транспорті. Правила поведінки туристів в разі надзвичайних ситуацій (тероризм, бандитизм, інші кримінальні дії).

Структура навчальної дисципліни
«Організація туризму» на 1-й навчальний семестр I курсу

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	денна форма навчання				заочна форма навчання			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
		л	с	с/р.		л	с	с/р
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<i>Змістовий модуль 1. Теоретичні засади туризму</i>								
Тема 1. Туризм як вид господарської діяльності	10	4	2	4	10	2	2	6
Тема 2. Умови створення та функціонування туристичного підприємства	8	2	2	4	10			10
Тема 3. Класифікації в туризмі	8	2	2	4	10			10
Разом за змістовим модулем 1	26	8	6	12	30	2	2	26
<i>Змістовий модуль 2. Соціальні та правові основи розвитку туризму</i>								
Тема 4. Механізм державного регулювання туризму	8	2	2	4	8	2		6
Тема 5. Порядок ліцензування туристської діяльності та сертифікації туристських послуг	10	2	2	6	10			10

Тема 6. Формування міжнародної туристської політики	6	2		4	10			10
Разом за змістовим модулем 2	24	6	4	14	28	2		26
<i>Змістовий модуль 3. Організація ринку туристських послуг</i>								
Тема 7. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту	10	2	2	6	8	2		6
Тема 8. Загальні принципи організації транспортного обслуговування туристів	8	2	2	4	10			10
Тема 9. Технологія організації та умови здійснення туристичних подорожей	12	4	2	6	10	2	2	6
Тема 10. Безпека туристичних подорожей	10	2	2	6	4			4
Разом за змістовим модулем 3	40	10	8	22	32	4	2	26
<i>Усього годин</i>	90	24	18	48	90	8	4	78

ОЦІНЮВАННЯ (ВИЗНАЧЕННЯ РЕЙТИНГУ) НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Поточне оцінювання і самостійна робота									ІК	ІНДЗ	Сума
ЗМ 1			ЗМ 2		ЗМ 3				25	30	100
T 1	T 2	T 3	T 4	T 5	T 6	T 7	T 8	T 9			
5	5	5	5	5	5	5	5	5			

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	Відмінно	Зараховано
82-89	B	Добре	
75-81	C		
69-74	D	Задовільно	
60-68	E		
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	Не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

ПІДГОТОВКА СТУДЕНТІВ ДО СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Семінарське заняття – вид навчальних практичних занять, який передбачає поширення під керівництвом викладача знань шляхом усних виступів і обговорень, підготовлених студентами доповідей і повідомлень чи проблемного, заздалегідь не підготовленого питання, участь студентів у дискусіях, виступи з доповненнями до відповідей колег.

Основні дидактичні цілі їх проведення:

- створення педагогічних умов для поглиблення і закріплення знань студентів з основ курсу, набутих під час лекцій та самостійного опрацювання навчальної інформації;
- спонукання студентів до колективного творчого обговорення найбільш складних питань навчального курсу, мотивація їх до самостійного вивчення наукової та методичної літератури, формування в них навичок самоосвіти;
- оволодіння методами аналізу фактів, явищ і проблем, що розглядаються, та формування вмінь і навичок виконання різних видів майбутньої професійної діяльності.

Особливостями семінару як форми навчальних занять є:

- активна участь самих студентів у з'ясуванні сутності проблем, питань, запропонованих до розгляду;
- можливість студентів вільно висловлюватися під час розгляду питань, які обговорюють;
- допомога викладача у побудові логіки висловлювань та міркувань;
- навчальна мета семінару вимагає доброї підготовки студентів до заняття;
- якщо студенти слабо підготовлені до заняття, то семінарське заняття перетворюється у фронтальну бесіду (викладач ставить питання, студенти відповідають на них).

На семінарах студенти розширюють, поглиблюють і зміцнюють набуті на лекціях і під час самостійної роботи знання, накопичують у пам'яті нові факти, положення, вчаться критично аналізувати

документи й матеріали, набувають навиків публічних виступів, ведення полеміки, обстоювання власних поглядів, виробляють уміння користуватися науковою термінологією й поняттями.

Залежно від мети, завдань і змісту у вищій школі використовують різні типи семінарських занять (семінар-бесіда, семінар доповідей і повідомлень, семінар-диспут), для кожного з яких характерна особлива структура і методика проведення.

Найпоширенішим є семінар-бесіда. Він має таку структуру:

1. Вступне слово керівника семінарського заняття, під час якого він мотивує необхідність обговорення запропонованих питань та визначає конкретне завдання для семінарського заняття.
2. Основна частина семінару, на яку відводиться найбільше часу, – це бесіда за питаннями, запропонованими для обговорення. Викладач ставить запитання до всієї групи, але вибирає серед бажаючих того, хто буде відповідати першим. Надалі до обговорення питань залучаються інші студенти, які доповнюють чи виправляють своїх попередників. Так семінарське заняття переростає в розгорнуту бесіду з групою. Заключне слово керівника семінару до окремого питання потрібне, якщо проблема не повністю з'ясована. Тоді викладач зобов'язаний доповнити чи уточнити питання.
3. Заключне слово після розгляду всіх питань теми наприкінці заняття є обов'язковим. Викладач оцінює рівень підготовки студентів до заняття, виставляє відповідні бали, підбиває підсумки та робить узагальнення з теми, дає завдання на наступне заняття.

Алгоритм підготовки до семінарського заняття:

1. Проаналізуйте тему та план заняття, подумайте над його цілями й основними проблемами.
2. Опрацюйте рекомендовану навчальну, наукову та методичну літературу, при цьому обов'язково конспектуйте і занотуйте прочитане, виписуйте те, що, на ваш погляд, сприятиме ефективному проведенню семінарського заняття.

3. Намагайтеся сформулювати свою думку з кожного питання і обґрунтувати свої міркування.
4. Запишіть запитання, які виникли у вас під час підготовки до семінарського заняття, зверніться за консультацією до викладача.

Одним із шляхів запам'ятовування та засвоєння матеріалу є ведення записів прочитаного. Основні форми записів – план, виписки, тези, анотація, резюме, конспект.

У доповіді на семінарському занятті студент повинен чітко і повністю розкрити зміст запитання, підкріплюючи висловлені думки опрацьованою літературою. Не варто перевищувати ліміт виступу – 10 хвилин. Якщо розглянуте питання було розкрито недостатньо, студенти можуть продовжити обговорення у вигляді доповнень до основної доповіді. Викладач може поставити запитання доповідачеві та решті студентів для уточнення певних положень.

МАТЕРІАЛИ ДО СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТУРИЗМУ

Тема 1. Туризм як вид господарської діяльності

План

1. Визначення та види туристичних ресурсів і туристичного продукту та їх характеристика.
2. Основні туристичні регіони в світі.
3. Функції та значення туризму в суспільстві.
4. Умови та фактори розвитку туризму.

1. Визначення та види туристичних ресурсів і туристичного продукту та їх характеристика

У Законі України «Про туризм» зазначено: **туризм** – *тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає.*

Турист – *це тимчасовий відвідувач, який подорожує за межами місця його постійного проживання щонайменше 24 години (але не більше 12 місяців) з будь-якою метою, крім зміни постійного місця проживання та заняття діяльністю, що оплачується з джерела в місці тимчасового перебування.*

Виділяють чотири типи туристів:

- **осідлий тип** – характеризується невеликим або середнім сімейним прибутком. Виходячи з фінансових можливостей, вибирає найдешевші тури з мінімальною кількістю екскурсій. Молодь і люди похилого віку віддають перевагу відпочинку на морі з мінімальною кількістю переїздів, радіальним екскурсіям з поверненням у готель. До цієї групи належать і шопінг-тури. Задовольняються тижневими (або менше) туристськими маршрутами;
- **осіло-мобільний тип** – туристи, які люблять поєднувати відпочинок з відкриттям або пізнанням чогось нового. Як

правило, це представники середньої вікової групи з вищою освітою. Активно займаються спортом, люблять екскурсії, не дуже вибагливі до комфорту. Схильні до багатоденних маршрутів (8–15 днів);

- **мобільний тип** – обирають тури з насиченою програмою і великою кількістю об'єктів відвідування, міст, національних парків. Нечутливі до значної кількості переїздів. Мають схильність до пригодницьких турів, турів через всю країну, до екотуризму тощо. Витримують тривалі тури (до трьох тижнів і більше);
- **кочовий тип** – індивідуальні або самодіяльні туристи, мисливці, любителі сафарі, готові й здатні подорожувати самотійно.

Туристів класифікують також, виходячи із способу їхнього життя і, відповідно, фінансового забезпечення:

- пересічні громадяни з невеликим або середнім прибутком;
- громадяни з достатком, переважно дрібні підприємці;
- заможні керівники процвітаючих підприємств;
- «білі комірці», працівники державного апарату тощо.

Туризм – це один із видів господарської діяльності, який здійснюється юридичними особами та індивідуальними підприємцями на відповідних засадах (ліцензування) як діяльність з просування і реалізації туристичного продукту. Туроператорську діяльність, яка передбачає діяльність, на основі ліцензії, юридичних або фізичних осіб з формування, просування і реалізації туристичного продукту. Експедиційну діяльність, яка охоплює будь-які експедиційні дослідження, що здійснюються (самостійно або паралельно з іншою діяльністю, в тому числі з туризмом) з метою вирішення фундаментальних або прикладних завдань. Реалізацію туристичної діяльності в широкому контексті господарювання здійснюють різні підприємства. Туризм і є господарською діяльністю.

Туристичні ресурси – специфічні властивості природного середовища, а також їх поєднання, прояви людської діяльності, природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, які є предметами

зацікавлення туристів, стимулюють їх до подорожі, здатні задовольнити їхні потреби у відновленні та розвитку фізичних, емоційних та інтелектуальних сил. Розрізняють:

- **природні туристичні ресурси**, що визначаються як «потенційний туристичний капітал», до них належать клімат, повітря, пейзажі, моря, озера, ріки, гори, ліси тощо. Ці туристичні ресурси можна визначити як природно-кліматичні. Особливістю природних ресурсів є те, що вони не відновлюються в міру споживання чи відновлюються десятиліттями або навіть сторіччями, як, наприклад, ліси;
- **туристичні ресурси, створені працею людини**, тобто архітектурні споруди, пам'ятники, твори мистецтва тощо. Це об'єкти показу чи екскурсій;
- **додаткові туристичні ресурси**, створені працею людини для надання послуг – інфраструктура району, всі підприємства, призначені для прийому та обслуговування туристів. Такі ресурси можна назвати ще економічними зручностями подорожі, вони слугують підставою для оцінювання розвиненості сфери послуг для прийому й обслуговування туристів.

За характером використання туристичні ресурси можна поділити на безпосередні та непрямі.

Безпосередні ресурси – це природні та історико-культурні ресурси, які використовуються самими туристами.

Непрямі ресурси – це соціально-економічні ресурси (матеріальні, фінансові, трудові, інформаційні), які залучаються для освоєння і використання безпосередніх туристичних ресурсів.

Туристичний продукт – це сукупність речових (предметів споживання) та неречових (у формі послуг) споживчих вартостей, необхідних для задоволення потреб туриста, які виникають у період його туристичної подорожі. *Туристичний продукт включає: тур, додаткові туристично-екскурсійні послуги, товари.*

Тур – первинна одиниця туристичного продукту – продукт роботи туристичного підприємства на певному маршруті в конкретні строки,

який продається клієнту як єдине ціле. Закон України «Про туризм» дає наступне визначення: «**Тур** – туристична подорож (поїздка) за визначеним маршрутом у конкретні терміни, забезпечена комплексом туристичних послуг (бронювання, розміщення, харчування, транспорт, рекреація, екскурсії тощо)». Складовими туру є туристичний пакет та комплекс послуг на маршруті, які клієнт просить включити в обов'язкову програму і сплачує за них заздалегідь.

Розрізняють два основних види туру:

- пекидж-тур – комплексна туристична послуга, яка містить в собі розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування, транспортні, побутові, спортивно-оздоровчі та інші послуги;
- інклюзив-тур – окремі туристичні послуги: харчування, розміщення, транспорт, екскурсійне обслуговування (на вибір).

Додаткові туристично-екскурсійні послуги – послуги, які не передбачено ваучером, або путівкою, які доводяться до споживача в режимі його вільного вибору. Додаткові послуги не входять в основну вартість путівки. До них відносяться: прокат, телефон, побутове обслуговування, пошта, обмін валюти, додаткове харчування, громадський транспорт, зберігання речей, розваги, резервування місць, комерційне телебачення, відео, придбання квитків, користування міні-баром тощо. Такі послуги купуються туристами за додаткову плату.

Товари – специфічна матеріальна частина туристського продукту, яка включає карти міст, листівки, буклети, сувеніри, туристське спорядження тощо, і неспецифічна частина туристичного продукту, яка включає велику кількість товарів, які є дефіцитними або більш дорогими в місцях постійного проживання туристів.

2. Основні туристичні регіони в світі

Придатними для туризму вважають такі регіони:

- Європа;
- Америка;
- Східна Азія та Тихоокеанський регіон;

- Південна Азія;
- Африка;
- Близький Схід.

Серед країн **Європи**, які найбільше приваблюють туристів, варто відзначити такі: *Франція* – середземноморські узбережжя (Лазурове узбережжя), історико-архітектурні пам'ятки Парижу. *Іспанія*. Популярними районами серед туристів є Канарські острови, райони Коста-Брава, пляжі Коста-Дорада, Коста дель Соль, острів Мальорка та історичні міста. *Італія*. Основними туристичними центрами є Рим, Мілан, Венеція, Неаполь та Флоренція. *Велика Британія* популярна незайманою природою, історичними містами та музеями, а південь її славиться піщаними пляжами. У *Скандинавських країнах* особливо поширений гірськолижний туризм. Серед інших країн, які приваблюють значну кількість туристів, варто відзначити Німеччину, Угорщину, Грецію, Чехію, Австрію, Швейцарію, які мають не лише відповідну інфраструктуру, а й дуже давні традиції приймання значних потоків відпочивальників і туристів.

В **Америці** туристів найбільше приваблюють острівні країни Карибського моря, Мексика, деякі райони США та Канади. Рекреаційними районами світового значення стали Флорида (Майямі) та Каліфорнія.

Східна Азія та Тихоокеанський регіон. Загалом в Азії є значні рекреаційні ресурси. Таїланд збільшив прийом туристів, хоча грошові надходження загалом від галузі знизилися. Стабільно розвивається туристична галузь Китаю.

Південна Азія також досить приваблива мандрівників. Серед країн, які значно поліпшили свої показники, варто відзначити Іран, Шрі-Ланку та Індію.

Африка. Останніми роками країни Африканського континенту розвивають туристичний потенціал, до таких країн належить ПАР, Занзібар, Марокко, Туніс.

Близький Схід. На Близькому Сході найактивніше на світовому ринку діяли Єгипет, Ліван, Бахрейн, Йорданія. У Ізраїлі та Палестині розвинений релігійний туризм.

3. Функції та значення туризму в суспільстві

Головною соціальною функцією туризму є **оздоровча, або рекреаційна**. Суть її в тому, щоб відновлювати сили й внутрішні ресурси людини, витрачені під час праці та виконання повсякденних побутових обов'язків. При чому оздоровчий ефект поділяється на лікувальний і профілактичний. Відпочинок при цьому має активний характер, включає різноманітні розваги, які допомагають змінити вид діяльності, оточення, познайомитися з іншими людьми, новою культурою, традиціями, звичаями, пізнати невідомі природні особливості і явища.

Сутністю рекреаційної функції туризму є фізіологічна та психологічна релаксація людини. Вона знаходить своє вираження у відновленні під час туристичної поїздки фізичних сил людини, її оздоровленні, набутті нових вражень та відчуттів.

Сучасний стиль життя урізноманітнює проведення дозвілля в бік інтелектуалізації, саморозвитку, посилюючи тим самим культурну функцію туризму. Туризм виступає засобом комунікації та саморозвитку, підвищення рівня освіти та загальної культури шляхом ознайомлення з культурою, побутом, традиціями та віруванням, стилем та характером життя інших народів, з культурною спадщиною людства та перлинами природи.

У свою чергу, оздоровлення населення, підвищення його працездатності та рівня культури шляхом здійснення культурно-просвітницької та рекреаційної діяльності посилює соціальну значущість туризму. *В наш час подорожування виступає ознакою певного рівня і стилю життя, фіксатором соціального статусу, засобом закріплення іміджу та інших соціальних ознак.* Доступність туристичних послуг, соціальна орієнтованість туризму розширює коло споживачів, залучаючи нові та нові верстви населення до туризму.

Соціокультурна функція туризму впливає на суспільне життя країни, яка приймає туристів. Інтерес туристів до історії та культури країни викликає в її громадян зосередження уваги на власних історичних традиціях, досягненнях національної культури, почуття

гордості за свою країну. Туризм сприяє культурному обміну між різними народами, релігіями та культурами.

Економічна функція. Окрім функцій соціального характеру, туризм має велике значення у вирішенні економічних проблем суспільства. Туризм впливає на економіку, є джерелом доходу для місцевого населення, туристських центрів, стимулює розвиток підприємств, сприяє припливу до країни іноземної валюти.

Політична функція туризму проявляється в тому, що він став формою «народної дипломатії». Засобами туризму здійснюється активніше спілкування зі світом. Суспільство стає відкритішим, вільніше інтегрується у світову співдружність.

Близькою до соціокультурної є **освітньо-виховна** функція туризму, яка дозволяє розглядати його як форму розумового та фізичного виховання. Туризм сприяє всебічному розвитку особистості, формуванню почуття патріотизму.

Екологічна функція. У багатьох країнах під масовим напливом відвідувачів поступово руйнуються цінні історичні пам'ятки. Туризм призводить до забруднення довкілля, виділення цінних земель під об'єкти інфраструктури, витоптування рослинності, ґрунтової ерозії, скорочення чисельності флори і фауни.

4. Умови та фактори розвитку туризму

Фактори, що впливають на розвиток туризму, різноманітні й багатогранні. Наявність сприятливих факторів приводить до лідерства окремих регіонів і країн у світовому туризмі, і, навпаки, небажані фактори знижують туристичний потік.

Основні фактори, що впливають на розвиток туризму, можна розподілити на дві групи: *статичні і динамічні*.

Статичні мають незмінне в часі значення. До цієї групи належать природно-кліматичні, географічні, культурно-історичні фактори.

До *динамічних* факторів відносяться: демографічні, соціальні, економічні, культурні, науково-технічний прогрес, міжнародні фактори.

До демографічних факторів, крім загального зростання народонаселення, варто віднести й урбанізацію, тобто збільшення частки міського населення за рахунок скорочення чисельності сільських жителів.

Соціальні фактори. До них відноситься зростання добробуту населення розвинутих країн, що активно беруть участь в туристичному обміні, збільшення тривалості оплачуваних відпусток і скорочення тривалості робочого тижня.

Економічні фактори. Вони полягають у зміні структури споживання товарів і послуг у бік збільшення в споживчому кошику населення частки різних послуг, у тому числі й туристичних.

Культурні фактори. Це насамперед зростання культурного рівня населення багатьох країн і в зв'язку з цим прагнення людей до ознайомлення із закордонними культурними цінностями.

Міжнародні фактори. Це пом'якшення міжнародного клімату, перехід від конфронтації між окремими державами до співробітництва і взаєморозуміння, процеси глобалізації, рішення спірних міжнародних питань шляхом переговорного процесу.

Важливою умовою розвитку індустрії міжнародного туризму є політико-правове середовище, що передбачає наявність певної правової основи, гарантування екологічної стійкості та охорони навколишнього середовища, забезпечення належного рівня безпеки та охорони, розвиток системи охорони здоров'я та гігієни, визнані на державному рівні пріоритети розвитку сфери туризму.

Тема 2. Умови створення та функціонування туристичного підприємства

План

1. Загальна характеристика підприємства, мета його функціонування.
2. Види туристських підприємств та їх особливості.
3. Основні етапи створення туристичного підприємства.
4. Туроператорська та турагентська діяльність.

1. Загальна характеристика підприємства, мета його функціонування

Підприємство – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торгівельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому цим кодексом та іншими законами.

Умови досконалої організації господарювання:

- всебічне знання свого конкретного ринку, споживача, цін на свою продукцію та послуги;
- чітка взаємодія з постачальниками;
- постійна увага та контроль за бюджетом підприємства;
- поточний та періодичний контроль за станом ліквідності.

Туристська діяльність пов'язана з організацією усіх форм виїзду людей з місця постійного мешкання з оздоровчою метою, для задоволення пізнавальних інтересів або з професійно-діловою метою без заняття оплачуваною діяльністю в місцях тимчасового перебування. Особлива роль у здійсненні такої діяльності належить туристичним підприємствам.

Туристичне підприємство – це самостійний господарюючий статутний суб'єкт, який має права юридичної особи, здійснює комерційну й науково-дослідну діяльність в сфері туризму з метою отримання прибутку.

Усю діяльність туристичних підприємств у загальному вигляді можна звести до виконання трьох **функцій**:

- *організаційної* (формування комплексних маршрутів для туристичних груп та туристів-індивідуалів на основі договорів між підприємствами туристичної індустрії);
- *посередницької* (комплектування і продаж послуг і товарів туристичного призначення за дорученням підприємств-постачальників туристичних послуг);
- *торгівельно-банківської* (операції з обміну валют, страхування майна, здоров'я та життя туристів).

Основною **метою** функціонування туристичних підприємств є задоволення потреб споживачів у туристичних послугах. Основним видом їх діяльності є комплектація і реалізація туристичного продукту – комплексу туристичних послуг, що задовольняють потреби туристів під час їх подорожей.

Головними **завданнями** діяльності туристичного підприємства є:

- створення і доведення до споживачів туристичних продуктів, відповідних потребам туристів;
- підтримка пропозиції на рівні попиту;
- збереження конкурентоспроможності туристичного продукту.

За змістом і характером своєї діяльності туристичні підприємства є своєрідними *посередниками* між споживачами (туристами) та виробниками окремих туристських послуг (засобами розміщення туристів, транспортними організаціями, підприємствами ресторанного господарства тощо).

Туристичні підприємства відносяться до *основних виробничих одиниць туризму*. Потреба в них виникає там, де учасник туризму бажає забезпечити себе певними умовами, які він не може повністю придбати самостійно або одержує їх з великими витратами часу і коштів.

Роль туристичних підприємств з погляду розвитку туризму проявляється перш за все в наступному:

- активна дія на засоби розміщення, підприємства ресторанного господарства, транспортні організації та інші складові туристської індустрії для підвищення якості послуг, що надаються, і пристосування їх до окремих видів туризму;
- вплив на потоки відвідувачів в окремих регіонах і туристських центрах, забезпечення більш рівномірного розподілу відвідувань по всіх територіях, придатних для туризму, а також розподіл відвідувань за часом з метою зменшення дії чинника сезонності й оптимального використання туристської інфраструктури;
- пропаганда туризму, залучення до участі в подорожах широких кіл населення.

Значення діяльності туристичних підприємств з погляду туриста полягає в таких перевагах:

- економія часу мандрівників;
- можливості значного скорочення матеріальних витрат туристів завдяки дії більш низьких цін на транспорт і розміщення;
- отримання консультаційних послуг при виборі готелю, ресторану, туристичного центру, що найкращим чином відповідають потребам туриста.

2. Види туристичних підприємств та їх особливості

Класифікацію підприємств туристської індустрії можна здійснити залежно від мети діяльності, форми власності, розміру, ступеня домінування на ринку конкурентної стратегії тощо.

Класифікація видів туристичних підприємств

№	Класифікаційна ознака	Види туристичних підприємств	
1.	В залежності від мети діяльності	- Комерційні - Бюджетні	
2.	За розміром	- Великі - Середні - Малі	
3.	За формою власності	- Приватні - Колективні - Спільні - Іноземні	- Індивідуальні - Сімейні - Загальнодержавні - Комунальні
4.	За регіоном діяльності	- Міжнародні - Міжрегіональні	- Регіональні - Місцеві
5.	В залежності від ступеню домінування на ринку	- Підприємства-лідери на ринку - Підприємства, що займають слабку конкурентну позицію - Підприємства, що мають сильну конкурентну позицію - Аутсайдери ринку	
6.	В залежності від конкурентної стратегії	- Комутанти - Експлеренти - Віоленти - Патієнти	

За розміром туристичні підприємства поділяються на *великі* (які обслуговують за рік більше 100 тис. туристів), *середні* (з кількістю клієнтів 30-100 тис. за рік) та *малі* (які обслуговують не більше 30 тис. клієнтів за рік). За даними Державного комітету України з туризму у туристичній сфері України функціонують лише середні та малі туристичні підприємства.

За регіонами діяльності розрізняють *міжнародні* (які пропонують свої продукти в декількох країнах), *міжрегіональні* (обслуговують декілька регіонів), *регіональні* (пропонують свої послуги в межах певної географічної території) та *місцеві* туристичні підприємства (діяльність яких обмежується радіусом досягаємості місцевої реклами).

У залежності від ступеню домінування на ринку всі туристичні підприємства можна поділити на *аутсайтери ринку* (займають найменшу долю на ринку, оскільки найменш ефективно використовують конкурентні переваги), *підприємства, що займають слабку конкурентну позицію*, *підприємства, що мають сильну конкурентну позицію*, *підприємства-лідери* на ринку (відрізняються найкращим ступенем використання конкурентних переваг і мають найбільшу ринкову долю).

Підприємства можна класифікувати також в залежності від стратегії, якої вони дотримуються. За цією ознакою розрізняють такі підприємства: *комутанти*, *експлеренти*, *віоленти* та *патієнти*.

Комутанти – невеликі підприємства з універсальним профілем діяльності, що прагнуть до задоволення невеликих за обсягами, а іноді і короткочасних потреб певних груп споживачів.

Експлеренти – підприємства з експериментальним профілем діяльності, стратегія яких пов'язана зі створенням нових чи радикальним перетворенням старих сегментів ринку і головна перевага полягає у впровадженні принципових нововведень.

Віоленти – підприємства з масовим профілем виробництва, що, функціонують у сфері стандартного виробництва та реалізації туристичних продуктів (як правило, туроператори). Такі підприємства приваблюють споживачів порівняно дешевими і

доброякісними (середнього рівня якості) продуктами, головна їх конкурентна перевага у високій продуктивності праці.

Патієнти – підприємства, що дотримуються стратегії вузької спеціалізації. Вони надають особливі, незвичайні туристичні послуги, як правило дорогі і високої якості, для вузького кола споживачів і прагнуть до завоювання максимальної частки невеликого ринкового сегменту.

3. Основні етапи створення туристичного підприємства

Закон України «Про підприємства в Україні» регламентує діяльність різних видів підприємств, визначає види та організаційні форми, правила діяльності, створює однакові правові умови незалежно від форми власності й системи господарювання, забезпечує самостійність підприємств, фіксує їхні права та відповідальність, регулює відносини з іншими суб'єктами господарювання і державою.

Процедура створення туристичного підприємства як юридичної особи передбачає багато етапів, при цьому необхідно зауважити, що останнім часом створення і реєстрація має тенденцію до спрощення.

Найважливішими етапами створення туристичного підприємства є:

- вибір організаційно-правової форми;
- протокол намірів учасників (засновників);
- розробка проектів установчих документів;
- проведення установчих зборів;
- підготовка установчих документів для реєстрації;
- правова реєстрація підприємства;
- постановка на облік та реєстрація в податкових, статистичних органах, Пенсійному фонді, Фонді соціального страхування та інших установах.

Наступні організаційні процедури, пов'язані з відкриттям рахунків у банківських установах, виготовлення печатки, штампу, фірмових бланків.

Вибір організаційно-правової форми господарського товариства проводиться учасниками (засновниками) у відповідності із законодавством України.

Найбільш гнучкою формою для малого туристичного бізнесу є товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ). Воно може бути засноване однією або декількома особами, а статутний фонд такого товариства поділений на частини, розмір яких визначається засновницькими документами.

Іншою організаційно-правовою формою туристичного бізнесу є товариство з повною відповідальністю, в якому всі учасники несуть солідарну відповідальність за зобов'язання підприємства всім своїм майном.

Туристичний бізнес на основі значних початкових інвестицій доцільно реалізовувати у формі акціонерного товариства. Головним атрибутом такого товариства служить *акція* – цінний папір без встановленого терміну обігу, який свідчить про пайову участь у статутному фонді товариства, підтверджує членство в ньому і право на участь в управлінні ним. Акціонерні товариства бувають двох видів: відкритого типу, акції якого розповсюджуються через відкриту передплату та купівлю-продаж на фондових біржах, і закритого типу, акції якого можуть поширюватися лише між його засновниками.

Для більш чіткого визначення мети і завдань створюваного підприємства, погодження організаційно-правової форми, розміру статутного капіталу, розподілу доручень між учасниками, вирішення інших організаційних питань *доцільно оформити протокол намірів*. Він не входить в число обов'язкових засновницьких документів і формально особи, які його підписали, не несуть відповідальності за невиконання взятих зобов'язань. Тим не менш, цей протокол є основою установчого договору і єдиним документом, який об'єднує засновників до моменту реєстрації.

Важливим етапом створення туристичного підприємства є розробка проектів установчих документів у відповідності з обраною організаційно-правовою формою. Так, для товариства з обмеженою відповідальністю засновницькими документами є:

- установчий договір, підписаний його засновниками (учасниками);
- статут, прийнятий загальними зборами засновників.

Якщо засновником товариства є одна особа – установчий договір не укладається.

В установчому договорі перераховуються всі засновники, їх реквізити, розмір статутного капіталу, його розподіл по частках, перелік майна, яке вноситься засновниками в статутний фонд, його оцінка та інші дані.

У статуті товариства з обмеженою відповідальністю необхідно записати наступні дані:

- повна назва товариства, юридична адреса;
- засновники (учасники) товариства;
- на який термін створене товариство;
- мета і предмет діяльності товариства;
- правовий статус товариства;
- майно, статутний капітал, розподіл часток;
- перелік майна, яке вноситься засновниками в статутний фонд, та його оцінка;
- порядок розподілу прибутку і покриття збитків, створення фондів;
- права і обов'язки засновників;
- органи управління товариством;
- порядок зміни складу засновників;
- трудові відносини з працівниками товариства;
- облік і звітність;
- ревізійна комісія і аудит;
- припинення діяльності та реорганізація товариства;
- порядок внесення змін до статуту.

Цей перелік не остаточний і може змінюватись залежно від різних факторів.

4. Туроператорська та турагентська діяльність

Організації, які займаються формуванням і реалізацією турів, наданням різноманітних туристичних послуг, називаються туристично-екскурсійними.

На практиці вони можуть називатися по-різному: туристичні фірми, туристичні бюро або агентства, бюро подорожей, екскурсійні бюро тощо. Але щодо виду підприємницької діяльності на туристичному ринку їх можна поділити на туристичних операторів (туроператор) і туристичні агентства (турагент).

Терміни «туроператор» і «турагент» визначають напрямок діяльності туристичного підприємства.

Туроператор – юридична або фізична особа (мається на увазі підприємець), яка здійснює на основі ліцензії діяльність по формуванню, просуванню та реалізації туристичного продукту.

Туроператорами називають:

- туристичні організації (підприємства), які мають власні або орендовані засоби туристичного обслуговування і пропонують своїм клієнтам комплекс послуг;
- оптових посередників між турагентствами і підприємствами туристичної індустрії, до яких належать фірми і організації, зайняті обслуговуванням туристів, але не відносяться напряму до туризму, а є представниками інших галузей економіки. Це транспортні компанії, підприємства громадського харчування, страхові фірми, спортивні, культурні заклади та інші.

Основні завдання туроператора – створення туру, підкріпленого програмою обслуговування. Програма обслуговування – план заходів, спрямованих на задоволення інтересів подорожуючих, які визначають призначення і вид туру.

За видом діяльності туроператори можуть бути:

- туроператорами масового ринку – продають велику кількість турпродукту, сформованого на масовий попит та наперед визначені місця відпочинку;

- спеціалізованими туроператорами – це оператори, які спеціалізуються на окремо визначеному продукті або сегменті ринку (певна країна, певний вид туризму і т.ін.).

За місцем діяльності туроператори бувають:

- внутрішні оператори – формують турпродукт для споживання громадянами своєї країни в межах країни;
- виїзні оператори – формують турпродукт для споживання громадянами своєї країни за кордоном;
- оператори на прийомі – базуються в місці призначення і обслуговують прибулих іноземних туристів.

У більш загальному сенсі туроператорів прийнято поділяти на ініціативних і рецептивних.

Ініціативні – це туроператори, які відправляють туристів за кордон або інші регіони за домовленістю з приймаючими операторами або безпосередньо з туристичними підприємствами.

Рецептивні – це туроператори на прийомі, тобто ті, які комплектують тури і програми обслуговування в місцях прийому і обслуговування туристів, використовуючи прямі угоди з постачальниками послуг.

Туроператор виконує головну роль у туризмі, тому що саме він розробляє туристичні маршрути, наповнює їх послугами, забезпечує функціонування турів і надання послуг, готує рекламно-інформаційні видання по своїх турах, розраховує ціни, передає тури агентам для їх наступної реалізації.

Турагент – це юридична або фізична особа (підприємець), яка здійснює на основі ліцензії діяльність по просуванню і реалізації сформованого туроператором туру (туристичного продукту).

Турагент у разі необхідності до придбаного туру додає вартість проїзду туристів від місця формування групи до першого на маршруті пункту розміщення і від останнього на маршруті пункту розміщення до місця формування групи.

Основне завдання турагента або турагентства:

- повне і широке висвітлення можливостей відпочинку і подорожей по всіх наявних турах, курортах, туристичних центрах;
- просування інформації про власні можливості за допомогою реклами;
- організація продажу туристичного продукту з урахуванням специфіки і особливостей туристичного ринку.

З погляду спеціалізації, турагентства можуть бути *багатoproфільними*, тобто здійснювати комплексне обслуговування різних за запитамі клієнтів, і *спеціалізованими*, які спеціалізуються на певних видах обслуговування (організація ділових, спортивних та інших поїздок).

Туристичне підприємство може бути одночасно і туроператором, і турагентом. Наприклад, бюро розробляє маршрути як туроператор і частково самостійно продає їх безпосередньо споживачу, а більшу частину продає турагенту, одночасно як турагент купує тури в іншого бюро (туроператора) і продає їх своїм туристам.

Турагенти і туроператори можуть мати різні форми власності. Вони можуть бути приватними, державними, акціонерними товариствами, але їх підприємницька діяльність і ринкові функції від цього не змінюються.

Різниця між туроператором і турагентом не тільки у формуванні туристичного продукту та його реалізації, а й у системі доходів. Дуже часто туроператор купує окремі послуги, з яких потім формує комплексний туристичний продукт зі своїм механізмом ціноутворення. Водночас турагент діє як роздрібний продавець і його прибуток формується з комісійних від продажу чужого туристичного продукту; турагент реалізує туристичний продукт (часто й окремі послуги) за реальними цінами туроператора або виробника послуг.

Різниця між туроператором і турагентом також у приналежності туристичного продукту. Туроператор завжди має запас туристичного продукту для продажу, а турагент замовляє

певний продукт або послугу тільки тоді, коли клієнт проявляє зацікавленість у придбанні.

У цілому, як і будь-яка сфера діяльності, операторська та агентська діяльність у туризмі вимагає високої кваліфікації і професіоналізму, глибоких знань технології, маркетингу і ринку.

Основні моменти, на які повинні постійно звертати увагу туроператори і турагенти:

- майбутнє туристичного підприємства залежить від того, наскільки послідовно і рішуче воно буде боротися за своє місце на ринку;
- теперішній час вимагає від працівників туристичної сфери знань, спритності, ефективності дій, тобто професіоналізму. Формувати та продавати тури – це набагато складніше, ніж просто приймати заявки;
- краще спеціалізуватись на виробництві і реалізації високодоходного і якісного туристичного продукту;
- необхідно постійно турбуватись про оновлення свого продукту через удосконалення послуг, диверсифікацію, урахування моди і ринкових тенденцій. Головним завданням як турагента, так і туроператора є зміцнення свого становища на туристичному ринку й отримання стабільного прибутку.

Тема 3. Класифікації в туризмі

План

1. Класифікація туризму за формами і видами.
2. Класифікація туризму за охопленням території.
3. Класифікація туризму за терміном поїздки.
4. Класифікація туризму за сезонністю та інтенсивністю турпотoku.
5. Класифікація туризму за формою організації подорожі та обслуговування.

1. Класифікація туризму за формами і видами

Класифікація туризму має важливе значення для практичної діяльності. Вона дозволяє вирішувати проблеми його територіальної організації, планувати розвиток матеріально-технічної бази, визначати попит і формувати ринок туризму, виробляти та реалізовувати туристичний продукт, відповідним чином організовувати обслуговування туристів/

Класифікація в туризмі – це виділення його окремих форм і видів у залежності від основного показника – критерію.

Практично неможливо виділити форми та види туризму в їх чистому вигляді, тому немає в світі єдиної класифікації. Ті, що існують в спеціальній літературі, мають більші або менші розбіжності, але в цілому узгоджуються між собою.

За формою організації виділяють такі форми туризму:

- груповий;
- індивідуальний;
- індивідуально-груповий (тури купуються клієнтами індивідуально, а обслуговування відбувається в групі);
- сімейний.

Туризм можна класифікувати за такими критеріями:

- метою подорожі;
- спрямованістю туристичних потоків;
- масштабами охоплення території;
- способом пересування та використанням транспортних засобів;

- терміном поїздки;
- сезонністю;
- демографічним і соціальним складом учасників подорожі;
- ступенем організованості;
- принципами організації продажу туру та формою організації туристичного обслуговування.

Перший критерій поділу туризму на види має вирішальне значення, адже саме *мета подорожі є визначальною при формуванні туру*, вибору маршруту та організації відповідного очікуванням гостей туристичного обслуговування.

2. Класифікація туризму за охопленням території

Місцевий туризм (туризм рідною місцевістю) – організація туристичних подорожей у межах рідного краю. Користувачі місцевого туризму мають змогу ознайомитись з місцевою народною культурою (піснями, танцями, кухнею, звичаями та обрядами). Головною характеристикою місцевого туризму є бажання побути якнайдалі від глобалізаційних процесів, позбутися стресів, спричинених бурхливою урбанізацією. Розвиток місцевого туризму не потребує значних капіталовкладень, оскільки передбачає використання наявної інфраструктури населених пунктів та помешкань сільських господарів.

Далекий туризм – організація туристичних подорожей за межами постійного місця проживання на далекі відстані, що потребують тривалої подорожі.

Транзитний туризм (транскордонний туризм) – це зупинки туристів по шляху проходження до туристського місця призначення. Головними супутниками транзитного туризму є якість доріг та придорожного сервісу автомобільних трас, розвинена мережа мотелів, бістро, умови для пізнавального автотуризму вздовж основних транспортних магістралей, а також туристична інфраструктура за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей. Географічне положення певних країн дає можливість використовувати міжнародні транзитні коридори, що зв'язують країни Заходу і Сходу,

Півночі та Півдня – це, зокрема, такі країни: Угорщина, Україна, Білорусь, Грузія, Лаос, Перу. Проїзд по них може бути не тільки швидким і безпечним, а й цікавим, пізнавальним.

Прикордонний туризм (сусідський туризм) – короткострокова міжнародна туристична подорож в прикордонні райони сусідньої країни. Особливостями прикордонного туризму є проведення на прикордонних нейтральних територіях Днів добросусідства, Днів регіону, Днів національного примирення, які сприяють зміцненню напрацьованих зв'язків. До прикордонного туризму відносять і подорожі територіями, де поширений так званий малий прикордонний рух в межах кількох десятків кілометрів чи кількох населених пунктів, що здійснюється на підставі спеціалізованої документації, наприклад, між Україною й Угорщиною, Фолклендські (Мальвінські острови), Гуантанамо (Куба), територія племен Пакистан, Шпіцберген (Норвегія).

Внутрішньоконтинентальний туризм (туризм всередині континенту проживання) – відвідування туристами (резидентами конкретного континенту) однієї чи декількох країн під час подорожі в межах свого континенту. Зокрема, треба відзначити, що жителі таких країн як США, Китай, Росія є абсолютними чемпіонами з внутрішньоконтинентального туризму, оскільки проживають у країнах зі значною кількістю географічних, кліматичних поясів, а також мають змогу в межах свого регіону ознайомитися з етнонаціональною та гастрономічною культурою різних народів.

Міжконтинентальний туризм (туризм за межі континенту проживання) – відвідування туристами однієї чи декількох країн під час подорожі різними континентами. Появі міжконтинентального туризму сприяло декілька факторів: ріст суспільного багатства і доходів населення; скорочення робочого часу і збільшення вільного часу; розширення використання авіатранспорту для туристичних поїздок; розвиток засобів комунікації та інформаційних технологій; послаблення обмежень на вивіз валюти в багатьох країнах і спрощення прикордонних формальностей. Найбільш відвідуваний континент

туристами з інших континентів за даними Всесвітньої туристичної організації – Європа.

Навколосвітній туризм (туризм країнами світу) – форма багатоступінного туризму, де туристами відвідуються декілька країн під час однієї навколосвітньої подорожі.

Міжрегіональний туризм (туризм за окремими регіонами світу) – туристична діяльність, характерна для сукупності країн або територій з однотипними умовами розвитку туризму та подібним рівнем туристичної освоєності. В спеціалізованій туристичній літературі виділяють такі міжрегіони з найбільшою туристичною активністю як Європа, Північна Америка, басейни Карибського та Середземного морів, Південно-Східна Азія, Центральна Америка, Тихоокеанський басейн, країни Магрибу.

Регіональний туризм (туризм усім регіоном) – туристична діяльність, характерна для геотуристичних територій з однотипними умовами розвитку туризму та подібним рівнем туристичної освоєності. В спеціалізованій туристичній літературі виділяють такі регіони з найбільшою туристичною активністю як Альпи, Анди, Карпати, Тибет, Кавказ, Балкани, Адріатика.

Внутрішньорегіональний туризм (туризм окремими регіонами країни проживання) – туристична діяльність, характерна для конкретного регіону чи сукупності регіонів конкретної країни з однотипними умовами розвитку туризму та подібним рівнем туристичної освоєності. Пріоритетне значення для регіонального туризму має розвиток туристського продукту та послуг регіонів з найбільшим потенціалом туристських ресурсів, наприклад гірські зони, приозерні, приморські, прирічкові території, заказники, заповідники. Спеціалізація даних регіонів на виробництві туристського продукту, забезпечення його ефективного формування, просування і реалізації сприяє вирішенню ряду важливих регіональних завдань, таких як: створення робочих місць, підвищення доходів регіонального бюджету, стимулювання розвитку галузевої економіки (сільського господарства, транспорту, зв'язку, торгівлі, виробництва

споживчих товарів, розвиток віддалених економічно відсталих районів і т.д.).

3. Класифікація туризму за терміном поїздки

Короткостроковий туризм – це такий вид туризму, коли тривалість подорожі не перевищує 3-х діб.

Короткостроковий туризм обирають здебільшого особи до 55 років, і особливо ті, хто хоче зекономити час і цікаво відпочити. Це можуть бути виїзди зі всією сім'єю, з компанією друзів або колег чи, до прикладу, романтична поїздка з коханою людиною. Мета такого туризму різна: пляж взимку, відвідання спа- та велнес-комплексів, відвезти дитину в парк розваг, пройтися «бутіками» чи «блошиними ринками», стати свідком яскравої події, фестивалю або просто влаштувати прогулянку містом, насолоджуючись новими видами і повною бездіяльністю.

Вікенд-туризм (туризм вихідного дня) – вид туризму, коли тривалість подорожі не перевищує 3-х діб і припадає на офіційні державні свята чи календарні вихідні дні (субота, неділя).

Тури вихідного дня використовують ті, хто багато і плідно працює, але не бажає відмовлятися від повноцінного відпочинку. Психологи стверджують, що тури на вихідні допомагають скинути на якийсь час вантаж проблем і просто насолодитися радіщами життя. Туризм вихідного дня дає можливість, не жертвуючи роботою, відвідати місцевість, в якій турист мріяв побувати.

Тривалий туризм – це вид туризму, коли термін подорожі становить більше 3-х діб.

Головними споживачами тривалого туризму є особи старше 55 років, оскільки саме для них це прекрасна можливість випробувати різні способи життя, познайомитися з іншими культурами. Найбільш популярними напрямками у літніх людей і мандрівників середнього віку є Австралія, Нова Зеландія, Азія і Африка.

До прикладу, чимало туристів відвідує найтриваліший у світі карнавал, що проходить в Аргентині. Протягом двох місяців сотні тисяч гостей з усього світу приїжджають сюди, щоб побачити

приголомшливе шоу, запальні танці, барвисті костюми, відчутти атмосферу свята і веселощів.

Нічний туризм – це вид туризму, коли турист обирає терміном своєї поїздки ніч та вечір.

Нічний туризм дозволяє оцінити іншу унікальну атмосферу, адже міста скидають з себе денну метушню і перетворюються на освітлені тисячами вогнів будинки, вулиці, храми.

Нічний туризм – це можливість за короткий час дізнатися максимум незабутньої інформації та побувати в найцікавіших місцях під час нічних екскурсій – бари, казино, різноманітні нічні видовища, наприклад, тільки вночі можна побачити вогняні (фаєр-шоу) виступи, танці живота, фрістайлинг барменів та баристів. Цікаво й те, що нічні екскурсії для туристів організовують чимало зоопарків, де в супроводі гіда відвідувачі можуть спостерігати, як засинають слони, як проводять вечірній час бегемоти або гігантські черепахи.

Чимало туристів полюбляють нічні катання в гірськолижних курортах на освітлених зимових лижних трасах, інші в захопленні від нічних купань у басейнах та морі, ще деякі полюбляють нічні відвідування замків та палаців, перехід горами вночі.

4. Класифікація туризму за сезонністю та інтенсивністю турпотoku

Постійний туризм (цілорічний туризм) – це рівномірне відвідування туристичних районів і населених пунктів упродовж року.

Стратегія розвитку постійного туризму, розроблена Гаагською Декларацією про туризм і прийнята Всесвітньою туристичною організацією (ВТО) у 1989 році, встановила чотири принципи, які включають екологічно безпечний і соціально спланований цілісний розвиток, а також введення кількісних економічних і соціальних обмежень на зміни, які спричиняються туризмом. Зокрема, увага зосереджується на розвитку такої діяльності, яка надає прибуток місцевій економіці. Основні напрямки постійного туризму, за визначенням ВТО, включають такі позиції:

- зацікавлені групи знаходять спільну мову щодо бачення, як туризм буде розвиватись в регіоні;
- які види діяльності будуть дозволені або особливо визначені;
- досягнення угоди по туристичних зонах, тобто таких, де туризм дозволено;
- досягнення консенсусу щодо екологічної, соціальної та економічної політики: стандартів, що будуть дотримуватися в цих зонах чи на територіях.

Сезонний туризм – це відвідування туристської місцевості у певний час року. Сезонний туризм поділяють на два підвиди – односезонний і двосезонний.

Прийнято розрізняти чотири сезони туристичної активності:

1. Сезон пік – період, найбільш сприятливий для організації рекреаційної діяльності людей, що характеризується максимальною щільністю туристів і найбільш комфортними умовами для рекреації.
2. Сезон високий – період найбільшої ділової активності на туристичному ринку, час дії найбільш високих тарифів на туристський продукт і послуги.
3. Сезон низький – сезон зниження ділової активності на туристичному ринку, для якого характерні найнижчі ціни на туристський продукт і послуги.
4. Сезон «мертвий» – період, максимально несприятливий для організації рекреаційної діяльності (наприклад, дискомфортні погодні умови).

Головним чином сезонність у туризмі визначається місцевими природно-кліматичними умовами та ресурсами загалом, порою року (шкільні та студентські канікули, масові відпустки) та іншими факторами.

Сезонні коливання і кліматичні умови країни також впливають на туристський попит. Вони мають такі особливості:

- в північній півкулі попит на туристсько-рекреаційні послуги більш інтенсивний в третьому кварталі року, а також під час різдвяних і великодніх канікул;

- сезонність попиту різна і залежить від виду туризму і території його освоєння. Так, лікувально-пізнавальний туризм схильний до сезонності меншою мірою, а курортний і гірськолижний – більшою мірою;
- кожна туристична локація може зовсім по-різному заповнюватися туристами протягом року. У зв'язку з цим попит на туристські послуги в окремому районі, країні, в масштабах всієї планети різний.

Особливо від фактора сезонності страждають курортні готелі. Справа в тому, що в економіці підприємства є такі поняття, як постійні і змінні витрати. Так, платежі за ремонт устаткування відносяться до витрат змінних. А от, наприклад, зарплата штатних працівників – це витрати постійні. Також, незалежно від завантаження готелю, готельєр зобов'язаний підтримувати громадські приміщення в чистоті, платити за обігрів усієї будівлі. З цієї причини багато курортних готелів в низький сезон закриваються. А вже з таких сезонних коливань випливає наступна проблема – це найм і збереження кваліфікованих працівників. У таких умовах і зацікавленість у праці організувати складно, тому що не працює основний метод стимулювання співробітників – кар'єрна драбина.

З проблемою сезонності в туризмі в різних країнах борються по-різному. Західна система поділу відпустки на дві частини – це якраз один з методів, завдяки якому намагаються диверсифікувати (розпорошити) навантаження на готельні площі рівномірно протягом року. Те ж саме відноситься і до дитячих канікул. Так, наприклад, у Великобританії не має тримісячних шкільних канікул, тут на рівні Палати Лордів вирішувалося питання рівномірного розподілу відпочинку за сезонами (а точніше, відпочиваючих).

Міжсезонний туризм – це відвідування туристської місцевості у певний час року, що припадає на період між сезонами туристичної активності.

Міжсезонний туризм обирають здебільшого туристи вікової категорії старше 55 років із Західної Європи. У поїздок до моря в міжсезоння є свої умовні мінуси: прохолодне море, не завжди стійка

погода, напівпорожні готелі і, як наслідок, відсутність у готелях вечірніх розважальних програм. Плюсами міжсезонного туризму є активний відпочинок, для тих, хто звик самотійно знайомитися з новою країною, хто не боїться дорожніх пригод і не потребує постійної опіки гіда і команди професійних аніматорів (персонал готелю, що відповідає за розважальні заходи). Такий варіант відпочинку має свою принадність. У період міжсезоння море має свій шарм: морське повітря свіже і прозоре, пляжі пусті та ідеальні для довгих прогулянок. Базовими плюсами міжсезонного туризму є: низька вартість туру, відсутність спеки, відсутність наповнених рекреантами пляжів та втомлених від туристів гідів, нема накладок з наявністю вільних місць та нескінченним очікуванням офіціанта в переповненому ресторані.

Літній туризм (зелений туризм) – це відвідування туристської місцевості у літню пору року. Літній період – найбільш сприятливий для організації рекреаційної діяльності людей і характеризується максимальною щільністю туристів та найбільш комфортними умовами для рекреації, до того ж, це час дії найбільш високих тарифів на туристський продукт і послуги.

Зимовий туризм значною мірою залежить від кліматичних та погодних умов. Зокрема, глобальне потепління внесло поправки в плани багатьох міжнародних компаній зимового туристичного ринку, змінивши геополітичну карту курортів. Відсутність «гарантованої наявності снігу» на початку зими завдає величезної шкоди зимовому туризму, тому часто туристичні організації вдаються до технологічних новинок, інтенсивно використовують снігові гармати. Зимовий туризму дає можливість скористатися значною кількістю підвидів спортивного туризму – гірські лижі та слалом, сноубординг та сноутюбінг, ковзанярство та кьорлінг, а також насолодитися в зимових туристичних зонах купанням у термальних купелях під відкритим небом.

5. Класифікація туризму за формою організації подорожі та обслуговування

Стаціонарний туризм – різновид туризму, пов’язаний з постійним місцем розміщення туриста на увесь період відпочинку. Інші експерти відносять до стаціонарного туризму групові або індивідуальні поїздки без активного пересування маршрутом із перебуванням в одному або двох місцях призначення (морському узбережжі, турбазі), насамперед з оздоровчими цілями або з метою відпочинку.

Рухомий туризм (кочовий туризм) – це туризм, пов’язаний з подорожуванням (круїзи, тури і т.д.). Рухомий туризм передбачає постійне переміщення, зміну місця перебування.

Клубний туризм (хобі-туризм, party-туризм) – це відпочинок людей, яких поєднують спільні заняття, інтереси й захоплення. Місцем організації такого відпочинку, здебільшого, є туристичні містечка або круїзні судна, на яких вони відправляються, наприклад, на острови, вивчати життя пташок чи риб і слухати лекції спеціалістів, організовують зустрічі філателістів, любителів джазової музики тощо.

Хобі-туризм – різновид клубного туризму з метою зайнятися улюбленою справою в середовищі однодумців під час подорожі (тури для автолюбителів, для спортивних уболівальників, творчо-ремісничі тури, тури для любителів певних напоїв або їстівних продуктів). Для таких людей існують спеціальні тури для автолюбителів, для «фанатів» і спортивних уболівальників на спортивні змагання, чемпіонати та олімпіади, для прочан, для колекціонерів і любителів (наприклад, «Подорож за орхідеями по Азії»), для гурманів («Сирний тур по Швейцарії» або «Пивний тур по Чехії»).

Ринок хобі-туризму дуже широкий, тому що велике і різноманітне коло людських інтересів. Однак ринок цей не постійний, оскільки з плином часу інтереси людей змінюються або з’являються нові, можуть втрачатися старі. Крім того, ринок цей вузький і дуже різниться по регіонах, тобто у різних країнах попит на хобі-туризм представлений неоднаково. Інтереси у жителів різних країн можуть бути різними. Тому хобі-туризм відрізняється і за якістю щодо попиту в різних країнах. У деяких країнах (скажімо, у Німеччині) великою

популярністю користуються спеціальні тури любителів вина («Винний семінар на Рейні»), такі тури проводяться і в Португалії для європейських і американських туристів. Великою популярністю на італійському ринку користуються кулінарні тури. При організації хобі-туризму необхідно забезпечити туристам можливість зайнятися улюбленою справою. Якщо це відвідування Олімпійських ігор або спортивних чемпіонатів, то складається певна програма відвідувань змагань, якщо тур для любителів пива, сиру, вина, віскі, то організуються дегустації, відвідування заводів і фабрик з виробництва цієї продукції, плантацій і виноградників, погребів і складів. Головне правило хобі-туризму – групи туристів на такі тури мають формуватися за принципом однорідності інтересів. Хобі-тури, за звичай, не мають регулярного графіка проведення, а є додатковими та організовуються в міжсезоння для більш повного заповнення матеріальної бази або за окремими замовленнями при виникненні того чи іншого інтересу, попиту.

Клубний туризм – один з найбільш перспективних видів відпочинку, коли в подорож відправляються люди (закриті групи), об'єднані загальним уявленням про те, як вони хочуть відновити свої сили. У пошуках якісного відпочинку їдуть люди, для яких найпривабливіша перспектива – повеселитися на гучній, дружній house-вечірці в безтурботній атмосфері нічного клубу, з pool-party, круїзами по морю на фешенебельній яхті, де працюють діджеї.

Різновидом клубного туризму є *party-туризм* – це виїзд у чужу країну з метою розважитися та долучитися до клубного життя місцевої молоді. Такий різновид клубного туризму передбачає відвідування модних нічних клубів міста або країни. Здебільшого мета такої поїздки – знайомство з клубною публікою, арт-директорами, PR-менеджерами, DJ, PJ та іншою професійною громадськістю для подальшої співпраці та організації спільних заходів. Святиною party-туризму є Ібіца – неперевершений іспанський острів Болеарського архіпелагу! Це місце уявилося ще на початку 70-х років XX століття, після того, як недалеко від містечка Сан-Рафаель, серед приголомшливих пальм і піску, був збудований один з найвидатніших

клубів у світі – Amnesia. Сьогодні найпопулярнішими місцями party-туризму є Великобританія (Fabric, Лондон), США (The Bed, Нью-Йорк), Іспанія (The Space, Ібіца)

Туризм самообслуговування – це різновид туризму, що будується повністю або частково на самообслуговуванні. Тут туристи самі обирають маршрути і спосіб пересування, забезпечують собі харчування, ночівлю і місце відпочинку, намічають місця для екскурсій.

Стратегія туризму самообслуговування є простою: якщо турист скаржиться на відсутність люб'язності з боку персоналу (турагенти, ресторатори), треба скоротити ці контакти. У сучасному туризмі вже розпочалася ера самообслуговування, яка викликала тенденції заміни персоналу машинами. Завдяки новим технологіям з'явилася можливість нагодувати тисячі людей, за кілька хвилин зробити бронювання у готелі або на транспорті. Захоплення технологічними нововведеннями приводить до переконання, що усі контакти між персоналом і клієнтами можна звести до мінімуму і таким чином вирішити проблему ввічливості і гостинності, через самообслуговування.

Туризм готельного типу – це різновид туризму, де турист обирає як засіб розміщення готель. Готель – це основне підприємство індустрії гостинності, метою діяльності якого є прийом, обслуговування, забезпечення відпочинку і харчування відвідувачів.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.
СОЦІАЛЬНІ ТА ПРАВОВІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Тема 4. Механізм державного регулювання туризму

План

1. Державне регулювання туризму в Україні.
2. Закон України «Про туризм» та Програма «Мандруй Україною»: детальна характеристика.
3. Соціальне значення туризму.

1. Державне регулювання туризму в Україні

Важливість розвитку туризму для національної і регіональної економіки визначає його державне регулювання. Законодавча основа державного регулювання туристичної діяльності в Україні складається із Закону України «Про туризм», а також прийнятих відповідно до нього державних законів і нормативно-правових актів України.

Держава, визнаючи туристичну діяльність як одну з пріоритетних галузей національної економіки, здійснює її регулювання відповідно до таких принципів:

- сприяти туристичній діяльності і створювати умови для її розвитку;
- визначати і підтримувати пріоритетні напрями туристичної діяльності;
- формувати уявлення про Україну як про країну, сприятливу для туризму;
- здійснювати підтримку і захист українських туристів, туроператорів, турагентів і їх об'єднань.

Одна з основних цілей державного регулювання туристичної діяльності – забезпечити права громадян на відпочинок, свободу пересування та інші права при здійсненні подорожей.

Необхідність координації підприємницької діяльності, представлення і захист загальних майнових інтересів спонукає туроператорів і турагентів створювати об'єднання, що не суперечать законодавству.

Держава сприяє розвитку туристичної діяльності: допомагає готувати кадри, організовувати наукові дослідження в сфері туристичної індустрії, забезпечує картографічною продукцією тощо. За підтримкою держави українські туристи, туроператори, турагенти та їхні об'єднання беруть участь у міжнародних туристичних програмах.

Відповідно до законодавства, з метою просування туристичного продукту на світовому ринку орган виконавчої влади в сфері туризму створює представництва за межами України. Правовою основою міжнародного співробітництва в сфері туризму слугують міжнародні договори України.

Іншою важливою метою державного регулювання є охорона навколишньої природного середовища. Підприємництво в сфері туризму пов'язане з використанням природних рекреаційних туристичних ресурсів у вигляді лікувально-оздоровчих місцевостей, земель, лісів, водних ресурсів, природних заповідників, національних парків, курортів і т. д. Оскільки природні ресурси, як це встановлено законодавством, знаходяться в державній власності, то в умовах змішаної ринкової економіки їх використання в сфері туризму ґрунтується на орендних відносинах.

Охорона навколишнього природного середовища повинна здійснюватися таким чином, щоб у ході туристичної діяльності створювались умови для виховання культури, утворення й оздоровлення туристів.

Держава ставить за мету, розвиток туристичної індустрії, щоб забезпечити потреби громадян при здійсненні подорожей. Одночасне формування туристичної індустрії повинне бути орієнтоване на створення нових робочих місць, збільшення доходів держави і українських громадян, збереження об'єктів туристичного показу, раціональне використання природної, історичної, культурної спадщини, зміцнення міжнародних контактів.

Взаємини держави і ринку туристичних послуг можна умовно розділити на відносини з приводу:

- стимулювання підприємництва в сфері туризму;

- охорони навколишнього середовища, в тому числі природних рекреаційних туристичних ресурсів;
- охорони життя, здоров'я, захисту прав та інтересів споживачів туристичних послуг.

Для ринку рекреаційних і туристичних послуг характерна наявність великої кількості невеликих і дрібних фірм, які спеціалізуються на безпосередньому постачанні різноманітних послуг туристам і відпочиваючим, суб'єктам, що займаються діяльністю з організації турів.

Туристична політика є системою соціально-економічних, правових, зовнішньополітичних, культурних та інших методів і заходів, що використовуються парламентами, урядами, державними та приватними організаціями, асоціаціями та установами, відповідальними за туристичну діяльність, з метою регулювання та координації туристичної галузі та створення умов для її розвитку.

Державний механізм управління в туристичній сфері розглядається як виражена 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.

2. Закон України «Про туризм» та Програма «Мандруй Україною»: детальна характеристика

У законодавстві України закріплюється низка понять, ключових для сфери туризму. Закон України «Про туризм» визначає засади розвитку туризму в Україні. Цим Законом визначено основні принципи державної політики в туристичній сфері:

- забезпечення доступності для всіх громадян, у першу чергу для інвалідів, ветеранів війни та праці, учасників бойових дій, дітей, жінок репродуктивного віку, хворих на туберкульоз тощо;
- врахування попиту населення при розробці та затвердженні загальнодержавних і місцевих програм розвитку туризму;

- економічного та раціонального використання ресурсів і забезпечення їх належної охорони;
- сприяння перетворенню туристичного комплексу України у високорентабельну та конкурентоспроможну галузь економіки;
- законодавчого та нормативно-правового визначення умов та порядку організації діяльності туристичної галузі.

У 2021 році було розроблено проект Державної цільової програми розвитку галузі туризму «Мандруй Україною» до 2026 року, де зазначається: «Туризм є однією з високодохідних галузей світової економіки, яка динамічно розвивається та виступає в числі найважливіших чинників соціальнокультурного розвитку, що сприяють підвищенню рівня та якості життя людства. Економічна та соціальна значущість туризму в сучасному світі визначається тим, що суб'єкти підприємницької діяльності у сфері туризму через свою діяльність сприяють всебічному розвитку економіки (зокрема, транспорту, торгівлі, будівництва, зв'язку тощо) і зростанню потенційного та реального валового внутрішнього продукту країни, а також є вагомим джерелом валютних надходжень і засобом забезпечення позитивного сальдо платіжного балансу країни».

Результатами реалізації Програми має стати:

- розвиток внутрішнього туризму та популяризація подорожей Україною;
- збільшення кількості в'їзних туристів з основних цільових ринків;
- створення стимулів для розвитку туристичних об'єктів;
- розвиток та використання потенціалу територіальних громад та організація їх навчання задля підвищення якості надання туристичних послуг та обслуговування;
- покращення сприйняття України як туристичної дестинації серед внутрішніх та в'їзних туристів, що сприятиме формуванню культури подорожей, об'єднанню країни, розвитку малого та середнього бізнесу, розвитку туристичної

інфраструктури та збільшенню обсягу надходжень до бюджетів усіх рівнів від провадження туристичної діяльності.

3. Соціальне значення туризму

У низці документів ООН, ЮНВТО та інших міжнародних організацій неодноразово підкреслювалося, що туризм є ефективним фактором розвитку як економіки, так і соціальної сфери країни. Соціальна складова туризму – це багатоаспектне явище, що має подвійну природу. З одного боку, це соціальні ресурси, засоби здійснення туристичної діяльності, з іншого – це соціальні результати, що роблять потужний зворотній вплив на соціально-економічний розвиток суспільства.

Соціальна роль туризму розкривається через широке коло соціально-економічних ефектів, а саме:

- сприяння росту економіки: сферу рекреації та туризму вигідно відрізняють такі чинники: невеликі початкові інвестиції; короткий термін окупності й досить високий рівень рентабельності; постійний та швидкозростаючий попит на послуги. Завдяки цьому темпи зростання туризму значно перевищують середньорічні темпи піднесення світової економіки в цілому і становлять 9–10% на рік;
- зростання зайнятості – згідно з розрахунками експертів ЮНВТО, 1 турист створює 10 робочих місць в індустрії туризму і суміжних галузях, що забезпечують виробництво і споживання товарів і послуг для туристів;
- підвищення рівня життя прямо (через виплату зарплати працівникам цієї сфери) і опосередковано (через пожвавлення суміжних галузей – транспорту, комунального господарства, громадського харчування, виробництва спорядження, супутніх товарів, сувенірів тощо);
- сприяння відновленню здоров'я населення, фізичних і психічних сил працівників, і тим самим – підвищенню продуктивності праці;

- поповнення державного і місцевих бюджетів через сплату податків і зборів суб'єктами підприємницької діяльності;
- сприяння покращенню інфраструктури і благоустрою міст і селищ;
- розвиток людського потенціалу – індивідуального і сукупного (спільнот, регіонів, країн і людства в цілому).

Соціальна роль туризму реалізується через гуманітарно-соціальні функції, основними з яких є:

- *виховна* – формує відчуття патріотизму, колективізму, моральних та етичних цінностей;
- *освітня* – поповнює та закріплює знання з питань краєзнавства, природознавства, географії; знайомство з культурою і традиціями країн і народів світу тощо;
- *оздоровча* – оптимальний режим фізичних навантажень, використання сприятливого впливу природних факторів на стан організму, дотримання правил особистої та громадської гігієни, розвиток адаптивних можливостей, підтримка організму на належному рівні фізичної підготовки;
- *спортивна* – фізичне виховання, підготовки людей, особливо молоді, до трудової та інших суспільно корисних видів діяльності.

Як свідчать дослідження, оздоровлення дає змогу скоротити витрати на тимчасову непрацездатність одного зайнятого на 3–4 дні щорічно, знизити втрати робочого часу від скорочення смертності у працездатному віці на 6–7 днів щорічно, зменшити перебування на лікуванні в стаціонарі на 2–3 дні, підвищити продуктивність праці на 3%.

Туризм є дієвим фактором забезпечення якості життя, що проявляється не тільки у збільшенні доходів і споживання, але й свідомій трансформації структури потреб, їх зміщення в бік соціальних, культурних і духовних потреб людини; цільовій орієнтації не лише на комфортність життя та доступність до зростаючої сукупності благ, але й на гармонійне існування людини в складному та мінливому економічному, соціальному і природному середовищі.

Тема 5. Порядок ліцензування туристської діяльності та сертифікації туристських послуг

План

1. Необхідність ліцензування, визначення та нормативно-правова база.
2. Матеріальна база туризму та вимоги щодо неї при ліцензуванні суб'єктів туристичної діяльності.
3. Порядок надання туристичних послуг, права та обов'язки туристів.
4. Порядок проведення екскурсійної діяльності. Кваліфікаційні вимоги до екскурсоводів. Порядок надання дозволів на туристичний супровід.

1. Необхідність ліцензування, визначення, та нормативно-правова база

Ліцензування є однією з форм державного регулювання туризму. Ліцензування передбачає видачу спеціального дозволу (ліцензії) на здійснення туристичної діяльності. В Україні ліцензування туристичної діяльності проводиться згідно із ст. 17 Закону України «Про туризм».

Аналізуючи положення даної статті, слід зробити висновок, що ліцензування туристичної діяльності виконується для досягнення наступних цілей:

- упорядкування туристичної діяльності, яка проводиться суб'єктом господарювання в Україні з організації іноземного, внутрішнього, закордонного туризму та екскурсійної діяльності;
- захист прав та інтересів держави в галузі туризму;
- захист прав та інтересів споживачів туристичних послуг;
- захист прав та інтересів суб'єктів туристичної діяльності;
- створення однакових можливостей суб'єктам туристичної діяльності на ринку туристичних послуг;
- захист навколишнього середовища;

- підвищення рівня туристичного обслуговування, приведення його у відповідність міжнародним вимогам.

У сфері туризму в Україні виконується ліцензування туроператорської та турагентської діяльності.

Суб'єкт підприємницької діяльності, який отримав ліцензію на туроператорську діяльність, має виключне право на надання послуг з оформлення документів для виїзду за межі України. *Туроператор може виконувати також турагентську діяльність без отримання ліцензії на турагентську діяльність.* Суб'єкт господарювання не має права у своїй назві використовувати слова «туроператор» і «турагент» без отримання ним ліцензії на проведення відповідно туроператорської чи турагентської діяльності.

Не може бути видана ліцензія на туроператорську чи турагентську діяльність суб'єкту підприємницької діяльності із назвою, тотожною назві іншого суб'єкта підприємницької діяльності, якому ліцензія видана раніше та інформація про нього внесена до відповідного реєстру.

Розглянемо визначення основних термінів, що використовуються при ліцензуванні діяльності туристичних підприємств.

Ліцензування – *проведення заходів, пов'язаних з наданням здобувачу ліцензії, переоформленням документів, що підтверджують наявність ліцензії, призупиненням та поновленням дії ліцензій, анулюванням ліценцій та контролем органів, які ліцензують, за дотриманням ліцензіатами відповідних ліцензійних вимог та умов при здійсненні туристичної діяльності.*

Ліцензія – *спеціальний дозвіл на виконання конкретного виду діяльності при обов'язковому дотриманні ліцензійних вимог та умов, що видані органом, який ліцензує, здобувачу ліцензії.*

Здобувач ліцензії – юридична особа або індивідуальний підприємець, який звернувся в орган, що ліцензує, із заявою про надання ліцензії на здійснення конкретного виду діяльності.

Ліцензіат – юридична особа або індивідуальний підприємець, що має ліцензію на проведення конкретного виду діяльності.

В Україні ліцензування туроператорської і турагентської діяльності виконує Державна служба туризму і курортів. До її повноважень відносяться:

- надавати ліцензії;
- переоформлювати документи, що підтверджують наявність ліцензії;
- призупиняти, поновлювати, анулювати дію ліцензій;
- вести реєстр ліцензій;
- контролювати ліцензіатами дотримання відповідних вимог та умов при здійсненні видів діяльності, що ліцензуються.

Рада міністрів Автономної Республіки Крим, обласні, Київська і Севастопольська міські державні адміністрації здійснюють ліцензування турагентської діяльності.

Орган з ліцензування у сфері туризму в своїй діяльності керується такими законами:

- Конституція України;
- Цивільний Кодекс України;
- Господарський кодекс України;
- Кримінальний кодекс України;
- Кодекс України про адміністративні правопорушення;
- Закон України «Про туризм»;
- Закон України «Про державну службу в Україні»;
- Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності»;
- Закон України «Про захист прав споживачів»;
- Закон України «Про звернення громадян»;
- Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців»;
- Закон України «Про правовий статус іноземців та осіб без громадянства»;
- Закон України «Про боротьбу з корупцією»;
- Закон України «Про рекламу»;
- Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності».

Ці Закони визначають види господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, порядок їх ліцензування, встановлює державний контроль у сфері ліцензування, відповідальність суб'єктів господарювання та органів ліцензування за порушення законодавства у сфері ліцензування.

Крім даних Законів порядок ліцензування регламентуються такими нормативними документами:

- Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку органів ліцензування» від 14.11.2000 р. №1698;
- Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку документів, що додаються до заяви про видачу ліцензії для окремих видів господарської діяльності» від 04.07.2001 р. №756;
- Постанова Кабінету Міністрів України «Про введення ліцензії єдиного зразка для певних видів господарської діяльності» від 20.11.2000 р. №1719;
- Постанова Кабінету Міністрів України «Про термін дії ліцензії на здійснення певних видів господарської діяльності, розмірах й порядку зарахування плати за її видачу» від 29.11.2000 р. №1755.

Наведені постанови визначають окремі положення з проведення ліцензування, які є обов'язковими для виконання усіма суб'єктами господарювання, чия діяльність підлягає ліцензування.

Враховуючи специфіку туристичних підприємств, для проведення ліцензування туроператорської і турагентської діяльності розроблено такі нормативні документи:

- Положення про ліцензійну комісію Державної служби туризму і курортів, затверджене наказом Державної служби туризму і курортів від 21.03.2006 р. №12.
- Ліцензійні умови провадження туроператорської та турагентської діяльності, затверджені наказами Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва Міністерства культури і туризму України від 11.09.2007 р. №111/55.

- Порядок контролю за дотриманням ліцензійних умов провадження господарської діяльності з організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійної діяльності, затверджений наказами Державного комітету України з питань регуляторної політики та Державної туристської адміністрації України від 14.11.2002 р. №121/83.

Останні два документи визначають конкретні вимоги до туроператорів і турагентів при ліцензуванні їх діяльності, а також порядок здійснення контролю за дотриманням туристичними підприємствами ліцензійних умов.

2. Матеріальна база туризму та вимоги щодо неї при ліцензуванні суб'єктів туристичної діяльності

Матеріально-технічна база туризму охоплює комплекс туристичних споруд (будівель), їх технічне устаткування (оснащення, інструменти), транспортні засоби та інші основні засоби. Матеріально-технічну базу туристичних підприємств можна розглядати з погляду окремих видів послуг з поділом на:

- об'єкти розміщення та їх обладнання;
- об'єкти гастрономії та їх оснащення;
- об'єкти рекреації та їх облаштування;
- засоби туристичного транспорту та їх укомплектування;
- обладнання з надання послуг туристичного посередництва.

Особливості матеріальної бази діяльності турфірм визначаються ліцензійними умовами провадження господарської діяльності з організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійної діяльності.

Ліцензійні умови є нормативно-правовим актом, положення якого встановлюють кваліфікаційні, організаційні, технологічні та інші вимоги щодо провадження господарської діяльності з організації туризму.

Відповідно до ліцензійних умов, суб'єкт туристичної діяльності – туристичне підприємство повинно мати службове приміщення (офіс), що відповідає таким вимогам:

- мати зовнішню рекламу із зазначенням найменування (логотипу), згідно з установчими документами суб'єкта туристичної діяльності (крім фізичних осіб);
- при вході в приміщення суб'єкта туристичної діяльності має розміщуватись інформація про режим його роботи.

У разі планового закриття службового приміщення (офісу) (ремонт, санітарна обробка, зміна місцезнаходження, зупинення туристичної діяльності тощо) суб'єкт туристичної діяльності не пізніше ніж за 5 днів повідомляє про це споживачів туристичних послуг, з якими укладено угоди про надання туристичних послуг, та вивішує відповідне оголошення при вході до службового приміщення суб'єкта туристичної діяльності.

Суб'єкт туристичної діяльності на видному для туриста місці повинен розмістити такі документи:

- копію ліцензії органу ліцензування;
- копію свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта туристичної діяльності;
- відомості про працівників суб'єкта туристичної діяльності (прізвище, ім'я, по батькові керівника, його заступника, головного бухгалтера, менеджерів);
- книгу відгуків та пропозицій громадян;
- ліцензійні умови;
- перелік номерів телефонів, факсів суб'єкта туристичної діяльності.

3. Порядок надання туристичних послуг, права та обов'язки туристів

Туристичні послуги – *послуги суб'єктів туристичної діяльності з розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги установ культури, спорту, побуту, розваг і та ін., спрямовані на задоволення потреб туристів.*

Підставою для одержання послуг є ваучер. **Ваучер** – форма письмового договору на туристичне або на екскурсійне

обслуговування. У договорі на туристичне обслуговування, укладеному шляхом видачі ваучера, мають міститися такі дані:

- найменування та місцезнаходження суб'єкта туристичної діяльності, номер ліцензії (дозволу) на відповідний вид діяльності, юридична адреса;
- прізвище, ім'я (по батькові) туриста (при груповій поїздці прізвища, імена (по батькові) членів групи);
- строки надання і види туристичних послуг, їх загальна вартість;
- назва, адреса та номер телефону об'єкта розміщення, його тип та категорія, режим харчування;
- розмір фінансового забезпечення відповідальності туроператора (турагента) або межі відповідальності суб'єкта туристичної діяльності за договором турагента;
- інші дані, обумовлені характером угоди, складом групи тощо;
- дата видачі ваучера.

Ваучер є документом суворого обліку. Порядок оформлення ваучера та його використання затверджується центральним органом виконавчої влади в галузі туризму.

Туристи мають право на (ст. 25 Закону України «Про туризм»):

- особисту безпеку, захист життя, здоров'я, на охорону власного майна;
- одержання відповідної медичної допомоги у випадку захворювання;
- відшкодування матеріальних і моральних збитків у випадку невиконання або неналежного виконання умов договору;
- разове одержання комплексу туристичних послуг, передбачених договором і програмою перебування;
- скасування договору без відшкодування збитків суб'єктові рекреаційної діяльності, якщо збільшення загальної вартості туру або послуги перевищує 5 відсотків обумовленої вартості, а також у випадках підвищення цін на туристичні послуги при їхній загальнодержавній зміні;

- повну й об'єктивну інформацію про закони, правила проживання в даній місцевості, звичаях місцевого населення й ін.;
- користування відповідними засобами гігієни, особливо в місцях розміщення, на підприємствах харчування й транспорті, на безперешкодний доступ до служб охорони здоров'я.

Туристи зобов'язані (ст. 25 Закону України «Про туризм»):

- дотримуватись умов і правил, передбачених договором;
- поважати політичний і соціальний устрій, традиції, звичаї, релігійні вірування країни перебування;
- виконувати митні й прикордонні правила;
- дотримуватись правил поведження з об'єктами історії, культури, природи;
- не порушувати громадський порядок, дотримуватись вимог законів, що діють на території країни перебування;
- дотримуватись правил внутрішнього розпорядку в місцях проживання;
- відшкодувати збитки, заподіяні їхніми неправомірними діями.

Суб'єкти туристичної діяльності на території України мають право:

- змінити тривалість і маршрут туру, клас обслуговування, вид транспортного обслуговування, засіб забезпечення безпеки туриста й збереження його майна, збільшити обумовлену вартість тура не більше 5 відсотків лише за згодою туриста й за умови повідомлення його про це не пізніше, ніж за 20 днів до початку туру;
- скасувати договір про туристичне обслуговування без відшкодування збитків туристу у випадку виникнення форс-мажорних обставин, при яких надання послуг неможливо, а також у випадку, якщо не була зібрана мінімальна кількість туристів, необхідна для створення групи (10 осіб), про що туристи повинні бути інформовані не пізніше, ніж за 20 днів до початку туру;

- вимагати відшкодування збитків, заподіяних йому туристом або партнерами.

4. Порядок проведення екскурсійної діяльності

Нормативно-правові вимоги до здійснення екскурсійної діяльності визначені у Ліцензійних умовах провадження господарської діяльності з організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійної діяльності, які затверджені наказом Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва і Державного комітету молодіжної політики, спорту і туризму України №7/62 від 17 січня 2001 р.

Згідно з названими Ліцензійними умовами, екскурсійне обслуговування туристів треба здійснювати за програмами, складеними суб'єктами туристичної діяльності, які здійснюють таке обслуговування як згідно з придбаним туром, так і як додаткове: за бажаннями туристів і за додаткову оплату. Суб'єкти туристичної діяльності, котрі мають власний екскурсійний продукт та самостійно його реалізують, оформляють такі документи:

- технологічну карту екскурсії;
- контрольний текст екскурсії;
- матеріали «портфеля екскурсовода»;
- схеми маршрутів транспортних екскурсій;
- договори з транспортними підприємствами (у випадку здійснення екскурсій на транспорті);
- договори з музеями, заповідниками, культурними закладами тощо;
- прейскурант цін на екскурсійні послуги.

Технологічна карта екскурсії – технологічний документ, складений та затверджений керівником суб'єкта туристичної діяльності, що визначає логічну послідовність перегляду історико-культурних об'єктів на туристичному маршруті.

Контрольний текст екскурсії – це технологічний документ, розроблений та затверджений керівником суб'єкта туристичної

діяльності, що включає науковий, актуалізований зміст інформації, яка надається екскурсантам.

«Портфель екскурсовода» – комплекс інформаційних матеріалів (фотографій, копій документів, географічних карт, схем, репродукцій картин тощо), що використовуються екскурсоводом під час екскурсії.

При проведенні екскурсії екскурсовод повинен мати табличку (бейдж), в якій зазначається назва суб'єкта туристичної діяльності та його телефон, прізвище, ім'я, по батькові.

Екскурсовод проводить екскурсії лише за наявності наряд-путівки. *Наряд-путівка містить такі положення:* найменування суб'єкта туристичної діяльності, номер ліцензії, прізвище екскурсовода (гіда-перекладача), тему екскурсії, маршрут і вид транспорту, тривалість, години початку і закінчення екскурсії, дату проведення екскурсії, місце зібрання групи, кількість та склад екскурсантів, найменування замовника та його телефон, ціну, підпис особи, яка видала наряд-путівку, печатку. Після закінчення екскурсії наряд-путівка повертається суб'єктові туристичної діяльності, який веде облік.

Кваліфікаційні вимоги до екскурсоводів

Екскурсоводами можуть працювати особи, які мають базову вищу освіту, повну вищу освіту; мають посвідчення або диплом про спеціальну екскурсійну підготовку (учбовий заклад, курси підвищення або перепідготовки фахової кваліфікації) та отримали дозвіл у встановленому порядку. Для осіб, які мають учений ступінь та вчене звання, вимога щодо наявності посвідчення або диплома про спеціальну екскурсійну підготовку не є обов'язковою. Для екскурсоводів знання іноземної мови не є обов'язковою умовою. Екскурсоводи, що надають екскурсійні послуги, повинні мати:

- високий освітній рівень в різних галузях знань зі спеціальним акцентом на краєзнавство, історію, географію, мистецтво і архітектуру, економіку, політику, релігію тощо. Постійно вдосконалювати свої знання та професійні навички;
- знання спеціальної термінології відповідно до екскурсійної тематики; гуманітарні навички та навички спілкування,

володіння технологією відбору інформації, вміння встановити сприятливу дружню атмосферу в екскурсійній групі;

- перелік екскурсійних тем та шляхової інформації про визначні місця або місцевості за маршрутом слідування групи до місця призначення, підтверджених контрольними текстами та методичними розробками, технологічними картами, рецензуванням на прослуховування на маршруті тощо (наявність переліку документації відповідно до вимог чинних стандартів, норм та правил у галузі туризму), характеристики з місця екскурсійної роботи;
- відповідність критеріям оцінки розповіді екскурсовода, зокрема ознайомлювальна цінність, чіткість висловлювання, зацікавленість, емоційність, доступність викладення тексту екскурсії, техніка та культура мови.

Порядок надання дозволів на туристичний супровід

Дозвіл на право здійснення туристичного супроводу (далі – Дозвіл) є офіційним документом, який підтверджує кваліфікацію фахівця туристичного супроводу і дає право на:

- надання екскурсійних послуг екскурсоводами та гідами-перекладачами в населених пунктах та об'єктах показу;
- внутрішніми правилами яких це не заборонено у межах даної адміністративної території та надання дорожньої інформації під час слідування туристичних груп до місця призначення;
- надання відповідних послуг із туристичного супроводу іншими фахівцями туристичного супроводу.

Дозвіл повинні отримувати гіди-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу – фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом, за винятком осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування (музеї, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, монастирські комплекси, спеціалізовані виставки тощо).

Перелік посад фахівців туристичного супроводу, яким для здійснення діяльності, пов'язаної з туристичним супроводом, необхідно отримання Дозволу, та кваліфікаційні вимоги до них затверджуються окремим наказом Держтурадміністрації України.

Діяльність з надання послуг туристичного супроводу без Дозволу вважається порушенням чинного законодавства в галузі туризму і тягне за собою відповідальність згідно із Законом України «Про туризм».

Видача Дозволів (у межах адміністративної території) здійснюється відповідними акредитаційними комісіями, створеними Радою міністрів Автономної Республіки Крим, обласними, Київською та Севастопольською міськими держадміністраціями.

Положення про акредитаційну комісію та її склад затверджуються розпорядчими актами Ради міністрів Автономної Республіки Крим, голів місцевих органів виконавчої влади за поданням Міністерства курортів та туризму Автономної Республіки Крим, структурних підрозділів з питань туризму і курортів обласних, Київської та Севастопольської міських держадміністрацій.

До складу акредитаційної комісії (не менше 5 осіб) входять представники структурних підрозділів з питань туризму місцевих органів виконавчої влади та громадських організацій туристичної спрямованості, фахівці туристичного супроводу зі стажем роботи не менше 5 років, представники суб'єктів підприємницької діяльності, що надають екскурсійні послуги та послуги туристичного супроводу.

Акредитаційні комісії в разі потреби та за попередньою домовленістю можуть укласти угоди про видачу Дозволів екскурсоводам та гідам-перекладачам, дія яких поширюватиметься на відповідні адміністративні території, із зазначенням у дозвільних документах.

Тема 6. Формування міжнародної туристської політики

План

1. UNWTO та її роль у міжнародній туристській політиці.
2. Міжнародні туристські організації.
3. Міжнародні документи у сфері туризму.
4. Міжнародні, регіональні та національні показники розвитку туризму.

1. UNWTO та її роль у міжнародній туристській політиці

Всесвітня туристська організація (ВТО, з 2005 р. – ЮНВТО) – міжнародна міжурядова організація в галузі туризму. Створена у 1975 р. в Мадриді. Організація стала спадкоємицею Міжнародного союзу офіційних туристських організацій (МСОТО), заснованого ще в 1947 р. СРСР був однією з держав – засновниць ВТО. Першим Генеральним секретарем ВТО був Робер С. Лонаті (Франція).

Вищим органом ЮНВТО є Генеральна асамблея (ГА), яка скликається на черговій сесії кожних 2 роки. Дійсні і асоційовані члени можуть бути представлені на сесії не більше ніж п'ятьма делегатами, один з яких виконує функції голови делегації. Члени, що приєдналися, призначають на сесію до трьох спостерігачів з складу Комітету тих, що приєдналися членів. Передбачається також скликання надзвичайної сесії ГА за проханням виконавчої ради або більшості дійсних членів організації.

ГА може розглядати будь-яке питання і розробляти рекомендації по ньому. В її функції, зокрема, входять; вибори свого президента та віце-президентів; вибори членів виконавчої влади; призначення генерального секретаря (по рекомендації виконавчої ради); вибори ревізорів; затвердження фінансового регламенту ЮНВТО; визначення загальних напрямків по управлінню організацією; затвердження положень про персонал ЮНВТО; затвердження загальної програми роботи ЮНВТО; затвердження бюджету ЮНВТО і керівництво фінансовою політикою організації в цілому; створення технічних і регіональних органів, необхідних для проведення роботи; розгляд і затвердження звітів про діяльність організації і її органів, а також

прийняття необхідних заходів з реалізації рекомендацій по звітах; затвердження або надання повноважень по затвердженню договорів, що складаються з урядами і міжнародними організаціями, а також з приватними організаціями і особами; підготовка рекомендацій по укладанню міжнародних договорів відносно компетентності організації; прийняття рішень згідно з статутними документами про прийняття в члени організації.

Робоча програма ЮНВТО формується і затверджується на двохрічний період. Одним з її суттєвих елементів при підготовці в останні роки стають розміри бюджетних асигнувань, тобто утворення так званої програми бюджету організації.

Більшість країн мають свої національні туристичні організації. У Франції і Іспанії вони входять в уряд; в інших країнах створюються незалежно від уряду, але підтримуються ним централізованими фінансовими субсидіями, як у Великобританії. В більшій частині вони громадські, створені на основі статуту організації, який і визначає їх структуру. Згідно з рекомендаціями ЮНВТО, національні туристичні організації виконують наступні функції:

- представляють урядові інтереси у міжнародному масштабі;
- укладають двохсторонні і багатосторонні договори з метою збільшення туристських потоків між країнами учасниками;
- організовують спільні маркетингові дослідження туристського ринку;
- знаходять шляхи оптимізації туристських національних ресурсів;
- залучаються до технічного і фінансового співробітництва;
- забезпечують взаємне спрощення митного контролю;
- поліцейське і грошове регулювання;
- підтримка технологічних контрактів (наприклад в готелях і місцях зимового спорту);
- організовують туристські послуги в національному і міжнародному масштабах;
- планування і розвиток туризму;

- регулювання і контроль підприємств, включених в туризм (регулювання і правове забезпечення готельного господарства, класифікація готелів і ресторанів, інспекція і вивчення ліцензій на право діяльності);
- публікація статистики, оглядів, результатів досліджень ринку (вивчення вражень, аналіз поведінки споживачів);
- збут туристських продуктів в інші країни (створення туристських агентств за кордоном для забезпечення інформацією і збутом, публікація брошур, листівок, путівників і спеціальної туристської інформації);
- просування іноземних туристських центрів (компанії в пресі, на радіо, телебаченні);
- діяльність по полегшенню, уніфікації і усуненню митного і прикордонного контролю;
- створення структур по прийому гостей і забезпечення туристською інформацією (спеціальні поліцейські інструкції для допомоги гостям складені в 19 країнах);
- забезпечення професійної підготовки в туризмі (курси, семінари, учбові програми);
- захист і збереження туристських ресурсів і ексклюзивної спадщини країни (монументів, історичних місць), компанії по захисту культури та мистецтва;
- охорона оточуючого середовища (проведення компанії по охороні природи, парків відпочинку, природних ресурсів).

Україна сприяє розширенню і зміцненню міжнародного співробітництва в галузі туризму, а також бере участь в діяльності міжнародних туристичних організацій на правах повного або асоційованого члена або спостерігача. Так, з 20 жовтня 1997 року Україна була прийнята в дійсні члени ВТО, а 25 вересня 1999 року Україна була обрана до складу Виконавчого комітету ВТО. Це є безумовно ознакою довіри до України засвідченої їй 133-ма державами-членами ВТО і визнанням України як країни з великим туристичним потенціалом.

2. Міжнародні туристські організації

Оскільки міжнародний туризм є відображенням соціально-економічних відносин в житті окремих країн і одночасно складовою частиною міжнародних відносин, виникають необхідні передумови організації та управління всім комплексом туристично-екскурсійної діяльності як в рамках держав, так і на міжнародному рівні. Ці передумови реалізуються, зокрема, у створенні туристських організацій.

Туристські організації можна класифікувати за такими ознаками:

- **національно-територіальною**: міжнародні, регіональні та національні організації. Їх діяльність має всесвітній, регіональний та національний характер;
- **суспільно-державною**: урядові, громадські, приватні;
- **за видом діяльності**: регулюючі, постачальники, ринкові агенти, розробники, консультанти, проектні організації, навчальні організації, видавці, професійні асоціації, торгові і споживчі організації;
- **за сферою діяльності**: транспортні (авіаційні, автобусні, залізничні, автомобільні та круїзні), туристські агенти, туроператори, локальні профспілки.

Всесвітня асоціація туристських агентств (BATA, World Association of Travel Agencies WATA, <http://www.wata.net>) є всесвітньою організацією, створеною для підвищення професіоналізму і рентабельності її членів на основі взаємної співпраці і глобального об'єднання. Усі члени Асоціації пропагують високі стандарти ділової етики і якості обслуговування клієнтів.

Мета WATA – створити всесвітню мережу агентств, рівень якості послуг яких ні у кого не викликав би сумнівів. Цей рівень якості повинен характеризувати усіх членів WATA.

Об'єднана федерація асоціацій туристичних агентств (The United Federation of Travel Agents' Associations, UFTAA, <http://www.uftaa.org>). UFTAA була заснована в результаті злиття двох великих світових організацій – FIAV і UOTAA, з метою об'єднати

туристичні агентства і туроператорів різних країн в одну міжнародну федерацію.

До складу UFTAA входять близько 80 учасників – національних або регіональних асоціацій туризму і подорожей, а також афільовані члени – туристичні агентства, готелі, туристичні бюро й інші підприємства туристичної індустрії.

UFTAA представляє інтереси туристичних агентств та індустрії туризму і веде безперервний діалог і консультації з іншими міжнародними організаціями, такими як Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA), Міжнародна асоціація готелів і ресторанів (IH&RA) Міжнародний союз залізниць (IUR), Міжнародний союз автомобільного транспорту (IRU) і Міжнародна торгова палата (ICC). UFTAA є афільованим членом Всесвітньої туристської організації (UNWTO) і її Діловою радою (WTOBC).

Всесвітня Рада з подорожей і туризму (World Travel & Tourism Council WTTC, <http://www.wttc.org>) – міжнародний форум глав і лідерів більше сотні найбільш передових компаній світової індустрії туризму і подорожей.

WTTC була створена в 1990 році. Діяльність Ради можна звести до трьох основних напрямів:

1. Глобальні заходи – WTTC уповноважений його членами забезпечити ефективну участь галузі у світовій економіці і притягнути увагу урядів різних країн до індустрії туризму і подорожей.
2. Регіональна діяльність – WTTC тісно взаємодіє з регіональними урядами, місцевими лідерами і членами WTTC з виявлення і усунення бар'єрів на шляху росту і розвитку туристичної індустрії.
3. Економічні дослідження – WTTC проводить щорічні макроекономічні дослідження, в яких дається оцінка поточного стану і прогнози розвитку економіки в цілому 181 країн. За 19 років існування WTTC інвестиції в такі дослідження перевищили 5 млн. доларів США.

Членами організації можна стати тільки на запрошення. Члени WTTC мають пріоритетне право зареєструвати домен верхнього рівня в зоні .travel. На сайті WTTC багато корисної інформації – новини і події у сфері туризму, виступу і презентації членів WTTC і лідерів туріндустрії, а також доступна для скачування статистична інформація по країнах світу – економічні дослідження і прогнози, документи, річні звіти й інші постійно оновлювані дані за станом галузі туризму і подорожей.

Міжнародна асоціація повітряного транспорту (International Air Transport Association, IATA) – міжнародна неурядова організація. IATA має 115 представництв по всьому світу. Була заснована 28 серпня 1919 р. в Гаазі (Нідерланди), як союз авіа-компаній під назвою International Air Traffic Association. Основною метою новоствореної організації було прописання правил для безпечних, регулярних і рентабельних повітряних перевезень людей і вантажів, а також сприяння спільній роботі всіх підприємств, що беруть участь в міжнародних повітряних перевезеннях. Асоціація, організована після Першої світової війни припинила своє існування через Другу світову війну.

Спадкоємицею стала створена в квітні 1945 року в Гавані (Куба) International Air Transport Association. На той час вона мала 57 членів з 31 країни, в основному з європейських і північно-американських. На 2010 рік членами IATA є 230 авіакомпаній, які здійснюють 93% усіх міжнародних рейсів.

Міжнародна організація цивільної авіації (International Civil Aviation Organization, ICAO) – заснована відповідно до Чиказької конвенції про цивільну авіацію 1944 року, є спеціалізованою установою ООН, що займається організацією і координацією міжнародного співробітництва держав у всіх аспектах діяльності цивільної авіації. Учасниками ІКАО є біля 190 держав, у тому числі на основі правонаступництва й Україна. СРСР вступив в ІКАО 10 листопада 1970 року.

ІКАО досліджує проблеми організації міжнародної цивільної авіації, повітряних трас, створення аеропортів і аеронавігаційних

засобів, розробляє міжнародні стандарти для конструювання й експлуатації повітряних суден, правила з використання устаткування, засобів зв'язку і контролю над польотами; сприяє уніфікації митних, імміграційних та санітарних правил і т.д. У рамках ІКАО розробляються проекти міжнародних конвенцій.

Однією з функцій ІКАО є присвоєння аеропортам світу чотирибуквених індивідуальних кодів-ідентифікаторів, що використовуються для передачі аеронавігаційної та метеорологічної інформації щодо аеропортів, планів польотів (флайт-планів), позначення цивільних аеродромів на радіонавігаційних картах і т. д. У 1992 р. (Резолюція А29-1) ІКАО оголосила 7 грудня Днем цивільної авіації. Надалі це рішення підтримала ООН.

ІКАО також відповідає за видачу цифробуквених кодів типів літаків, які складаються з 2-4 знаків. Ці коди зазвичай використовуються в планах польотів. ІКАО також надає телефонні позивні для літаків по всьому світу. Вони складаються з трибуквенного коду авіакомпанії і позивного, що складається з одного або двох слів.

Міжнародна готельна і ресторанна асоціація (The International Hotel & Restaurant Association, IH&RA <http://www.ih-ra.com>) єдина у світі міжнародна організація, що представляє індустрію гостинності. Членами IH&RA є національні асоціації готельного і ресторанного бізнесу з 100 країн світу, а також міжнародні і національні мережі готелів і ресторанів, представлені більш ніж 50-у світовими брендами. IH&RA також вітає афільованих членів: окремі готелі і ресторани, що незалежні або відносяться до якої-небудь мережі, і інших членів з суміжних галузей, таких, як постачальники підприємств туризму, освітні інститути, консультативні і експертні організації і подібні до них туристичні асоціації.

Європейська комісія з туризму (The European Travel Commission, ETC) – це міжнародна некомерційна організація, що була створена у 1948 році та займається популяризацією туризму в країнах-учасниках, а також просуванням Європи як єдиного цілого на світовому туристичному ринку. ETC сприяє також обміну інформацією про туристичні маршрути, розвитку законів про туризм та інформаційних

технологій в цій галузі. До складу комісії входять країни-члени ЄС і ті країни, в яких туризм є пріоритетним напрямом розвитку і важливої економічної складової. 18 жовтня 2012 року на саміті Європейської туристичної комісії (ЄТК) в Австрії Україна була прийнята в члени цієї організації і стала 34-ою державою, що вступила до альянсу.

Туристська асоціація країн Азії і Тихого океану (Pacific Asia Travel Association – PATA <http://www.pata.org>) – це міжнародна організація куди входять понад 2200 членів із 64 країн, що представляють національні урядові туристські організації, транспортні й готельні асоціації, туристські оптові та роздрібні фірми, а також різні організації, що пов'язані з індустрією туризму.

Конфедерація національних асоціацій готелів, ресторанів, кафе і подібних установ в Європейському Союзі і Європейській економічній зоні (ХОТРЕК <http://www.hotrec.eu>). Завдання «ХОТРЕК», відповідно до її статуту, такі: об'єднувати представницькі галузеві організації індустрії готелів, ресторанів і кафе країн-членів ЄС, сприяти їх тісному співробітництву, забезпечувати їхнє представництво в інститутах Європейського Співтовариства та координувати дії відповідно до укладених угод; забезпечувати виконання принципів та завдань Римської угоди згідно з інтересами готельної та ресторанної індустрії країн-членів ЄС; організовувати регулярні зустрічі членів «ХОТРЕК» з метою підтримки рівня їхньої інформованості з усіх питань професійної зацікавленості; підтримувати постійні контакти з іншими європейськими урядовими й неурядовими організаціями, а також з іншими секторами фахової діяльності, пов'язаними з туризмом; публікувати матеріали, що відповідають побажанням членів «ХОТРЕК».

Членами «ХОТРЕК» є такі організації: Брюссельська асоціація готелів і ресторанів; Британська асоціація готелів, ресторанів і фірм, що обслуговують банкети; Німецький союз готелів і ресторанів; Грецька готельна торговельна палата; Центр, об'єднання власників готелів та ресторанів Данії; Ірландська федерація готелів – ІНР; Асоціація власників готелів сфери туризму Іспанії; Федерація Італійської асоціації подорожей та туризму AIAT, Італійська

Федерація громадського харчування – IPE; Національна Федерація власників готелів, ресторанів і кафе Люксембурга; Федерація «ХОТРЕК» (Нідерланди); Союз асоціацій індустрії готелів і ресторанів Португалії; Французька конфедерація власників готелів, ресторанів, кафе і дискотек, Французький синдикат готельної індустрії, Національна федерація готельної індустрії, Національний синдикат ланцюгів готелів і ресторанів (Франція).

Міжнародне бюро по соціальному туризму (Bureau International du Tourisme Social – BITS) – було створене в 1963 р. і нині налічує більше 100 членів з 25 країн світу. Це міжнародні, національні і незалежні компанії, всесвітні союзи і асоціації, працюючі у сфері туристського, готельного і транспортного обслуговування. Мета БІТС – сприяти організації і просуванню соціального туризму, домагатися того, щоб зробити туризм надбанням більшості населення світу.

3. Міжнародні документи у сфері туризму

Міжнародний туризм регулюється багатьма Конвенціями, міжнародними договорами і угодами. Передусім, була досягнута угода про забезпечення основних прав на відпочинок і вільний час, які є фундаментом розвитку туризму. Загальна Декларація прав людини, прийнята генеральною Асамблеєю ООН в 1948 р., в статті 24 свідчить, що *«кожна людина має право на відпочинок і вільний час, включаючи розумне обмеження робочого часу і оплачувані щорічні відпустки»*.

У 1966 р. Генеральна Асамблея ООН підтвердила і розширила цю тезу. Держави, що підписали Міжнародний пакт про економічні, соціальні і культурні права, зобов'язалися забезпечувати право кожної людини «на відпочинок, вільний час, розумне обмеження робочого часу і періодичні оплачувані відпустки, а також плату за святкові дні». Ці положення надали імпульс розвитку туризму, у тому числі розвитку міжнародного туризму. Інтенсивний розвиток міжнародного туризму викликав необхідність встановлення норм регулювання туристської діяльності.

Важливі рішення про розвиток туризму в міжнародному співтоваристві були прийняті в угодах Хельсінкі, підписаних 1 серпня 1975 року (Завершальний акт Наради по безпеці і співпраці в Європі). У 1985 р. на 6-ій сесії Генеральної Асамблеї ВТО була прийнята **«Хартія Туризму»** і **«Кодекс туриста»**. Розроблені загальні поняття і термінологія туризму, принципи статистики, норми і рекомендації для формування національного законодавства, системи преференцій для туристів, створення системи туристської освіти.

Манільська декларація по світовому туризму (1980 р.). Була прийнята на всесвітній конференції з туризму. Декларація закріпила обов'язок держав сприяти розвитку національного і міжнародного туризму; обов'язок державної влади брати участь в розвитку туризму, визначаючи основні напрями, пов'язані із заохоченням відповідних капіталовкладень; задоволення туристських потреб не повинне завдавати збитку соціальним і економічним інтересам населення туристських районів, довкіллю, природним ресурсам, історичним і культурним місцям; надання максимальних можливостей і пільг у сфері молодіжного туризму, туризму осіб похилого віку і осіб з фізичними недоліками. Якщо до 1980 р. туризм розглядався в основному з точки зору прибутковості, то Манільська декларація проголосила нову сучасну і реалістичну концепцію туризму як способу проведення відпусток, як форму відпочинку, подорожей і переміщень осіб з будь-якими цілями. Саме Манільська декларація встановила, що починаючи з 1980 р. *27 вересня відзначається як всесвітній день туриста.*

Документ Акапулько (1982 р.). Він був прийнятий на Всесвітній нараді по туризму в Мексиці, і підтвердив принципи Манільської декларації. Крім того, він закріпив необхідність забезпечення права громадян на відпочинок, дозвілля, оплачувану відпустку і на створення законодавчих положень для полегшення доступу до проведення відпусток усіма верствами населення; сприяння туризму усіма засобами масової інформації; включення туризму в програму освіти. Особлива увага в Документі приділяється ролі національного туризму в розвитку світового туризму, вживанню фінансових і технічних

заходів, спрямованих на збільшення купівельної спроможності громадян.

Гаагська декларація про туризм (1989 р.). Декларація проголосила десять принципів, що є інструментом міжнародної співпраці у сфері туризму, засобом зближення між народами.

Її основні положення зводяться до наступного:

- туризм – форма проведення вільного часу;
- туризм – ефективний засіб сприяння соціально-економічному росту країни;
- природне, культурне і людське довкілля – основна умова розвитку туризму;
- туризм носить гуманний характер;
- кожна людина має право на вільні подорожі;
- спрощення формальностей подорожей – основа розвитку туризму;
- безпека і захист туристів, повага їх гідності – найважливіші умови розвитку туризму;
- держави повинні вживати заходи по боротьбі з тероризмом, удосконалювати якість туристських послуг, планувати розвиток туристської інфраструктури.

Суб'єкти туристської діяльності повинні враховувати принципи Гаагської декларації і постійно ґрунтуватися на них у своїй роботі.

Декларація Всесвітньої конференції міністрів по туризму (1994 р.). Місцем її прийняття стало японське місто Осака. У Декларації показана роль туризму як найбільшого світового виробника послуг і основного джерела зайнятості за умови подальшого вдосконалення професійної освіти працівників сфери туризму, і проведення досліджень в цій області.

Глобальний етичний кодекс туризму (1999 р.). Був прийнятий на 13-ій сесії Генеральної асамблеї ВТО в Чилі (м. Сантьяго). Цей документ визначає основні принципи розвитку туризму, закріплює зобов'язання і права учасників туристського процесу, дає рекомендації туристським організаціям по реалізації принципів міжнародних актів.

Осакська декларація тисячоліття (2001 р.). Була прийнята під час 14-ої сесії Генеральної асамблеї ВТО. Вона визначила роль і значення міжнародного туризму як однієї з провідних галузей економіки, як чинник збереження культурної спадщини, а також вказала на вирішальне значення інформаційних технологій для успіху туристських підприємств.

Особливому регулюванню підлягають міжнародні повітряні, автомобільні і морські перевезення пасажирів і їх багажу. Повітряні перевезення регулюються **Варшавською Конвенцією**. Автомобільні перевезення пасажирів і їх багажу регулюються **Берлінською Конвенцією**, а перевезення пасажирів морським транспортом **Афінською Конвенцією** відповідно.

4. Міжнародні, регіональні та національні показники розвитку туризму

Статистика туризму є галуззю соціально-економічної статистики й обстежує питання розвитку туризму і туристської індустрії. Предметом статистики туризму є обстеження кількісної сторони стану і розвитку галузі туризму в нерозривному зв'язку з якісною стороною. Головною *метою статистики туризму* є статистичне обстеження явищ, як обмежених ринками відпочинку, так і подорожей, які охоплюють світовий ринок, у взаємозв'язку різних характеристик туризму, як для самостійного аналізу діяльності в цій області, так і для використання в якості джерел даних для розробки пов'язаних з туризмом показників платіжного балансу.

Основними задачами статистики туризму є організація статистичного спостереження за потоками туристів, місцями їхнього розміщення, характеристиками поїздок, оптовою і роздрібною торгівлею, транспортом, будівництвом, зайнятістю, фінансовим посередництвом, доходами і витратами, зв'язаними з туризмом на основі єдиної наукової методології, яка відповідає міжнародним правилам і стандартам.

До основних одиниць туризму відносяться окремі особи, які є суб'єктами туристської діяльності і розглядаються в обстеженнях як

статистичні одиниці. Усі типи мандрівників, які займаються туризмом, визначаються як відвідувачі. У цьому зв'язку термін «відвідувач» являє собою основну концепцію всієї системи статистики туризму. З метою статистики туризму і відповідно до основних типів туризму відвідувачі підрозділяються на міжнародні і внутрішні.

Статистичні дані, що відносяться до туристських витрат, являють собою один з найважливіших показників, який необхідний фахівцям в області планування, комерційної діяльності і досліджень. Вони використовуються для спостереження й оцінки впливу туризму на національну економіку. Визначення витрат тісно пов'язано з визначенням споживання в туризмі. Споживання в туризмі визначається як «вартість товарів і послуг, використаних для безпосереднього задоволення одиниць туризму (відвідувачів)».

Туристські витрати визначаються як «загальна сума споживчих витрат, які здійснюються відвідувачем або від його імені при підготовці й у ході своєї поїздки і перебування в місці призначення». Концепція туристських витрат охоплює широкий діапазон елементів споживання – від придбання споживчих товарів і послуг, що є органічною частиною подорожей і перебування, до придбання невеликих товарів тривалого споживання для особистого користування, сувенірів і подарунків для родичів і знайомих.

Деякі види витрат або придбань виключаються з категорії туристських витрат:

- закупівлі для комерційних цілей (з метою перепродажу), а також закупівлі, здійснені відвідувачами під час ділових поїздок від імені свого роботодавця;
- капіталовкладення або угоди, здійснювані відвідувачами і які мають відношення, наприклад, до землі, житлових будинків, нерухомості, творів мистецтва й інших значних придбань (таких як машини, автофургони, катери, інші будинки), навіть якщо в майбутньому вони можуть використовуватися з метою туризму;

- готівка, яка видається родичам або знайомим під час поїздки на відпочинок, яка не являють собою оплату якого-небудь туристського товару або послуги, а також благодійні внески.

Туристичні витрати, можуть бути розділені на три великі групи, у залежності від того, чи зроблені ці витрати при підготовці до поїздки (з розподілом у залежності від мети), у ході поїздки (з розподілом у залежності від місця) або після поїздки, а саме:

- попередні витрати, необхідні для підготовки і здійснення поїздки;
- витрати, що виникають під час подорожі й у відвідуваних місцях;
- витрати, пов'язані з подорожами, і здійснені в країні виїзду після
- повернення з закордонної поїздки.

У міжнародному туризмі витрати відвідувача являють собою надходження (доходи) для приймаючої сторони і витрати для країни виїзду після повернення з закордонної поїздки.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3.
ОРГАНІЗАЦІЯ РИНКУ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ

**Тема 7. Технологія створення туристичного продукту та
формування його асортименту**

План

1. Вибір географії подорожей туристичним підприємством (фірмою).
2. Принципи туристичного районування. Основні таксономічні одиниці: турцентр, туркомплекс, курорт.
3. Туристичні ресурси та інфраструктура найпопулярніших курортів світу та України.
4. Планування туристичних подорожей. Технологічний процес підготовки, реалізації та проведення туру.

**1. Вибір географії подорожей туристичним підприємством
(фірмою)**

Вибір географії подорожей туристичним підприємством характеризується багатьма чинниками, які постійно змінюються. Насиченість ринку і поява впевненіших у собі споживачів із високими доходами, більшою кількістю вільного часу стають факторами, які змушують виробників послуг у туристичному секторі формувати нові напрямки подорожей.

Серед детермінант, які визначають вибір туристичною фірмою географії подорожей, важливу роль відіграють демографічні тенденції суспільного розвитку. Стрімко зростає кількість людей старших вікових категорій і вважається, що люди похилого віку в майбутньому будуть здоровіші, ніж тепер. Багато з них скористаються можливістю раніше піти на пенсію. Тому кількість досвідчених туристів старшого віку буде зростати швидше, ніж загальний попит на продукти туристичного сектору, незважаючи на те, що поступове зменшення пенсій і підвищення віку виходу на пенсію можуть зменшити темпи реалізації цієї тенденції.

За таких умов туристичний сектор очікує підвищення попиту:

- на якість, зручність і безпеку послуг;
- зручний транспорт;

- більш спокійні види розваг (наприклад гру в гольф);
- продукти для індивідуальних подорожуючих;
- продукти у перед- і післясезонні періоди.

Іще одна демографічна тенденція полягає у зменшенні кількості членів домогосподарств. Унаслідок цього будуть зростати середній дохід і купівельна спроможність одного члена родини, що вплине на загальний попит у сфері туризму, особливо на подорожі у далекі країни і на короткий час перебування.

З огляду на це менеджмент туристичної фірми в напрямі вибору географії подорожей має орієнтуватися на підвищення попиту:

- на розкіш («маленькі задоволення»);
- на спеціалізовані продукти, які купуються імпульсивно;
- па подорожі за місто й на короткі закордонні подорожі, до яких раніше не було інтересу;
- вищу зацікавленість зимовим відпочинком («відпочинком під зимовим сонцем»).

2. Принципи туристичного районування. Основні таксономічні одиниці: турцентр, туркомплекс, курорт

Удосконалення територіальної організації туристичної інфраструктури і рекреаційно-туристичної діяльності в країні безпосередньо пов'язано з вирішенням питань туристичного районування. Ця необхідність зумовлена різноманітністю рекреаційно-туристичного потенціалу, що склався в результаті історичного розвитку, природних ресурсів та під дією об'єктивних і суб'єктивних факторів.

Основні принципи, яких необхідно дотримуватися під час туристичного районування і визначення методів поділу території, наступні:

1. Принцип змістовності туристичного районування. Він означає, що туристичний регіон є не статистичною однорідною територією за якоюсь ознакою, а соціально-інфраструктурною єдністю, цілісністю оздоровлення і життєдіяльності населення.

2. Принцип соціально-економічної доцільності. Його сутність полягає в тому, що в основі туристичного районування лежить створення туристичного продукту відповідно з умовами і ресурсами даної території. Звідси спеціалізація туристичного регіону як головна його суспільно-господарська функція. На основі спеціалізації та специфіки умов здійснюється виділення регіонів.

3. Принцип повноти використання рекреаційно-туристичного потенціалу. Туристичне районування має здійснюватися з урахуванням рекреаційно-туристичного потенціалу та попиту на певну сукупність рекреаційно-туристичних послуг і вимог до їх якості.

4. Принцип проблемності районування. Суть його полягає в тому, що разом з туристичним районуванням мають бути визначені регіональні соціально-економічні проблеми.

5. Принцип диверсифікованого розвитку та комплексності. Туристичне районування має забезпечити умови для комплексної організації та диверсифікованого розвитку рекреаційно-туристичної діяльності в регіонах. Кожен туристичний регіон має являти собою комбіновану рекреаційно-туристичну систему.

6. Принцип врахування міжрегіональних туристичних потоків та територіального поділу праці. Туристичне районування має супроводжуватися регулюванням міжрегіональних туристичних потоків за умови наявності організованого транспорту.

7. Принцип перспективності. Визначальним моментом при виділенні туристичних регіонів має служити програма розвитку туристичного регіону. Складена з урахуванням стратегічних цілей та інноваційно-інвестиційної політики їх реалізації.

8. Принципи врахування єдності регіональних і національних інтересів. Туристичне районування має сприяти соціально-економічному і культурному розвитку населення.

9. Принципи єдності макротуристичного районування і адміністративно-територіального поділу мають служити основою відповідної вимоги такого управління, яке забезпечувало б найбільш ефективну рекреаційно-туристичну діяльність та сприяло підвищенню рівня життя населення. Макротуристичне районування необхідне для

кращої просторової організації сфери туризму, здійснення політики її регіонального розвитку та удосконалення управління рекреаційно-туристичною діяльністю.

Туристичний центр – це місце відпочинку туриста, яке об'єднує всі його рекреаційні можливості: природні, культурно-історичні, екологічні, етнічні, соціально-демографічні, інфраструктури. Це, наприклад, Львів, Моршин, Славське та ін.

Туристичний комплекс має ознаки самостійного об'єкта: спеціалізовану матеріально-технічну базу; специфічні природно-антропогенні ресурси; унікальність продукування послуг і власної технології обслуговування; формування принципово нової схеми міжгалузевого і територіального управління; суспільну значимість, в тому числі економічну, соціальну, екологічну і політичну. Практично туризм є відправною точкою формування міжгалузевого рекреаційно-туристичного комплексу, складовими якого є підприємства, заклади та організації різних сфер економіки.

Туристичний комплекс можна розглядати в двох аспектах: з одного боку, як міжгалузевий комплекс у складі сфери послуг, де виникають і набувають розвитку економічні відносини з виробництва, обміну і споживання рекреаційно-туристичного продукту; з другого – як складову соціальної інфраструктури територій різного рівня, що становить комплексну систему (мережу) підприємств і закладів з виробництва, просування і реалізації рекреаційно-туристичних послуг.

Курорт – це місце з природними лікувальними засобами (мінеральними джерелами, сприятливим кліматом, лікувальними грязями тощо), де є спеціальні установи та споруди для лікування й відпочинку відвідувачів.

Курорти відрізняються від рекреаційних зон тим, що мають в своєму складі окрім природних лікувально-оздоровчих ресурсів систему технічних і медико-організаційних ресурсів і тому можуть надавати допомогу хворим різного профілю. У свою чергу, рекреаційні зони мають лише природні оздоровчі ресурси і розраховані для оздоровлення здорових людей і профілактики у них хронічних захворювань.

Курорти діляться за наявністю на них ресурсів природних лікувальних чинників:

- кліматичні – мають в своєму розпорядженні лікувальне повітря (аеротерапія – високогірна, лісова, степова, пустинна тощо), сонце (геліотерапія) і море/океан (таласотерапія);
- бальнеологічні – мають в своєму розпорядженні лікувальні води для зовнішнього і внутрішнього використання (гідротерапія), лікувальними грязями (пелоїдотерапія) і лікувальною нафтою (озокеритотерапія, нафталонотерапія). Останнім часом використовують поняття SPA-курорти, що є синонімом бальнеологічних курортів;
- із спеціальними чинниками – наприклад, лікування кумисом.

3. Туристичні ресурси та інфраструктура найпопулярніших курортів світу та України

Територія України характеризується винятково сприятливими кліматичними умовами для відпочинку, лікування, різних видів туризму.

Природно-рекреаційні ресурси – це природні умови, що сприяють рекреаційно-туристичній діяльності, організації відпочинку й оздоровлення. Основними серед них є клімат, акваторії, ландшафт, а також деякі природні об'єкти, що мають пізнавальні й атрактивні властивості.

Кліматичні ресурси визначають загальну комфортність території, її придатність для лікування та відпочинку. Серед основних кліматичних особливостей, що визначають її комфортність – температурний режим, кількість сонячних днів на рік, вологість, атмосферний тиск, режим вітрів.

Курорти України – здравниці різних регіонів України, які мають надзвичайні природні умови та розвинену інфраструктуру для оздоровчих програм.

Найбільшою популярністю у туристів і відпочиваючих користуються райони Південного берега, включно з Гірським Кримом, узбережжя Чорного й Азовського морів і Карпати.

Курорти Криму:

- Алушта – кліматичний курорт, сприятливий для лікування захворювань органів дихання не туберкульозного характеру, серцево-судинної та нервової систем;
- Євпаторія – приморський кліматичний і бальнеогрязевий, переважно дитячий, курорт, один з кращих профільних курортів не тільки на Україні, але й у Європі;
- Саки – бальнеогрязевий і кліматичний курорт на північно-західній частині Кримського півострова;
- Ялта – курорт для лікування хворих з неспецифічними захворюваннями дихальної та нервової системи.

Курорти Азовського моря:

- Бердянськ – грязьовий і кліматичний приморський рівнинний курорт степової зони;
- Кирилівка – приморський кліматичний курорт.

Курорти Карпатського регіону:

- Трускавець – один із найбільших бальнеологічних курортів України, що прославився різноманіттям мінеральних вод;
- Моршин – відомий курорт мінеральних вод;
- Солотвино – курорт для лікування різноманітних алергій, зокрема, астматичного характеру;
- Шаян – курорт, де для лікування використовуються вуглекислі мінеральні води;
- Поляна – бальнеологічний курорт;
- Черче – бальнеогрязевий курорт місцевого значення на базі сульфідних вод, торфових вод і грязей.

Курорти інших регіонів України:

- Хмільник – бальнеологічний курорт у Вінницькій області;
- Миргород – бальнеогрязевий курорт в Полтавській області;
- Слов'янськ – бальнеогрязевий курорт в Донецькій області;
- Слов'яногірськ – кліматичний курорт в Донецькій області;
- Березовські мінеральні води – бальнеологічний курорт у Дергачівському районі Харківської області;

- Гопри – бальнеогрязевий курорт у Голопристанському районі Херсонської області;
- Скадовськ – курорт, де морська вода насичена йодом, що сприяє лікуванню опорно-рухового апарату, органів дихання, щитовидної залози, нервової системи тощо.

Найбільш відвідуваними у світі є бальнеологічні курорти, які розміщені чи не в кожній туристично розвиненій країні. Найбільший туристичний центр з використання бальнеологічних ресурсів розташований в Угорщині. В околицях Будапешта в 14 місцях із надр пробиваються 523 життєдайні джерела. Саме тут знаходиться *найбільша в Європі купальня «Сечені»*.

Другий за обсягом використання бальнеологічних ресурсів є Близький Схід. Це відоме у світі *Мертве море*. Концентрація солей і мінералів у ньому складає 33 відсотки. Місцевість навколо Мертвого моря багата на гарячі мінеральні джерела. Найбільше з них розташоване на південному сході від узбережжя, в Хамей Зоар, поряд з оазою Ейн-Геді. Ще один оздоровлювальний чинник Мертвого моря – повітря. Цей басейн є найнижчою місциною світу, відповідно, атмосферний тиск тут найвищий на планеті. Повітря відзначається особливою чистотою і високим вмістом кисню. Мертве море відоме ще й своїми цілющими мінеральними грязями. Насичені корисними органічними речовинами, мінералами та солями, вони мають рідкісні лікувальні властивості.

До відомих у світі бальнеологічних курортів належать курорти в Таїланді (Пхукет, Са-муї), Єгипті (Сіді Абдель Рахман, Агамі), Греції (о. Кіпр), Австрії (Бад-Халль).

Особливою популярністю у туристів, які люблять активний відпочинок, користуються гірськолижні курорти. До найвідоміших з них можна віднести:

1. Вістлер Блеккомб, Канада. На цьому курорті розташований найбільший вертикальний спуск в усій Північній Америці. У затишному селищі Вістлер є усе: від сноубордів і гірськолижного оснащення до маленьких кав'ярень і ресторанів. І американці, і японці сходяться на тому, що Вістлер – найкращий лижний курорт на землі.

2. Кітсбухель, Австрія. Кітсбухель залишається найпопулярнішою рекреацією для гірськолижників не тільки у провінції Тіроль, але й цілій Європі. Це маленьке австрійське селище з 700-річною історією радо відкриває свої ворота лижникам і туристам.

3. Церматт, Швейцарія. Туристи натовпами з'їжджаються у п'ятизіркові готелі швейцарського курорту Церматт. Це дуже тихе і спокійне місце, де не димлять машини, немає ніякої промисловості, а навкруги розкинулись чудові краєвиди. Завдяки вдалому географічному розташуванню тут завжди багато снігу.

4. Вейл, США. Гірськолижний курорт Вейл заслужено отримав звання «Найулюбленіший курорт Америки». Вейл – це найбільша у США територія, відведена спеціально для занять лижним спортом (21,5 тис. м кв.). Тут є навіть галереї мистецтв і музеї. Серед інших розваг можна пограти у хокей чи покататися на собачих упряжках.

5. Озеро Луїза, Національний парк Банфф, Канада. Озеро Луїза розташоване на території канадського Національного парку Банфф. Ця рекреація у самому серці Канади вважається одним із найкращих гірськолижних курортів Північної Америки. Тут неперевершені краєвиди і дика, чиста природа.

6. Шармоні, Франція. Місто приймало перші зимові Олімпійські ігри 1924 року. Шармоні належить до найелітніших лижних трас, що є кандидатами на звання «Найвідоміший лижний курорт світу». Розташоване місто біля підніжжя гори Монблан, найвищої вершини Альп і другої за висотою в Європі. Курорт може похвалитися найдовшими у світі лижними доріжками – 22,05 км та вертикальним спуском заввишки 2807 м.

7. Стоу, США. Один із найновіших і найбільш мальовничих лижних курортів на карті світу. Стоу наділений традиційним для Нової Англії шармом, а ще має найбільший вертикальний спуск у цьому регіоні. Стоу з'єднаний із сусідніми рекреаціями регіону системою підйомників.

8. Мон-Тремблан, Канада. Франко-канадські шанувальники активного відпочинку, потрапляючи на Мон-Тремблан, опиняються в обіймах розкоші. Це рай для лижників. Із 1939 року Тремблан – один з

найвідоміших гірськолижних курортів східної Канади. Подорож до Тремблану займає небагато часу – він розташований всього за годину їзди від Монреаля.

9. Кортіна, Італія. Місто Кортіна приймало зимові Олімпійські ігри 1956 року. Зараз одна з перших столиць лижного спорту й відпочинку перетворилася ще й на найгарніше місце в Італії.

Найвишуканішими пляжними курортами світу є:

1. Монтего Бей, Ямайка. Це центр ямайського туризму, зосереджений в північній частині острова, нерідко іменують «Золотим берегом» або «Ямайською Рів'єрою». Саме тут можна знайти найфешенебельніші готелі, кращі пляжі і насичене нічне життя.

2. Бору-бору, Таїті. Цей невеликий курорт вже давно уподобали для відпочинку численні знаменитості. А оскільки місьць, де вони могли б мешкати, на острові не так вже багато, то зустріти тут ту або іншу зірку не так вже складно. Втім основним заняттям туристів на Бору-бору являється зовсім не полювання на селебрітіс. Основною розвагою є багатий підводний світ лагуни, де можна просто поплавати з трубкою і маскою, милуючись на різноманітність і строкатість всіляких рибок а можна під керівництвом досвідченого інструктора погодувати акул і баракуд або ж проплисти над «дорогою скатів». Для тих, хто віддає перевагу великій частині часу відчувати ґрунт під ногами існує інша розвага – піші і всюдихідні прогулянки по дикій частині острова.

3. Гоа, Індія. Найменший і колись найменш заселений штат Індії вже давно перетворився на туристичну мекку. Східна екзотика тут дуже гармонійно поєднується із західним рівнем сервісу і розвиненою туристичною інфраструктурою. Безтурботне життя на березі бірюзового океану під яскраво-блакитним небом ще в середині минулого століття притягнула спочатку романтичних хіппі, а потім і практичних західних туристів. Хоча творчі особи і авантюристи і зараз знайдуть там дух свободи і пригод.

4. Кей Вест, США. Найпівденніша точка Північної Америки, невеликий острів, від якого до Куби всього 150 км, сполучений з материком 11-кілометровим мостом. Місьць це славиться тим, що сюди

у величезній кількості приїжджають меншини різних мастей, які почувають себе тут дуже вільно. Для них в грудні-січні проводиться щорічний фестиваль Рапіазу Резі, який збирає десятки тисяч туристів і учасників. Втім, люди традиційні також приїжджають. Хоч би для того, щоб помилуватися на найкрасивіший у Флоріді захід.

5. Мальдіви. Це рай для любителів дайвінгу і блаженного лежання на пляжі. У захищених коралами теплих блакитних водах плаває безліч рибок, пісок на пляжах сяє сліпучою білизою а послужливе місцеве населення завжди готове прийти на допомогу туристам. Мальдіви вважаються одним з кращих місць для тихого, споглядального відпочинку. Місцева атмосфера будь-кого налаштовує на філософський умиротворений лад. Метушня матеріального світу відступає і людина занурюється у відчуття спокою і щастя.

6. Гаваї, США. Щороку на гавайському архіпелазі буває не менше двох мільйонів людей. І кожен знаходить тут своє. Хтось милується на фантастичні туманні ліси долини Голки, величні секвойї і евкаліпти, або ж схили вулкану Халеакала. Хтось їде повалитися під пальмами на білосніжних пляжах, а хтось займатися єдиноборствами або східними практиками на березі океану. В різну пору року місцевий океан веде себе тут абсолютно по-різному – то обволікаючи і заколисуючи ласкавими хвилями любителів пляжного відпочинку, то приводячи в жах і захват своїм буйством серферів й інших екстремалів.

7. Ріо-де-Жанейро, Бразилія. «Місто чудес» розкинулося між нескінченними пляжами з дрібним ніжним піском і схилами високих гір, що обрамляють узбережжя. Величезне місто, в якому зосереджені головні пам'ятки країни, здатне вразити не лише ними але і буйством тропічних лісів і красою гір. Та і знайти персональний рай серед двохсот кілометрів пляжів і сотні островів не так вже і складно. А якщо тихий пляжний відпочинок надокучить – завжди можна відправитися в нічний клуб або повчитися танцювати самбу в одній з численних шкіл.

8. Сардинія, Італія. Розкішний і легендарний Середземноморський курорт, де люблять відпочивати не лише селебрітіс, але і відомі політики та бізнесмени. Природа, клімат,

життєва філософія і ритми гармонійно з'єднуються тут, утворюючи абсолютно неповторну атмосферу. Шикарні готелі, прекрасна сардинська кухня і білосніжні пляжі миттєво занурюють в стан млості, з якого абсолютно не хочеться повертатися. Люди ж активні завжди можуть зайнятися водними видами спорту: на острові процвітають дайвінг і серфінг.

9. Сейшели. Нескінченні білі пляжі з найдрібнішим на світі піском, на які набігають кристально чисті хвилі Індійського океану в обрамленні високих пальм, – саме таким багато і уявляють собі рай. Інтриги цьому місцю додають таємничі скарби кораблів, затонулих на рифах.

10. Сідней, Австралія. Місто протилежностей, де прекрасно уживаються будівлі зі скла і бетону та середземноморські вулички, що немов зійшли із старих гравюр. Світлий і радісний Сідней підкорює своєю рослинністю, що цвіте круглий рік, нескінченними пляжами із золотим піском та унікальним тваринним світом. І усе це на тлі незмінної доброзичливості австралійців.

4. Планування туристичних подорожей. Технологічний процес підготовки, реалізації та проведення туру

Транспортні подорожі (розглядаються як самостійний вид туризму) – це подорожі організованих груп туристів при наявності путівок (ваучерів) по розроблених маршрутах з використанням різних транспортних засобів.

При плануванні туристичної подорожі слід враховувати такі фактори, як швидкість доставки до мети поїздки, комфорт подорожі, вартість, можливість перевезення багажу і його вага, можливість зупинки у дорозі, умови харчування, рівень шуму, вібрацій, умови для сну та відпочинку, можливість широкого огляду під час поїздки, наявність несприятливих екологічних факторів і, звичайно, безпека.

За пріоритетами ці вимоги розподіляються у такій послідовності:

- безпека подорожі;
- вартість і наявність різних пільг;

- комфортабельність;
- швидкість доставки;
- інші фактори.

Чим більший набір позитивних факторів, тим вища вартість транспортної подорожі, однак жодний транспортний засіб не задовольняє всього набору вимог.

Технологічний процес підготовки, реалізації та проведення туру можна відобразити так:

1. Укладення угод з постачальниками. Підписання договорів (контрактів) послуг із:
 - транспортною компанією;
 - готелями та іншими закладами розміщення по маршруту;
 - екскурсійними бюро по маршруту;
 - страховою компанією.
2. Укладання договорів з реалізаторами послуг – фірмами-турагентами та фізичними особами.
3. Інформаційно-методичне та рекламне забезпечення туру:
 - підготувати програми туру;
 - підготувати та розповсюдити рекламний матеріал.
4. Прийом замовлення на тур. Підписання договору на туристичне обслуговування з туристом. Робота з клієнтом (туристом).
5. Реалізація путівок.
6. Бронювання туристичного обслуговування:
 - бронювання готельних, туристичних, екскурсійних та інших послуг (відповідно до програми перебування);
 - замовлення залізничних квитків, автотransпортних квитків в АТП, авіаквитків на рейси різних авіакомпаній.
7. Оплата послуг постачальників виробників послуг: закладів розміщення, харчування туристів, транспортних компаній та ін.
8. Забезпечення туристів проїзними документами.
9. Оформлення страхових полісів.
10. Підготовка та призначення кадрів на маршрут:
 - наказ директора про призначення керівник туристичної групи;
 - інструктаж з керівником туристичної групи;

- підписання договорів (контрактів);
- доведення до турагентів необхідної інформації по туру та прийом замовлень на обслуговування;
- оформлення бланка-замовлення на туристичні послуги (тур).

11. Ознайомлення з умовами договору на туристичне обслуговування та умовами і термінами ануляції, штрафними санкціями, обов'язками і правами сторін.

12. Реалізація путівок; контроль за своєчасною оплатою послуг та виплатою комісійних турагентам. Підготувати листи-замовлення, забронювати квитки. Підготувати рахунки та документи банку для оплати послуг. Підготувати бланки та оформити проїзні документи. Підготувати бланки страхових полісів та повідомити страхову компанію.

Тема 8. Загальні принципи організації транспортного обслуговування туристів

План

1. Система транспортного забезпечення в туризмі та класифікація транспортних засобів.
2. Основні вимоги щодо поведінки пасажирів (туристів) при транспортуванні різними видами транспортних засобів.
3. Особливості розробки туристичних маршрутів.

1. Система транспортного забезпечення в туризмі та класифікація транспортних засобів

Транспортні подорожі розглядають як самостійний вид туризму. Це подорожі організованих груп туристів за путівками (ваучерами) за розробленими маршрутами з використанням різноманітних транспортних засобів. Їх класифікують за такими ознаками:

- способом пересування на маршруті;
- видом транспорту, яким користуються;
- побудовою маршруту;
- сезонністю;
- тривалістю подорожі.

Транспорт поділяється на три види:

1. Сухопутний.
2. Водний.
3. Повітряний.

Серед *сухопутних* засобів пересування найбільш популярними серед туристів є автомобільний та залізничний транспорт.

Автомобільний транспорт найширше використовують у туризмі, оскільки він забезпечує доставку туристів «від дверей до дверей».

Залізничний транспорт забезпечує досить високу швидкість перевезення туристів на середню відстань та комфортні умови при поміркованих цінах.

Серед *водних транспортних засобів* розрізняють: підводні (екскурсійні підводні човни) і надводні (теплоходи, круїзні судна, морські поромы, прогулянкові судна, яхти).

Повітряні транспортні засоби містять у собі найрізноманітніші транспортні засоби: від літаків цивільної авіації до таких екзотичних, як повітряні кулі, дельтаплани.

Найбільшою популярністю користуються автобусні, авіаційні, залізничні подорожі (майже 88% від загального обсягу транспортних подорожей). Туристична транспортна подорож реалізується декількома видами транспорту: залізничним + автобусним (легковий автомобіль), авіаційним + автобусним і т. п. Наймобільніший вид транспорту – автобус і легковий автомобіль, використовують як на самостійному маршруті, так і у вигляді трансферного транспорту, що доставляє туристів із летовища (вокзалу) до готелю і навпаки.

У плануванні своєї подорожі турист враховує такі чинники, як швидкість прибуття до кінцевого пункту, комфорт, вартість, можливість перевозити багаж, його вага, можливість зупинятися на маршруті, умови харчування, рівень шуму, вібрації, умови для сну і відпочинку, можливість якнайбільше і якнайповніше оглянути довкілля і, звичайно, безпека.

За пріоритетністю ці вимоги розташовані в такій послідовності:

- безпека подорожі;
- вартість та різноманітні знижки і пільги;
- комфортабельність;
- швидкість доставки;
- інші чинники.

Чим більший набір позитивних чинників, тим вища вартість транспортної подорожі, однак жодний транспортний засіб не задовольнить усього комплексу вимог.

Розвиток туризму суттєво змінює систему транспортного обслуговування. Зростання кількості подорожей і особливо їх концентрація в певний період року потребує вдосконалення інформаційної системи на транспорті, поліпшення обслуговування клієнтів-туристів у період, що передує початку їхньої подорожі. Для задоволення цих вимог на транспорті вводиться нова техніка для служб інформації і резервування місць. Наука організаційних змін у транспортному обслуговуванні туристів пов'язана з потребою

поєднати транспортне пересування з елементами туристичного обслуговування загалом.

Перевезення туристів повітряним транспортом здійснюють як рейсовими, так і чартерними літаками. Туристи користуються послугами як національних, так і закордонних перевізників. Наприклад, у повітряному транспорті вводяться чартерні подорожі, або інклюзив-тури, які пропонують туристам прямі транспортні сполучення і низку додаткових туристичних послуг, що входять до загальної вартості путівки. *Авіаційні подорожі здійснюються на регулярній, сезонній або разовій основі.*

Чартерний рейс – це рейс, який виконується поза регулярним розкладом на умовах чартеру, тобто оренди всього транспортного засобу (корабля, літака, автобуса) або його частини на певний рейс або термін. Встановлюється загальна ціна на весь комплекс послуг, враховуючи повне транспортне забезпечення. Ціна такої подорожі (інклюзив-туру) менша за ціну всіх послуг окремо, у випадку їх роздрібного придбання.

Туристів перевозять на внутрішніх водних артеріях спеціальними річними (в деяких випадках класу «ріка-море») комфортабельними пароплавами місткістю 250, 300 і 400 пасажирів. Каюти поділяються на одномісні, двомісні, три-чотиримісні та сімейні. Пароплави цього класу обладнані усіма атрибутами комфорту і відпочинку: м'якими меблями в каютах, кондиціонерами, холодильниками, міні-баром; до послуг пасажирів солярії, бари, ресторани, магазини, сауни, музичні салони, кінозали. На морських міжнародних лініях працюють переважно багатопалубні висококомфортабельні круїзні судна, місткістю від 96 до 788 пасажирів. До цих атрибутів комфорту слід додати обладнані бізнес-класи для семінарів і симпозіумів, басейни, ліфти, спортивний комплекс, можливість приймати на борт туристів з автомобілями, телефонізація, комплекси побутових послуг.

Особливою формою туристичної подорожі є круїзи. *Круїзом* називається туристична поїздка на водному або залізничному транспорті, де безпосередньо на транспортному засобі забезпечується

перевезення, нічліг, харчування і програма обслуговування поза транспортними засобами під час тривалих стоянок.

Сьогодні все частіше використовують круїзні кораблі для проведення своїх заходів: симпозіумів, конференцій і фестивалів. На світовому ринку круїзного судноплавства з'явився термін «конгресний туризм».

Цікавою і перспективною формою відпочинку та лікування людей є оздоровлювальні круїзи. Вони поєднують морську подорож і лікування. Найскладнішим видом цього типу круїзів є лікувальні рейси. Першовідкривачами «плаваючих клінік» є німці.

У науковій літературі з туризму виокремлюють освітні рейси. Поширеними стають також комбіновані круїзи.

Водні туристичні мандрівки й екскурсії здійснюються також на інших транспортних засобах: річкових «трамваях», підводних човнах, яхтах, вітрильниках, катамаранах, човнах, байдарках, плотах тощо.

У туристичному сполученні залізницею використовують спеціалізовані туристичні поїзди, що працюють як у графіковому, так і спеціальному режимі руху. Вони складаються зазвичай, із 12 пасажирських вагонів, 2–3 вагонів-ресторанів, вагона-клубу.

Реалізація залізничних туристичних подорожей пов'язана з будівництвом пунктів тривалого відстою поїздів та їх забезпечення необхідними засобами. Залізничні подорожі плануються переважно в режимі кільцевого маршруту. Перелічені транспортні засоби не є власністю туристичних компаній і використовуються як фрахт, оренда тощо.

2. Основні вимоги щодо поведінки пасажирів (туристів) при транспортуванні різними видами транспортних засобів

У трамваї, тролейбусі, автобусі. У транспорті вихована людина намагатиметься дотримуватися правил пристойності:

- під час посадки в автобус, трамвай, тролейбус потрібно дотримуватися черги, поступаючись першістю інвалідам, людям похилого віку, жінкам із дітьми. А увійшовши в автобус, тролейбус, трамвай, не зупинятися біля дверей, а

проходити в середину вагона, щоб не заважати іншим при вході та виході. Пакети, сумки можна поставити на сидіння, якщо є вільні місця. Місцем обов'язково поступаються хворим, літнім, батькам із немовлятами, вагітним жінкам. Це стосується всіх чоловіків, жінок і молоді;

- якщо трамвай, тролейбус, автобус переповнений – краще почекати наступного;
- жінка у переповненому транспорті не кидатиме суворих поглядів і не робитиме зауважень на адресу юнаків, щоб їй поступилися місцем. Чемні поступаються й без того;
- не варто наступати людям на ноги, спиратися на людину, що стоїть поруч, підштовхувати її в спину, пильно роздивлятися своїх попутників;
- чоловік не сидітиме, коли перед ним стоять жінки або старші за віком люди. Поступаючись місцем, він керуватиметься почуттям такту: підводячись із місця, він може сказати пару слів, а ще краще, якщо він зробить це мовчки. Сідаючи на місце, вихована людина (жінка або чоловік похилого віку) обов'язково подякує;
- людина похилого віку може відмовитися від запропонованого їй місця, люб'язно пояснивши: «Дякую за увагу, але я виходжу на наступній зупинці»;
- інтелігентна людина будь-якого віку і будь-якої статі не може дозволити собі в міському транспорті їсти, курити, струшувати сніг або краплі дощу з одягу, кидати проїзні квитки і сміття на підлогу, впорядковувати свою зовнішність, кашляти і чхати без носовичка, читати газету в розгорнутому вигляді (її читають складеною), заглядати в книжки або газети сусідів, бруднити одяг інших пасажирів, голосно вести розмови про сімейні та службові справи.

Добре вихований чоловік сяде в транспорті тільки тоді, якщо поблизу не стоїть жодна жінка. Він одразу запропонує місце жінці, котра, увійшовши у вагон, стоїть поруч із ним. Його обов'язок і справа честі – поступитися місцем жінці похилого віку, жінці з важкою

сумкою або знайомій. Стосовно молодих, здорових сторонніх жінок такий жест – вияв добровільної ввічливості та делікатності.

Вихована жінка, якій поступилися місцем, має одразу за це подякувати. Не варто в таких випадках на звільнене місце влаштовувати свою здорову дитину навіть молодшого шкільного віку.

Особа, що супроводжує жінку похилого віку, для якої не знайшлося вільного місця, може чемно і спокійно звернутися із проханням до молодших пасажирів поступитися цій жінці місцем.

Жінка не поступається місцем чоловікові будь-якого віку: жоден чоловік не хоче, щоб його приймали за старого. Молода дівчина може поступитися місцем родичеві похилого віку.

Якщо жінка їде з чоловіком, він першим проходить до виходу, допомагаючи жінці вийти. Подібна галантність навряд чи доречна стосовно керівника (начальника), якщо це жінка.

В авто. За узвичаєними правилами етикету поїздка в авто також передбачає певний набір прав і обов'язків:

- почесним місцем у власному авто вважають переднє – поруч із водієм, хоча воно і менш безпечне. Його зазвичай займає дружина водія, а гості розташовуються на задніх сидіннях;
- у службовій машині, якою керує штатний водій, почесним місцем вважають місце позаду. Керівник (начальник) поведеться чемно, якщо сяде поруч із водієм. Безглуздо, коли начальник влаштовує поруч із водієм свою співробітницю, а сам сідає позаду. Його авторитет не впаде, якщо він розташується поруч із співробітницею або сам сяде поруч із водієм;
- чоловік, сідаючи в машину, відчиняє дверцята і пропускає вперед жінку або старшого за віком чоловіка. Якщо їдуть дві жінки й один чоловік, почесні місця для жінок позаду, а чоловік сідає поруч із водієм;
- краще місце в машині дається жінці або чоловікові похилого віку. Якщо машину веде її власник, то почесний гість сидить поруч. Якщо в машині двоє гостей, один сідає поруч із хазяїном.

У таксі. У таксі культурні люди не роблять водієві зауважень, не повчають його, не вимагають додати швидкості. Якщо пасажир дуже поспішає, він може сказати про це водієві, про решту подбає сам водій. А от зменшити швидкість попросити водія можна.

Якщо навіть ви злякалися внаслідок різкого гальмування і вдарилися об переднє скло, не варто припускатися брутальної критики. Тільки коректна поведінка, цілковита довіра до водія може забезпечити благополучну і щасливу поїздку.

Ввічливість вимагає, щоб пасажир, що сідає в таксі, привітався з водієм, котрий так само чемно зобов'язаний відповісти на вітання, а потім уже пасажир має говорити, куди його відвезти.

Першою сідає в таксі жінка. Чоловік, що її супроводжує, сідає поруч із нею, а не біля водія.

Першим із машини виходить чоловік: він допомагає жінці або чоловікові похилого віку вийти і проводить їх до будинку. Залишатися сидіти в машині вважається нечемним.

На пароплаві. На пароплаві варто представитися сусідові по каюті. Не годиться займати всю шафу – вона, як правило, розрахована на кілька людей. Умившись, не забудьте привести до ладу раковину: після вас нею користуватиметься ваш супутник. За перших ознак морської хвороби потрібно вийти з каюти в туалетну кімнату.

У потязі. Кожна вихована людина, збираючись їхати в потязі, відновлює в пам'яті основні правила етикету:

- поблажливість, толерантність, пильність до попутників;
- при вході у вагон чоловік допомагає жінці, молодший – старшому. Ті, хто проводить, і пасажирів, котрі уже знайшли свої місця, під час стоянки поїзда не мають стовбичити в коридорі, аби не заважати іншим. Увійшовши в купе, добре виховані люди вітаються. Чоловіки знімають головні убори, верхній одяг, пакети кладуть так, щоб вони не заважали попутникам;
- вихований чоловік поступається нижньою полицею жінці, як і молодий – людині похилого віку. І дівчина не відмовляється поступитися місцем старому, якому важко забиратися нагору;

- вдень у спальному вагоні нижньою полицею користується і той, чиє місце на верхній полиці. Добре вихована молода людина, що зайняла місце на нижній полиці біля вікна, поступається місцем старому або хворому, а сама пересідає на менш зручне місце;
- культурний попутник не дозволить собі курити, чистити нігті, довго переодягатися і зачісуватися, не стане втягувати в розмову своїх сусідів по купе. Для захисту від балакучого супутника є вельми надійний засіб: зробіть вигляд, що ви дуже зайняті, занутившись у читання газети або книги;
- не слід забувати, що в купе пасажери лягають спати доволі рано: першими роздягаються й лягають у постіль пасажери з верхніх місць. У цей час сусіди по купе виходять у коридор вагона.

Варто пам'ятати і про ситуацію, пов'язану з харчуванням у вагоні. Делікатність не дозволить брати у вагон їжу з гострим запахом. Найзручніше брати в поїздку бутерброди, загорнені в чистий папір. Із попутниками можна не ділитися своєю дорожньою провізією, проте можна запропонувати їм фрукти, солодощі.

У вагоні-ресторані буває приємно посидіти за чашкою кави після обіду або вечері, але виховані пасажери пам'ятають і про тих, хто очікує своєї черги.

До дітей пасажери виявляють максимум толерантності й поблажливості, проте культурні батьки не можуть припустити, щоб їхні діти заважали пасажирам. У дорозі інтелігентні люди знайомляться один з одним, але тактовна людина в бесіді ненав'язлива, не торкається особистих тем, не обговорює життя близьких або спільних знайомих по службі.

4. Особливості розробки туристичних маршрутів

Розробка туру включає такі етапи:

Етап I. Вибір пунктів маршруту. Критерієм відбору є атрактивність об'єктів показу для задоволення мети подорожі, можливість забезпечити різноманітність програми перебування в

даному населеному пункті, його транспортна доступність та забезпеченість послугами гостинності.

Етап II. *Ієрархізація пунктів маршруту* проводиться за вказаними вище критеріями, при цьому основна увага повинна бути звернута на клас гостинності та транспортну доступність обраних пунктів маршруту. Метою даного етапу є поділ пунктів маршруту відповідно до мети подорожі з виділенням пунктів дислокації з тривалим програмним забезпеченням та екскурсійними пунктами.

Етап III. *Вибір початкового та кінцевого пунктів маршруту* здійснюється за показником транспортної доступності, тобто зв'язності з місцем постійного проживання потенційних туристів (зоною дії туроператора), взаємозамінності видів транспорту, типу транспортних засобів.

Етап IV. *Розробка схеми маршруту.* Схема маршруту залежить від обраної форми. Маршрут – це напрямок переміщення туриста. За схемою маршрути можуть бути лінійні, кільцеві, радіальні та комбіновані. Вибір пунктів по маршруту узгоджується з програмою відповідно до виду туризму, терміну та класу обслуговування.

Тема 9. Технологія організації та умови здійснення туристичних подорожей

План

1. Фактори, що впливають на формування та комплектацію програм перебування туристів.
2. Особливості створення програм перебування туристів в залежності від видів туризму, інфраструктури курорту та місцевості основного перебування.
3. Види та характеристика програмних заходів в туризмі.
4. Планування туристичної подорожі.

1. Фактори, що впливають на формування та комплектацію програм перебування туристів

Люди відправляються в дорогу за новими незабутніми враженнями, позитивними емоціями і гострими відчуттями. Для задоволення цих та інших потреб працюють розважальні заклади, проводяться різнопланові заходи, спеціально створюються засоби розваг та послуг туристичної програми. Видами послуг, які входять майже в кожную туристичну програму обслуговування, є: проживання, харчування, екскурсійне обслуговування, транспортні послуги, розважальні та спортивні заходи, побутові послуги та інші. З погляду програмного обслуговування, туристичні програми – це завжди тематична спрямованість.

Залежно від тематики туру формується певний *набір послуг, який залежить від мети подорожі і рівня замовленої комфортності*. При цьому *програма складається з основних послуг, які відповідають меті подорожі*, а також послуг доповнюючих та супутніх.

Важливе місце при розробці програм обслуговування відводиться *мотивам і побажанням клієнтів*. Мотиви туристів при виборі подорожі можуть бути найрізноманітнішими і залежать від багатьох факторів. Серед них і *вік, і рівень доходів, і національні особливості, і навіть мода*. Але є найбільш типові мотиви, характерні для більшості

споживачів. Саме на них ґрунтуються стандартні програми обслуговування.

Поширені мотиви, які впливають на фактори формування турів:

Турбота про збереження здоров'я – в цій групі програм передбачені тури з лікуванням, масажем та іншими процедурами для сімей, інвалідів, для тих, хто не палить тощо.

Навчання. Тут можна виділити програми, які передбачають вивчення іноземних мов, мовну практику, навчання різним видам спорту, професійні програми та тури за інтересами.

Заняття спортом. Це тури, програмами яких передбачена можливість займатися такими видами спорту, якими більшість людей не має можливості займатися протягом року. Це гірські лижі, теніс, гольф, планерний спорт, кінний, парусний спорт, сплав на байдарках і катамаранах та багато інших видів спорту.

Розв'язання ділових проблем. Такі програми передбачають участь у конгресах, симпозіумах, нарадах, семінарах, інших ділових зустрічах. Розваги і необхідність у спілкуванні з іншими людьми. Це, в основному, подорожі з розважально-пізнавальною програмою.

Можливість для самовираження і самоутвердження. Ця група об'єднує в собі пригодницькі тури: підкорення гірських вершин, різні експедиції, полювання під водою, висококатегорійні туристичні походи тощо.

Підвищення культурного рівня. Ці завдання вирішуються в пізнавальних турах по відомих містах, історичних і культурних центрах, в театральних, літературних турах та ін.

Кожний вид туру залежно від програми має особливу специфіку організації обслуговування туристів, розподілу часу і надання послуг, технології обслуговування туристів. При цьому програма обслуговування складається, виходячи з основної мети подорожі. При всій різноманітності варіантів програм витримується принцип **«Мета подорожі – тип туру»**. Якщо не виконується цей головний принцип організації туру, то програма, навіть складена з високоякісних послуг вищої категорії, приречена на провал, тому що *турист вважає якісним обслуговування тільки тоді, коли мета його подорожі досягнута.*

Будь-яка програма обслуговування має бути зорієнтована на конкретного споживача і відповідати його цільовим мотивам. На ринку України представлено велику кількість різних програм подорожей і при зростанні їх диференціації все ж існують найбільш поширені цільові програми обслуговування, такі, наприклад, як лікувально-оздоровчі, пізнавальні, ділові, спортивні та ін.

2. Особливості створення програм перебування туристів в залежності від видів туризму, інфраструктури курорту та місцевості основного перебування

Правило 1. При виборі закладу розміщення туристів слід враховувати тип підприємства, його категорійність та розрядність номерів.

Правило 2. При виборі типу харчування слід враховувати тип підприємства харчування, його розміщення та клас обслуговування, вид меню, кількість разів прийому їжі, національні особливості кухонь народів світу.

Правило 3. Складання програми починається з розподілу за днями туру кількості ночівель та кількості разів прийому їжі, які в комплексі мають складати певну кількість туроднів.

Правило 4. При складанні програми перебування слід враховувати час, відведений на супутні та технологічні елементи.

Правило 5. При включенні екскурсій до програм турів слід зважити, що першою з них, зазвичай, є оглядова екскурсія по місту.

Правило 6. Не рекомендується включати більш ніж дві екскурсії тривалістю 2–3 години, або однієї заміської екскурсії тривалістю 6–12 год на один екскурс день.

Правило 7. При створенні програми перебування враховуються можливості міста (курорту, країни). До програми вносяться найбільш значимі заходи та найвідоміші об'єкти. При плануванні екскурсійної програми слід уникати однотипності об'єктів показу.

Правило 8. Програми створюються з урахуванням сезонності подорожі (влітку – річкові прогулянки, відвідання парків, заповідників

чи садів, відкритих басейнів, пікніки на свіжому повітрі тощо; узимку – закриті об'єкти.

Правило 9. Програмне обслуговування найкраще починати із загальних інформаційних заходів.

Правило 10. Підбір програмних заходів обумовлюється метою подорожі та залежить від складу її учасників.

Правило 11. У разі створення програм для туристів у місцях їх довготривалого перебування – курортні готелі, молодіжні бази і табори, круїзні судна тощо – необхідно запропонувати туристу варіанти раціонального заповнення вільного часу за рахунок різноманітних розважальних (анімаційних) заходів.

3. Види та характеристика програмних заходів в туризмі

Програмне обслуговування – це надання певного нормативно вивіреного набору послуг, який гарантує змістовну рекреаційну діяльність людини згідно з метою подорожі та її потребами.

У зв'язку з високим рівнем конкуренції на туристичному ринку більшість туристських фірм стало пропонувати своїм клієнтам комплексне обслуговування за програмою, що дозволило різко збільшити ринок, розширивши систему попиту й пропозиції. Програмне обслуговування в першу чергу використовує мотиви й прагнення клієнтів для задоволення їх потреб.

У світовій туристичній практиці використовуються наступні плани туробслуговування:

- FB (Full Board) – повний пансіон – розміщення, сніданок, обід, вечеря;
- HB (Half Board) – напівпансіон – розміщення, сніданок і вечеря;
- BB (Bed and Breakfast) – розміщення і сніданок;
- АО – тільки розміщення;
- All inclusive + Ultra All – все включено.

Серед типів підприємств розміщення домінують готелі різного призначення: ділові – для бізнесменів і ділових людей; рекреаційні –

для відпочинку в курортних місцевостях; для екскурсійного туризму, транзитні тощо.

Програма обслуговування туристів – перелік історико-культурних об’єктів, визначних місць, а також перелік туристичних послуг, що надаються туристам у визначеній послідовності, часі, місці та умовах обслуговування.

Програма перебування – набір запланованих послуг, розподілений по днях та годинах їх надання.

Програми можуть бути створені на тривалий термін і включати такі види заходів:

- індивідуальні заходи – це заходи, в яких турист може взяти участь згідно свого бажання індивідуально (ігри, відвідування бібліотек, концертів);
- групові – це заходи, які відбуваються в тому разі, якщо буде зібрано необхідну кількість учасників (екскурсії, поїздки, подорожі);
- масові – заходи, які вимагають масової участі туристів (турніри, конкурси, свята).

Види програмних заходів:

1. *Екскурсійно-інформаційні*: екскурсії (різні за тематикою, засобом пересування та місцем проведення).

2. *Культурно-видовищні*: відвідування концертів, театрів, фестивалів мистецтв, фольклорних програм.

3. *Розважальні заходи*: різноманітні конкурси, анімаційні програми, атракціони, ігри, вікторини.

4. *Соціальні заходи*: вечори та зустрічі дружби, форуми та мітинги, відвідання спецоб’єктів-промислових підприємств, дитячих і навчальних закладів.

5. *Спортивно-оздоровчі*: заняття різними видами спорту та навчання його; масаж та голкотерапія; відвідання сауни, бані чи басейну, фітнес центру; організація спортивних змагань; походи, дайвінг.

4. Планування туристичної подорожі

Туристичний продукт – це комплекс товарів і послуг, що надаються туристу туристичною організацією. Інакше кажучи, туристичний продукт – це право на тур, призначене для реалізації громадянам.

Розробка туристичного продукту – складний, багатоступеневий процес, що вимагає комплексного, системного аналізу і здійснюється при виконанні низки умов: проведення маркетингового дослідження ринку для визначення потенційного споживчого попиту на різні види туристичного продукту.

Планування турів – початкова функція туристичної фірми, яка повинна забезпечити створення привабливого і конкурентоспроможного туристичного продукту для його подальшої реалізації на ринку. Для цього необхідно визначити основні параметри очікуваного ринкового попиту, а саме:

- територіальні межі ринку (місто, район, область, регіон);
- соціальний склад клієнтури (молодь, люди із середніми або високими доходами, пенсіонери, домогосподарки тощо);
- види туризму та цілі подорожей;
- можливі кількості і сезони поїздок тощо.

На основі ретельного вивчення і прогнозування можливого ринкового попиту фірма повинна визначити зміст свого туристичного продукту, куди входять:

- країна подорожі й вид туризму;
- сезон і тривалість поїздок;
- маршрут;
- загальна кількість групових або індивідуальних турів;
- пакет і якість послуг.

У роботі туристичних фірм з реалізації туристичного продукту можна виділити такі основні етапи:

- пропозиція туристу або групі туристів відповідного набору туристично-екскурсійних послуг;
- отримання від клієнтів грошових коштів за тур (путівку);

- перерахування грошових коштів відповідним організаціям за розміщення, проживання, харчування та екскурсійне обслуговування окремо або в цілому за так званий «пакет послуг».

Тема 10. Безпека туристичних подорожей

План

1. Страхування в туризмі. Види страхування в туризмі.
2. «Фактори ризику» в туризмі та основні заходи щодо нівелювання їх наслідків.
3. Про безпеку туристичних подорожей у міжнародному та українському праві.
4. Правила поведінки туристів в разі надзвичайних ситуацій (тероризм, бандитизм, інші кримінальні дії).

1. Страхування в туризмі. Види страхування в туризмі

Страхування – це вид цивільно-правових відносин щодо захисту майнових інтересів громадян та юридичних осіб у разі настання певних подій (страхових випадків), визначених договором страхування або чинним законодавством, за рахунок грошових фондів, що формуються шляхом сплати громадянами та юридичними особами страхових платежів (страхових внесків, страхових премій).

Страхування в туризмі – це система відносин між страховою компанією і туристом по захисту його життя і здоров'я та майнових інтересів при настанні страхових випадків.

Страхування здійснюється також господарюючими суб'єктами, які страхують своє майно, транспортні засоби, фінансові ризики. Ці види страхування в туризмі проводяться в тому ж порядку, що й страхування в інших галузях економіки.

Страховиками визнаються юридичні особи, створені у формі акціонерних, повних, командитних товариств або товариств з додатковою відповідальністю згідно із Законом України «Про господарські товариства» з урахуванням особливостей, передбачених цим Законом, а також, хто одержали у встановленому порядку ліцензію на здійснення страхової діяльності. Страхова діяльність в Україні здійснюється тільки страховиками-резидентами України.

Страхувальники – це юридичні особи та дієздатні громадяни, які уклали зі страховиками договори страхування або є страхувальниками відповідно до законодавства України.

Сутність страхування, як і будь-якої іншої економічної категорії, визначається її функціями. *Страхування виконує чотири функції: ризикову, попереджувальну, ощадну, контрольну.*

Зміст ризикової функції страхування полягає у відшкодуванні ризику. В межах дії цієї функції відбувається перерозподіл грошової форми вартості між учасниками страхування у зв'язку з наслідками випадкових страхових подій. Ризикова функція страхування є головною, бо страховий ризик, як ймовірність шкоди, безпосередньо пов'язаний з основним призначенням страхування по відшкодуванню міжнародних втрат потерпілим.

Попереджувальна функція страхування полягає у фінансуванні за рахунок коштів страхового фонду заходів по зменшенню страхового ризику.

Ощадна функція страхування сприяє накопиченню грошової суми на подальше життя.

Контрольна функція страхування полягає в перевірці цільового формування та використання коштів страхового фонду.

Особливості страхування в туризмі стосуються безпосередньо страхування туристів. Застосовуються наступні **види страхування:**

- медичне;
- від нещасного випадку;
- майнове;
- на випадок затримки транспорту;
- витрат, пов'язаних із неможливістю здійснити поїздку;
- асистанс;
- страхування відповідальності власника автотранспортних засобів та інші.

Одним із основних видів страхування в туризмі є медичне, яке, в основному, покриває всі витрати на медичні послуги, послуги стаціонарного лікування, перевезення машиною швидкої допомоги, придбання ліків, догляд за хворим, а у випадку смерті закордоном – транспортування тіла на батьківщину.

Не менш важливим є страхування від нещасних випадків. Страховим випадком визнаються: смерть застрахованого, яка настала

в результаті нещасного випадку, що відбувся із застрахованим під час дії договору страхування; інвалідність, одержана в результаті нещасного випадку; часткова втрата працездатності в результаті нещасного випадку, який мав місце під час дії договору страхування.

Стаття 17 Закону України «Про туризм» передбачає, що «Страхування туристів (медичне та від нещасного випадку) обов'язкове і здійснюється суб'єктами туристичної діяльності на основі угод зі страховими компаніями, які мають право на здійснення такої діяльності».

Суб'єкт туристичної діяльності, який надає туристичні послуги, зобов'язаний забезпечити страхування туристів та осіб, які їх супроводжують. Для цього договір страхування із страховиком можуть укласти самі туристи або суб'єкт туристичної діяльності як агент страхової компанії. У першому випадку перевіряється наявність у туриста страхового полісу і його копія додається до договору про надання туристичних послуг. У другому – договір страхування укладається безпосередньо в туристичному підприємстві агентом страхової компанії, яка має ліцензію на право здійснення діяльності, пов'язаної з організацією медичного страхування і страхування від нещасного випадку.

Особливим видом страхування є асистанс. Він забезпечує туристів або спеціалістів, відряджених за кордон, допомогою на місці в технічній (ремонт автомобіля), грошовій або іншій формі.

Асистанс – це перелік послуг (в межах угоди), які надаються в необхідний момент в натурально-речовій формі або у вигляді грошових коштів через технічне, медичне і фінансове сприяння.

Об'єктом страхування відповідальності власників автотранспорту є їх громадянська відповідальність за можливе спричинення шкоди іншим особам при дорожньо-транспортній пригоді. Завдані матеріальні збитки та витрати, зумовлені нанесенням тілесних пошкоджень потерпілим громадянам, підлягають відшкодуванню страховою компанією. За цим видом страхування виплачуються матеріальні збитки, пов'язані з відновленням транспортних засобів та іншого майна, проводиться оплата витрат на лікування потерпілих

громадян, протезування, перекваліфікацію, відшкодовуються втрати сімейного бюджету у зв'язку із тілесними пошкодженнями або смертю потерпілого тощо.

У міжнародній страховій діяльності страхування відповідальності власників автотранспорту відоме під назвою «зелена картка».

«Зелена картка» – це система міжнародних угод про обов'язкове страхування громадянської відповідальності автовласника. Свою назву вона отримала за кольором і формою страхового полісу.

Система «зелена картка» створена в 1949 році і гарантує вільне пересування транспортних засобів у межах кордонів 32 держав.

Обсяг відповідальності у зв'язку із заподіяною шкодою регулюється, як правило, діючим в цій країні законом про обов'язкове страхування громадянської відповідальності автовласників.

Практично у всіх європейських країнах страхування громадянської відповідальності власників транспортних засобів обов'язкове. Такі країни об'єднались у систему «Зелена картка», де тісно співпрацюють уряди, національні бюро «Зеленої картки» і страхові ринки.

2. «Фактори ризику» в туризмі та основні заходи щодо нівелювання їх наслідків

Заходи із забезпечення безпеки туристів розробляються з урахуванням так званих «факторів ризику». Шкідливі чинники (фактори ризику) у туризмі класифіковані наступним чином:

- травмонебезпека;
- вплив навколишнього середовища;
- пожежонебезпека;
- біологічні фактори впливу;
- психофізіологічні навантаження;
- небезпека випромінювань;
- хімічні фактори впливу;
- підвищена запиленість і загазованість;
- інші чинники;
- специфічні фактори ризику.

Травмонебезпека може виникнути в результаті переміщення механізмів і предметів, тіл, складного рельєфу місцевості, переміщення гірських порід (каменепадів, селів, лавин), несприятливих ергономічних характеристик використовуваного туристського спорядження та інвентарю, що спричиняють травми (незручне взуття – потертості шкірних покривів у туристів і т. п.), небезпечних атмосферних явищ (атмосферну електрику, блискавки тощо).

Вплив навколишнього середовища обумовлено підвищеними чи зниженими температурами навколишнього середовища, вологістю і рухливістю повітря в зоні обслуговування туристів, різкими перепадами барометричного тиску. Показники мікроклімату помешкань обслуговування туристів (спальних, харчування, клубних та інших), а також у транспортних засобах повинні відповідати встановленим санітарно-гігієнічним вимогам.

Пожежонебезпека. Експлуатацію об'єктів обслуговування необхідно здійснювати в суворій відповідності до вимог затверджених нормативних документів (Правил пожежної безпеки).

Біологічні фактори (патогенні мікроорганізми і продукти їх життєдіяльності, мікроорганізми, а також отруйні рослини, плазуни, комахи і тварини, що є переносниками інфекційних захворювань, що викликають опіки, алергійні та інші токсичні реакції). Вплив даних факторів ризику на туристів попереджається:

- дотриманням встановлених санітарних норм і правил обслуговування;
- застосуванням обладнання та препаратів для дезінфекції, дезінсекції, стерилізації, дератизації, автоматизації виробничих процесів;
- використанням знаків безпеки і необхідного маркування на предметах обладнання і спорудах, що використовуються при обслуговуванні туристів (посуду, кухонного інвентарю, в т.ч. для приготування їжі в поході, місць водозабору, колодязів тощо);

- проведенням попередніх та періодичних медичних оглядів обслуговуючого персоналу;
- випереджувальним інформуванням туристів про небезпечних тварин, риб, плазунів, рослин, ареали поширення яких співпадають з туристичним маршрутом, про те, як уникнути небажаних контактів, і які екстрені заходи слід зробити у разі отримання травми (контакту).

До психофізіологічних чинників ризику належать фізичні та нервовопсихічні перевантаження. Виключення або зниження впливу психофізіологічних факторів ризику досягається:

- раціональною побудовою програми обслуговування туристів, графіків переміщення за маршрутом, які передбачають достатні умови для нормальної життєдіяльності людини (сну, прийому їжі, задоволення санітарних і побутових потреб);
- обліком психофізіологічних особливостей туристів при формуванні туристської групи;
- дотриманням ергономічних вимог до використовуваного туристського спорядження та інвентарю, транспортних засобів, меблів.

Небезпечними випромінюваннями є: підвищений рівень ультрафіолетового випромінювання, радіологічного випромінювання.

Хімічні фактори ризику бувають токсичні, подразнюючі, сенсibiliзуючі (діють як алергени).

Підвищена запиленість і загазованість. Вимоги до припустимого рівня шкідливих речовин у повітрі, зонах обслуговування туристів, приміщеннях, транспортних засобах повинні бути не нижче санітарно-гігієнічних норм.

Інші фактори ризику. До них відносять небезпеки, пов'язані з відсутністю необхідної інформації про послугу та її номінальних (запроектованих) характеристик. Необхідно передбачати:

- надання туристам достатньої інформації про реалізовані туристичні послуги – відповідно до вимог, встановлених діючою нормативною документацією (вимоги до змісту

інформаційного листка до туристичної путівки, технологічної карти подорожі, технологічної карти екскурсії – про основні характеристики цих послуг, умови обслуговування);

- проведення для туристів необхідних інструктажів з безпеки, що враховують специфіку виду туристського маршруту.

Специфічні чинники ризику в туризмі зумовлені:

- можливістю виникнення природних і техногенних катастроф у зоні розміщення туристського підприємства або маршруту, а також інших надзвичайних ситуацій (у тому числі пов'язаних зі станом громадського порядку в районі обслуговування туристів);
- технічним станом використовуваних об'єктів матеріально-технічної бази (туристських готелів, баз, кемпінгів, канатних доріг і буксирувальних підйомників, туристських трас, у тому числі гірничо-пішохідних, лижних, гірськолижних, водних, верхових і в'ючних тварин, різноманітних транспортних засобів, у тому числі велосипеда, маломірних і гребних суден, архітектурних, природних пам'яток);
- складним рельєфом місцевості (річковими порогами, гірськими схилами, скельними, льодовими ділянками туристських трас і т.п.);
- рівнем професійної підготовленості обслуговуючого персоналу (інструкторів, екскурсоводів та ін);
- підготовкою туристів до пересування за маршрутом певного виду і категорії складності (інструктаж, екіпірування й т.п.);
- інформаційним забезпеченням (гідрометеорологічні прогнози, маркування трас туристських маршрутів).

Так, захист туристів від травматизму передбачає використання захисних пристроїв та огорожування особливо небезпечних ділянок маршрутів, використання туристами засобів індивідуального захисту, дотримання правил технічного утримання транспортних засобів, а також засобів розміщення і правил користування обладнанням та інвентарем.

Шкідливий вплив довкілля можна пом'якшити, обираючи сприятливий час і сезон для проведення туристичного заходу або відпочинку, раціонально проектуючи трасу туристичного маршруту, враховуючи природні особливості регіону, забезпечуючи відповідне обладнання місць відпочинку та використання засобів індивідуального захисту.

Для захисту від пожеж розробляється ціла низка правил та інструкцій як на державному й відомчому рівнях, так і для конкретних туристичних підприємств.

Від біологічних факторів небезпеки (мікроби, бактерії, кліщі, комахи, тварини) захищає дотримання санітарних норм, проведення дезінфекційних заходів, медичних оглядів персоналу, медичні щеплення.

Для уникнення серйозного впливу психофізіологічних перевантажень слід раціонально будувати програми перебування та програми туристичних заходів, враховувати психофізіологічні особливості туристів у групі.

До факторів ризику належать шкідливі випромінювання, підвищена запиленість і загазованість повітря, хімічні та інші фактори, захист від яких передбачає здійснення контролю води, повітря, якості харчових продуктів, дотримання техніки безпеки, використання індивідуальних засобів захисту тощо.

Запобігання шкідливому впливу цих факторів небезпеки можливе при утриманні у належному стані матеріально-технічної бази, підготовці кваліфікованих кадрів для туризму, належному інформуванні та інструктуванні туристів. Менеджерам туристичних фірм слід складати та вручати туристам пам'ятки з інформацією про можливості небезпечних ситуацій та рекомендаціями з поведінки. Інформування та інструктування туристів можна визначити як важливу складову комплексу заходів із запобігання усім факторам ризику та як основний засіб зменшення трагічних наслідків впливу криміногенних факторів і тероризму.

Запобігання тероризму, зокрема – міжнародному, важливе не тільки для туризму, обсяги якого значно скорочуються при

несприятливих криміногенних обставинах, але й взагалі для забезпечення нормальних умов життя людей і функціонування суспільства. Це є завданням державної ваги та предметом міжнародного співробітництва країн. Завданням туристичних фірм є інформування туристів про можливість небезпеки та правила поведінки, в разі можливості – забезпечити їм необхідну охорону. Це може робитися також на відомчому рівні, за участю державних органів. Як приклад можна навести обов'язковий супровід озброєним конвоєм туристичних автоколон під час екскурсій до Каїра та Луксора в Єгипті після сумнозвісного теракту в Карнакському храмі, коли від рук екстремістів загинуло понад шістдесят туристів.

3. Про безпеку туристичних подорожей у міжнародному та українському праві

Бурхливий розвиток масового міжнародного туризму, його поширення практично на всі райони земної кулі все гостріше ставить проблему забезпечення безпеки туристів. На думку експертів, в останні роки загроза їхньому життю, здоров'ю та майну значно зросла. У той же час туристичні фірми, зацікавлені насамперед у отриманні прибутку, не надають своїм клієнтам достатньої інформації, а також практично не проводять роботи з виявлення регіонів підвищеної небезпеки, в тому числі і районів з несприятливою кримінальною обстановкою.

У результаті туристи стають жертвою внутрішньополітичних зіткнень, тероризму, кримінальних злочинів, а іноді навіть потрапляють у райони великомасштабних бойових дій. Інформаційний пробіл намагаються якось заповнити урядові установи, зокрема міністерства закордонних справ.

Безпека туристичних подорожей завжди була однією з найважливіших умов їх організації та діяльності. У періоди підвищеної небезпеки інтенсивність поїздок різко знижувалася і навпаки – безпечні умови для мандрівок стимулювали їх розвиток. І нині питання безпеки подорожей знаходяться в центрі уваги учасників міжнародного туристичного співробітництва.

Так, в організаційній структурі *Секретаріату Всесвітньої туристичної організації сектор № 1 відділу пропаганди й розвитку туризму* займається питаннями безпеки й захисту. ВТО приступила до виконання всесвітньої програми з безпеки та захисту туристів, метою якої є розробка рекомендацій для держав-членів і приватного оперативного сектору, а також ухвалення загальних правил, які регулюють питання безпеки й захисту туристів. За ініціативою ВТО влітку 1995 р. в Естерсунді (Швеція) проведено I міжнародну конференцію з безпеки туризму та зменшення ризиків у подорожах.

Поява нових ризиків у туризмі, спричинена терористичними актами, зокрема, подіями 11 вересня 2001 р. у США, викликала створення спеціальної Комісії зі сталого розвитку туризму в рамках ВТО, метою якої був аналіз і вживання заходів з мінімізації ризиків і наслідків їх настання.

Питання безпеки туристичних подорожей були предметом обговорення на багатьох міжнародних туристичних форумах. Особливо детально ці питання розглядались на *Міжпарламентській конференції з туризму в Гаазі (Нідерланди) у 1989 р. Принцип VII і VIII Гаазької декларації з туризму і третій розділ Рекомендацій конференції* цілком присвячені безпеці й захисту туристів, туристичних пам'яток і об'єктів.

У Рекомендаціях про місце туризму в економічному та соціальному розвитку сформульовано триєдине завдання, що стоїть перед організаторами й учасниками туристичних подорожей та яке повинно знайти відображення у туристичному законодавстві:

- захист туристів;
- захист будь-якої країни на випадок виникнення проблем, зумовлених розвитком туризму, зокрема в тому, що стосується впливу на довкілля й збереження культурної самобутності;
- просування туризму.

Таким чином, безпека туристичних подорожей – поняття комплексне, його вирішення потребує координації зусиль усіх суб'єктів туризму: країн, суб'єктів туристичного підприємництва (туристичних фірм, підприємств) і самих туристів. Шляхи вирішення

деяких проблем безпечного функціонування й розвитку туристичних подорожей визначаються у пункті 67 Рекомендацій Гаазької декларації з туризму: «Цього можна досягти шляхом:

- розробки і впровадження у життя норм безпеки для подорожей і туристичних перебувань;
- інформування та просвіти громадськості;
- створення інституційних рамок для вирішення проблем, пов'язаних з безпекою туристів, зокрема в екстремальних ситуаціях;
- міжнародного співробітництва на двосторонньому, регіональному, субрегіональному, міжрегіональному та світовому рівнях».

Тобто з боку держави сприяння розвитку туризму й безпеці подорожей знаходить своє відображення у створенні законодавчих основ, які забезпечують громадський порядок і загальну безпеку та відповідний контроль за їх виконанням; у налагодженні співробітництва з іншими країнами з цих питань на дво- та багатосторонній основі; у розробці на державному рівні стандартів, нормативів, правил і програм забезпечення безпеки подорожей для туризму різних видів і суб'єктів туристичної діяльності та у контролі за їх дотриманням.

З боку туристів очікується розуміння й повага до країн і місцевостей, які відвідують, до їх населення, природного й культурного середовища. Туристи не повинні перевозити наркотики та інші небезпечні речовини, заохочувати проституцію, завдавати шкоди довкіллю, провокувати конфлікти з місцевим населенням. Вирішенню цих проблем значною мірою може сприяти туристична освіта та належна поінформованість туристів. Про це, зокрема, йдеться у міжнародних туристичних документах Хартія туризму і Кодекс туриста. Так, за рекомендаціями Хартії туризму для того, щоб «захищати в інтересах сучасного й майбутнього поколінь туристичне середовище, яке, включаючи людину, природу, суспільні відносини й культуру, є надбанням усього людства», слід «сприяти зростанню туристичної свідомості та контактам відвідувачів із місцевим

населенням з метою поліпшення взаєморозуміння і взаємного збагачення».

Нормативні документи з питань безпеки окремих видів туристичних подорожей та окремих категорій туристів розробляються на міжнародному, регіональному й національному рівнях. Зокрема, це стосується транспортних подорожей, дитячого туризму, спортивно-оздоровчого туризму з активними засобами пересування тощо.

Міжнародна практика дає приклади розробки державними органами низки рекомендацій, пов'язаних з відвідуванням тих або інших країн і регіонів світу. Так, Державний департамент США регулярно друкує списки країн, подорожі до яких не рекомендуються або забороняються. МЗС Німеччини у 1996 р. оприлюднило список 80 країн світу, до яких німецьким туристам не рекомендовано їздити. Поїздки до таких країн, як Афганістан, Ангола, Бурунді, Заір, Лівія, Руанда, Сомалі й Судан заборонялися, стосовно інших країн було подано відомості про ступінь загрози туристам і рекомендації щодо їх поведінки.

Таким чином, питання безпеки туристичних подорожей отримує інформаційне забезпечення на державному рівні.

Закон України «Про туризм» у розділі VIII надає гарантії безпечного перебування туристів на території України і зобов'язує органи влади та суб'єктів туристичної діяльності розробити комплекс заходів з безпеки туристів. Зокрема, в статті 26 сказано: «Місцеві органи державної виконавчої влади в галузі туризму розробляють і організовують виконання регіональних програм забезпечення захисту та безпеки туристів, особливо в місцях туристичної активності. Суб'єкти туристичної діяльності розробляють конкретні заходи щодо забезпечення безпеки туристів, екскурсантів, які беруть участь у туристичних подорожах, походах, змаганнях, запобігання травматизму та нещасним випадкам і несуть відповідальність за їх виконання».

В Україні діє міждержавний стандарт (ГОСТ 28681.1-95) «Туристичноекскурсійне обслуговування», який передбачає порядок проектування туристичних послуг, включаючи розгляд можливих

ризиків, які можуть викликати негативні наслідки і спричинити шкоду здоров'ю туриста та його майну.

Згідно із Законом України «Про туризм» із метою забезпечення безпеки туристів суб'єкти туристичної діяльності зобов'язані здійснювати:

- підготовку безпечних умов для перебування туристів, облаштування трас походів, прогулянок, екскурсій, місць проведення змагань, забезпечення туристів справним спорядженням та інвентарем;
- навчання туристів засобам профілактики і захисту від травм та нещасних випадків, інструктаж із надання першої медичної допомоги, а також інформування про джерела небезпеки, які можуть бути зумовлені характером маршруту та поведінкою самих туристів;
- контроль за підготовкою туристів до подорожей, походів, змагань, інших туристичних заходів;
- надання оперативної допомоги туристам, що зазнають лиха, транспортування потерпілих;
- розробку та реалізацію спеціальних вимог безпеки під час організації та проведення походів з автомобільного, гірського, лижного, велосипедного, водного, мотоциклетного, пішохідного туризму та спелеотуризму тощо.

4. Правила поведінки туристів в разі надзвичайних ситуацій (тероризм, бандитизм, інші кримінальні дії)

Криміногенна ситуація і злочинність, поширення наркотиків, проституція, вандалізм й інші форми насильства можуть зробити обрану туристами країну небезпечною для відвідування. Дуже часто саме туристи стають жертвами шахраїв, грабіжників, хуліганів, терористів. Наприклад, у деяких столицях світу з підвищеною криміногенною обстановкою, наприклад, у Йоганнесбурзі (ПАР), Найробі (Кенія), Ріо-де-Жанейро (Бразилія), для туристів видають проспекти, в яких не рекомендується гуляти поодиночі, виходити на вулицю у вечірній час, носити дорогі прикраси, фото- і відеоапаратуру,

великі суми грошей, залишати гроші в номері готелю та ін., щоб уникнути негативних ситуацій.

Якщо турист став заручником, то в першу чергу слід:

1. По можливості швидше заспокоїтися, взяти себе в руки і не панікувати.
2. Підготуватися фізично, морально і емоційно до можливого важкого випробування.
3. Говорити спокійним голосом. Уникати ворожого тону.
4. Не допускати дій, які можуть спровокувати нападників до застосування зброї і привести до людських жертв (не бігти, не кидатися на терориста, не боротися, не вихоплювати у нього зброю, не намагатися помиритися з терористом, умовити його, не благати).
5. Спокійно переносити образи і приниження, не дивитися в очі злочинцям, не вести себе зухвало.
6. Для підтримки сил їсти все, що дають, навіть якщо їжа не подобається.
7. При необхідності виконувати вимоги злочинців (особливо перші півгодини), не суперечити їм, не ризикувати життям оточуючих і своїм, намагатися не допускати істерик і паніки.
8. На вчинення будь-яких дій (сісти, встати, попити, сходити в туалет), запитувати дозволу.
9. Якщо турист поранений, слід не рухатися, цим можна зменшити втрату крові.
10. Постаратися перев'язати рану хусткою, розірваною майкою або сорочкою.
11. Бути уважним, постаратися запам'ятати прикмети злочинців, відмітні риси їхніх облич, одяг, імена, клички, можливі шрами і тату, особливості мови і манери поведінки, тематику розмов і т.д.
12. Слід пам'ятати: основна мета – залишитися в живих.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Антонюк В. П., Панькова А. Д. Людський капітал регіонів України в контексті інноваційного розвитку: моногр. НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Донецьк, 2011. 257 с.
2. Балашова Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2012. 184с.
3. Барвінок Н. В. Безпека туристів під час подорожей як важливий чинник організації туризму. Актуальні проблеми безпеки життєдіяльності людини в сучасному суспільстві: матеріали Всеукраїнської науково-теоретичної інтернет-конференції, м. Миколаїв, 24 листопада 2021 р. Миколаїв: МНАУ, 2021. С. 86–90.
4. Барвінок Н. В., Барвінок М. В. Значення інформаційних технологій в організації туристичної діяльності. Сучасний рух науки: тези доп. XIII міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 18–19 жовтня 2021 р. Дніпро, Україна, 2021. С. 67–70.
5. Босовська М. В. Інтеграційні процеси в туризмі: монографія. К.: КНТЕУ, 2015. 832 с.
6. Босовська М. В. Концепція інтеграційного розвитку туристичних підприємств. *Економіка & держава*. 2015. №3. С. 43–47.
7. Брича В. Я. (ред.). Туроперейтинг: підручн. Тернопіль: Економ. Думка ТНЕУ, 2017. 440 с.
8. Галасюк С. С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2013. 178 с.
9. Гуменюк Г. М. Організація транспортних подорожей: навчальний підручник. Івано-Франківськ: Плай, 2008. 210 с.
10. Гуменюк Г. М. Організація туристичних подорожей: навч.-метод. посібн. Івано-Франківськ: НАІР, 2014. 364 с.
11. Іванова В. В. Концептуальні підходи до управління ціноутворенням на туристичних підприємствах. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. №3. С. 151–156.
12. Каленюк С. С., Котенко Т. М. Соціальні аспекти розвитку рекреації і туризму як значущого сегменту світового господарства:

- теоретико-методологічні засади. *Науковий вісник УжНУ*. 2015. Вип. 3. С. 172–176.
13. Киф'як В. Ф. Організація туризму: навч. посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2008. 344с.
 14. Козинська І. Організація лікувально-оздоровчого туризму в Черкаській області. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України». *Збірник наукових праць*. Кропивницький: ЛА НАУ, 2019. С. 185–192.
 15. Козинська І. П., Миргородська О. Л. Проблеми розвитку регіонального туризму та шляхи їх вирішення (на прикладі Кіровоградської області). Пошуки туристської привабливості Кіровоградської області: наукові розвідки: монографія. Дніпро: ФОП Середняк Т.К., 2020. 287 с.
 16. Коросташивець Ю. Спільні та відмінні риси понять «туристична послуга» та «туристичний продукт» за законодавством України та інших держав. *Підприємництво, господарство і право*. 2010. №7. С.105–108.
 17. Лебедєв І. В. Рекреація та оздоровлення як фактори забезпечення гідної праці. *Імперативи та інноваційні механізми забезпечення гідної праці в умовах становлення нової економіки*: зб. тез доповідей учасників міжнар. наук.-практ. конф.: 25-26 квітня 2017 р. К.: КНЕУ, 2017, С. 256.
 18. Мальська М. П. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2012. 248 с.
 19. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2012. 368 с.
 20. Мельниченко С. В. Інформаційні технології у туристичній індустрії: підручник. К.: КНТЕУ, 2011. 280 с.
 21. Мельниченко С. В. Формування бренда туристичних підприємств. *Вісник КНТЕУ*. 2012. №6. С.35–43.
 22. Михайліченко Г. І. Організація туристичних подорожей: навч. посібник. К.: КНТЕУ, 2011. 392 с.

23. Резнікова В. Туристичний продукт: товар чи послуга. *Підприємництво, господарство і право*. 2010. №10. С.64–69.
24. Слатвінська Л. А. Організація екскурсійної діяльності: економічний вектор. *Ефективна економіка*. 2017. №5. [Електронний ресурс] – Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
25. Слатвінська Л. А. Роль екскурсійної діяльності в розвитку внутрішнього та міжнародного туризму. *Вісник Українсько-туркменського культурно-освітнього центру: міждисциплінарний науковий збірник*. Умань: ВПЦ «Візаві», 2017. Вип. 1, Ч. II. С. 176–182.
26. Ткаченко Т. І. Особливості встановлення договірних відносин туристичного оператора з постачальниками послуг, агентами та партнерами. *Економіка & держава*. 2018. №5. С. 85–88.

Інтернет-ресурси

27. Закон України «Про туризм». Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>.
28. Офіційний веб-сайт Асоціації лідерів турбізнесу України (АЛТУ). Режим доступу: <http://altu.com.ua>.
29. Офіційний веб-сайт Туристичної Асоціації України. Режим доступу: <http://www.tau.org.ua>.
30. Офіційний веб-сайт Української асоціації туристичних агентств. Режим доступу: <http://www.uata.com.ua>.
31. Офіційний сайт Державного агентства України з туризму і курортів. Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua>.
32. Сайт державної туристичної адміністрації. Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua>.
33. Сайт з інформацією про розвиток світового туризму. Режим доступу: <http://www.world-tourism.org>.
34. Туристична бібліотека. Режим доступу: <http://tourlib.net>.

ВИМОГИ ДО ПІДГОТОВКИ ІНДЗ (ПРЕЗЕНТАЦІЇ)

Індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ) – вид позааудиторної індивідуальної роботи студента навчального, навчально-дослідного чи проектно-конструкторського характеру, який використовують під час вивчення програмового матеріалу навчального курсу.

Мета ІНДЗ – самостійне вивчення частини програмового матеріалу, систематизація, поглиблення, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань студента з навчального курсу, розвиток самостійної роботи.

Індивідуальне навчально-дослідне завдання з курсу «Організація туризму» має бути оформленим у вигляді комп'ютерної презентації (набір кольорових слайдів, підготовлених з використанням програми Power Point і призначених для розкриття однієї теми). Кожен слайд повинен містити довільну текстову, графічну, відеоінформацію, анімацію, звук, діаграми та графіки, табличні або інші матеріали.

Презентація повинна містити такі основні елементи:

- титульний слайд (тема, група, факультет, ПІБ);
- план;
- вступ;
- розділи;
- висновки;
- список використаних джерел та літератури (повинен бути з докладним зазначенням вихідних матеріалів (звідки взяли ілюстрації, звуки, тексти, посилання). Крім електронних адрес, потрібно вказувати і друковані видання).

Кожен слайд повинен містити заголовок, кожне зображення та таблиці повинні бути підписані. Не потрібно перенасичувати слайди текстом; використовуйте зображення, схеми, таблиці, діаграми, аудіо- та відеоматеріали тощо. Обсяг – 15-20 слайдів.

Вимоги до структури та змісту навчального матеріалу:

- викладайте матеріал стисло, з максимальною інформативністю тексту;
- використовуйте короткі та змістовні заголовки;
- важливі відомості (наприклад, висновки, визначення, правила тощо) подавайте крупним та виділеним шрифтом і розташовуйте в лівому верхньому куті екрана;
- кожній ідеї відводьте окремий абзац;
- використовуйте табличні форми запису даних (діаграми, схеми) для ілюстрації важливих фактів, щоб подати матеріал компактно і наочно;
- графіка має органічно доповнювати текст;
- пояснення розташовуйте якнайближче до ілюстрацій, з якими вони мають одночасно з'являтися на екрані;
- усі текстові дані ретельно перевірте на відсутність орфографічних, граматичних і стилістичних помилок, дотримуйтеся прийнятих правил скорочень;
- форма представлення інформації повинна відповідати рівню знань слухачів.

Розробити туристичний маршрут на групу по Україні або закордон. Рекомендована структура презентації: план подорожі; перелік документів (паспорт, страховка); маршрут подорожі (вибір місця, транспорту, місця проживання); екскурсійна та розважальна програма (музеї, ресторани, визначні місця).

ПІДГОТОВКА ДО ЕКЗАМЕНУ

Екзамен є підсумком вивчення навчальної дисципліни. Щоб успішно скласти екзамен з навчальної дисципліни «Організація туризму», необхідно систематично і наполегливо працювати над засвоєнням матеріалу протягом усього семестру. Послаблена, епізодична робота над матеріалом програми не дає очікуваних результатів, тому студент, який прагне пройти успішно скласти екзамен має від першого заняття ретельно виконувати всі завдання.

Послідовність підготовки до екзамену: уважно прочитати й усвідомити суть вимог конкретного питання програми; уважно опрацювати необхідний навчальний матеріал за конспектами лекцій, навчальними посібниками та рекомендованою літературою. В окремому зошиті на кожне питання програми варто скласти стислий план відповіді в логічній послідовності і з фіксацією необхідного ілюстративного матеріалу (приклади, малюнки, схеми, цифри).

Якщо окремі питання програми залишаються незрозумілими, їх необхідно написати на полях конспекту, щоб з'ясувати на консультації у викладача. Найважливішу інформацію варто позначати іншим кольором, це допомагає краще їх запам'ятати.

Потрібно поступово переходити від повторення матеріалу однієї теми до іншої. Коли ж повторено й систематизовано весь навчальний матеріал, необхідно переглянути його ще раз уже за своїми записами, перевіряючи подумки, як засвоєно логіку розкриття кожної теми, як зафіксовано в пам'яті основні факти, формули, ілюстративний матеріал, чим і як можна доповнити окремі питання.

Студентам потрібно знати загальні вимоги до оцінки знань і виявляти:

- 1) розуміння та ступінь засвоєння питання, повноту, яка вимірюється кількістю програмних знань про об'єкт, який вивчають;
- 2) глибину, яка характеризує сукупність зв'язків між знаннями, що їх усвідомлюють студенти;
- 3) ступінь усвідомлення та висвітлення проблеми;

4) ознайомлення з основною літературою з предмета, а також із сучасною періодичною українською та зарубіжною літературою за спеціальністю;

5) логіку, структуру, стиль відповіді й уміння студента захищати науково-теоретичні положення, усвідомленість, узагальненість, конкретність;

6) гнучкість, тобто вміння самостійно знаходити приклади застосовування цих знань;

7) міцність знань.

При підготовці до екзамену студенти повинні керуватися навчальною програмою.

Орієнтовні питання для підготовки до екзамену з

«Організації туризму»

1. Стан туристичної індустрії в Україні.
2. Функції туризму.
3. Класифікація туристських організацій.
4. Нормативно-правові та законодавчі акти України в області туризму.
5. Властивості туристського продукту.
6. Спеціалізовані види туризму та особливості їх організації.
7. Основні формулювання з ліцензування.
8. Основні види страхування в туристській діяльності.
9. Засоби розміщення та їх класифікація.
10. Поняття безпеки туристичних подорожей.
11. Основні права та обов'язки туриста.
12. Проблеми та досягнення туризму в Україні.
13. Сутність, основні функції та ознаки екскурсії.
14. Маршрут екскурсій. Принципи складання маршруту.
15. Класифікація учасників туристської діяльності.
16. Охарактеризувати функції туроператорів.
17. Охарактеризувати функції турагентів.
18. Поняття ризику та факторів ризику в туризмі.